
Inhaltsverzeichnis

Einleitung	9
1 Eine neue Perspektive zum Aufbau von Wettbewerbsvorteilen ist notwendig	15
1.1 Das »Digital Business Paradoxon«: All technology, but ultimately not about technology	15
1.2 »Need for Speed«: Gefordert ist Schnelligkeit in der Anpassung und Umsetzung von Geschäftsmodellen	19
1.3 Implikationen für Organisationen	22
2 Mehr Macht den Kunden – Customers are the new market makers	27
2.1 Die technologische Entwicklung verschiebt die Marktmacht in Richtung Kunden – Welcome to the Age of the Customer	27
2.2 Implikationen der Machtverschiebung in Richtung Kunden für Organisationen	37
3 Wettbewerbsvorteile durch Digitale Ökosysteme	43
3.1 Steigende Informationsverfügbarkeit führt zu einer Dekomposition von Wertschöpfungsketten und Globalisierung von Dienstleistungen	44
3.2 Das Branchenkonstrukt wird obsolet und durch Digitale Ökosysteme ersetzt	53
3.3 Die Essenz von Digitalen Ökosystemen	57
3.4 Die API-Revolution – APIs sind die treibenden Kräfte zur Gestaltung Digitaler Ökosysteme	61
3.5 Implikationen für Unternehmen	64
4 Wettbewerbsvorteile in Digitalen Ökosystemen – die aktuelle Situation	69
4.1 Ziele und Hintergründe der Studie	69
4.2 Ergebnisse der Umfrage zur Bedeutung Digitaler Ökosysteme	72

4.2.1	Einschätzung der eigenen Organisation im Vergleich zum Idealbild	72
4.2.2	Die strategische Bedeutung	73
4.2.3	Vision des Topmanagements	74
4.2.4	Aktuelle Umsetzungsgeschwindigkeit	76
4.2.5	Thematische Relevanz	77
4.2.6	Implementierungsfähigkeit der eigenen Organisation	79
4.2.7	Bedeutung der API-Technologie	80
4.2.8	Herausforderungen für die eigene Organisation in Bezug auf die Ausgestaltung von Digitalen Ökosystemen	81
4.2.9	Bedeutung der Zugehörigkeit zu Digitalen Ökosystemen	82
4.2.10	Einfluss der Unternehmenskultur auf die Umsetzung von Digitalen Ökosystemen	83
4.3	Implikationen der Kernergebnisse für Organisationen	85
5	Das API-Konzept – Wie APIs unsere traditionelle Geschäftslogik revolutionieren	89
5.1	Das API-Konzept	92
5.2	Entstehung und Verbreitung von APIs	98
5.3	APIs – Im Kern weniger ein Teil der Technologie-Roadmap, sondern Komponente der Wettbewerbsstrategie	100
5.4	Nutzenaspekte von APIs	104
5.5	Erfolgsfaktoren für die Verankerung des Managements von APIs in Unternehmen	110
6	Methodik zur Gestaltung von Digitalen Ökosystemen mittels API Management	117
6.1	Prämissen für eine erfolgreiche Gestaltung von Digitalen Ökosystemen	119
6.2	Methodik zur Gestaltung von Digitalen Ökosystemen	125
6.2.1	Erster Schritt: Modellierung des Digitalen Ökosystems	127
6.2.2	Zweiter Schritt: Bestimmung der Konnektivitätsbausteine	130
6.2.3	Dritter Schritt: Management des API Portfolios	130
6.2.4	Vierter Schritt: API Lifecycle Management	135
6.3	Erkenntnisse aus der Anwendung der Methodik	137

7	API-Praxisbeispiel – Aufbau von Wettbewerbsvorteilen für einen Road Assistance-Anbieter	141
8	API-Design- und API-Architekturprinzipien zur Optimierung der Konnektivität	153
8.1	API-led Connectivity löst das klassische SOA-Konzept ab	155
8.2	Optimale Konnektivität mit APIs über das 3-Schichten-Konzept	161
8.3	API-Design-Entscheidungen	166
8.4	API-Architekturprinzipien	173
	8.4.1 Lose Systemkopplung	174
	8.4.2 Vorgabe von API Design Styles	175
	8.4.3 Secure by Design	180
8.5	Mulesoft als State of the Art API Management-Plattform	183
9	Epilog	187
	Literaturverzeichnis	193
	Abbildungsverzeichnis	199