

Abstract

Drawing on empirical insights from the field of desktop 3D printing, this book elaborates the concept of innovation communities as a pattern of open and distributed innovation. As these communities spur a fruitful exchange of explorative, open source knowledge, they represent a novel mode of “doing innovation”, which considerably differs from established practices in market and business realms. Hence, the people that participate in these collective endeavors often develop entrepreneurial ambitions and start to exploit community-based innovations commercially. The book presents deep insights on the institutional idiosyncrasies of innovation communities, the associated dilemma of entrepreneurship and the strategies of 3D-printing startups to face the corresponding challenges.

Zusammenfassung

Ausgehend von empirischen Befunden aus dem Feld des 3D-Drucks sowie theoretischen Referenzen des soziologischen Neoinstitutionalismus, widmet sich das Buch den Besonderheiten von Gemeinschaften als Koordinationsform für innovatives Handeln. Innovationsgemeinschaften als informelle Akteurskonstellationen definiert, deren Mitglieder sich interessengetrieben und freiwillig an der gemeinsamen Erzeugung, Entwicklung und Anwendung neuen, potenziell innovativen Wissens beteiligen. Das Spannungsfeld zwischen dem offenen und freien Austausch von Wissen und dessen kommerzieller Verwertung bildet den Hauptfokus der Arbeit. Vor diesem Hintergrund stellen 3D-Druck-Startups, die aus dem Umfeld gemeinschaftsbasierter Innovationen ausgründen, den Untersuchungsgegenstand der Studie dar. Es geht um die Beantwortung der empirischen Frage, ob und wie es die Unternehmensgründer schaffen, die im Gemeinschaftskontext entstehenden Produkte kommerziell zu vermarkten, ohne mit den Werten und Normen der Community zu brechen.