

Vorwort

Für Unternehmen wird es immer schwieriger, sich gegenüber ihren Wettbewerbern mit Produkt-, Dienstleistungs- und Prozess-Innovationen zu differenzieren. Der Grund für diese schwierige Differenzierung ist eine schnelle und einfache Imitierbarkeit von Produkten, Dienstleistungen und Prozessen.

In den letzten Jahren hat die *Geschäftsmodell-Innovation* in Theorie und Praxis eine hohe Aufmerksamkeit erlangt. Ein Geschäftsmodell orientiert sich an Kundenbedürfnissen, kombiniert unterschiedliche Elemente eines Unternehmens und stiftet somit einen Kundennutzen. Ein Geschäftsmodell ist häufig schwerer imitierbar als Produkte, Dienstleistungen oder Prozesse und ermöglicht es einem Unternehmen, sich besser gegenüber seinen Wettbewerbern zu differenzieren. Bisher liegen in der Literatur einige Ansätze für die Geschäftsmodell-Innovation vor, die sich allerdings voneinander unterscheiden. Eine Übersicht zu diesen Ansätzen fehlt bislang; ein Ansatz, der alle Aspekte einer Methode berücksichtigt, fehlt ebenso. Analog zu den vorliegenden Ansätzen liegen generische Geschäftsmodelle vor, die allerdings die Business-to-Business-Märkte stark vernachlässigen.

Das Ziel dieser Arbeit ist, eine *Methode der Geschäftsmodell-Innovation* zu entwickeln, die es ermöglicht, kunden-, zukunfts- und technologieorientierte Geschäftsmodelle zu erarbeiten. Ein weiteres Ziel ist, *generische Geschäftsmodelle für Business-to-Business-Märkte* zu entwickeln.

Die Methode der Geschäftsmodell-Innovation ist allgemeingültig und bietet Unternehmen die Chance, innovative und unternehmensspezifische Lösungen zu erarbeiten. Diese Lösungen ermöglichen es Unternehmen, sich gegenüber ihren Wettbewerbern zu differenzieren und den Fortbestand ihres Unternehmens abzusichern.

An dieser Stelle danke ich allen Freunden und Begleitern, die zum Gelingen dieser Arbeit beigetragen haben. Prof. Dr. Leo Brecht, Leiter des Instituts für Technologie- und Prozessmanagement, danke ich besonders für die wissenschaftliche Betreuung, die ausgezeichneten Arbeitsbedingungen und das praxisnahe Forschungsumfeld am Institut. Prof. Dr. Dieter Beschorner danke ich für die hilfreichen Gespräche und wertvollen Anregungen. Folgenden Forscherkollegen und Autoren danke ich für ihre Anregungen: Dr. Michael Blum (Toll Collect GmbH), Dr. Oliver Grasl (transentis management consulting GmbH & Co. KG, Wiesbaden), Kati Järvi (Lappeenranta University of Technology, Kouvola, Finnland), Mark Johnson (Innosight, Lexington, USA), Dr. Alexander Osterwalder (Business Model Foundry GmbH, Zürich, Schweiz), Ingo Rauth (Chalmers University of Technology, Göteborg, Schweden), Stephan Reinhold (Universität St. Gallen, Schweiz), Andreas Rusnjak (Christian-Albrechts-Universität zu Kiel), Tania Salarvand (Valeocon Management Consulting, New York, USA), Dr. Teemu Santonen (Laurea University of Applied Sciences, Espoo, Finnland), Dr. Patrick Stähler (fluidminds GmbH, Zürich, Schweiz), Prof. Dr. David Teece (University of California, Berke-

ley, USA) und Nico Weiner (Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO, Stuttgart).

Mein Dank gilt ebenfalls folgenden Unternehmen und deren Vertretern, die durch ihre engagierte Teilnahme am CE VeMaB zu einer anwendungsorientierten Lösung beigetragen haben: Festo AG & Co. KG (Stefan Abele, Markus Ott), MBtech Group GmbH & Co. KGaA (Marc Bayer, Jörn Ehlers, Simone Kehr, Thorsten Reichle) und Voith GmbH (Roland Aeugle, Winfried Dressler, Barbara Kampmeier, Bettina Montjoie, Heinz Tengler, Christoph Uhl).

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit waren einige wissenschaftliche Arbeiten eingebunden, die mir wichtige Anregungen gegeben haben. Diese wissenschaftliche Arbeiten entstanden z.T. in Kooperation mit Unternehmen und in enger Zusammenarbeit mit Insa Müller, Janina Leimbach und Lin Richter.

Meinen Kolleginnen und Kollegen, Simon Elsner, Barbara Graf, Melanie Hiller, Florian Kuffer, Birgit Stelzer, Michael Schad, André Seemann, Oliver Sinnwell und Stephan Traa, danke ich für ihre freundschaftliche Zusammenarbeit im Team und die zahlreichen Anregungen.

Meinen Freunden Bernd Bentele, Dr. Friederike Blicke, Christian Glaser, Tobias Götz, Jens Kolb, Thomas Limberg, Daniel Torka, Marco Wahlen und Thomas Weifenbach danke ich ebenfalls für hilfreiche Anregungen.

Von ganzem Herzen danke ich meiner Familie, insbesondere meinen Eltern, ohne die diese Arbeit nicht möglich gewesen wäre. Meiner Partnerin Marina Bauernfeind danke ich ganz besonders für ihr Verständnis, ihre Unterstützung und ihre Geduld, die sie während des Verfassens der Arbeit eingebracht hat.

Daniel R.A. Schallmo

Geschäftsmodell-Innovation

Grundlagen, bestehende Ansätze, methodisches
Vorgehen und B2B-Geschäftsmodelle

Schallmo, D.

2013, XXV, 335 S. 159 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-00244-2