

# Lebenslauf



Dipl.-Ing., Dipl.-Wirtsch.-Ing.  
**Prof. Dr. Dominik Walcher**

Email: dominik@walcher-online.de

### **Ausbildung / Wissenschaftlicher Werdegang**

- Seit 05/10    Research Associate am Massachusetts Institute of Technology (MIT),  
Boston, USA
- Seit 06/06    Professur für Marketing und Innovationsmanagement im Studiengang  
Design und Produktmanagement (DPM) der Fachhochschule Salzburg
- 12/01 - 05/06    Promotion am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, Prof. Dr. Ralf  
Reichwald, Technische Universität München (TUM). Abschluss: Dr. rer.  
pol. (summa cum laude)
- 04/01 - 10/01    Visiting Researcher bei Prof. Arie Segev, Haas School of Business,  
University of California at Berkeley, USA
- 10/99 - 11/01    Studium Wirtschaftswissenschaften an der Technischen Universität  
München, Schwerpunkte: Marketing, Logistik/Vertrieb und strategisches  
Management, Abschluss: Dipl.-Wirtsch.-Ing.
- 10/93 - 02/99    Studium Architektur und Stadtplanung an der Universität Stuttgart,  
Schwerpunkte: Statik/Entwurf/Visualisierung, Abschluss: Dipl.-Ing.
- 06/92            Abitur am Wernher-von-Braun Gymnasium, Friedberg/Bayern, Note 1,4 Leis-  
tungskurse: Mathematik & Latein (Leistungsstipendium)

### **Berufliche Erfahrung außerhalb der Hochschule**

- Seit 01/07    Inhaber des Beratungsunternehmens Walcher „Institut für Markt- und  
Innovationsforschung“
- 03/08 - 08/10    Inhaber der Wexla Design, Marketing und Vertriebs-GmbH
- 11/07 - 08/10    Inhaber der Wexla Patententwicklungs- und Patentverwertungs-GmbH,  
Aufgaben: Geschäftsführung, Marketing und Vertrieb
- 01/03 - 12/06    Berater bei der Innovationsberatung Think Consult, München
- 10/99 - 04/01    Mitarbeiter im Büro E. Walcher – Visualisierung und Marketing
- 01/97 - 10/99    Mitarbeiter in den Büros Wörmann / Behnisch und Partner
- 07/92 - 9/93    Zivildienst an der evangelischen Akademie, Tutzing/Bayern

## Organisation

- 11/15 Organisator (zusammen mit S. Eser und M. Leube) der Konferenz „Circular Design – Gestaltung der Kreislaufwirtschaft“, Salzburg
- 06/13 Schirmherr der Konferenz „Marketing Horizonte 2013“, Münster
- Seit 10/12 Akademischer Leiter des Lehrgangs zum zertifizierten Social Media Manager, Kooperation von Business Circle Wien und FH Salzburg
- 06/12 Organisator (zusammen mit F. Piller und P. Blazek) der 10. deutschsprachigen Konferenz für Mass Customization und Open Innovation, Salzburg
- 11/11 Track Chair Special Session on Design Thinking for Open Innovation and Mass Customization at 2011 World Conference on Mass Customization, Personalization and Co-Creation, Nov., 16-19, San Francisco
- Seit 10/10 Verantwortlicher für die strategische Entwicklung im Bereich Marketing & Unternehmensgründung am Campus Kuchl der FH Salzburg.
- Seit 09/10 Mitglied des Master-Akkreditierungsgremiums der FH Oberösterreich, Verantwortung für die Bereiche Marketing & Unternehmensgründung
- Seit 06/07 Mitglied des Entwicklungsteams für das Produktmanagement-Bachelor/Masterprogramm der FH Salzburg: Verantwortung für Lehre und Forschung im Fachbereich Marketing und Innovationsmanagement
- 01/07 Leiter der 8. deutschsprachigen Mass Customization Konferenz, Salzburg
- Seit 06/06 Verantwortlicher für Diplom-, Bachelor- und Masterprüfungsprozess im Studiengang Design und Produktmanagement
- 05/05 Mitorganisation des Jahreskongresses der European Academy of Management – EURAM, München (900 Teilnehmer)
- 03/04 Leiter der Tagung „Innovationserfolg durch Kundenintegration“, München
- 10/03 Mitorganisation des „2nd Interdisciplinary World Congress on Mass Customization and Personalization“, München
- 07/03 Initiierung der Hochschulkooperation TU-München / TU-Istanbul
- 12/01 - 05/06 Organisation der Kooperation mit der University of California at Berkeley

## Auszeichnungen

- 12/14 Anerkannter Lebensretter (AUVA – Allgemeine Unfallversicherungsanstalt, Österreich)
- 01/13 Auszeichnung: „Die wichtigsten Köpfe im Mass Customization“ durch egoo.de
- 07/12 Belobigung für besonderes Engagement durch die Hochschulleitung der Fachhochschule Salzburg
- 5/10 Nominierung zum Best Paper Award für Paper „Willingness to pay for sustainable product innovations“ auf der 10<sup>th</sup> Conference der European Academy of Management (EURAM), zusammen mit C. Ihl und M. Gugenberger
- 10/09 Auszeichnung „empfohlene Literatur“ für Autorenwerk „Der Kunde als Innovationspartner“ von managementbuch.de, zusammen mit R. Reichwald, A. Meier, M. Engelmann
- 07/07 + /08 Best Teaching Award des Studiengangs BWL der FH Salzburg
- 01/08 Finalist: ISPO „brand new award“ für modulares Schuhsystem (Wexla GmbH)

09/07	Finalist: Financial Times Deutschland Gründerwettbewerb „enable to start“
06/07	1. Platz beim Gründerwettbewerb I2B & Go
09/06	Dissertationspreis: 1. Platz Süd-Chemie Preis für Dissertation „Der Ideenwettbewerb als Methode der aktiven Kundenintegration“
07/06	Dissertationspreis: Innovation-Award der European Business School 2006
02/06	E.ON Energie Wissenschaftspreis für Diplomarbeit „Open Collaborative Innovation“ (zusammen mit M. Stoppe)
10/04	CeBit Innovation Award 1. Platz für Studienarbeit „Augmented Furniture Client“ (zusammen mit A. Fischer, M. Kuhn und F. Loew)
04/01	Forschungsstipendium der Technischen Universität München für University of California at Berkeley, USA

### **Gutachtertätigkeiten**

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)  
 Business Creation Center Salzburg (BCCS)  
 European Academy of Management (EURAM)  
 Journal of R&D Management  
 Marketing Review St. Gallen  
 World Conference on Mass Customization & Personalization (MCPC)

### **Aufsichtsratstätigkeiten**

Advisory Board Member: Sustainability Maker Project, Köln  
 Scientific Advisor: Combeenation - custom product sales machine, Oberösterreich

### **Forschungsschwerpunkte**

Interaktive Wertschöpfung (Open Innovation, Mass Customization & Geschäftsmodelle)  
 Circular Economy & Sustainability Marketing  
 Markenmanagement & Konsumentenverhalten

### **Bestehende Vorlesungen**

Grundlagen Organisation / Management	deutsch / englisch
Grundlagen operatives Marketing (Marketing-Mix)	deutsch
Relationship Marketing	deutsch / englisch
Strategisches Marketing	deutsch / englisch
Marketingkommunikation	deutsch
Sustainability Marketing	englisch
Konsumentenverhalten	deutsch
Markenführung und Branding	deutsch / englisch
Dienstleistungsmanagement	deutsch / englisch
Grundlagen Produktmanagement	deutsch
Vertiefung Produktmanagement / Mass Customization	deutsch / englisch
Grundlagen Innovationsmanagement	deutsch
Vertiefung Innovationsmanagement / Open Innovation	deutsch / englisch
Grundlagen Marktforschung & qualitative Methoden	deutsch
Quantitative Verfahren der MaFo 1 (uni-, bivariat) / SPSS	deutsch
Quantitative Verfahren der MaFo 2 (multivariat) / SPSS	deutsch

## **Ehemalige und bestehende Lehraufträge**

Acada University Helsinki

Business Circle, Wien

Ecole Nationale d'Ingenieurs de Tunis, Tunesien

FH Oberösterreich, Hagenberg

Duale Hochschule Baden-Württemberg (DHBW)

Hochschule Luzern (HSLU)

Hochschule St. Gallen (HSG)

Institut für Management (IFM), Salzburg

LIMAK – Austrian Business School, Linz

RWTH Aachen (WZL Forum)

Salzburger Fachakademie für Marketing (SAFM)

Salzburg Management Business School (SMBS), Brixen, Bozen & Salzburg

Technische Universität München (TUM) / UnternehmerTUM

Universität Nürnberg

Verwaltungsakademie München (VWA München)

Wirtschaftsuniversität Wien (WU Wien)

## **Mitgliedschaften**

Academy of Management (AOM)

American Marketing Association (AMA)

Business Alumni Club, TU München (BAC)

Business Creation Center Salzburg (BCCS)

Center for Leading Innovation and Cooperation (CLIC)

Design Research Salzburg (DE | RE | SA)

International Institute of Mass Customization and Personalization (IIMCP)

MIT, Open and User Innovation Society

MIT, Smart Customization Group / Living Labs

Peter-Pribilla-Stiftung

## **Patent**

Miterfinder beim international angemeldeten Patent 503640: Modulares Schuhsystem

## **Sprachen**

Deutsch: Muttersprache / Englisch: fließend / Italienisch: Grundkenntnisse / Großes Latein

## **Software**

SPSS, Amos, Microsoft Office, Photoshop, InDesign, 3D Max, Dreamweaver

## **Sonstiges**

Klassische Ausbildung für Posaune & Kontrabass, Jazz- & Rockausbildung für Schlagzeug

Mitglied DKMS (Deutsche Knochenmarkspenderdatei), Initiative Halleiner Stille-Nacht-Orgel

Schwerbehindert (80%) nach Unfall im Juni 2013

# **Veröffentlichungen**

### **Monographien:**

Walcher, D. (2007): Der Ideenwettbewerb als Methode der aktiven Kundenintegration, Theorie, empirische Analyse und Implikationen für den Innovationsprozess, Deutscher Universitätsverlag, Wiesbaden.

Walcher, D. (2006): Der Ideenwettbewerb als Methode der aktiven Kundenintegration, Dissertation am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre – Information, Organisation und Management der Technischen Universität München.

### **Autorenwerk**

Piller, F. / Walcher, D. (2016): How to run a successful Mass Customization Enterprise - Personal advice from champions in personalization, customization, and on-demand business, Lulu Press.

Rüll, H. / Schrems, A. / Walcher, D. (2016): Strategien für mittelständische Unternehmen – Innovation, Lulu Press.

Egger, R. / Gula, I. / Walcher, D. (2015): Open Tourism: Open Innovation, Crowdsourcing and Co-Creation Challenging the Tourism Industry, Springer.

Rüll, H. / Schrems, A. / Walcher, D. (2015): Strategien für mittelständische Unternehmen – Grundlagen, Lulu Press.

Walcher, D. / Piller, F. / Blažek, P. (2013): Profitieren von Mass Customization, Personalisierung und Open Innovation, Tagungsband zur 10. deutschsprachigen Tagung in Salzburg am 28./29.6.2012, Lulu Press.

Steinbusch, M. / Walcher, D. (2013): Open Architecture – wie Partizipationsgesellschaft und technologischer Wandel die Architektur der Zukunft verändern werden; Lulu Press.

Walcher, D. / Piller, F. (2012): The Customization 500 – An international benchmark study on Mass Customization and Personalization in Consumer E-Commerce, Lulu Press. Online Access: [www.mc-500.com](http://www.mc-500.com)

Reichwald, R / Meier, A. / Engelmann, M. / Walcher, D. (2007): Der Kunde als Innovationspartner - Konsumenten integrieren, Flop-Raten reduzieren, Angebote verbessern, Gabler, Wiesbaden. [Empfohlen von [www.managementbuch.de](http://www.managementbuch.de)]

Piller, F. / Walcher, D. (2007): Zukunftsstrategien für Mass Customization, Proceedings zur 8. deutschsprachigen Mass Customization Konferenz, Salzburg.

### **Herausgeberwerke**

Walcher, D./ Piller, F. (2016): Mass Customization, in: Stumpf, M. (Hrsg.): Die 10 wichtigsten Zukunftsthemen im Marketing, Haufe Verlag.

Walcher, D. (2010): Emotionalisierung durch Mass Customization, in: Rueger, B. / Hannich, F. (Hrsg.): Erfolgsfaktor Emotionalisierung, Schäffer, Pöschel, Stuttgart. (in Druck)

Walcher, D. (2009): Vom Ideenwettbewerb zum externen Vorschlagswesen – Internetbasierte Integration von Kunden in den Innovationsprozess bei adidas, in: Gelbrich, K. / Souren, R.

(Hrsg.): Kundenintegration und Kundenbindung, Wie Unternehmen von ihren Kunden profitieren, Gabler, Wiesbaden

Walcher, D. (2009): Eco-Intelligent Product Design, In: von Stamm, B./Trifilova, A. (Eds.): The Future of Innovation, Gower, Farnham, Surrey, UK.

Walcher, D. (2009): Der Ideenwettbewerb als Methode der Open Innovation – Entwicklung eines externen Vorschlagswesens zur Integration von Kunden in den Innovationsprozess, In: Zerfaß, A. / Möslein, K. (Hrsg.): Kommunikation als Erfolgsfaktor im Innovationsmanagement, Gabler, Wiesbaden

Siems, F./Walcher, D. (2009): Mass Customization of Services – The Life Event Cycle as Conceptual Approach, In: Mourlas C. & Germanakos P. (Eds.), Mass Customization for Personalized Communication Environments: Integrating Human Factors, IGI Global, PA, USA.

Siems, F. / Walcher, D. (2009): Modularity as base for efficient life event cycle management, In: Piller, F / Tseng, M. (Hrsg.): Handbook of Research in Mass Customization and Personalization, Part. 2, World Scientific Publishing Company, New York

Walcher, D. (2008): adidas – impossible is nothing: Mass Customization und Personalisierung als Basis der Innovation mit Dienstleistungen, In: Reichwald, R. / Möslein, K. / Kölling, M. / Neyer, A.-K. (Hrsg.): Service made in Germany – Ein Reiseführer, BMBF.

Walcher, D. (2008): Das Externe Vorschlagswesen - Entwicklung eines Kommunikationssystems zur Integration von Kunden in den Innovationsprozess, In: in Siems, F./Brandstätter, M./Gözlner, H. (Hrsg.): Anspruchsgruppenorientierte Kommunikation: Neue Ansätze zu Kunden-, Mitarbeiter- und Unternehmenskommunikation, Gabler, Wiesbaden.

Walcher, D. (2008): Community based Innovation bei adidas, In: Kaul, H / Steinmann, C. (Hrsg.): Community Marketing: Wie Unternehmen in sozialen Netzwerken Werte schaffen, Schäffer, Pöschel, Stuttgart.

Piller, F. / Walcher, D. (2007): Mass Customization in der Reisebranche, In: Egger, R. / Herdin T. (Hrsg.): Tourismus - Herausforderung – Zukunft, Lit Verlag, Wien.

Walcher, D. / Reichwald, R. (2007): MACS MyNews, In: Reichwald, R. / Krcmar, H. / Reindl, S. (Hrsg.): Mobile Dienste im Auto der Zukunft , Eul, Köln

Walcher, D. / Seifert, S. (2005): Wie Kunden online Produkte mitentwickeln, In: Stefan von den Driesch (Hrsg.): Navigating to Yes. Wie Sie im Internet überzeugen. mediaman edition, Mainz.

Reichwald, R. / Seifert, S. / Walcher, D. (2004): Kundenintegration in Innovationsprozesse In Dieter Spath (Hrsg.): Forschungs- und Technologiemanagement – Potenziale nutzen, Zukunft gestalten, Carl Hanser Verlag, München/Wien



## **Zeitschriften**

Walcher, D. (2008): Kundenintegration bei adidas – Ein Ansatz zur Steigerung der Innovationseffizienz, Zeitschrift für Führung und Organisation (zfo), 4/2008, Düsseldorf.

Walcher, D. (2008): Innovation bei adidas, Wirtschaftsmagazin, Stier Communications, Kreativitäts- und Innovationsmanagement bringt Wachstum, Nr. 7, Weiningen, Schweiz

Piller, F. / Walcher, D. (2006): Toolkits for Idea Competitions: A Novel Method to Integrate Users in New Product Development, Journal of R&D Management.

Walcher, D. / Dorsch, S. (2004): Innovation durch Kundenintegration. In: Marketing Journal, September 2004 (Heft 9), S. 23-28.

Walcher, D. (2003): Die Zukunft des medialen Kundenmanagements, in: Call Center Profi, April / Mai 2003 (Heft 02-03), S. 32-35.

## **Vorträge / Konferenzbeiträge**

Walcher, D. / Ihl, C. / Gugenberger, M. (2010): Introducing Sustainable New Products, accepted for American Marketing Association (AMA), Summer Conference, 13-16 August 2010, Boston.

Walcher, D. / Ihl, C. / Gugenberger, M. (2010): Trading off benefits and sacrifices in willingness to pay for sustainable products, Academy of Management (AOM), Annual Meeting, 6-10 August, Montreal.

Walcher, D. (2010): Global Mass Customization Benchmark Study; Open and User Innovation Society, 8<sup>th</sup> International Workshop, MIT, 08/10

Walcher, D. / Ihl, C. / Gugenberger, M. (2010): Information demand and willingness to pay for eco friendly shoes; accepted for European Marketing Academy (EMAC), 39<sup>th</sup> Conference, 1-4 June 2010, Copenhagen Business School.

Walcher, D. (2010): The Customization 500; Smart Customization Symposium, MIT, 05/10

Walcher, D. / Ihl, C. / Gugenberger, M. (2010): Willingness to pay for sustainable product innovations, accepted for European Academy of Management (EURAM), 10<sup>th</sup> Conference, 19-22 May 2010, Rome, Tor Vergata University.

Walcher, D. (2009): Marketing nachhaltiger gebrauchstauglicher Produkte; Vortrag auf dem World Usability Tag: Designing for a Sustainable World, 12. November, München

Walcher, D. (2009): Vom Ideenwettbewerb zum externen Vorschlagswesen – Internetbasierte Integration von Kunden in den Innovationsprozess bei adidas (gehalten von Prof. Frank Piller), Tagung Kundenintegration & Kundenbindung, TU Illmenau, 15.5.2009

Walcher, D. (2008): Mass Customization in the fashion industry, Beyond Green: A Fashion Odyssey, International Symposium, World Fashion Centre, Amsterdam, 12.11.2008

Walcher, D. / Grall, G (2008): Green Alma Mater – Umwelt und Nachhaltigkeit in Design und Produktmanagement, Vortrag auf der NUTEC, internationaler Fachkongress mit begleitender Fachmesse zum Thema Cradle-to-Cradle, 12.-14.11.2008

Walcher, D. (2008): Sustainability and Product Management, Vortrag auf dem internationalen Doktorandenseminar, Prof. Dr. Frank Piller, RWTH Aachen

Walcher, D. (2008): Customer integration into sustainable product development; Open and User Innovation Society, 6<sup>th</sup> International Workshop, Harvard Business School, 8/2008.

Walcher, D. (2008): Open Innovation – Interaktive Wertschöpfung und der Trend zur Individualisierung! Key Note beim internationale E-Commerce Kongress 2008, 19.-20. Juni 2008, Wiesbaden

Walcher, D. (2008): Konzeptualisierung eines externen Vorschlagswesens zur Integration von Kunden in den Innovationsprozess, 2. Forschungsforum der österreichischen Fachhochschulen, Wels.

Walcher, D. (2007): Das Externe Vorschlagswesen - Entwicklung eines Kommunikationssystems zur Integration von Kunden in den Innovationsprozess, VII. internationales und interdisziplinäres Symposium »Europäische Kulturen in der Wirtschaftskommunikation« (EUKO), Salzburg.

Walcher, D (2007): Customer Co-Design, 10. Internationales User Meeting (IUM), EOS, Fuschlsee.

Piller, F. / Walcher, D. (2007): Bridging Mass Customization and Open Innovation: Navigating Long Tail Markets by Service Innovation, Konferenz "Innovative Dienstleistungen auf dem Weg zur Weltspitze", BMBF, Adidas, Herzogenaurach.

Lackus, M. / Kolar, M. / Walcher, D. (2007): Communication or Mentality Gaps – Why do product development and design processes get unsuccessful?, 14th International Product Innovation Management Conference 2007, Porto, Portugal

Walcher, D. / Weixelbaumer, U. / Grall, G. (2007): Soft customization within the shoe industry - the case of the WEXLA shoe, in: Proceedings of "The World Conference on Mass Customization & Personalization (MCPC)", October 2007, Massachusetts Institute of Technology (MIT), Boston/USA.

Walcher, D. / Iljazovic, D. (2007): From traditional production to mass customization - developing a procedure model for small and medium sized furniture manufactures, in: Proceedings of "The World Conference on Mass Customization & Personalization (MCPC)", October 2007, Massachusetts Institute of Technology (MIT), Boston/USA.

Siems, F. / Walcher, D. (2007): The Life Event Cycle - A conceptual approach for service customization, in: Proceedings of "The World Conference on Mass Customization & Personalization (MCPC)", October 2007, Massachusetts Institute of Technology (MIT), Boston/USA.

D. Walcher (2007): Brand identification as Motive for Participating in Open Innovation Activities, Open and User Innovation Society, 5<sup>th</sup> International Workshop, - Copenhagen Business School.

Bartl, M. / Walcher, D. (2007): Online Signalling for Lead User Identification - A BMW Case, User and Open Innovation Workshop - Copenhagen Business School.

Binder, S. / Kolar, M. / Walcher, D. / Ebner, M. (2007): The Power of Design – Evaluation of Design Needs in an Interdisciplinary Student Project; Engineering and Product Design Conference (EPDE), Salzburg.

Piller, F. / Walcher, D. (2006): Wertschöpfung mit Open Innovation: Offene Entwicklungsprinzipien als Grundlage Ihres Geschäfts; Plattform für Innovationsmanagement Wien - 4. Forum: Open Innovation - Externe Partner im Innovationsprozess, Wien.

Piller, F. / Walcher, D. / Müller, M. (2006): User Idea Competitions as a Method for Lead User Identification, American Marketing Association (AMA) Conference 2006, Chicago (eingereicht).

Walcher, D. (2005): Idea Competition at Adidas - Motives and characteristics of innovative customers, Dokumentation des 1st International Symposium on Customer Integration and Creativity (SOCIC), 1. Dezember, München. URL [Stand 31.12.2005]: <http://www.proreichwald.de/contentseiten/winserv/SOCIC>

Piller, F. / Walcher, D. / Tasch, A. (2005): Open Innovation in the Sports Goods Industry, Proceedings of the 3rd World Congress on Mass Customization and Personalization 2005, 18.-21. September, HKUST, Hong Kong, China.

Walcher, D. (2005): Das mi adidas-und-ich-Projekt; Tagungsberichte zum 31. Münchener Marketing-Symposium: Marketing 2010! Impulse für das Marketing der Zukunft, Fördergesellschaft für Marketing e.V. (FGM), 8. Juli, München. URL: [www.marketing.bwl.uni-muenchen.de/praxis/vortraege.htm](http://www.marketing.bwl.uni-muenchen.de/praxis/vortraege.htm). [Stand 31.12.2005].

Walcher, D. (2005): Web-based idea competitions – an effective method to identify lead users? Open and User Innovation Society, 4<sup>th</sup> International Workshop, 27.-28. Juni, MIT, Boston, USA.

Piller, F. / Walcher, D. / Reichwald, R. (2005): Development and Evaluation of an Open Innovation Tool in the Sports Goods Industry, in Huff, A. / Reichwald, R. (Hrsg.): Proceedings of the 5th EURAM 2005 Conference (Track on Open Source and Open Innovation), 4.-7. Mai, TUM, München.

Walcher, D. (2004): Kundenintegration im Mass Customization Projekt mi adidas, Dokumentation zur Tagung Innovationserfolg durch Kundenintegration, 25. März, München.

Reichwald R. / Walcher D. (2004): Reducing uncertainty with an augmented-reality based configuration system for furniture, in: Proceedings of International Conference on Economic, Technical and Organisational aspects of Product Configuration Systems (PETO), 28.-29. Juni, Kopenhagen, Dänemark.

Piller, F. / Schaller, C. / Walcher, D. (2004):

Customers as Co-Designers: a Framework for Open Innovation, in: Proceedings of Congress of the International Federation of Scholarly Associations of Management (IFSAM), 5.-7. Juli, Göteborg, Schweden.

Reichwald, R. / Seifert, S. / Walcher, D. (2004): Customers as Part of Value Webs: Towards a Framework for Webbed Customer Innovation Tools, in: Proceedings of 2004 Hawaii International Conference on Computer Sciences (HICSS)", 15.-18. Januar, Hawaii, USA

Reichwald, R. / Walcher, D. (2003): Customer Integration into Innovation Processes: Implications from B-to-B and B-to-C Cases, in: Proceedings of 2nd World Congress on Mass Customization and Personalization (MCPC), 6.-8. Oktober, München.

Reichwald R. / Walcher D. / Sascha S. (2003): Web-based Toolkits for the Management of Customer Integrated Innovation, in: Proceedings of 10th International Conference on Human-Computer Interaction (HCI), 22.-27. Juni, Kreta, Griechenland.