

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	12
1.4 Geschäftsmodelle in der Softwareindustrie	17
1.5 Dienstleistungserlöse in der Softwareindustrie	20
2 Ökonomische Prinzipien der Softwareindustrie	23
2.1 Eigenschaften digitaler Güter	23
2.2 Netzeffekte auf Softwaremärkten: The Winner takes it all	24
2.2.1 Netzeffekte: Grundlagen und Definitionen	25
2.2.2 Auswirkungen von Netzeffekten auf Softwaremärkte	27
2.2.3 Struktur von Softwaremärkten	31
2.2.4 Netzeffekte als Wettbewerbsfaktor	33
2.2.5 Ein Anwendungsbeispiel: Zweiseitige Netzeffekte und Plattformstrategien in der digitalen Spieleindustrie	34
2.2.6 Grenzen der Netzeffekttheorie	38
2.3 Das Standardisierungsproblem	40
2.3.1 Ansatz und Hintergründe	40
2.3.2 Das zentrale Standardisierungsproblem als Optimierungsproblem	43
2.3.3 Das dezentrale Standardisierungsproblem – Eine spieltheoretische Darstellung	45
2.3.4 Das Standardisierungsproblem – Lessons learned	48

2.4	Transaktionskostentheorie: Auf der Suche nach den Grenzen eines Softwareunternehmens	49
2.4.1	Ansatzpunkt und Elemente der Transaktionskostentheorie	50
2.4.2	Arbeitsteilung zwischen Unternehmen aus Sicht der Transaktionskostentheorie	52
2.4.3	Strukturelle Veränderungen der Transaktionskosten: The Move to the Middle	54
2.4.4	Ausblick: Intermediäre und Transaktionskosten	56
2.5	Softwareentwicklung als Agency-Problem: Anreizkompatible Entlohnung und effiziente Kontrolle	57
2.5.1	Principal-Agent-Beziehungen: Definitionen und Grundlagen	57
2.5.2	Anreizkompatible Vergütungsschemata	59
2.5.3	Kontrollsysteme	62
3	Strategien für Softwareanbieter	65
3.1	Kooperations- und Übernahmestrategien	65
3.1.1	Kooperationen in der Softwareindustrie	65
3.1.2	Mergers & Acquisitions in der Softwareindustrie	78
3.2	Vertriebsstrategien	87
3.2.1	Gestaltung des Vertriebssystems: Organisation und Vertriebswege in der Softwareindustrie	87
3.2.2	Gestaltung der Beziehungen zu Vertriebspartnern und Key Accounts	92
3.2.3	Kennzahlensysteme als Instrument für das Vertriebscontrolling in der Softwareindustrie	94
3.2.4	Gestaltung der Verkaufsaktivitäten	98
3.3	Preisstrategien	105
3.3.1	Grundüberlegungen	105
3.3.2	Parameter der Preisgestaltung für Softwareprodukte	106
3.3.3	Preisstrategien von Softwareanbietern – empirische Ergebnisse	122
3.3.4	Ansätze zur Preissetzung für Individualsoftwareanbieter	126
3.4	Entwicklungsstrategien	128
3.4.1	Strukturierung der Softwareentwicklung	128
3.4.2	Softwareunterstützung für die Softwareentwicklung	133
3.4.3	Personalführung in der Softwareentwicklung	136

Teil II. Spezielle Themen

4 Outsourcing und Offshoring der Softwareentwicklung	141
4.1 Überblick	141
4.2 Formen des Outsourcings und Offshorings	142
4.3 Motive für Outsourcing und Offshoring	145
4.3.1 Kosteneinsparungen	146
4.3.2 Erhöhung der Flexibilität	147
4.3.3 Konzentration auf Kernkompetenzen	147
4.3.4 Know-how-Zukauf	148
4.3.5 Ausnutzung des „Follow-the-Sun“-Prinzips	148
4.4 Standortwahl von Softwareanbietern	149
4.5 Outsourcing durch Softwareanwender	152
4.5.1 Outsourcing der Neuentwicklung von Individualsoftware	152
4.5.2 Outsourcing der Anpassung von Standardsoftware	155
4.5.3 Outsourcing der Weiterentwicklung und Wartung von Anwendungssoftware	158
4.5.4 Zufriedenheit der Anwender mit Onshore-, Nearshore- und Farshoreanbietern	162
4.6 Nearshoring versus Farshoring: Die Entfernung zum Kunden als Erfolgsfaktor?	164
4.6.1 Sprachliche und kulturelle Barrieren in Offshore-Projekten	164
4.6.2 Die Bedeutung persönlicher Treffen für den Projekterfolg	166
4.6.3 Herausforderungen und Chancen der Zeitverschiebung	168
4.7 Outsourcing durch Softwareanbieter	170
4.7.1 Status quo der Spezialisierung und Arbeitsteilung: Einsichten aus drei Fällen	170
4.7.2 Zur zukünftigen Arbeitsteilung in der Softwareindustrie	179
5 Plattformkonzepte	189
5.1 Überblick	189
5.2 Produktplattformen in der Softwareindustrie	190
5.2.1 Kostenstruktur plattformbasierter Softwareentwicklung	190
5.2.2 Organisatorische Unterstützung der Etablierung von Produktplattformen	193
5.2.3 Add-on: Industrialisierung als Managementkonzept für die Softwareindustrie	195

5.3	Branchenplattformen in der Softwareindustrie	197
5.3.1	Offenheit einer Branchenplattform	197
5.3.2	Das Management der Komplementäre	201
6	Software as a Service: die Anwendungsebene des Cloud Computing	205
6.1	Überblick	205
6.2	Einsatzgebiete und Beispiele	206
6.3	SaaS aus Anwendersicht – Chancen und Risiken	209
6.3.1	Grundüberlegungen	209
6.3.2	Empirische Untersuchung zu Chancen und Risiken der SaaS-Anwender	213
6.4	SaaS aus Anbietersicht – Preisstrategien und Geschäftsmodelle	217
6.4.1	Grundüberlegungen	217
6.4.2	Empirische Untersuchung der Preisstrategien und Geschäftsmodelle für SaaS-Anbieter	218
6.4.3	Fallstudie zum Vergleich nutzungsabhängiger und nutzungsunabhängiger Preismodelle	222
7	Open Source Software	227
7.1	Überblick	227
7.2	Charakteristika von Open Source Software	227
7.3	Open-Source-Projekte: Prinzipien und Motivation der Softwareentwickler	232
7.3.1	Ablauf und Organisation von Open-Source-Projekten	233
7.3.2	Zur Motivation der Beitragenden	234
7.4	Open Source Software aus Sicht des Anwenders	236
7.5	Engagement kommerzieller Softwareanbieter	237
7.6	Quelloffene ERP-Systeme	239
	Literaturverzeichnis	249
	Sachverzeichnis	261