

## Inhaltsverzeichnis

<b>Geleitwort .....</b>	<b>V</b>
<b>Vorwort .....</b>	<b>VII</b>
<b>Inhaltsübersicht .....</b>	<b>IX</b>
<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>XI</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>XVII</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>XXI</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>XXIII</b>
<b>1 Einführung .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Ausgangssituation und Handlungsbedarf .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Forschungsziel und Forschungsfragen .....</b>	<b>4</b>
1.2.1 Forschungsziel .....	4
1.2.2 Forschungsfragen .....	4
<b>1.3 Forschungsansatz und Forschungsprozess .....</b>	<b>5</b>
1.3.1 Forschungsansatz .....	6
1.3.1.1 Eingesetzte Forschungsmethoden .....	6
1.3.1.2 Empirisch gesteuerter Forschungsansatz .....	7
1.3.1.3 CE VeMaB.....	10
1.3.2 Forschungsprozess der Arbeit.....	12
<b>1.4 Ergebnisse und Adressaten der Arbeit .....</b>	<b>13</b>
1.4.1 Ergebnisse der Arbeit.....	13
1.4.2 Adressaten der Arbeit.....	14
<b>1.5 Aufbau der Arbeit .....</b>	<b>15</b>
<b>2 Theoretische Grundlagen .....</b>	<b>17</b>
<b>2.1 Business-to-Business-Markt .....</b>	<b>17</b>
2.1.1 Bestehende Definitionen .....	17
2.1.2 Definition des Begriffs Business-to-Business-Markt .....	18
<b>2.2 Geschäftsmodell.....</b>	<b>19</b>
2.2.1 Bestehende Definitionen .....	19
2.2.2 Definition des Begriffs Geschäftsmodell .....	22
<b>2.3 Geschäftsmodell-Innovation .....</b>	<b>23</b>
2.3.1 Begriff der Innovation .....	23
2.3.1.1 Ergebnisorientierte Sichtweise .....	23
2.3.1.2 Prozessorientierte Sichtweise .....	25
2.3.2 Bestehende Definitionen .....	26
2.3.3 Definition des Begriffs Geschäftsmodell-Innovation .....	28
<b>2.4 Geschäftsmodell-Ebenen.....</b>	<b>29</b>
2.4.1 Bestehende Ansätze .....	30
2.4.2 Ansatz der Geschäftsmodell-Ebenen .....	31
<b>2.5 Geschäftsmodell-Umwelt.....</b>	<b>33</b>
2.5.1 Bestehende Ansätze .....	33
2.5.2 Ansatz der Geschäftsmodell-Umwelt.....	35
<b>2.6 Charakteristika und Einordnung .....</b>	<b>38</b>

2.6.1	Charakteristika von Geschäftsmodellen .....	38
2.6.2	Einordnung des Geschäftsmodells.....	40
2.6.2.1	Geschäftsmodell und Strategie .....	40
2.6.2.2	Parallelen des Geschäftsmodells zu anderen Konzepten .....	45
2.7	<b>Zusammenfassung.....</b>	<b>45</b>
3	<b>Ansätze der Geschäftsmodell-Entwicklung.....</b>	<b>47</b>
3.1	<b>Beschreibungsraster für die bestehenden Ansätze .....</b>	<b>47</b>
3.2	<b>Ansatz von Bieger und Reinhold .....</b>	<b>49</b>
3.3	<b>Ansatz von Boulton et al.....</b>	<b>53</b>
3.4	<b>Ansatz von Bucherer .....</b>	<b>56</b>
3.5	<b>Ansatz von Chesbrough .....</b>	<b>59</b>
3.6	<b>Ansatz von Giesen et al. ....</b>	<b>62</b>
3.7	<b>Ansatz von Grasl .....</b>	<b>64</b>
3.8	<b>Ansatz von Hamel .....</b>	<b>67</b>
3.9	<b>Ansatz von Johnson .....</b>	<b>70</b>
3.10	<b>Ansatz von Linder und Cantrell .....</b>	<b>74</b>
3.11	<b>Ansatz von Lindgarth et al.....</b>	<b>77</b>
3.12	<b>Ansatz von Mitchel und Coles.....</b>	<b>79</b>
3.13	<b>Ansatz von Osterwalder et al. ....</b>	<b>81</b>
3.14	<b>Ansatz von Osterwalder und Pigneur.....</b>	<b>85</b>
3.15	<b>Ansatz von Papakiriakopoulos et al. ....</b>	<b>90</b>
3.16	<b>Ansatz von Teece .....</b>	<b>92</b>
3.17	<b>Ansatz von Voelpel et al. ....</b>	<b>94</b>
3.18	<b>Ansatz von Weiner et al. ....</b>	<b>97</b>
3.19	<b>Ansatz von Wirtz .....</b>	<b>99</b>
3.20	<b>Ansatz von Zott und Amit .....</b>	<b>104</b>
3.21	<b>Vergleich der Ansätze .....</b>	<b>106</b>
3.22	<b>Weitere Ansätze.....</b>	<b>110</b>
3.23	<b>Zusammenfassung.....</b>	<b>113</b>
4	<b>Methode der Geschäftsmodell-Innovation.....</b>	<b>115</b>
4.1	<b>Anforderungen an eine Methode der Geschäftsmodell-Innovation .....</b>	<b>115</b>
4.2	<b>Metamodell der Geschäftsmodell-Innovation .....</b>	<b>117</b>
4.2.1	Ansatz mit Geschäftsmodell-Dimensionen und -Elementen .....	117
4.2.2	Metamodell und Erläuterung der Objekte der Methode.....	124
4.2.2.1	Geschäftsmodell-Vision .....	125
4.2.2.2	Kundendimension .....	126
4.2.2.3	Nutzendimension .....	128
4.2.2.4	Wertschöpfungsdimension.....	130
4.2.2.5	Partnerdimension .....	132
4.2.2.6	Finanzdimension .....	134
4.2.2.7	Geschäftsmodell-Führung .....	135
4.2.3	Schnittstellen des Metamodells der Geschäftsmodell-Innovation .....	136
4.2.4	Zusammenfassung.....	138
4.3	<b>Vorgehensmodell der Geschäftsmodell-Innovation .....</b>	<b>138</b>
4.3.1	Überblick zum Vorgehensmodell der Geschäftsmodell-Innovation .....	138

4.3.2 Geschäftsmodell-Ideen-Gewinnung .....	142
4.3.2.1 Zielsetzung der Geschäftsmodell-Ideen-Gewinnung .....	142
4.3.2.2 Aktivitäten der Geschäftsmodell-Ideen-Gewinnung .....	142
4.3.3 Geschäftsmodell-Visions-Entwicklung .....	143
4.3.3.1 Zielsetzung der Geschäftsmodell-Visions-Entwicklung .....	143
4.3.3.2 Aktivitäten der Geschäftsmodell-Visions-Entwicklung .....	143
4.3.4 Geschäftsmodell-Prototyp-Entwicklung .....	145
4.3.4.1 Zielsetzung der Geschäftsmodell-Prototyp-Entwicklung .....	145
4.3.4.2 Aktivitäten der Geschäftsmodell-Prototyp-Entwicklung .....	146
4.3.5 Geschäftsmodell-Entwicklung .....	148
4.3.5.1 Zielsetzung der Geschäftsmodell-Entwicklung .....	148
4.3.5.2 Aktivitäten der Geschäftsmodell-Entwicklung .....	148
4.3.6 Geschäftsmodell-Implementierung .....	151
4.3.6.1 Zielsetzung der Geschäftsmodell-Implementierung .....	151
4.3.6.2 Aktivitäten der Geschäftsmodell-Implementierung .....	151
4.3.7 Geschäftsmodell-Erweiterung .....	152
4.3.7.1 Zielsetzung der Geschäftsmodell-Erweiterung .....	152
4.3.7.2 Aktivitäten der Geschäftsmodell-Erweiterung .....	152
4.3.8 Zusammenfassung .....	154
<b>4.4 Techniken und Ergebnisse der Geschäftsmodell-Innovation .....</b>	<b>155</b>
4.4.1 Techniken der Geschäftsmodell-Ideen-Gewinnung .....	157
4.4.1.1 Geschäftsmodell-Ideen-Portfolio .....	158
4.4.1.2 Zusammenfassung .....	163
4.4.2 Techniken der Geschäftsmodell-Visions-Entwicklung .....	164
4.4.2.1 Kunden-Monitor .....	165
4.4.2.2 Zusammenfassung .....	169
4.4.2.3 Technologie-Monitor .....	170
4.4.2.4 Zusammenfassung .....	175
4.4.2.5 Zukunfts-Monitor .....	176
4.4.2.6 Zusammenfassung .....	177
4.4.2.7 Raster der Geschäftsmodell-Vision .....	177
4.4.2.8 Zusammenfassung .....	179
4.4.3 Techniken der Geschäftsmodell-Prototyp-Entwicklung .....	180
4.4.3.1 Industrie-Monitor .....	181
4.4.3.2 Zusammenfassung .....	190
4.4.3.3 Raster des Geschäftsmodell-Prototyps .....	190
4.4.3.4 Zusammenfassung .....	193
4.4.3.5 Bewertung der Geschäftsmodell-Prototypen .....	193
4.4.3.6 Zusammenfassung .....	204
4.4.4 Techniken der Geschäftsmodell-Entwicklung .....	204
4.4.4.1 Konkretisierung der Kundendimension .....	206
4.4.4.2 Zusammenfassung .....	211
4.4.4.3 Konkretisierung der Nutzendimension .....	212
4.4.4.4 Zusammenfassung .....	216
4.4.4.5 Konkretisierung der Wertschöpfungsdimension .....	216

4.4.4.6	Zusammenfassung.....	221
4.4.4.7	Konkretisierung der Partnerdimension .....	222
4.4.4.8	Zusammenfassung.....	224
4.4.4.9	Konkretisierung der Finanzdimension .....	225
4.4.4.10	Zusammenfassung.....	226
4.4.4.11	Erstellung der Verzeichnisse.....	227
4.4.4.12	Erarbeitung des Führungsinstruments .....	228
4.4.4.13	Zusammenfassung.....	229
4.4.5	Techniken der Geschäftsmodell-Implementierung .....	230
4.4.5.1	Entwicklung des Realisierungsplans .....	231
4.4.5.2	Zusammenfassung.....	232
4.4.5.3	Implementierung des Geschäftsmodells .....	233
4.4.6	Techniken der Geschäftsmodell-Erweiterung .....	233
4.4.6.1	Geschäftsmodell-Monitor .....	234
4.4.6.2	Zusammenfassung.....	237
4.4.6.3	Geschäftsmodell-Anpassung .....	238
4.4.6.4	Zusammenfassung.....	243
4.4.6.5	Geschäftsmodell-Übertragung .....	243
4.4.7	Zusammenfassung.....	244
<b>4.5</b>	<b>Zusammenfassung.....</b>	<b>246</b>
<b>5</b>	<b>Geschäftsmodelle in Business-to-Business-Märkten .....</b>	<b>247</b>
<b>5.1</b>	<b>Vorgehen für die Erarbeitung generischer Geschäftsmodelle.....</b>	<b>247</b>
5.1.1	Quellen für generische Geschäftsmodelle .....	247
5.1.2	Vorgehen für generische Geschäftsmodelle .....	249
<b>5.2</b>	<b>Anwendung des Vorgehens .....</b>	<b>251</b>
5.2.1	Geschäftsmodell-Visions-Entwicklung (generisch).....	251
5.2.1.1	Einflussfaktoren aus Kundensicht .....	251
5.2.1.2	Herausforderungen und Bedürfnisse für Kunden .....	252
5.2.1.3	Bedürfniscluster und Spannungspaare .....	253
5.2.1.4	Leistungsschwerpunkte und Geschäftsmodell-Visionen .....	254
5.2.2	Geschäftsmodell-Prototyp-Entwicklung.....	257
5.2.2.1	Market Provider.....	257
5.2.2.2	Finance Provider .....	259
5.2.2.3	Sustainability Provider.....	260
5.2.2.4	Product Provider .....	261
5.2.2.5	Service Provider.....	263
5.2.2.6	People Provider.....	264
5.2.2.7	Network Provider.....	266
5.2.3	Detailbeschreibung Market Provider .....	267
5.2.3.1	Ausgangssituation.....	267
5.2.3.2	Nutzendimension .....	267
5.2.3.3	Kundendimension .....	269
5.2.3.4	Wertschöpfungsdimension.....	269
5.2.3.5	Partnerdimension .....	270
5.2.3.6	Finanzdimension .....	271

---

5.2.4	Geschäftsmodell-Verifikation .....	271
5.3	Zusammenfassung .....	273
6	Fazit und Ausblick.....	275
6.1	Zusammenfassung .....	275
6.2	Kritische Würdigung .....	275
6.3	Ausblick.....	276
Anhang .....		279
Quellenverzeichnis .....		311
Über den Autor .....		335

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