

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Einführung</b> . . . . .	1
Fabio Wortmann, Sina Kämmerling, Simon Hemmrich, Till Gradert und Kai Ellermann	
1.1 Digitale Plattformen auf dem Vormarsch. . . . .	3
1.2 Herausforderungen digitaler Plattformen im B2B-Bereich . . . . .	4
1.3 Innovationsprojekt Digital Business . . . . .	8
Literatur. . . . .	10
<b>2 Grundlagen</b> . . . . .	11
Simon Hemmrich, Fabio Wortmann, Hedda Lüttenberg, Till Gradert, Sina Kämmerling, Maurice Meyer und Michel Scholtysek	
2.1 Begriffe im Kontext digitaler Plattformen . . . . .	12
2.2 Digitale Plattformen. . . . .	13
2.2.1 Referenzmodell zur Analyse von Plattformökosystemen . . . . .	13
2.2.2 Charakteristika digitaler Intermediärsplattformen. . . . .	16
2.2.3 Plattformmechanismen zur Marktdurchdringung . . . . .	19
2.2.4 Die Unterschiede zwischen B2C und B2B . . . . .	20
2.2.5 Handlungsbedarf für den industriellen Mittelstand . . . . .	22
2.3 Typen digitaler Plattformen . . . . .	23
2.3.1 Merkmale und Ausprägungen zur Klassifizierung digitaler Plattformen. . . . .	24
2.3.2 Klassifizierung digitaler Plattformen und Clusteranalyse . . . . .	28
2.3.3 Differenzierung der Plattformtypen. . . . .	30
2.4 Smart Services . . . . .	32
2.4.1 Entwicklung zum Smart Service Anbieter. . . . .	33
2.4.2 Der Smart Service Stack . . . . .	34
2.4.3 Smart Service als Teil des Smart Service Systems . . . . .	36

2.4.4	Vom Smart Service zur digitalen Plattform . . . . .	39
2.4.5	Kompetenzen eines Smart Service Anbieters und Plattformbetreibers . . . . .	42
Literatur . . . . .		46
<b>3</b>	<b>Digitale Plattformen – Strategien und Methoden . . . . .</b>	<b>51</b>
Sina Kämmerling, Till Gradert, Fabio Wortmann, Simon Hemmrich, Hedda Lüttenberg, Maurice Meyer und Michel Scholtysik		
3.1	Die Strategielandkarte als zentrales Rahmenwerk . . . . .	52
3.2	Orientierung: Transparenz schaffen und Zukunftspotenziale identifizieren . . . . .	54
3.2.1	Plattform-Radar zur Klärung des Plattformbegriffs und der Plattformtypen . . . . .	55
3.2.2	„Plattform-O-Mat“ zur Ermittlung strategischer Optionen . . . . .	56
3.3	Strategieentwicklung: Ideen generieren und strategische Stoßrichtungen festlegen . . . . .	57
3.3.1	Methode zur Ideenentwicklung von Plattform-Geschäftsmodellen . . . . .	58
3.3.2	Methode zur Ideenentwicklung im Kontext von IoT-Plattformen . . . . .	62
3.4	Konzipierung: Plattformen und Smart Services konzipieren . . . . .	66
3.4.1	Smart Service Scoring Methode . . . . .	66
3.4.2	Modellierung von plattformbasierten Smart Service Systemen . . . . .	74
3.5	Geschäftsplanung: Geschäft planen und umsetzen . . . . .	77
3.5.1	IoT-Plattform Business Model Canvas . . . . .	78
3.5.2	Plattform Business Case Vorgehen . . . . .	83
Literatur . . . . .		90
<b>4</b>	<b>Umsetzungsbeispiele aus dem industriellen Mittelstand . . . . .</b>	<b>93</b>
Till Gradert, Mareen Vaßholz, Lars Binner, Nils Homburg und Udo Roth		
4.1	Pilotprojekt in der elektrischen Verbindungstechnik: Von der Plattformstrategie zur Umsetzung . . . . .	94
4.1.1	Ausgangssituation und Zielsetzung . . . . .	95
4.1.2	Ist-Analyse von WAGO im Kontext der Plattformökonomie (Orientierung) . . . . .	98
4.1.3	Szenario Entwicklung (Orientierung) . . . . .	101
4.1.4	Programmanalyse (Orientierung und Strategieentwicklung) . . . . .	103
4.1.5	Strategieentwicklung . . . . .	104
4.1.6	Operationalisierung der Strategie (Konzipierung und Geschäftsplanung) . . . . .	108
4.1.7	Erfahrungen und Ausblick . . . . .	111

4.2	Pilotprojekt in der Gefahrstoff-Lagerung: Vom intelligenten Gefahrstofflager zum Gefahrstoffmanagement 4.0 . . . . .	112
4.2.1	Ausgangssituation und Zielsetzung . . . . .	113
4.2.2	Ausrichtung auf die DENIOS Digital-Strategie (Orientierung). . . . .	113
4.2.3	Analyse von Plattformtypen (Orientierung) . . . . .	116
4.2.4	Handlungsoptionen für DENIOS' smarte IoT-Plattform (Strategieentwicklung) . . . . .	116
4.2.5	Konzipierung und Prototyping von Smart Services (Konzipierung) . . . . .	118
4.2.6	Modellierung des Geschäftsmodells von DENIOS Connect (Geschäftsplanung) . . . . .	124
4.2.7	Erfahrungen und Ausblick . . . . .	125
	Literatur. . . . .	127
<b>5</b>	<b>Resümee und Ausblick . . . . .</b>	<b>129</b>
	Arno Kühn	