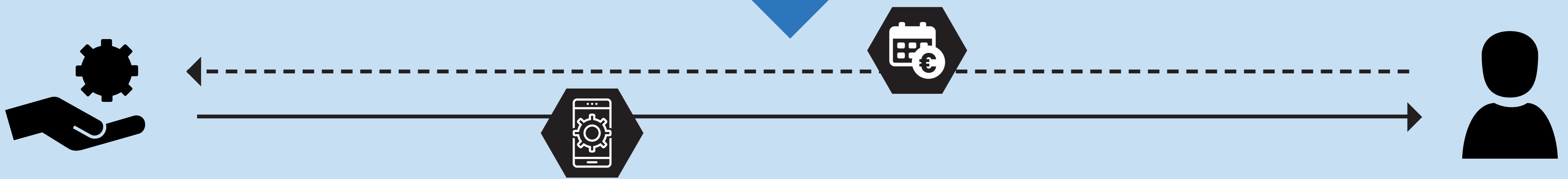


TARIFIERUNGSMÖGLICHKEITEN FÜR DIGITALE SERVICES

Im Zuge der Digitalisierung ergeben sich neue Gestaltungsmöglichkeiten, die nicht nur die Services selbst betreffen, sondern auch deren Tarifierung. So ergeben sich in beiden Bereichen durch neue Technologien und Vernetzung flexiblere Modelle. Statt einem einmaligen Erlös beim Verkauf eines Produktes, bieten Service-Geschäftsmodelle die Möglichkeit kontinuierliche

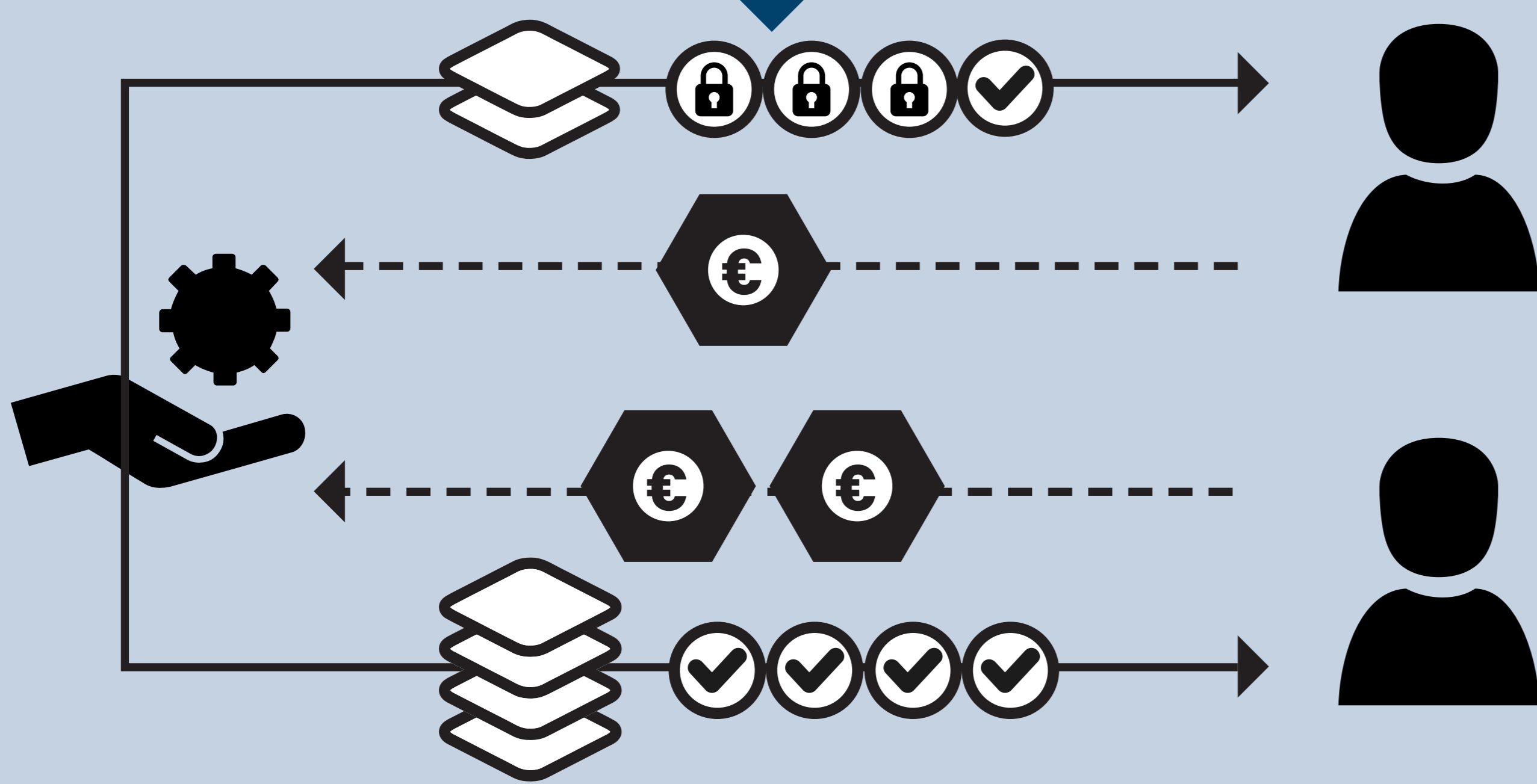
Cash Flows zu generieren. Um dies zu unterstützen, können unterschiedliche Optionen genutzt werden, über die hier ein Überblick gegeben wird. In der Praxis werden die einzelnen Tarifierungsmöglichkeiten häufig miteinander kombiniert. Dies ermöglicht eine zielführende Ausgestaltung des jeweiligen Geschäftsmodells.

ABONNEMENT



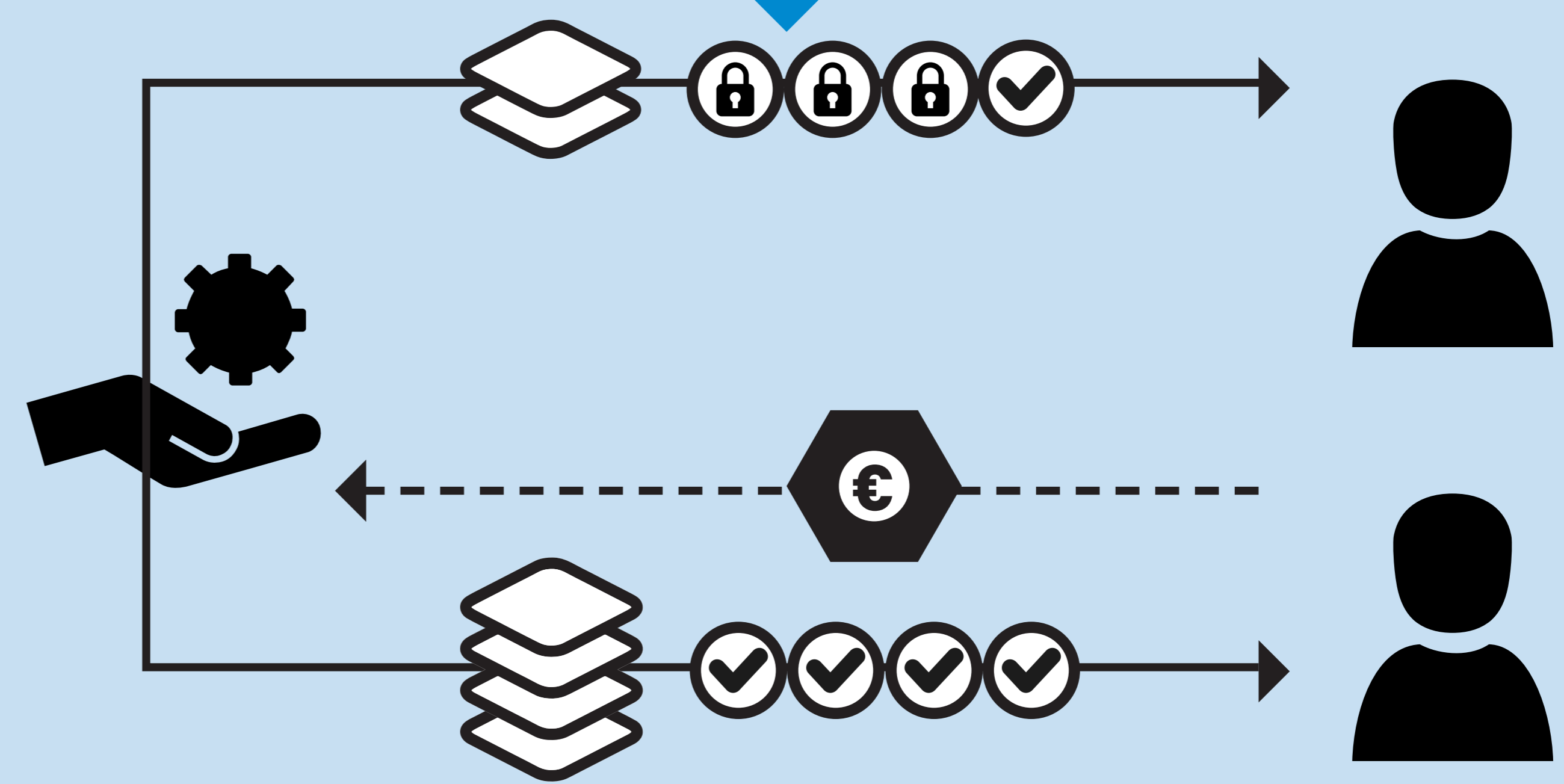
Anbieter einer digitalen Plattform und daraus entwickelter Services in der Holzindustrie. Kunden zahlen monatlich einen Betrag für bspw. einen Back-up-Service zur Datenspeicherung.

Pakete



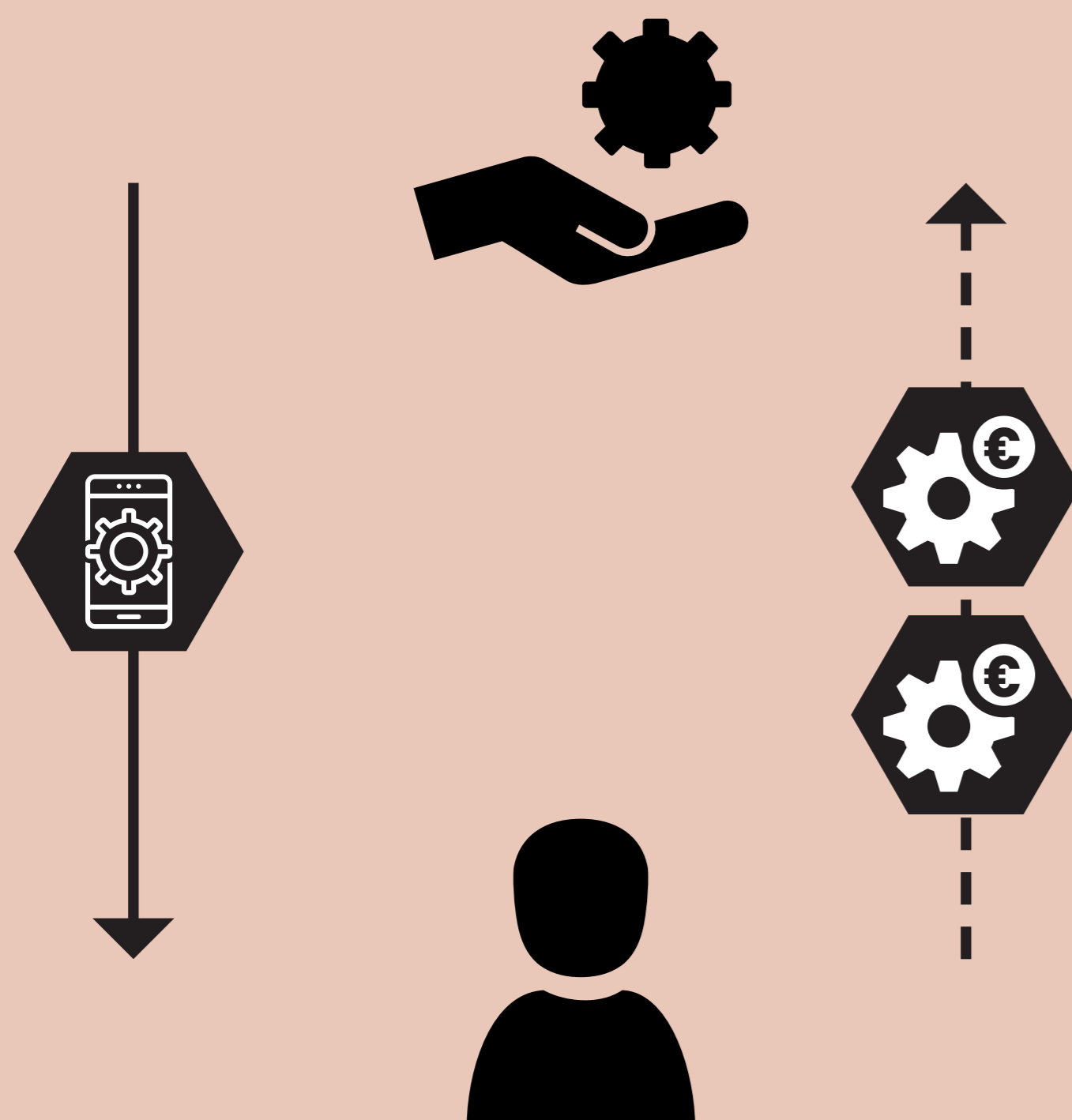
Anbieter einer digitalen Lösung zur Sicherheitskoordination und zentralen Verwaltung von Gerüsten. Kunden beziehen Pakete mit unterschiedlichen Servicefunktionen für Gerüstersteller und -nutzer.

Freemium



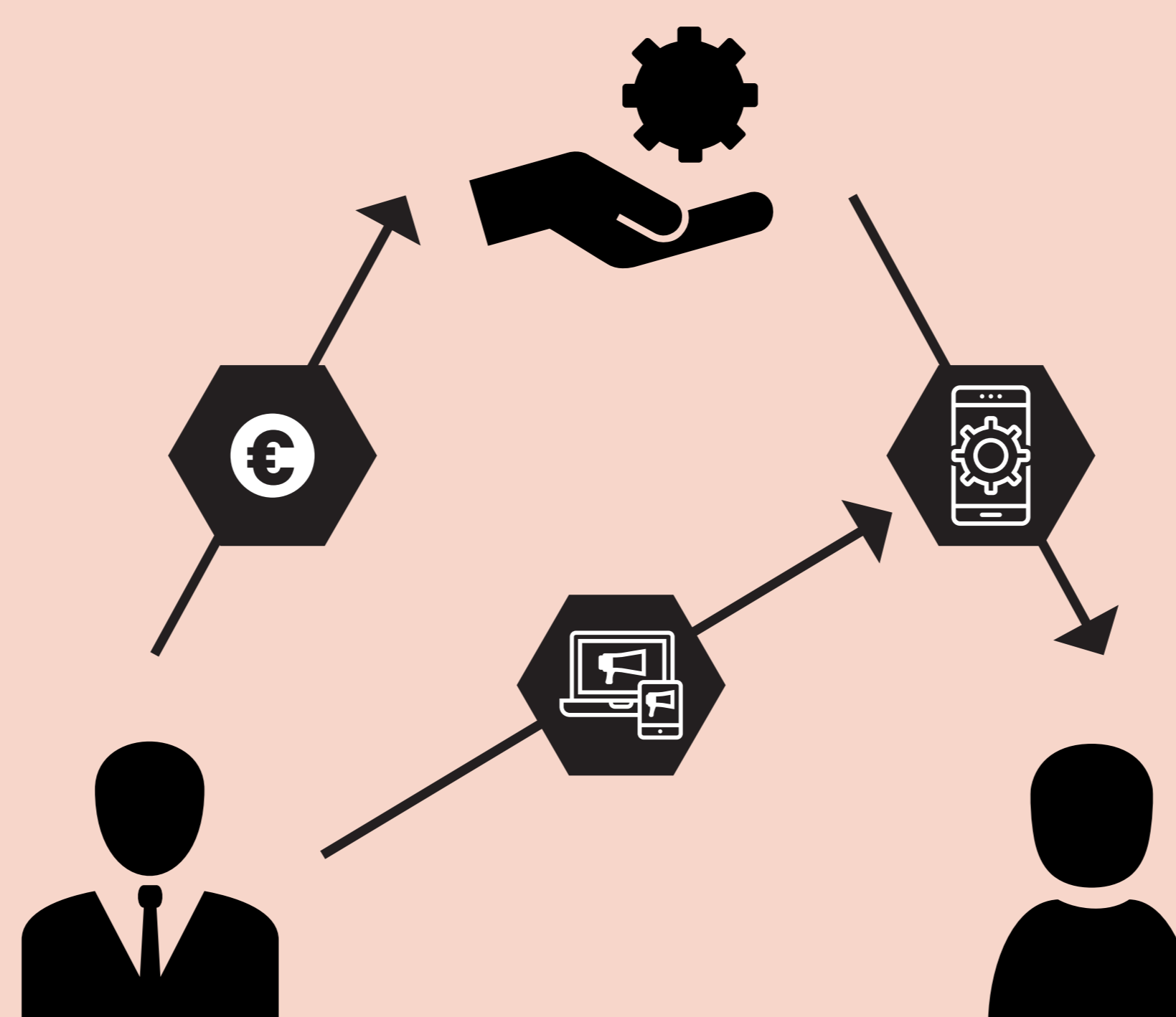
Anbieter einer Online-Empfehlungsplattform für Handwerker. Neben zahlungspflichtigen Paketen wird ein kostenloses Basisprofil mit grundlegenden Funktionen angeboten.

PAY-PER-USE



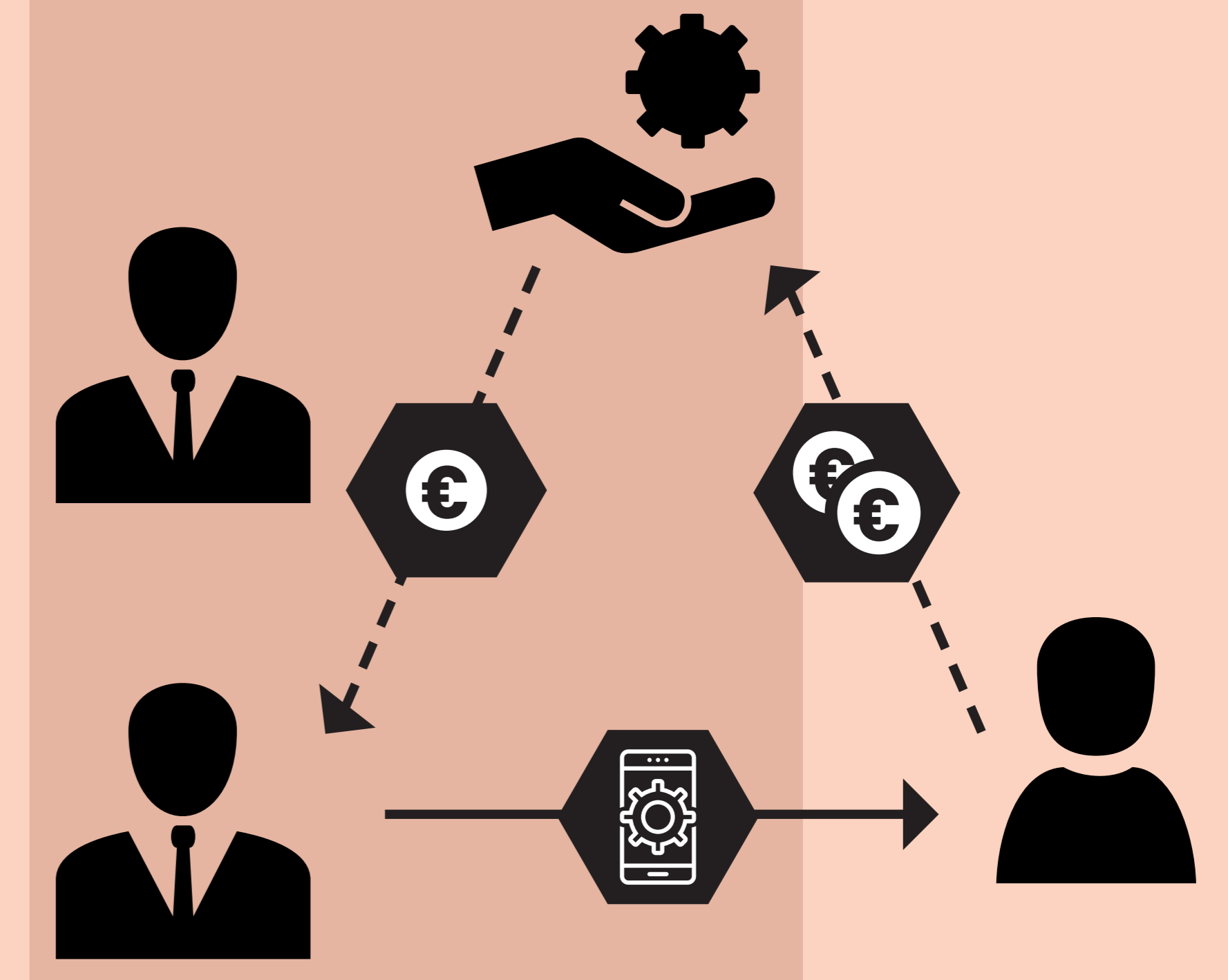
Anbieter von Druckluft als Service. Der Kunde kauft keinen Kompressor, sondern zahlt pro Kubikmeter Druckluft.

WERBUNG



Anbieter eines intermodalen Mobilitäts-services via App. In dieser wird entsprechend der empfohlenen Reiseroute Werbung von Drittanbietern platziert.

PROVISION



Anbieter einer Onlineplattform zur Vermittlung von Transportdienstleistungen. Für die Vermittlung von Aufträgen an Speditionen wird eine Provision einbehalten.