

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	1
1.1	Motivation und Zielsetzung	2
1.2	Praxisrelevanz	4
1.3	Aufbau	7
2	Grundlegende Begriffe und Konzepte	11
2.1	Forschungsstand	11
2.2	Technologien	13
2.2.1	eXtensible Markup Language (XML)	13
2.2.2	Simple Object Access Protocol (SOAP)	15
2.2.3	Web Service Description Language (WSDL)	16
2.2.4	Mehrschichtenarchitekturen	17
2.3	Geschäftsmodelle	19
2.3.1	Application Service Provider (ASP)	19
2.3.2	Webdienste	22
2.4	Märkte	23
2.4.1	Marktzyklen und Status Quo	23
2.4.2	Marktvolumen und Erwartungen	25
2.4.3	Zielmärkte	27
2.5	Das ASP-Modell im Vergleich zur klassischen Softwarenutzung	28
2.5.1	Kundennutzen	29
2.5.2	Bedenken und Barrieren	32
3	Die Angebotsseite	37
3.1	Die Wertschöpfungskette	37
3.1.1	Primäre Aktivitäten	40
3.1.2	Sekundäre Aktivitäten	49
3.2	Das digitale Gut	60
3.2.1	Definition und Abgrenzung	61
3.2.2	Eigenschaften und Besonderheiten digitaler Güter	64
3.2.3	Produkt- und Preispolitiken für digitale Güter	68
3.3	Webbasierte Dienste: Grundlagen virtueller Organisationen?	74
3.3.1	Was ist eine virtuelle Organisation?	75
3.3.2	Abgrenzung zu weiteren Koordinationsformen	77
3.3.3	ASP als eine virtuelle Organisation	79
3.4	Eine empirische Studie zur Angebotsseite	81
3.4.1	Methodik	82

3.4.2	Ergebnisse und Diskussion.....	83
3.4.3	Grundgesamtheit und Stichprobe	84
3.4.4	Deskriptive Datenanalyse.....	86
3.4.5	Explorative Datenanalyse.....	109
3.5	Fallstudie: TeamToolz, Inc.....	113
3.5.1	Die Firma TeamToolz	113
3.5.2	Die Dienstleistung	113
3.5.3	Kosten-/Nutzen-Analyse	116
3.5.4	Systemarchitektur und Implementierung.....	120
3.5.5	Marktposition	121
3.6	Zusammenfassung und Empfehlungen für Dienstanbieter.....	121
4	Die Nachfrageseite.....	125
4.1	Auslagerung der Informationstechnologie	125
4.1.1	Formen des IT-Outsourcing.....	129
4.1.2	Einordnung der xSP-Taxonomie	133
4.2	Kosten- und Nutzenmessung.....	135
4.2.1	Kosten und Nutzen des ASP-Modells	136
4.2.2	Kosten- und Nutzenbilanz	141
4.2.3	Transaktionsphasen der Auslagerung.....	142
4.2.4	Make-or-Buy-Analyse	147
4.2.5	Total-Cost-of-Ownership-Analyse	149
4.3	Eine empirische Studie zur Nachfrageseite	158
4.3.1	Methodik	158
4.3.2	Ergebnisse und Diskussion.....	159
4.3.3	Deskriptive Datenanalyse.....	160
4.3.4	Explorative Datenanalyse.....	173
4.4	Zusammenfassung und Empfehlungen für Dienstinhaber.....	175
5	Märkte.....	179
5.1	Transaktionskostentheorie.....	179
5.1.1	Grundlagen der Institutionenökonomie	182
5.1.2	Organizational Failure Framework.....	183
5.2	Informationsökonomie	187
5.2.1	Informationsasymmetrien und „Lemon Markets“	188
5.2.2	Qualitätsbewertung.....	190
5.2.3	Strategien zur Reduzierung der Informationsasymmetrien	191
5.3	Anforderungen an einen Marktplatz für webbasierte Dienste	195
5.3.1	Formale Relevanz eines Marktplatzes.....	195
5.3.2	Relevante Technologien.....	199
5.3.3	Einflussfaktor Nachfrage.....	200
5.4	Eine empirische Studie zur Wirkung von Informationssubstituten	204
5.4.1	Methodik	205
5.4.2	Ergebnisse und Diskussion.....	209
5.4.3	Informationssubstitute im ASP-Modell.....	216

5.5	Fallbeispiele.....	217
5.5.1	Universal Description, Discovery and Integration (UDDI).....	217
5.5.2	Asperado.....	222
6	Zusammenfassung und Ausblick	227
	Literaturverzeichnis	231
	Sachverzeichnis.....	251
	Autoren.....	257