Geschäftsmodelle digitaler Plattformen

Eine umfassende Untersuchung der Ertragsmodelle führender digitaler Plattformen

Diplomand

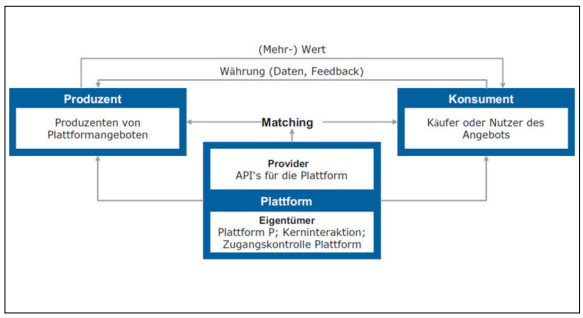
Janik Lehmann

Ausgangslage: Die rasante Entwicklung digitaler Technologien hat die Geschäftslandschaft verändert und digitale Plattformen zu zentralen Akteuren gemacht. Diese Plattformen agieren als Vermittler zwischen Nutzergruppen und haben neue Geschäftsmodelle geschaffen. Mit der steigenden Bedeutung digitaler Plattformen wächst das Interesse an der Analyse ihrer Ertragsmodelle. Unternehmen müssen diese komplexen Einnahmequellen, die von Abonnements und Werbung bis hin zu Transaktionsgebühren und Partnerschaften reichen, verstehen und managen. Diese Arbeit untersucht, wie der Morphologische Kasten als methodisches Werkzeug zur Analyse und Entwicklung von Ertragsmodellen digitaler Plattformen genutzt werden kann.

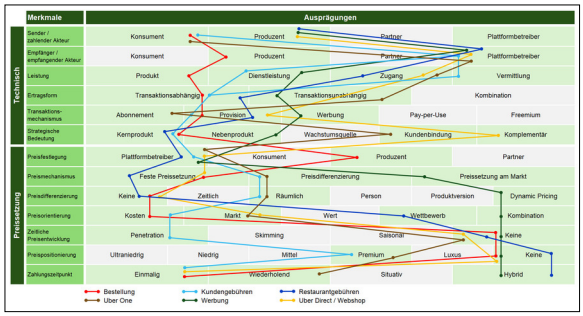
Vorgehen: Zur Beantwortung der Fragestellung, wie erfolgreiche digitale Plattformen ihre Geschäfts- und Ertragsmodelle gestalten, wurde eine systematische Analyse von zehn führenden digitalen Plattformen durchgeführt. Diese Plattformen wurden aufgrund ihrer Bedeutung und Innovationskraft ausgewählt und detailliert untersucht, um ihre Ertragsströme zu verstehen. Die Methodik beinhaltete eine umfassende Recherche und die Anwendung des Morphologischen Kastens zur Strukturierung und Bewertung der Ertragsmodelle, unterstützt von Ertragsarchitekturen, welche die Ertragsmodelle visualisieren. Zudem wurden Mechanismen analysiert, die Plattformen zur Nutzerbindung und -gewinnung einsetzen.

Ergebnis: Die Analyse zeigte, dass erfolgreiche digitale Plattformen durch innovative Geschäftsmodelle und vielfältige Ertragsströme gekennzeichnet sind. Die Nutzung von Netzwerkeffekten und skalierbaren Modellen ist entscheidend für ihren Erfolg. Die Untersuchung identifizierte Strategien und Mechanismen zur Maximierung der Einnahmen und Stärkung der Marktposition. Der Morphologische Kasten erwies sich als wertvolles Werkzeug zur Analyse und Gestaltung von Ertragsmodellen. Die Ergebnisse bieten Einblicke und praxisrelevante Empfehlungen für Unternehmen zur strategischen Planung im digitalen Zeitalter.

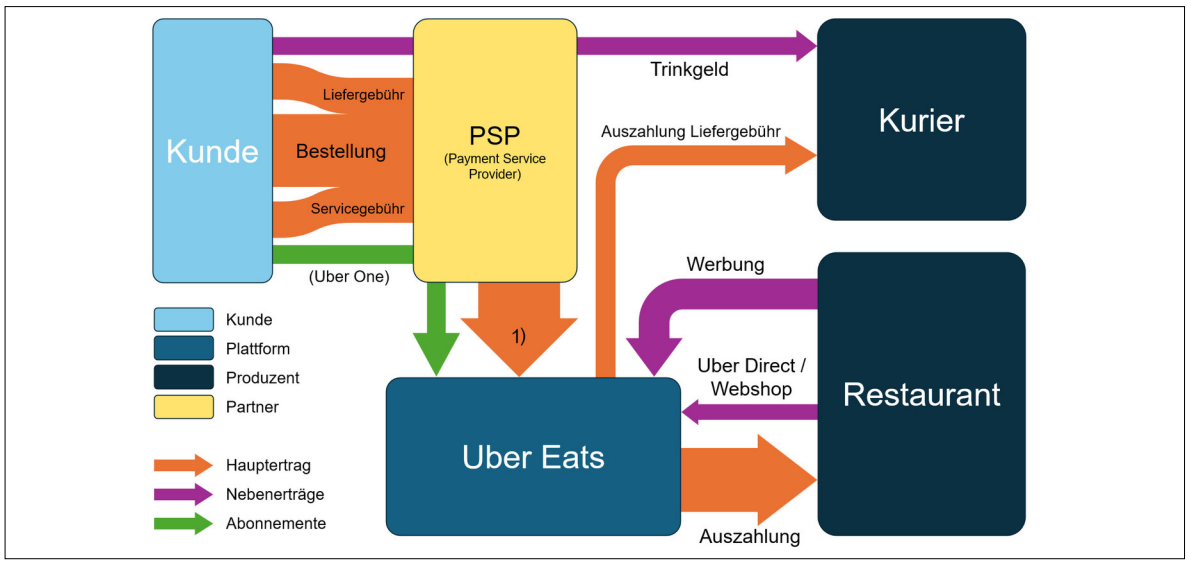
Struktur von digitalen Plattformen
Jaekel, 2017



Morphologischer Kasten Uber Eats
Eigene Darstellung



Ertragsarchitektur Uber Eats
Eigene Darstellung



Referent
Samuel Böhni

Korreferent
Dr. Uwe Riss

Themengebiet
Geschäftsmodell, Marketing und Vertrieb