

# Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XIX
Abkürzungsverzeichnis	XXI
Zusammenfassung	XXV

<b>1 Einleitung</b>	<b>1</b>
1.1 Problemstellung	1
1.2 Zielstellung und Forschungsfragen	4
1.3 Erkenntnistheoretischer Hintergrund und Forschungsdesign	7
1.4 Methodisches Vorgehen	15
1.5 Gang der Untersuchung	25

<b>2 Konzeptionelle Grundlagen und Spezifizierung des Untersuchungsgebietes</b>	<b>31</b>
2.1 Geschäftsmodelle	31
2.1.1 Definition von Geschäftsmodellen	31
2.1.2 Abgrenzung von Strategie und Geschäftsmodellen	38
2.1.3 Komponenten von Geschäftsmodellen	40
2.1.4 Einbettung von Geschäftsmodellen	49
2.1.5 Aufgabenfelder des Managements von Geschäftsmodellen	58
2.2 Multinationale Unternehmen	64
2.2.1 Definition von multinationalen Unternehmen	64
2.2.2 Kräfte lokaler Anpassung und globaler Integration als Spannungsfeld Multinationaler Unternehmen	66
2.2.3 Typen Multinationaler Unternehmen	68
2.2.4 Transnationales Paradigma Multinationaler Unternehmen	73

2.3	Konzeptionelle Grundlagen zur Systeminnovation.....	82
2.3.1	Systematisierung nach Objekt von Innovationen.....	83
2.3.2	Systematisierung nach Veränderungsumfang von Innovationen ..	88
2.3.3	Systeminnovation als Veränderung eines sektoralen sozio- technischen Systems mit hohem Veränderungsumfang und multiplen Innovationsobjekten .....	92
2.4	Fallstudie – Teil I: Elektromobilität als Systeminnovation aus der Perspektive von MNU in der Automobilindustrie und der Bedarf zur Anpassung von Geschäftsmodellen .....	105
<b>3</b>	<b>Entwicklung von Geschäftsmodellen.....</b>	<b>119</b>
3.1	Generative Mechanismen bei der Entwicklung von Geschäftsmodellen .....	119
3.1.1	Ziele der Wertschaffung .....	125
3.1.2	Ziele der Wertaneignung.....	129
3.1.2.1	Market-Based View .....	131
3.1.2.2	Resource-Based View.....	136
3.1.2.3	Profiting from Innovation .....	140
3.1.2.4	Technologie- und Produktstandards .....	146
3.1.2.5	Architektonische Vorteile im Wertschöpfungssystem .....	147
3.1.2.6	Wertaneignungsmechanismen auf Ebene des Totalmodells.....	152
3.2	Fallstudie – Teil II: Geschäftsmodellentwicklung im Kontext der Elektromobilität in der Automobilindustrie.....	157
3.2.1	Batterieleasing .....	169
3.2.2	Stromvertrieb .....	172
3.2.3	Private Ladeinfrastruktur .....	174
3.2.4	Öffentliche Infrastruktur.....	176
3.2.5	Ergänzungsmobilität .....	180
3.2.6	Wertschaffungs- und Wertaneignungsmechanismen bei der Entwicklung von Geschäftsmodellen im Kontext der Elektromobilität .....	183

<b>4</b>	<b>Entwicklung von Geschäftsmodellen in Multinationalen Unternehmen .....</b>	<b>187</b>
4.1	Fallstudie – Teil III: Spannungsfeld in Multinationalen Unternehmen beim Geschäftsmodellwandel in der Automobilindustrie am Beispiel der Marke Volkswagen .....	188
4.1.1	Marktsituation und Umfeldbedingungen zur Elektromobilität in den Fokusmärkten .....	190
4.1.2	Kräfte globaler Integration bei der Entwicklung von Geschäftsmodellen im Kontext der Elektromobilität .....	198
4.1.3	Kräfte lokaler Anpassung bei der Entwicklung von Geschäftsmodellen im Kontext der Elektromobilität .....	201
4.1.3.1	Batterieleasing .....	201
4.1.3.2	Stromvertrieb .....	206
4.1.3.3	Private Ladeinfrastruktur .....	209
4.1.3.4	Öffentliche Ladeinfrastruktur .....	211
4.1.3.5	Ergänzungsmobilität .....	212
4.1.3.6	Heterogenität in Wertschaffungs- und Wertaneignungsmechanismen erfordert Steuerung von Geschäftsmodellaktivitäten .....	214
4.1.4	Maßnahmen zum Umgang mit dem Spannungsfeld bei der Entwicklung von Geschäftsmodellen im Multinationalen Unternehmen .....	221
4.1.4.1	Gegenstand und Prozess einer differenzierten Standardisierung bei der Übertragung von Geschäftsmodellen im Kontext der Elektromobilität am Beispiel der Marke Volkswagen .....	222
4.1.4.2	Verortung von Geschäftsmodellentwicklungen im Multinationalen Unternehmen am Beispiel der Marke Volkswagen .....	226
4.2	Vergleich bestehender Ansätze zur Entwicklung von Geschäftsmodellen im Spannungsfeld multinationaler Unternehmen .....	232

4.2.1	Inhaltliche Theorieansätze zur Entwicklung von Geschäftsmodellen im Spannungsfeld Multinationaler Unternehmen .....	233
4.2.2	Prozessuale Theorieansätze zur Entwicklung von Geschäftsmodellen im Spannungsfeld Multinationaler Unternehmen .....	245
4.3	Zusammenführung von Erkenntnissen aus bestehenden Theorieansätzen und Arbeitsentwurf eines integrierten Ansatzes zur Geschäftsmodellentwicklung in multinationalen Unternehmen .....	254
<b>5</b>	<b>Der Geschäftsmodellkern als zentrales Instrument eines integrierten Ansatz zum Management des Spannungsfeldes Multinationaler Unternehmen bei der Geschäftsmodellentwicklung .....</b>	<b>267</b>
5.1	Definition des Geschäftsmodellkerns .....	267
5.2	Elemente des Geschäftsmodellkerns und deren Eigenschaften .....	275
5.2.1	Übertragbarkeit eines Geschäftsmodellkernelementes .....	275
5.2.2	Relevanz eines Elementes für die Attraktivität des Geschäftsmodells .....	276
5.2.3	Relevanz eines Elementes für die Konstitution des Geschäftsmodells .....	279
5.2.4	Abgrenzung zwischen Elementen des Geschäftsmodellkerns und der Geschäftsmodellperipherie .....	282
5.3	Prozess zur Ermittlung des Geschäftsmodellkerns .....	288
5.4	Funktionen des Geschäftsmodellkerns .....	297
5.5	Replikation des Geschäftsmodellkerns .....	304
5.5.1	Strategien auf der Ebene von Geschäftsmodellelementen .....	304
5.5.2	Strategien auf der Ebene des Geschäftsmodells .....	307
5.5.3	Explication des Geschäftsmodellkerns zur flexiblen Replikation .....	308

5.6	Einordnung des Geschäftsmodellkerns in einen dynamisch integrativen Ansatz der Geschäftsmodellentwicklung im Spannungsfeld Multinationaler Unternehmen .....	312
<b>6</b>	<b>Der Schlüssel zum Management von Geschäftsmodellen im Spannungsfeld multinationaler Unternehmen .....</b>	<b>319</b>
6.1	Ergebnisse der Arbeit .....	319
6.2	Beitrag der Ergebnisse für Wissenschaft und Praxis .....	321
6.3	Identifikation von weiterführendem Forschungsbedarf.....	327
<b>Anhang</b> .....		<b>329</b>
Anhang A –	Literaturrecherche .....	329
Anhang B –	Sampling Strategien.....	330
Anhang C –	Teilnehmer Experteninterviews.....	331
Anhang D –	Interviewleitfaden .....	332
Anhang E –	Definition von Geschäftsmodellen .....	334
Anhang F –	Exkurs: Übergang von der Segelschiffahrt zur Dampfschiffahrt als Systeminnovation .....	338
Anhang G –	Exkurs: Automobilhersteller als Multinationale Unternehmen mit transnationaler Orientierung .....	340
Anhang H –	VRIN-Kriterien des RBV.....	342
Anhang I –	Internationale Rechtliche Rahmenbedingungen .....	345
Anhang J –	Perspektiven der Geschäftsmodellveränderung .....	346
<b>Literaturverzeichnis</b> .....		<b>347</b>
<b>Internetquellen</b> .....		<b>392</b>
<b>Sonstige Quellen</b> .....		<b>397</b>

Geschäftsmodellentwicklung im Spannungsfeld  
multinationaler Unternehmen  
Fallstudie zur Elektromobilität in der Automobilindustrie  
Göcke, L.  
2016, XXVI, 402 S. 55 Abb., Softcover  
ISBN: 978-3-658-13350-4