

## **Modul: “Digital Business”**

### **Session 6: Plattform-Ökonomien: Bezahlen für Komplementärprodukte («complements») und O2O**

**Schlüsselfrage: Wieso sind Komplementäre (“Komplementärprodukte”) eine kluge Strategie? Wie funktionieren O2O-Plattformen?**

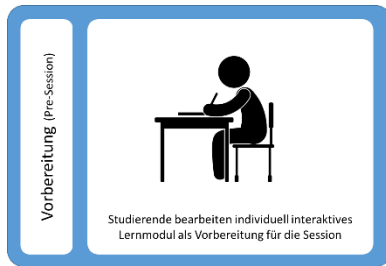
#### **Themen:**

Diese Session bringt den Studierenden die Angebots- und Nachfragekurven und somit die Funktionsweise von digitalen Plattformen näher. Zudem erklärt sie die Rolle, welche Komplementäre beim Erfolg von digitalen Plattformen spielen. Die Studierenden verstehen wie Komplementäre angewandt werden und welche Attribute sie aufweisen. Weiter lernen sie kennen, wie Komplementäre entwickelt werden und wieso diese oft kostenlos angeboten werden.

#### **Schlüsselpunkte:**

- Zweia Produkte werden als Komplementäre bezeichnet, wenn ein Preisrückgang des einen Produktes eine Zunahme der Nachfrage des anderen Produktes bewirkt (Verschiebung der Nachfragekurve).
- Beim Öffnen von Plattformen für externe Beiträge, kann für die Besitzer der Plattform ein interessanter Nutzen entstehen: Die Nachfrage nach dem Produkt des Besitzers steigt, wenn andere Teilnehmer Komplementäre auf der Plattform beisteuern. Sind diese Komplementäre digital, sind diese oftmals kostenlos, perfekt und unmittelbar erhältlich.
- Plattformbetreiber kuratieren diese Beiträge durch Externe oftmals, um gewisse Qualitätsstandards beizubehalten (z.B. Apps auf dem iPhone).
- Vermehrt lassen sich digitale Plattformen auch in Industrien wie Transport, Shopping, Übernachtungen, etc. beobachten, welche physische Güter und Dienstleistungen bereitstellen. Diese Plattformen nennt man O2O-Plattformen - online-to-offline Plattformen.
- Durch die begrenzte Haltbarkeit der Lagerbestände, weisen diese Plattformen oftmals marginale Kosten und Kapazitätsbegrenzungen auf. Dies unterscheidet O2O-Plattformen von den kostenlosen, perfekten und unmittelbar erhältlichen Eigenschaften von reinen Informationsgütern.
- Plattformbetreiber von O2O-Plattformen wenden oft Techniken zur Umsatzoptimierung («revenue management») an, um Nachfrage und Angebot optimal aufeinander abzustimmen.
- Wie ihre rein digitalen Gegenüber können O2O-Plattformen ebenfalls Komplementäre einsetzen, um den Umsatz anzukurbeln.
- O2O-Plattformen treten überall auf der Welt in Erscheinung, auch in Industrien, welche sich nicht direkt an den Konsumenten richten (B2B).

#### **Vorbereitungsaufgaben (Pre-Session)**



Durch die Bearbeitung unterschiedlicher Quellen (Bücher, Journale, Videos, Blog Beiträge, Interviews), beantworten die Studierenden folgende Fragen als Vorbereitung der Session.

- ✓ Wie funktionieren die klassischen Angebots- und Nachfragekurven-Modelle
- ✓ Was ist eine Konsumentenrente («consumer surplus»)?
- ✓ Wie beeinflussen Komplementäre die Nachfragekurve? Wie beeinflussen Komplementäre die Präferenzen von Konsumenten?
- ✓ Wer trägt oftmals diese Komplementäre bei (z.B. Apps)?
- ✓ Was sind die Haupttreiber dieser Entwicklung und wieso sind Komplementäre oftmals umsonst?
- ✓ Was ist eine O2O-Plattform? Wie unterscheidet sich diese von einer reinen digitalen Plattform?
- ✓ Was ist Revenue Management? Wie verbessert Revenue Management das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage?

#### **Material:**

McAfee & Brynjolfsson (2017): Machine, Platform, Crowd. Harnessing our digital future, Chapter 7, pp. 151-176, and chapter 8, pp. 178-199.

Chris Gibbs, Daniel Guttentag, Ulrike Gretzel, Lan Yao, Jym Morton, "Use of dynamic pricing strategies by Airbnb hosts", International Journal of Contemporary Hospitality Management, <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2016-0540>

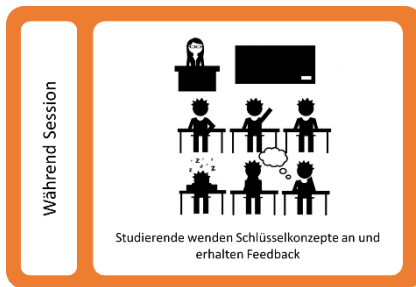
#### **Videos:**

Andrew Ng, "What is O2O?" <https://www.youtube.com/watch?v=ZFnj2HMnHW0>

Andrew Ng, "O2O-Services" <https://www.youtube.com/watch?v=a0IC6e5AW-k>  
<http://www.andrewng.org/portfolio/introduction-to-o2o/>

ecornell: "Advanced Hospitality Revenue Management: Pricing and Demand Strategies" [https://www.youtube.com/watch?v=z\\_4-Rys-8Kk](https://www.youtube.com/watch?v=z_4-Rys-8Kk)

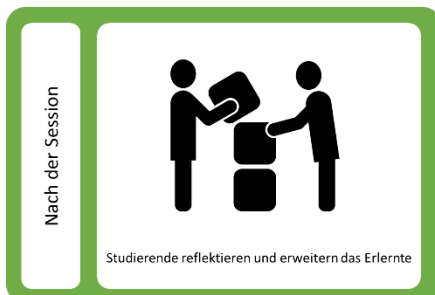
## Aufgaben während der Session



Als Einleitung präsentieren die Studierenden das Thema und erläutern dessen Schlüsselaspekte. Darauf folgend wendet die Klasse diese Schlüsselkonzepte an Praxisbeispielen und Übungen an.

- ✓ Nennen Sie einige Beispiele für Produkte, welche eine Konsumentenrente generieren.
- ✓ Was sind Komplementäre («complements»)? Entwickeln sie Eigenschaften zu deren Funktionsweise und begründen sie, weshalb Komplementäre so erfolgreich sind.
- ✓ Finden sie Beispiele von Geschäftsmodellen, welche Komplementäre beinhalten. Was diese kostenlos sind, wie lässt sich damit Geld verdienen?
- ✓ Entwickeln Sie Beispiele von O2O-Plattformen.
- ✓ Nehmen Sie ein Beispiel aus der Hotelindustrie. Wie verwenden diese Plattformen Revenue Management, um deren Dienstleistungen zu verbessern? Wie könnte ein Algorithmus in diesem Umfeld funktionieren?

## Aufgaben nach der Session



Die leitende Gruppe trägt Fragen und Antworten der jeweiligen Session zusammen und reicht die Resultate der Klasse mit eigener Research an. Jedes Gruppenmitglied verfasst eine schriftliche Zusammenfassung der Schlüsselkonzepte, welche sowohl Theorie und Praxis als auch Schlussfolgerungen beinhaltet (3-5 Din-A4 Seiten).