

Informationsmanagement und Computer Aided Team

RESEARCH

Ivo Blohm

Open Innovation Communities

Absorptive Capacity und
kollektive Ideenbewertung

 Springer Gabler

Informationsmanagement und Computer Aided Team

RESEARCH

Ivo Blohm

Open Innovation Communities

Absorptive Capacity und
kollektive Ideenbewertung



Springer Gabler

Informationsmanagement und Computer Aided Team

Herausgegeben von

H. Krcmar, München, Deutschland

Die Schriftenreihe präsentiert Ergebnisse der betriebswirtschaftlichen Forschung im Themenfeld der Wirtschaftsinformatik. Das Zusammenwirken von Informations- und Kommunikationstechnologien mit Wettbewerb, Organisation und Menschen wird von umfassenden Änderungen gekennzeichnet. Die Schriftenreihe greift diese Fragen auf und stellt neue Erkenntnisse aus Theorie und Praxis sowie anwendungsorientierte Konzepte und Modelle zur Diskussion.

Herausgegeben von

Professor Dr. Helmut Krcmar
Technische Universität München,
Deutschland

Ivo Blohm

Open Innovation Communities

Absorptive Capacity und kollektive
Ideenbewertung

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Helmut Krcmar

 Springer Gabler

Ivo Blohm
München, Deutschland

Dissertation Technische Universität München, 2013

ISBN 978-3-658-00815-4

ISBN 978-3-658-00816-1 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-658-00816-1

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2013

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.
www.springer-gabler.de

Für Alexandra

Geleitwort

In den vergangenen Jahren hat das Internet und der Aufstieg des so genannten Web 2.0 die Art und Weise verändert, wie Menschen miteinander kommunizieren, interagieren und arbeiten. Diese Veränderungen erlauben es Unternehmen, die Arbeitskraft, die Kreativität und die kollektive Intelligenz von Millionen Menschen weit über die eigenen Unternehmensgrenzen hinaus nutzbar zu machen. Im selben Atemzug ergeben sich in diesem dynamischen Umfeld aber auch große Herausforderungen. Das betriebliche Informationsmanagement ist von diesen Umwälzungen in einem besonderen Maße betroffen, da Unternehmen mit einem stark wachsenden Informationsangebot konfrontiert werden und schnell einem “information overload“ zum Opfer fallen können. Daher werden Selektion und unternehmensinterne Verarbeitung von im Internet generierten Informationen zu zentralen Erfolgsfaktoren bei der Erschließung der kollektiven Intelligenz von Internetnutzern.

Am konkreten Anwendungsfall von Open Innovation Communities stellt sich Herr Blohm daher die Frage, wie Unternehmen bei solchen Selektions- und Verarbeitungsprozessen unterstützt werden können. Die vorliegende Arbeit beantwortet damit sowohl aus wissenschaftlicher als auch aus praktischer Sicht eine hochrelevante Fragestellung. Aufbauend auf einem aus der Absorptive Capacity Literatur abgeleiteten, theoretischen Modell untersucht Herr Blohm durch äußerst umfangreiche, qualitative Fallstudien, wie nutzergenerierte Ideen aus Open Innovation Communities von Unternehmen selektiert, weiterverarbeitet und schließlich am Markt kommerzialisiert werden. In einem zweiten Schritt fokussiert er auf den Prozessschritt der Ideenselektion. Herr Blohm führt hier drei Experimente durch, in denen er die Eignung von unterschiedlichen Instrumenten – Bewertungsskalen und Informationsmärkte – zur Bewertung der in Open Innovation Communities generierten Ideen durch die Community-Mitglieder untersucht, um Unternehmen bei der Ideenselektion zu unterstützen und ihre Absorptive Capacity für nutzergenerierte Innovationsideen zu vergrößern.

Die Arbeit zeichnet sich insbesondere durch eine breite wissenschaftliche Fundierung, einen hohen methodischen Anspruch und äußerst detaillierte Analysen aus. Herr Blohm entwickelt äußerst treffende Handlungs- und Gestaltungsempfehlungen für Unternehmen, die diesen helfen sollten, die kollektive Intelligenz ihrer Kunden und Produktnutzer nutzbar zu machen. Damit gibt er Unternehmen eine wichtige Hilfestellung an die Hand, sich in dem dynamischen Umfeld des Internets zu behaupten und ihre Absorptive Capacity zu vergrößern. Aus wissenschaftlicher Sicht entwickelt er wichtige Teilbausteine zur Weiterentwicklung der Absorptive Capacity und Open Innovation Literatur sowie des aufkommenden Forschungsfeldes der kollektiven Intelligenz. Daher wünsche ich der Arbeit die ihr gebührende Verbreitung in Wissenschaft und Praxis.

München, im Januar 2013

Helmut Krcmar

Vorwort

Die vorliegende Arbeit ist während meiner dreieinhalbjährigen Zeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik (I17) der Technischen Universität München entstanden. Rückblickend betrachte ich die Zeit als große Bereicherung, in der ich mich nicht nur fachlich und persönlich stark weiterentwickeln konnte, sondern auch viele neue Freundschaften geschlossen habe. An dieser Stelle möchte ich daher den vielen Beteiligten danken, die diese Zeit für mich prägen und die einen wesentlichen Beitrag zum Gelingen dieser Dissertation geleistet haben.

Dank gebührt zuallererst meinem Doktorvater Prof. Dr. Helmut Krcmar für die Betreuung dieser Arbeit sowie die außerordentlichen Möglichkeiten, die er mir während meiner Promotion einräumte. Durch seine kritischen Anmerkungen und Ratschläge leistete er einen unverzichtbaren Beitrag zum Entstehen dieser Arbeit. Prof. Dr. Jan Marco Leimeister danke ich für die Tätigkeit als Zweitgutachter und die Betreuung in seiner Forschungsgruppe. Durch die vielen, manchmal auch schmerzhaften, Diskussionen fand ich mit ihm einen verlässlichen Ansprechpartner für die Beantwortung der vielen Fragen, die sich in der Entstehungsgeschichte dieser Arbeit auftraten. Prof. Dr. Joachim Henkel danke ich für die Übernahme des Prüfungsvorsitzes.

Einen großen Beitrag leistete das gesamte Team des Forschungsprojektes GENIE. Besonders verbunden bin ich hier Dr. Ulrich Bretschneider, der mich insbesondere in meiner Anfangszeit am Lehrstuhl äußerst tatkräftig unterstützte, und Michael Huber. Prof. Dr. Johann Füller und Markus Rieger möchte ich hier stellvertretend für die Hyve AG danken, ohne deren Unterstützung eine Umsetzung meiner Ideen nicht möglich gewesen wäre. Außerordentlicher Dank gebührt zudem Dr. Christoph Riedl. Ohne seine inspirierende Motivation, seine unzähligen Verbesserungsvorschläge und die gemeinsame, äußerst intensive Zusammenarbeit wäre diese Dissertation nicht entstanden. Harald Kienegger, Jörg Schmidl, Marcus Homann, Christos Konstadinidis, Sonja Hecht und dem restlichen UCC-Team danke ich für die Unterstützung im Rahmen der Experimente. Auch „meinen“ Studierenden und Hiwis, die ich während meiner Zeit am Lehrstuhl betreuen durfte, bin ich zu Dank verpflichtet. Ohne das Engagement und die Unterstützung von Christoph Berwing, Andreas Haas, Rayna Dimitrova, Daniel Fouquet, Vincent Kahl, Orhan Köroglu, Nadiem von Heydebrand und Christine Wang hätten die Forschungsfragen der Dissertation nicht in derselben Tiefe und Breite beantwortet werden können. Wolfgang Palka und Dr. Michael Schermann danke ich zudem für das kritische Gelesen von Teilen dieser Arbeit. Dem Bundesministerium für Bildung und Forschung sowie der Europäischen Union danke ich für die finanzielle Förderung dieses Forschungsvorhabens.

Aber auch meinen Kollegen und Freunden, die ich während der Zeit am Lehrstuhl gewonnen habe, möchte ich an dieser Stelle danken. Sie sorgten für eine Menge Spaß bei der Arbeit und dafür, dass ich stets sehr gerne Zeit am Lehrstuhl verbrachte. Wolfgang Palka, Sebastian Dünnebeil, Marlen Jurisch, Markus Böhm, Sebastian Esch, Dr. Christian Mauro, Felix Köbler, Philip Koene und Jens Fähling danke ich für die vielen kritischen Diskussionen und Ideen zur Weiterentwicklung meiner Arbeit, sinnfreie philosophische Diskurse über den Sinn des Lebens, das gemeinsame Überwinden der Lethargiefalle sowie die kreative Zerstreuung am Kicker-Tisch, ohne die diese Arbeit wahrscheinlich unvollendet geblieben wäre.

Zu danken habe ich auch meinen Freunden, die mich seit meiner Jugendzeit begleiten. Besonderer Dank gilt hier insbesondere Andreas Neumeier, Jan Michels, Thomas Salcher und Quirin Zangl. Großer Dank gilt an dieser Stelle auch meiner Mutter, meinen Großeltern und Jogi für die umfassende Förderung, niemals endende Unterstützung und liebevolle Fürsorge während Schulzeit, Studium und Promotion. Dr. Karlheinz, Dr. Stephan und Renate Böhm danke ich für die fortwährende Unterstützung in den vergangenen Jahren.

Zu guter Letzt danke ich meiner Verlobten Alexandra für ihre Geduld bei der Erstellung dieser Arbeit, ihr Vertrauen und ihre Liebe. Sie half mir während der vergangenen Jahre, die Höhen und Tiefen des Lebens zu meistern und war mir eine unermessliche Stütze, ohne die ich jetzt nicht an diesen Zeilen sitzen würde. Daher widme ich ihr diese Dissertation aus ganzem Herzen.

München, im Januar 2013

Ivo Blohm

Zusammenfassung

Motivation: Im Rahmen von offenen Innovationsprozessen stellen Open Innovation (OI)-Communities für Unternehmen ein nahezu unerschöpfliches Potenzial an Kundenwissen dar. Jedoch ist die Absorptionsfähigkeit bzw. die Absorptive Capacity (AC) dieser Unternehmen aufgrund limitierter finanzieller, zeitlicher, organisatorischer und kognitiver Ressourcen begrenzt, so dass nur ein kleiner Bruchteil der von OI-Community-Mitgliedern generierten Ideen tatsächlich in der Innovationsentwicklung berücksichtigt werden kann. Die Ideenselektion erwächst damit zur zentralen Herausforderung bei der Nutzung von OI-Communities. Dieses Spannungsfeld wird in dieser Arbeit aus zwei sich gegenseitig ergänzenden Perspektiven betrachtet. Auf einer Makroebene wird die Ideenselektion in den weiteren Kontext der Absorptionsprozesse und -kompetenzen der Betreiber von OI-Communities gesetzt. Auf einer Mikroebene werden Klassifikationsgüte und Akzeptanz von Mechanismen der kollektiven Ideenbewertung untersucht, mit denen Community-Mitglieder die in OI-Communities eingereichten Ideen bewerten können. Diese Mechanismen können Betreiber von OI-Communities bei der Selektion von Ideen unterstützen und so deren AC steigern.

Methodik: Im Rahmen der AC-Betrachtung wird ausgehend vom aktuellen Forschungsstand zu OI-Communities ein systematischer Review der AC-Literatur erstellt, ein Ideenabsorptionsmodell für OI-Communities entwickelt sowie IT-basierte Absorptionskompetenzen abgeleitet, die es Community-Betreibern ermöglichen, ihre AC zu steigern. Darauf aufbauend werden das Ideenabsorptionsmodell und die IT-basierten Absorptionskompetenzen in vier qualitativen Fallstudien validiert und verfeinert. Zur Untersuchung der Mechanismen der kollektiven Ideenbewertung werden drei Web-Experimente ($n = 219$, $n = 313$ und $n = 120$) durchgeführt, bei denen die Ideenbewertungen der Teilnehmer mit einer Umfrage zur Akzeptanz der Mechanismen sowie Experteneinschätzungen zur Bestimmung ihrer Klassifikationsgüte trianguliert werden, um Methodeneffekte zu vermeiden. In Forschung und Praxis wurden mit Bewertungsskalen und Informationsmärkten zwei unterschiedliche Konzepte zur kollektiven Ideenbewertung eingesetzt. In den Experimenten werden daher (1) die Gestaltung von Bewertungsskalen, (2) die Gestaltung von Informationsmärkten und (3) die relative Leistungsfähigkeit der beiden Mechanismen untersucht. Um verzerrende Industrieeffekte zu vermeiden, erfolgen alle Untersuchungen ausschließlich im Kontext der Softwareindustrie, bei der das AC-Konzept aufgrund der hohen Innovationsdynamik eine besondere Bedeutung besitzt.

Ergebnisse: Aufbauend auf dem entwickelten Ideenabsorptionsmodell können die Absorptionsprozesse der Community-Betreiber freigelegt, IT-basierte Absorptionskompetenzen abgeleitet und Mechanismen zu deren Umsetzung in der Praxis identifiziert werden. Die Fallstudien zeigen, dass unterschiedliche Absorptionspfade – im Detail ein zentraler und ein peripherer Absorptionspfad – für die Ideen der Community-Mitglieder existieren und IT-basierte Systematisierungs-, Koordinations- und Sozialisierungskompetenzen die Konfiguration dieser Prozesse ermöglichen. Zudem kann in den Fallstudien die große Bedeutung von Mechanismen zur kollektiven Ideenbewertung im Rahmen von Absorptionsprozessen herausgestellt werden. Die Experimente implizieren, dass die getestete, mehrdimensionale Bewertungsskala, bei der Ideenqualität in mehreren Teildimensionen, wie z.B. Umsetzbarkeit oder Neuartigkeit, bewertet wird, die höchste Klassifikationsgüte und Akzeptanz bei den Teilnehmern besitzt.

Dieser Vergleich wurde auf Basis zweier vorhergehender Experimente durchgeführt, bei denen von zwei unterschiedlichen Bewertungsskalen (Variation des Faktors „*Kriteriengranularität*“) und sechs unterschiedlichen Informationsmärkten (Variation der Faktoren „*Marktdesign*“ und „*Preiselastizität*“) jeweils valide Konfigurationen ermittelt wurden.

Implikationen: Aus einer theoretischen Sicht können drei Implikationen abgeleitet werden. (1) AC und OI werden in ein gemeinsames, theoretisches Modell integriert. Damit kann die AC-Forschung durch ein bisher fehlendes, qualitatives Verständnis von AC-Prozessen sowie IT-basierte Absorptionskompetenzen erweitert werden. Aus einer OI-Perspektive wird die Fragestellung der Wertaneignung in OI-Communities adressiert. (2) Die drei Experimente helfen Wirkungsweise und Akzeptanz von Mechanismen der kollektiven Ideenbewertung zu verstehen und tragen damit dazu bei, eine umfassende Theorie der kollektiven Intelligenz aufzubauen. (3) Ein weiterer Beitrag kann für die Kreativitätsforschung gemacht werden, in dem bestehende Übereinstimmungsmaße für die Messung der Übereinstimmung von Laien und Experten durch die Berücksichtigung von Klassifikationsfehlern erweitert werden. Für die Praxis werden Handlungsempfehlungen für die Ideenabsorption und die Gestaltungsempfehlungen für Mechanismen der kollektiven Ideenbewertung angeboten, die helfen sollten, die AC von Betreibern von OI-Communities zu verbessern.

Limitationen: Das Ideenabsorptionsmodell und die IT-basierten Absorptionskompetenzen unterliegen den Einschränkungen qualitativer Forschung. Bezüglich der Experimente wurde auf Studenten als Teilnehmer zurückgegriffen und Experteneinschätzungen als wahres Qualitätsmaß für die Ideen herangezogen. Fallstudien und Experimente wurden ausschließlich im Kontext der Softwareindustrie durchgeführt, wodurch sie prinzipiell in anderen Kontexten repliziert werden müssen.

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	VII
Vorwort	IX
Zusammenfassung	XI
Inhaltsverzeichnis	XIII
Abbildungsverzeichnis	XVII
Tabellenverzeichnis	XIX
Formelverzeichnis	XXI
Abkürzungsverzeichnis	XXIII
Symbolverzeichnis	XXV
1 Einleitung	1
1.1 Motivation und Relevanz des Themas	1
1.2 Ziele, Forschungsfragen und Methodologie.....	6
1.3 Aufbau der Arbeit.....	7
2 Konzeptionelle Grundlagen	11
2.1 Software und Softwareunternehmen	11
2.1.1 Software	11
2.1.2 Softwareunternehmen.....	13
2.2 Innovation und Innovationsprozesse.....	13
2.2.1 Innovation.....	13
2.2.2 Innovationsprozesse	14
2.2.3 Bedeutung der Ideenselektion	15
2.3 Öffnung von Innovationsprozessen.....	16
2.3.1 Open Innovation	16
2.3.2 Kundenintegration	17
2.3.3 Kundenwissen	18
2.3.3.1 Arten von Kundenwissen	18
2.3.3.2 Innovationsrelevantes Wissen des Kunden	20
2.4 Methoden der Open Innovation.....	22
2.4.1 Lead User Workshops	22
2.4.2 Toolkits.....	24
2.4.3 Ideenwettbewerbe.....	25
2.4.4 Open Innovation Communities	27
2.4.4.1 Arten von Open Innovation Communities	27
2.4.4.2 Definition und Kennzeichen von Open Innovation Communities	30
2.5 Kollektive Intelligenz	31
2.5.1 Überblick kollektive Intelligenz.....	31
2.5.2 Voraussetzungen kollektiver Intelligenz.....	36
2.5.3 Anwendungen kollektiver Intelligenz	39
2.6 Kollektive Ideenbewertung als Unterstützungssystem bei der Ideenselektion	41

2.6.1	Aggregationsmechanismen	41
2.6.2	Aktueller Forschungsstand	42
2.6.3	Potenziale und Limitationen	44
2.7	Zusammenfassung und Zwischenfazit	46
3	Theoretische Grundlagen der Ideenabsorption in Open Innovation Communities . 47	
3.1	Methodik des Literaturreviews	47
3.2	Überblick Absorptive Capacity	49
3.3	Ideenabsorptionsmodell für Open Innovation Communities	54
3.3.1	Ideenabsorptionsprozesse	54
3.3.1.1	Inputs der Ideenabsorption: Kundenwissen und Wissensbasis	56
3.3.1.2	Outputs der Ideenabsorption: Strategische Wettbewerbsvorteile	59
3.3.1.3	Kontingenzfaktoren der Ideenabsorption	61
3.3.2	IT-basierte Absorptionskompetenzen	65
3.4	Schlussfolgerung und Implikationen der Ergebnisse	70
3.4.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	70
3.4.2	Theoretische Implikationen	71
3.4.3	Praktische Implikationen	72
4	Empirische Analyse der Ideenabsorption in Open Innovation Communities..... 73	
4.1	Methodische Grundlagen	73
4.1.1	Fallstudienforschung	73
4.1.2	Prozessforschung	75
4.1.3	Qualitative Inhaltsanalyse	77
4.2	Datenerhebung und -analyse	78
4.2.1	Fallstudienauswahl	78
4.2.2	Datenquellen	80
4.2.3	Datenanalyse	84
4.3	Ergebnisse der Einzelfallstudien	86
4.3.1	Fall A: „OSS Brainstorm“	87
4.3.1.1	Ziele und Auslösetrigger von OSS Brainstorm	87
4.3.1.2	Ideenabsorption bei OSS Brainstorm	88
4.3.1.3	IT-basierte Absorptionskompetenzen bei OSS Brainstorm	94
4.3.2	Fall B: „ERP IdeaZone“	99
4.3.2.1	Ziele und Auslösetrigger von ERP IdeaZone	99
4.3.2.2	Ideenabsorption bei ERP IdeaZone	102
4.3.2.3	IT-basierte Absorptionskompetenzen bei ERP IdeaZone	107
4.3.3	Fall C: „ERP Steampunk“	111
4.3.3.1	Ziele und Auslösetrigger von ERP Steampunk	111
4.3.3.2	Ideenabsorption bei ERP Steampunk	113
4.3.3.3	IT-basierte Absorptionskompetenzen bei ERP Steampunk	118
4.3.4	Fall D: „Planet Lifecycle“	122
4.3.4.1	Ziele und Auslösetrigger von Planet Lifecycle	122
4.3.4.2	Ideenabsorption bei Planet Lifecycle	123
4.3.4.3	IT-basierte Absorptionskompetenzen bei Planet Lifecycle	128
4.4	Diskussion der Ergebnisse: Fallstudiensynthese	130
4.4.1	Synthese des Ideenabsorptionsmodells	131
4.4.1.1	Ziele und Auslösetrigger	131
4.4.1.2	Absorptionsprozesse	131

4.4.2	IT-basierte Absorptionskompetenzen	138
4.5	Schlussfolgerung und Implikationen der Ergebnisse	144
4.5.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	144
4.5.2	Theoretische Implikationen	146
4.5.3	Praktische Implikationen und Handlungsempfehlungen	147
5	Unterstützung der Ideenabsorption in Open Innovation Communities durch	
	kollektive Ideenbewertung	151
5.1	Methodische Grundlagen	153
5.1.1	Experimentalforschung und Web-Experimente	153
5.1.2	Messung von Ideenqualität	155
5.1.2.1	Ideenqualität als doppelt komplexes Konstrukt	155
5.1.2.2	Methoden der Ideenbewertung	157
5.1.3	Grundlagen der verwendeten Analysemethoden	160
5.1.3.1	Konstruktvalidierung und Reliabilitätssicherung	160
5.1.3.2	Lineare Regressionsanalyse	164
5.1.3.3	Dummykodierung kategorialer Daten	166
5.1.3.4	Moderations- und Mediationsanalyse	166
5.1.3.5	Prognosefehler	170
5.2	Theoretische und konzeptionelle Grundlagen	170
5.2.1	Methoden der kollektiven Ideenbewertung	170
5.2.1.1	Bewertungsskalen zur Ideenbewertung	170
5.2.1.2	Informationsmärkte zur Ideenbewertung	171
5.2.1.3	Konzeptioneller Vergleich: Bewertungsskalen und Informationsmärkte ..	173
5.2.2	Theorie kognitiver Belastung	174
5.2.3	Ideenbewertungsprozess	175
5.2.4	Nutzereinstellungen und -zufriedenheit	177
5.3	Experiment I: Bewertungsgüte von Bewertungsskalen	177
5.3.1	Hypothesen und Forschungsmodell	178
5.3.1.1	Klassifikationsgüte	179
5.3.1.2	Einstellung gegenüber der Bewertungsskala und dem Innovationsportal ..	180
5.3.1.3	Kundenwissen	182
5.3.2	Forschungsdesign	185
5.3.2.1	Aufgabe und Experimentalgruppen	185
5.3.2.2	Teilnehmer	187
5.3.2.3	Vorgehensweise	188
5.3.2.4	Ideenauswahl	188
5.3.3	Datenquellen und Variablen	189
5.3.3.1	Klassifikationsgüte: Experten- und Teilnehmerbewertung	189
5.3.3.2	Teilnehmerbefragung und Konstruktvalidierung	191
5.3.3.3	Dummykodierung von Kriteriengranularität	194
5.3.4	Analyse und Ergebnisse	194
5.3.4.1	Aggregierte Ebene: Klassifikationsgüte auf Skalenebene	195
5.3.4.2	Nutzerebene: Hypothesentest	196
5.3.5	Diskussion der Ergebnisse	200
5.4	Experiment II: Gestaltung von Informationsmärkten	201
5.4.1	Hypothesen und Forschungsmodell	202
5.4.1.1	Klassifikationsgüte	202
5.4.1.2	Preiselastizität	204