

Rollen in digitalen Geschäftsökosystemen

Beispiel Automotive Ökosystem



Ökosysteme und digitale Innovationen

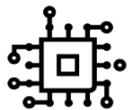
Warum ist es relevant, Rollen im digitalen Ökosystem zu betrachten?



Industrielle Grenzen verschwimmen zunehmend durch das Aufkommen digitaler Innovationen
→ Es wird wichtiger, eine Ökosystem-Perspektive einzunehmen



Digitale Innovationen betreffen zunehmend auch industrielle Ökosysteme
→ Rollen im Ökosystem zu verstehen, ist eine große Herausforderung für industrielle Unternehmen



Rollentypologie für die Zeit, bevor digitale Innovationen allgegenwärtig wurden, existiert bereits
→ Eine Rollentypologie für traditionelle, digitalisierte Ökosysteme ist allerdings bisher nicht entwickelt worden

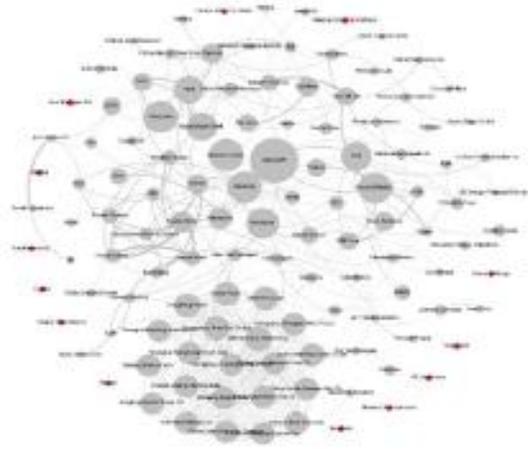
Zwischen welchen Rollen im industriell-geprägten Ökosystem kann unterschieden werden?



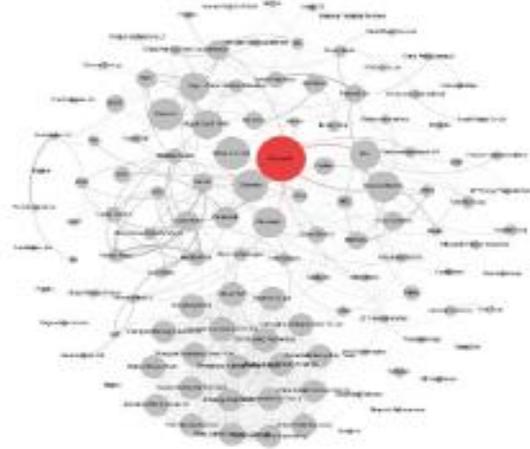


Visualisierung der Ökosystemrollen

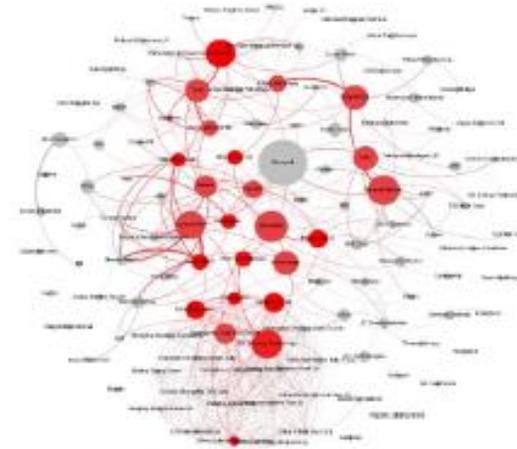
Hervorhebung der jeweiligen Akteure



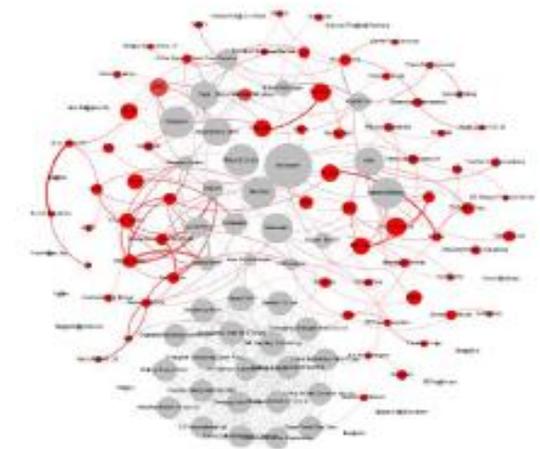
Role 1: Follower



Role 2: Dominator

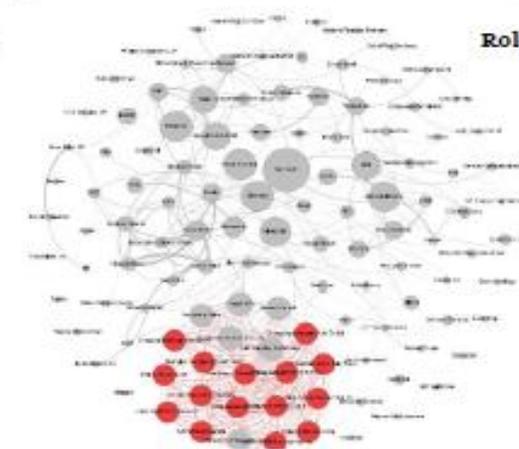


Role 3: Leader



Role 4: Intermediary

- Visualisierung des automobilen Ökosystems im Zeitraum von 2012 bis 2017
- Darstellung der einzelnen Rollen und der jeweiligen Firmen, die sie einnehmen
- Visualisierung hilft, einen effektiven Überblick über das Ökosystem und seine Rollentypen zu gewinnen



Role 5: Local Champ

Ökosystem Rollentypologie

	Definition	Charakteristika	Empirische Beispiele
 Follower	Der Einfluss von Followern auf andere Akteure des Ökosystems ist insgesamt begrenzt. Darüber hinaus sind sie nicht am Informationsfluss beteiligt. Ihr Beitrag zur Wertschöpfung bezieht sich auf einen bestimmten Teil, so dass sie keine verantwortungsvollen Positionen einnehmen können.	<ul style="list-style-type: none">• Repräsentieren einen kleinen Teil der Akteure• Bei der Informationsbeschaffung sind sie auf andere Akteure angewiesen• Sie sind nicht in der Lage, an Entscheidungsprozessen für die Strategie des Ökosystems teilzunehmen.	<ul style="list-style-type: none">• Vinci Energies SA• Bitauto• Magna International
 Dominator	Ein Dominator kontrolliert den Informationsfluss innerhalb seines Ökosystems und hat weitreichenden Einfluss auf andere Akteure. Der Dominator ist mächtig und schafft einen großen Teil der Wertschöpfung. Dadurch kann ein Dominator potenziell die strategische Ausrichtung des Ökosystems kontrollieren	<ul style="list-style-type: none">• Größter Einfluss und Kontrolle über Informationen im Vergleich zu allen anderen Akteuren im Ökosystem• Aufgrund seines einzigartigen Zugangs zu Informationen hat er das Potenzial, viele andere Akteure zu beeinflussen• Risiko des potenziellen Ausnutzens der eigenen Position	<ul style="list-style-type: none">• Microsoft
 Leader	Leader sind entsprechend gut vernetzt und nehmen am Informationsfluss innerhalb des Ökosystems teil. Die Leader tragen wesentlich zur Wertschöpfung bei und sind für die Einführung von Innovationen verantwortlich. Daher sind sie für die strategische Ausrichtung des Ökosystems verantwortlich.	<ul style="list-style-type: none">• Bieten Innovationen durch die Einführung neuer Technologien• Sind austauschbar, da die Wertschöpfung nicht von einem einzigen Marktführer abhängt• Repräsentieren eine heterogene Gruppe von Akteuren	<ul style="list-style-type: none">• Total• Volkswagen• Intel• Didi Chuxing Technology

Ökosystem Rollentypologie

Definition

Charakteristika

Empirische Beispiele



Intermediary

Intermediäre dienen als Informationsübermittler zwischen dem Kern des Ökosystems und Akteuren außerhalb des Kerns. Ihr Beitrag zur Wertschöpfung ist recht hoch, da sie wie ein Informationsvermittler zwischen verschiedenen Akteuren agieren.

- Verantwortlich für den Zusammenhalt des Systems als Vermittler zwischen Followern und dem Kern des Ökosystems fungieren.
- Sie sorgen für den Wissensaustausch, um anderen Akteuren innerhalb des Ökosystems die Teilnahme zu ermöglichen.

- BMW
- Ford Motors
- Cisco Systems

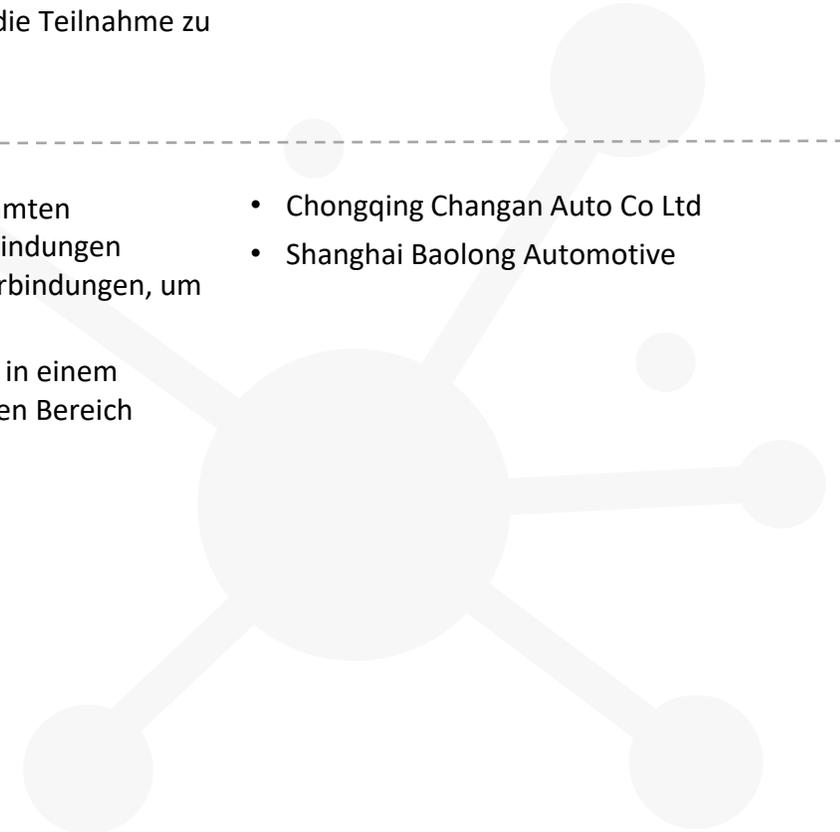


Local Champ

Local Champions sind in ihrem jeweiligen regionalen Umfeld gut vernetzt. Ihre Verbindungen sind meist von unschätzbarem Wert, was zu einem hohen Einfluss auf lokaler Ebene führt. Obwohl ihr Beitrag zur Gesamtwertschöpfung verschwindend gering ist, erzielen sie in ihrem regionalen Cluster gute Ergebnisse.

- Sie beteiligen sich meist nicht am gesamten Ökosystem, da sie sich auf lokale Verbindungen konzentrieren. Nutzen ihre lokalen Verbindungen, um Wettbewerbsvorteile zu erzielen
- Verantwortlich für die Wertschöpfung in einem bestimmten Industriezweig oder lokalen Bereich

- Chongqing Changan Auto Co Ltd
- Shanghai Baolong Automotive



Implikationen für die Praxis



Verbesserung der strategischen Entscheidungen: Die Kenntnis der Ökosystem-Rollentypologie ermöglicht es Managern, strategische Entscheidungsprozesse zu verbessern

→ Unternehmen kennen die Merkmale eines bestimmten Rollentyps.

Kenntnis zur Zusammensetzung von Ökosystemen: Manager werden in die Lage versetzt, die Wettbewerbsposition ihres Unternehmens innerhalb des Ökosystems zu ermitteln

→ z. B. können Unternehmen Anzeichen eines aufkommenden Dominators erkennen.



Die Fähigkeit zu handeln: Die Praktiker verstehen die spezifischen Merkmale der Rollentypen und beurteilen die strategische Ausrichtung ihres Unternehmens danach.

Einsichten gewinnen: Die Ökosystem-Rollentypologie hilft bei der Bewertung von Möglichkeiten der Zusammenarbeit zwischen Partnern.

→ z. B. können Unternehmen zwischen Chancen und Gefahren unterscheiden.

Zusammenfassung



Unternehmen sind in ein Ökosystem eingebettet, das eine Vielzahl von Kunden, Wettbewerbern und Partnern aus verschiedenen Branchen umfasst.



Die Unternehmen lassen sich je nach ihrem Einfluss im Ökosystem in bestimmte Rollentypen einteilen.



Je nach ihrer Rolle stellen die Unternehmen Innovationen für das Ökosystem bereit, üben Einfluss aus oder kontrollieren Informationen.



Manager können die Strategie ihres Unternehmens auf das Wettbewerbsumfeld abstimmen.



Die Ökosystem-Rollentypologie bietet Unternehmen eine strategische Vorausschau und Orientierung innerhalb ihres fokalen Ökosystems.

Referenzen

- Adner, R. and Kapoor, R. 2010. "Value Creation in Innovation Ecosystems: How the Structure of Technological Interdependence Affects Firm Performance in New Technology Generations," *Strategic Management Journal* (31:3), pp. 306–333.
- Adner, R. 2017. "Ecosystem as Structure: An Actionable Construct for Strategy," *Journal of Management* (43:1), Koch, O.F. 2015. Business Model Development in IT Startups – The Role of Scarcity and Personalization in Generating User Feedback, in: *Proceedings of the 23rd European Conference on Information Systems (ECIS 2015)*, Münster, Germany.
- Biedebach, Marius; Hanelt, André; and Firk, Sebastian, "Inter-Ecosystem Migration of IT-actors in the Era of Digital Innovation: An Empirical Investigation" (2021). ICIS 2021 Proceedings. 13.https://aisel.aisnet.org/icis2021/is_implement/is_implement/13
- Hanelt, A., Nischak, F., Markus, N., Hodapp, D. and Schneider, S. 2020b. "Building Platform Ecosystems for IoT – Exploring the Impact on Industrial-Age Firms," in *Proceedings of the 28th European Conference on Information Systems*, Marrakech.
- Huber, T. L., Kude, T., and Dibbern, J. 2017. "Governance practices in platform ecosystems: Navigating tensions between cocreated value and governance costs," *Information Systems Research* (28:3), pp. 563–584.
- Iansiti, M. and Levien, R. 2004. "Strategy as Ecology," *Harvard Business Review* (82:3), pp. 68–78.
- Yoo, Y.J., Henfridsson, O. and Lyytinen, K. 2010. "The New Organizing Logic of Digital Innovation: An Agenda for Information Systems Research," *Information Systems Research* (21:4), pp. 724–735.

Die Ökosystemperspektive einnehmen



<https://www.mkfm.com/news/local-news/a-brand-new-2-5m-innovation-hub-has-been-announced-for-mk-and-this-is-what-it-means-for-our-city/>