
Vorwort

In den letzten Jahren haben sich sowohl die Wissenschaft als auch die Wirtschaft verstärkt mit dem Thema „Geschäftsmodell-Innovation“ beschäftigt. Die Gründe liegen in einem sich ständig verändernden Unternehmensumfeld, das z.B. durch eine höhere Transparenz zu Leistungen von Unternehmen, durch Preiswettbewerbe, durch geringere Differenzierungsmöglichkeiten ausschließlich mit Produkten und Dienstleistungen sowie durch die Nutzung von Potenzialen im technologischen Bereich u. a. geprägt ist.

In diesem veränderten Kontext wurden zahlreiche Publikationen zum Thema Geschäftsmodell-Innovation herausgegeben; innerhalb der Wissenschaft spielen die Verknüpfungen mit den Bereichen Innovationsmanagement, strategisches Management und Entrepreneurship eine exponierte Rolle.

Parallel zu den wissenschaftlichen Weiterentwicklungen werden in Unternehmen vermehrt Projekte initiiert, um Geschäftsmodelle systematisch zu beschreiben, bestehende Geschäftsmodelle zu modifizieren oder neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Somit können Unternehmen den Anforderungen eines sich ständig verändernden Umfelds gerecht werden und erfolgreich auf Märkten agieren.

Der Anspruch des vorliegenden Kompendiums liegt darin, Grundlagen und wissenschaftliche Ansätze zum Thema Geschäftsmodell-Innovation darzulegen, um einen Transfer in die Praxis zu ermöglichen.

Die Beiträge des Kompendiums zeigen relevante Grundlagen zu den Themen Geschäftsmodell, Geschäftsmodell-Elemente und Geschäftsmodell-Innovation. Darüber hinaus werden alternative Vorgehensweisen erläutert, um erfolgreich die Innovation von Geschäftsmodellen zu betreiben. Dabei sind die vorgestellten Ansätze für Geschäftsmodell-Elemente und Vorgehensweisen zur Geschäftsmodell-Innovation keineswegs redundant; vielmehr setzen sie unterschiedliche Anforderungen (z.B. von Unternehmen, von Entrepreneuren) um und können nach Bedarf kombiniert, gekürzt und an die spezifischen Rahmenbedingungen angepasst werden.

Einige der Beiträge beschäftigen sich mit der Rolle von Geschäftsmodellen im Unternehmenskontext und zeigen dabei Möglichkeiten zum Management des Geschäftsmodell-Portfolios auf, betrachten das Zusammenspiel zwischen Geschäftsmodell und Strategie und erläutern, welche Rolle die Innovationskultur eines Unternehmens im Kontext der Geschäftsmodell-Innovation einnimmt.

Kooperative Geschäftsmodell-Entwicklung, Geschäftsmodell-Stretching und Geschäftsmodell-Muster innerhalb von Industrien bilden weitere inhaltliche Schwerpunkte. Zur Veranschaulichung der Thematik enthalten die Beiträge verschiedene Fallstudien aus den Bereichen Energie (Solar), Bildung (Hochschulen) sowie Media (Verlage und Spiele-Entwicklung).

Wissenschaftler, Lehrende und Studierende aus den Bereichen Innovationsmanagement, Entrepreneurship, strategisches Management und Marketing können die Inhalte für Forschung und Lehre nutzen.

Praktiker aus den Bereichen Geschäftsleitung, Strategieplanung, Business-Development, Marketing und Vertrieb erhalten die Möglichkeit, ihr Geschäftsmodell anzupassen bzw. neue Geschäftsmodelle zu entwickeln und sich somit den veränderten Anforderungen auf dem Markt zu stellen.

Die Autoren der Beiträge des vorliegenden Sammelbandes sind in Hochschulen, in Industrien und in der Unternehmensberatung tätig.

Mit Engagement und Leidenschaft haben die Autoren ihre Forschungsergebnisse zusammengetragen, um diese einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Dafür gilt es, höchste Anerkennung und großen Dank an jeden Autor auszusprechen.

Selbstverständlich gilt dieser Dank auch dem Team von Springer Gabler und allen, die am Satz und der Gestaltung beteiligt waren. Insbesondere meiner Lektorin, Frau Eva-Maria Fürst, danke ich für ihre wertvollen Impulse und für ihre Bereitschaft, mir jederzeit mit Rat und Tat zur Seite zu stehen.

Im Namen aller Autoren wünsche ich den Leserinnen und Lesern des Kompendiums neue Erkenntnisse und viel Erfolg bei der Entwicklung und Umsetzung ihrer Geschäftsmodelle.

Ulm, Mai 2014

Daniel Schallmo

Kompodium Geschäftsmodell-Innovation
Grundlagen, aktuelle Ansätze und Fallbeispiele zur
erfolgreichen Geschäftsmodell-Innovation
Schallmo, D.R.A. (Hrsg.)
2014, XXIX, 475 S. 135 Abb., Hardcover
ISBN: 978-3-658-04458-9