
Inhaltsverzeichnis

Teil I Allgemeine Grundlagen

1 Die Spielregeln in der Softwareindustrie	3
1.1 Software und Softwaremärkte: Ausgewählte Besonderheiten der Softwareindustrie im Überblick	3
1.2 Die Anfänge der Softwareindustrie	4
1.3 Typen von Softwareanbietern und Auswahlentscheidungen der Anwender	5
1.3.1 Softwareanbieter im engeren und weiteren Sinne	5
1.3.2 Die Auswahl von Software	10
1.4 Dienstleistungserlöse in der Softwareindustrie	16
Literatur	17
2 Ökonomische Prinzipien der Softwareindustrie	19
2.1 Eigenschaften digitaler Güter	19
2.2 Netzeffekte auf Softwaremärkten: The Winner Takes it All	20
2.2.1 Netzeffekte: Grundlagen und Definitionen	21
2.2.2 Auswirkungen von Netzeffekten auf Softwaremärkte	24
2.2.3 Struktur von Softwaremärkten	27
2.2.4 Netzeffekte als Wettbewerbsfaktor	29
2.2.5 Ein Anwendungsbeispiel: Zweiseitige Netzeffekte und Plattformstrategien in der digitalen Spieleindustrie	30
2.2.6 Grenzen der Netzeffekttheorie	34
2.3 Das Standardisierungsproblem	35
2.3.1 Ansatz und Hintergründe	35
2.3.2 Das zentrale Standardisierungsproblem als Optimierungsproblem	38
2.3.3 Das dezentrale Standardisierungsproblem – Eine spieltheoretische Darstellung	40
2.3.4 Das Standardisierungsproblem – Lessons learned	42
2.4 Transaktionskostentheorie: Auf der Suche nach den Grenzen eines Softwareunternehmens	44
2.4.1 Ansatzpunkt und Elemente der Transaktionskostentheorie	45

2.4.2	Arbeitsteilung zwischen Unternehmen aus Sicht der Transaktionskostentheorie	47
2.4.3	Strukturelle Veränderungen der Transaktionskosten: The Move to the Middle	48
2.4.4	Ausblick: Intermediäre und Transaktionskosten	50
2.5	Softwareentwicklung als Agency-Problem: Anreizkompatible Entlohnung und effiziente Kontrolle.	51
2.5.1	Principal-Agent-Beziehungen: Definitionen und Grundlagen	51
2.5.2	Anreizkompatible Vergütungsschemata	53
2.5.3	Kontrollsysteme	56
	Literatur	58
3	Strategien für Softwareanbieter	61
3.1	Kooperations- und Übernahmestrategien	61
3.1.1	Kooperationen in der Softwareindustrie	62
3.1.2	Mergers & Acquisitions in der Softwareindustrie.	72
3.2	Vertriebsstrategien.	85
3.2.1	Gestaltung des Vertriebssystems: Organisation und Vertriebswege in der Softwareindustrie	85
3.2.2	Gestaltung der Beziehungen zu Vertriebspartnern und Key Accounts	90
3.2.3	Kennzahlensysteme als Instrument für das Vertriebscontrolling in der Softwareindustrie	92
3.2.4	Gestaltung der Verkaufsaktivitäten	96
3.2.5	Erschließung internationaler Märkte.	102
3.3	Preisstrategien.	107
3.3.1	Grundüberlegungen.	107
3.3.2	Parameter der Preisgestaltung für Softwareprodukte	108
3.3.3	Ansätze zur Preissetzung für Individualsoftwareanbieter.	122
3.4	Entwicklungsstrategien.	125
3.4.1	Strukturierung der Softwareentwicklung	125
3.4.2	Personalführung in der Softwareentwicklung.	129
3.4.3	Add-on: Fachkräftemangel in der Software- und IT-Industrie	132
	Literatur	135
4	Geschäftsmodelle in der Softwareindustrie.	141
4.1	Die Wertschöpfungskette in der Softwareindustrie	142
4.1.1	Kernaktivitäten der Software-Wertschöpfungskette	142
4.1.2	Wertschöpfungsketten in der Softwareindustrie – 3 Fallstudien	144
4.2	Geschäftsmodelle in der Softwareindustrie – ein Framework	152
4.3	Software Business Model Tool	158
	Literatur	163

Teil II Spezielle Themen

5 Outsourcing und Offshoring der Softwareentwicklung	169
5.1 Überblick	169
5.2 Formen des Outsourcings und Offshorings	170
5.3 Motive für Outsourcing und Offshoring	174
5.4 Abhängigkeit in IT-Outsourcing-Beziehungen	178
5.4.1 Grundlagen der Analyse	178
5.4.2 Relevanz	181
5.4.3 Substituierbarkeit	182
5.4.4 Spillover	184
5.5 Standortwahl von Softwareanbietern	185
5.6 Outsourcing durch Softwareanwender	188
5.6.1 Outsourcing der Neuentwicklung von Individualsoftware	188
5.6.2 Outsourcing der Anpassung von Standardsoftware	191
5.6.3 Outsourcing der Weiterentwicklung und Wartung von Anwendungssoftware	194
5.6.4 Zufriedenheit der Anwender mit Onshore-, Nearshore- und Farshoreanbietern	198
5.7 Nearshoring versus Farshoring: Die Entfernung zum Kunden als Erfolgsfaktor?	199
5.7.1 Sprachliche und kulturelle Barrieren in Offshore-Projekten	199
5.7.2 Die Bedeutung persönlicher Treffen für den Projekterfolg	202
5.7.3 Herausforderungen und Chancen der Zeitverschiebung	203
Literatur	205
6 Plattformkonzepte	207
6.1 Überblick	207
6.2 Produktplattformen in der Softwareindustrie	207
6.2.1 Kostenstruktur plattformbasierter Softwareentwicklung	207
6.2.2 Add-on: Industrialisierung als Managementkonzept für die Softwareindustrie	210
6.3 Branchenplattformen in der Softwareindustrie	213
6.3.1 Offenheit einer Branchenplattform	213
6.3.2 Das Management der Komplementäre	216
Literatur	219
7 Cloud Computing	221
7.1 Überblick	221
7.2 Der Cloud-Markt	223
7.3 Die Sicherheit in der Cloud – Empirische Ergebnisse aus Anwender- und Anbieterperspektive	225

7.3.1	Anwendersicht.	226
7.3.2	Anbietersicht.	229
7.4	Software as a Service: die Anwendungsebene des Cloud Computing	231
7.4.1	SaaS aus Anwendersicht – Chancen und Risiken.	233
7.4.2	SaaS aus Anbietersicht – Chancen und Risiken	240
7.4.3	Empirische Untersuchung der Preisstrategien und Geschäftsmodelle für SaaS-Anbieter	247
7.4.4	Fallstudie zum Vergleich nutzungsabhängiger und nutzungsunabhängiger Preismodelle	252
	Literatur	254
8	Open Source Software	257
8.1	Überblick	257
8.2	Charakteristika von Open Source Software	258
8.3	Open-Source-Projekte: Prinzipien und Motivation der Softwareentwickler	262
8.3.1	Ablauf und Organisation von Open-Source-Projekten	262
8.3.2	Zur Motivation der Beitragenden	264
8.4	Open Source Software aus Sicht des Anwenders	266
8.5	Engagement kommerzieller Softwareanbieter	267
8.6	Quelloffene ERP-Systeme	269
	Literatur	277
	Weiterführende Literatur	279
	Sachverzeichnis	291

Die Softwareindustrie

Ökonomische Prinzipien, Strategien, Perspektiven

Buxmann, P.; Diefenbach; Hess, Th.

2015, XIV, 293 S. 134 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-662-45588-3