

Publications [November 2020]

Dominik Walcher

Petruch, M. / Walcher, D. (2020): Junge Millennials und die forstbasierte Bioökonomie: Ergebnisse einer repräsentativen Studie zum Holzbau in Österreich; in Sammelband „Bioökonomie – zirkuläres Wirtschaften in der Unternehmenspraxis“, FOM-Edition, Springer Verlag. (accepted)

Petruch, M. / Walcher, D. (2020): Timber for Future? Attitudes towards Timber Construction by young Millennials - Marketing Implications from a representative Study; Journal of Cleaner Production. (under review).

Petruch, M. / Walcher, D. (2020): Innovation Contests as a Measure to generate new Impulses for the Forest-Based Sector – The Case of “Neue Holzwege” in Salzburg; in Proceedings of: T2P Conference, Scientific International Conference, Theory to Practice as a Cognitive, Educational and Social Challenge, September 17 & 18, 2020 - Mitrovica, Kosovo (ONLINE).

Walcher, D. / Petruch, W. (2020): Awareness of Open Innovation and Innovation Contests among Young Millennials in Austria - Results of a Representative Study in Q1/2020; DE|RE|SA – Design Research Salzburg, Center for Co-Creation, Salzburg University of Applied Sciences, Austria. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3619879> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3619879>

Weisshaupt, D. / Walcher, D. (2020): Ist Umweltschutz wirklich uncool? Beeinflusst die Markencoolness eines mit Nachhaltigkeit werbenden Unternehmens die Wahrnehmung von Umweltschutz? epubli-Verlag.

Schöberl, P. / Walcher, D. (2020): Culture of Exposure - Selbstdarstellung und Narzissmus auf Instagram; epubli-Verlag.

Tucho, K. / Walcher, D. (2020): Feminine Nachhaltigkeit - Auswirkungen eines Stereotyps auf das männliche Konsumverhalten; epubli-Verlag.

Rüll, H. / Schrems, A. / Walcher, D. (2020): Strategien für mittelständische Unternehmen – Changemanagement; Lulu Press.

Walcher, D. / Ihl, C. (2019): Determinants of willingness to pay when purchasing sustainable products: a study from the shoe industry; in: Tiwari, R. / Buse, S. (Hrsg.): Managing Innovation in a Global and Digital World: Meeting Societal Challenges and Enhancing Competitiveness, pp. 287-303; Springer Gabler.

Schwich, L. / Walcher, D. (2019): Circular User Innovation: Redesigning IKEA furniture with Apple Leather; Proceedings of: The 17th International Open and User Innovation Conference, Utrecht University, The Netherlands.

Rüll, H. / Schrems, A. / Walcher, D. (2019): Strategien für mittelständische Unternehmen – Komplexität; Lulu Press.

Piller, F. / Walcher, D. (2018): Leading Mass Customization and Personalization - 24 expert interviews: How to profit from service and product customization in e-commerce and beyond; Print, Think Consult Publishing.

Dietrich, M. / Fischer, M. / Walcher, D. (2018): Vegan Design; 2. Auflage, Lulu Press.

- Rüll, H. / Schrems, A. / Walcher, D. (2018): Strategien für mittelständische Unternehmen – Zeitwettbewerb; Lulu Press.
- Piller, F. / Walcher, D. (2017): Leading Mass Customization and Personalization - 24 expert interviews: How to profit from service and product customization in e-commerce and beyond; Kindle-Version, Think Consult Publishing.
- Walcher, D. / Leube, M. (2017): Kreislaufwirtschaft in Design und Produktmanagement. Co-Creation im Zentrum der zirkulären Wertschöpfung, Springer-Gabler.
- Rüll, H. / Schrems, A. / Walcher, D. (2017): Strategien für mittelständische Unternehmen – Agilität; Lulu Press.
- Dietrich, M. / Fischer, M. / Walcher, D. (2017): Vegan Design; Lulu Press.
- Walcher, D. / Leube, M. (2017): Kreislaufwirtschaft durch Co-Creation: Wandel von Kunden- und Anbieterrolle mit Neudefinition von Geschäftsmodellen; PraxisWissen Marketing (German Journal of Marketing), Arbeitsgemeinschaft für Marketing.
- Walcher, D. / Leube, M. (2017): Open and Closed Loops: An Appeal to Focusing on Open Innovation for Closed Business Cycles in Design Education Proceedings of PLATE Conference - Product Lifetimes and the Environment, TU Delft, The Netherlands 8-10 November 2017.
- Leube, M. / Walcher, D. (2017): Designing for the next (Circular) Economy. An appeal to renew the Curricula of Design Schools; The Design Journal; Proceedings of the 12th European Academy of Design Conference, Sapienza University of Rome, Volume 20, pp. 492-501.
- Rüll, H. / Schrems, A. / Walcher, D. (2016): Strategien für mittelständische Unternehmen – Innovation, Lulu Press.
- Egger, R. / Gula, I. / Walcher, D. (2016): Open Tourism: Open Innovation, Crowdsourcing and Co-Creation Challenging the Tourism Industry, Springer.
- Walcher, D./ Piller, F. (2016): Mass Customization, in: Stumpf, M. (Hrsg.): Die 10 wichtigsten Zukunftsthemen im Marketing, Haufe Verlag.
- Walcher, D. / Leube, M. / Blazek, P. (2016): Gender Differences in Online Mass Customization: An Empirical Consumer Study Which Considers Gift-Giving; International Journal of Industrial Engineering and Management 7(4): 153-158.
- Junker, F. / Walcher, D. / Blazek, P. (2016): Acceptance of Online Mass Customization by Generation Y; Proceedings of 7th the International Conference on Mass Customization and Personalization in Central Europe (MCP-CE 2016), Novi Sad.
- Junker, F. / Walcher, D. / Blazek, P. (2016): Acceptance of Online Mass Customization by Generation Y - an Empirical Study among European Consumers; Working Paper, DE|RE|SA – Design Research Salzburg, Center for Co-Creation, Salzburg University of Applied Sciences.
- Zotz, P. / Walcher, D. (2016): Decision Making in Design Context - Reflections on Nudge Concept and Gamification; Working Paper, DE|RE|SA – Design Research Salzburg, Center for Co-Creation, Salzburg University of Applied Sciences.
- Zotz, P. / Walcher, D. (2016): Service Design Development - Looking at Customer Values, Service Dominant Logic, Product Service Systems, System Thinking, Co-Creation, Psychological Ownership and the Extended Self; Working Paper, DE|RE|SA – Design Research Salzburg, Center for Co-Creation, Salzburg University of Applied Sciences.

Walcher, D. / Piller, F. (2016): Mass Customization und Social Commerce – Grundlagen, Kundennutzen und Konsumentenverhalten; Working Paper, DE|RE|SA – Design Research Salzburg, Center for Co-Creation, Salzburg University of Applied Sciences.

Walcher, D. / Miksovsky, C. (2016): B2C Online Product Configuration Systems - Creating Value by Mass Customization, a User Activity based Classification; Working Paper, DE|RE|SA – Design Research Salzburg, Center for Co-Creation, Salzburg University of Applied Sciences.

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

Egger, R. / Gula, I. / Walcher, D. (2016): Towards a Holistic Framework of Open Tourism; in: Egger, R. / Gula, I. / Walcher, D. (2016): Open Tourism: Open Innovation, Crowdsourcing and Co-Creation Challenging the Tourism Industry, Springer.

Egger, R. / Gula, I. / Walcher, D. (2016): The Contribution-Utilization-Matrix: Structuring Opening-Movements, such as Open Innovation, Crowdsourcing, Co-Creation and Share Economy - an "Open Tourism" Perspective; Working Paper.

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

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

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

Leube, M. / Walcher, D. (2015): Vice-Versa: The Underprivileged and Design. In: Proceedings of "Fair Design Conference", 24th - 25th September 2015, Academy of Fine Arts in Warsaw.

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.

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

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

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, 8th International Workshop, MIT, 08/10.

Walcher, D. / Ihl, C. / Gugenberger, M. (2010): Information demand and willingness to pay for eco friendly shoes; Proceedings: European Marketing Academy (EMAC), 39th 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; Proceedings: European Academy of Management (EURAM), 10th 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. (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): Mass Customization in the fashion industry, Beyond Green: A Fashion Odyssey, International Symposium, World Fashion Centre, Amsterdam, 12.11.2008
- 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: Siems, F./Brandstätter, M./Gölnzer, 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.
- Walcher, D. / Grall, G (2008): Green Alma Mater – Umwelt und Nachhaltigkeit in Design und Produktmanagement; Proceedings: 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): 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

Walcher, D. (2008): Customer integration into sustainable product development; Open and User Innovation Society, 6th 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.

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]

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

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

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

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.

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

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

Bartl, M. / Walcher, D. (2007): Online Signaling 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. (2006): Toolkits for Idea Competitions: A Novel Method to Integrate Users in New Product Development, Journal of R&D Management.

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

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

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.

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.

Walcher, D. (2005): Web-based idea competitions – an effective method to identify lead users? Open and User Innovation Society, 4th 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. / 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.

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 Organizational 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

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

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

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.

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