

Inhalt

Vorwort	9
I. Grundlagen digitaler Plattformen	11
Plattformen nach dem Verständnis des Autors	13
Eigenschaften digitaler Plattformen	20
Konzept des Plattform-Ökosystems	24
Wertschöpfungsstruktur plattformbasierter Geschäftsmodelle	26
Plattformbasierte Geschäftsmodelle	28
Attraktivität plattformbasierter Geschäftsmodelle	30
Besonderheiten plattformbasierter Geschäftsmodelle	33
Effekte der Plattform-Ökonomie	41
Status-Quo digitaler Plattformen	52
Tipps zum Umgang mit dem Buch	56
II. Plattformen im Handel	59
Begriffsverständnis Plattformen im Handel	59
Funktionsweise von Handelsplattformen	61
Systematisierung von Handelsplattformen	62
Handelsplattformen in Deutschland	64
Beispiele für Handelsplattformen	68
Funktionsverteilung auf Handelsplattformen	71
Checklisten Handelsfunktionen für Partner	76
Sortimentsgestaltung	79

Komplementärer Markteintritt	82
Eigenmarken auf Handelsplattformen	85
Premiumservices als Abonnement (Prime und co.)	90
Zusatzservices auf Handelsplattformen	97
Ertragsmechanik von Handelsplattformen	99
Kostenstruktur für Partner auf Handelsplattformen	100
Statische Qualitätssicherung	113
Dynamische Qualitätssicherung	119
Synergien Plattform und Handel	130

III. Plattformen in der Industrie

Begriffsverständnis Plattformen in der Industrie	134
Systematisierung von Industriepattformen	136
Industriepattformen in Deutschland	145
Typische Plattformausrprägungen in der Industrie	147
Industriepattformen nach Funktionen	154
Geschäftsmodelle Transaktionsplattformen in der Industrie	175
Geschäftsmodelle Innovationsplattformen in der Industrie	178
Kombination der Plattform mit bestehendem Geschäftsmodell	184

IV. Vorgehensmodell zur Erweiterung bestehender

Geschäftsmodelle	188
Kombination von Plattform und Geschäftsmodell	188
Eigene Plattform vs. Mitwirkung an Plattform	190
Vorgehensmodell zur Geschäftsmodell-Erweiterung	193

Phase 1: Ist-Analyse	196
Phase 2: Zielkonzeption plattformbasiertes Geschäftsmodell (PBGFM)	201
Phase 3: Umsetzung	210
Abschnitte des Plattformlebenszyklus (Entwicklungsstufen)	217
Schrittweise Öffnung digitaler Plattformen	222
Beschreibung plattformbasierter Geschäftsmodelle	227
Die besondere Situation von KMU	231
Technische Realisierungsoptionen für Plattformen	239
Softwarelösungen für die Plattformrealisierung	244
Realisierung Innovations- vs. Transaktionsplattformen	249
Plattform-Management im Betrieb	251
Nicht erfolgreiche Plattformen	252
Schlusskommentar	255
Anhang: Vorgehensmodell Werkzeuge	256
Über den Autor	258