

Inhaltsverzeichnis

Abstract	III
Inhaltsverzeichnis	IV
1 Problemstellung und Ziel der Arbeit	1
1.1 Problemstellung	1
1.1.1 Demografie, Gesellschaft und Technologie im Wandel.....	1
1.1.2 Herausforderungen im Ambient Assisted Living Markt.....	2
1.2 Ziel der Arbeit	3
1.2.1 Forschungsfragen.....	3
1.2.2 Forschungskonzeptioneller Rahmen der Arbeit	4
1.3 Struktur der Arbeit.....	6
2 Begriffsbestimmung Ambient Assisted Living	9
2.1 Begriffsursprung	9
2.2 Begriffsverständnis	9
2.3 Abgrenzung zu anderen Begriffen	13
2.3.1 Ambient Intelligence	14
2.3.2 Electronic Health.....	14
2.3.3 Smart Home.....	15
2.4 Marktsegmente	16
2.4.1 Gesundheit und Pflege	17
2.4.2 Haushalt, Komfort und Versorgung	19
2.4.3 Sicherheit und Privatsphäre.....	19
2.4.4 Kommunikation und soziales Umfeld.....	20
3 Begriffsbestimmung Geschäftsmodell	23
3.1 Begriffsursprung	23
3.2 Begriffsverständnis	25
3.3 Abgrenzung zu anderen Begriffen	29
3.3.1 Geschäftsidee	29
3.3.2 Geschäftsstrategie	30
3.3.3 Geschäftsplan	31
3.3.4 Geschäftskonzept und -system	31
3.3.5 Anwendung für Teilaspekte eines Geschäftsmodells	32
3.4 Klassifikation der Geschäftsmodellforschung	32

4 Treiber der Marktentwicklung	35
4.1 Einleitung	35
4.2 Demografischer und gesellschaftlicher Wandel	35
4.2.1 Bevölkerungsalterung in Deutschland	35
4.2.2 Gesundheit und Wohnen im Alter	38
4.2.3 Singularisierung im Alter und informelles Pflegepotenzial.....	43
4.2.4 Formelles Pflegepotenzial	46
4.2.5 Infrastruktur in ländlichen Gebieten	47
4.3 Technologische Entwicklung	50
4.3.1 Ubiquitous Computing	50
4.3.2 Mikrosystemtechnik	50
4.3.3 Informations- und Kommunikationstechnologien.....	51
4.3.4 Energietechnik	51
4.3.5 Mobiles kontextsensitives Computing.....	52
4.3.6 Ambient Intelligence	53
4.3.7 Servicerobotik	54
5 Barrieren der Marktentwicklung.....	55
5.1 Einleitung	55
5.2 Politisch-Rechtliche Barrieren.....	58
5.2.1 Rechtliche Lage	58
5.2.2 Politische Lage	61
5.3 Technische Barrieren.....	64
5.3.1 Datensicherheit.....	64
5.3.2 Interoperabilität	66
5.3.3 Architektur.....	70
5.4 Strategische Barrieren	72
5.4.1 Marktfragmentierung.....	72
5.4.2 Nutzerorientierung	74
5.4.3 Marktbearbeitung.....	76
5.5 Kommunikative Barrieren	79
5.5.1 Wahrnehmung	79
5.5.2 Nutzerskepsis	81
5.6 Operationelle Barrieren.....	85
5.6.1 Wartung und Installation	85
5.6.2 Kosten.....	87

6 Gesch鋐tsmodellansatz	89
6.1 Einleitung	89
6.2 Sektor Organisation	92
6.2.1 Teilsektor Strategie	92
6.2.2 Teilsektor Ressourcen	99
6.2.3 Teilsektor Kooperation	107
6.3 Sektor Markt	121
6.3.1 Teilsektor Kunden	121
6.3.2 Teilsektor Wettbewerb	134
6.3.3 Teilsektor Leistungsangebot	139
6.4 Sektor Wertschöpfung	143
6.4.1 Teilsektor Leistungserstellung	143
6.4.2 Teilsektor Beschaffung	158
6.5 Sektor Kapital	165
6.5.1 Teilsektor Erlöse	165
6.5.2 Teilsektor Finanzen	175
6.6 Visualisierung der Assoziationen	186
7 Schlussbetrachtungen.....	191
Abkürzungsverzeichnis.....	197
Abbildungsverzeichnis	199
Literaturverzeichnis	205
Danksagung	225