

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XIV
Tabellenverzeichnis.....	XVII
Abkürzungen	XVIII
1. Zusammenfassung	1
2. Erkenntnisgegenstand und Erkenntnisprozess.....	5
2.1. Reale Problemstellung	8
2.2. Forschungslücke und abstrakte Problemstellung	14
2.3. Zielsetzung	19
2.4. Heuristischer Bezugsrahmen.....	21
2.5. Gang der Arbeit.....	22
3. Stand der Forschung	24
3.1. Großhandel.....	24
3.2. Internet of Things.....	26
3.2.1. Digitales Abbild	28
3.2.2. IoT Referenzarchitektur	29
3.3. IoT Ökosystem	33
3.3.1. Ökosysteme in der Wirtschaftsinformatik	35
3.3.2. Ökosystemtypen in der Wirtschaftsinformatik	36
3.3.3. Struktur eines Ökosystems.....	39
3.3.4. Rollen eines Ökosystems	40
3.4. Wertschöpfung im Kontext des IoT.....	42
3.4.1. Wertschöpfungskette.....	43
3.4.2. Geschäftsmodell.....	46
3.4.3. IoT befähigte Geschäftsmodelle	49
3.5. Business Capabilities	51
3.5.1. Definition und Verortung.....	52
3.5.2. Operationalisierung.....	54

3.6.	e3-Value Modelling	58
4.	Forschungsdesign	61
4.1.	Artefakt der Arbeit	62
4.2.	Forschungsmethoden	64
4.3.	Qualitative Inhaltsanalyse	67
5.	Erkenntnisprozess	69
5.1.	Case Study	69
5.1.1.	Case Study – Industrial Service	71
5.1.1.1.	Teilnehmer	73
5.1.1.2.	Methodische Fundierung	75
5.1.1.3.	Struktur der Case Study	80
5.1.1.3.1.	Businessschicht – Ansätze aus der Literatur	81
5.1.1.3.2.	Businessschicht – Case Study Industrial Service	88
5.1.1.3.3.	Funktionsschicht – Ansätze aus der Literatur	96
5.1.1.3.4.	Funktionsschicht – Case Study Industrial Service	99
5.1.2.	Weitere Case Studies	114
5.1.3.	Erstellung Teilartefakt – Schritte des methodischen Vorgehens	118
5.2.	Expertenbefragung im Großhandel	129
5.2.1.	Teilnehmer	130
5.2.2.	Methodische Fundierung	132
5.2.3.	Design der Expertenbefragung	133
5.2.4.	Ergebnisse der Expertenbefragung	138
5.2.5.	Erstellung Teilartefakt – Klassifizierter Business Capability Katalog	148
5.3.	Diskussion der Ergebnisse des Erkenntnisprozesses	152
6.	Gestaltung der Erscheinungsform und des Artefakts	161
6.1.	Schritte des methodischen Vorgehens – Angepasst auf den Großhandel	162
6.2.	Erscheinungsform des Artefakts – Toolbox Großhandel	167
6.2.1.	Elemente der Toolbox	167
6.2.2.	Beispielhafte Anwendung der Toolbox	170

7.	Evaluation des Artefakts.....	176
7.1.	Methodische Fundierung.....	177
7.2.	Rahmenbedingungen und Teilnehmer	178
7.3.	Ablauf der Evaluationsworkshops	180
7.4.	Evaluationsergebnisse.....	182
7.5.	Diskussion der Evaluationsergebnisse	192
7.5.1.	Vollständigkeit – Katalog Business Capabilities.....	192
7.5.2.	Benutzerfreundlichkeit – Katalog Business Capabilities.....	193
7.5.3.	Benutzerfreundlichkeit des methodischen Vorgehens.....	195
7.5.4.	Vollständigkeit – Schritte des methodischen Vorgehens.....	196
7.5.5.	Funktionsfähigkeit – Katalog Business Capabilities und Schritte des methodischen Vorgehens	203
8.	Diffusion	207
8.1.	Diffusion in der Wissenschaft.....	207
8.2.	Diffusion in der Praxis	210
9.	Limitationen und Gütekriterien	211
10.	Ausblick und weiterer Forschungsbedarf.....	215
	Literaturverzeichnis.....	XX
	Anhang	XL
	Fotoprotokoll – Case Study Industrial Service.....	XL
	Anwendung des methodischen Vorgehens in weiteren Case Studies	XLIV
	Expertenbefragung im Großhandel	XLVI