

Inhaltsverzeichnis

1	Die Spielregeln in der Softwareindustrie.....	1
1.1	Software und Softwaremärkte: Ausgewählte Besonderheiten der Softwareindustrie im Überblick.....	1
1.2	Die Anfänge der Softwareindustrie.....	2
1.3	Softwareanbieter im engeren und weiteren Sinne.....	3
1.4	Erlösquellen für Softwareanbieter.....	11
1.4.1	Lizenzmodelle und -erlöse.....	11
1.4.2	Dienstleistungserlöse in der Softwareindustrie.....	14
2	Ökonomische Prinzipien der Softwareindustrie.....	18
2.1	Eigenschaften digitaler Güter.....	18
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.....	28
2.2.4	Netzeffekte als Wettbewerbsfaktor.....	31
2.2.5	Ein Anwendungsbeispiel: Zweiseitige Netzeffekte und Plattformstrategien in der digitalen Spieleindustrie.....	33
2.2.6	Grenzen der Netzeffekttheorie.....	37
2.3	Das Standardisierungsproblem.....	39
2.3.1	Ansatz und Hintergründe.....	39
2.3.2	Das zentrale Standardisierungsproblem als Optimierungsproblem.....	43
2.3.3	Das dezentrale Standardisierungsproblem – Eine spieltheoretische Darstellung.....	46
2.3.4	Das Standardisierungsproblem – Lessons learned.....	49
2.4	Transaktionskostentheorie: Auf der Suche nach den Grenzen eines Softwareunternehmens.....	51
2.4.1	Ansatzpunkt und Elemente der Transaktionskostentheorie.....	51
2.4.2	Arbeitsteilung zwischen Unternehmen aus Sicht der Transaktionskostentheorie.....	54

2.4.3	Strukturelle Veränderungen der Transaktionskosten: The Move to the Middle	57
2.4.4	Ausblick: Intermediäre und Transaktionskosten.....	58
2.5	Softwareentwicklung als Agency-Problem: Anreiz- kompatible Entlohnung und effiziente Kontrolle.....	59
2.5.1	Principal-Agent-Beziehungen.....	60
2.5.2	Anreizkompatible Vergütungsschemata	62
2.5.3	Kontrollsysteme	67
3	Strategien für Softwareanbieter.....	69
3.1	Kooperations- und Übernahmestrategien.....	69
3.1.1	Kooperationen in der Softwareindustrie	70
3.1.2	Mergers & Acquisitions in der Softwareindustrie	80
3.2	Vertriebsstrategien	88
3.2.1	Gestaltung des Vertriebssystems: Organisation und Vertriebswege in der Softwareindustrie.....	89
3.2.2	Gestaltung der Beziehungen zu Vertriebspartnern und Key Accounts.....	95
3.2.3	Kennzahlensysteme als Instrument für das Vertriebscontrolling in der Softwareindustrie	97
3.2.4	Gestaltung der Verkaufsaktivitäten.....	103
3.3	Preisstrategien	110
3.3.1	Grundüberlegungen	110
3.3.2	Preisdifferenzierungsstrategien.....	112
3.3.3	Aggregationsstrategien	116
3.3.4	Dynamische Preisstrategien	122
3.3.5	Lizenzierungsmodelle und Preisstrategien	125
3.3.6	Ansätze zur Preissetzung für Individualsoftware- anbieter	127
3.4	Industrialisierungsstrategien	130
3.4.1	Industrialisierung als Managementkonzept	131
3.4.2	Erfolg versprechende Ansatzpunkte	134
3.4.3	Serviceorientierte Architekturen: Grundlagen und Aus- wirkungen auf die Industrialisierung in der Software- branche.....	142
4	Globalisierung der Softwareentwicklung: Offshoring und Open-Source-Projekte.....	156
4.1	Outsourcing und Offshoring der Softwareentwicklung	157
4.1.1	Formen des Outsourcings und Offshorings	158
4.1.2	Der Markt für Outsourcing und Offshoring.....	162
4.1.3	Motive für Outsourcing und Offshoring	165

4.1.4	Standortwahl von Softwareanbietern	170
4.1.5	Nearshoring versus Farshoring: Die Entfernung zum Kunden als Erfolgsfaktor?	173
4.2	Open Source Software und die Softwareindustrie	182
4.2.1	Charakteristika von Open Source Software	182
4.2.2	Open-Source-Projekte: Prinzipien und Motivation der Softwareentwickler	189
4.2.3	Open Source Software aus Sicht des Anwenders	193
4.2.4	Strategien kommerzieller Softwareanbieter	195
4.2.5	Open Source Software für ERP – Erste Überlegungen....	198
Literaturverzeichnis		201
Sachregister		213