

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	1
1.1	Problemstellung .....	1
1.2	Zielsetzung .....	3
1.3	Aufbau und Gang der Untersuchung .....	4
	Literatur .....	5
<b>2</b>	<b>Grundlagen</b> .....	7
2.1	Geschäftsmodell .....	7
2.1.1	Historische Entwicklung und Bedeutung von Geschäftsmodellen .....	7
2.1.2	Verständnis und Bestandteile von Geschäftsmodellen .....	9
2.1.3	Zusammenhang zwischen Geschäftsmodell und Strategie .....	12
2.2	Geschäftsmodellinnovationen .....	15
2.2.1	Verständnis von Geschäftsmodellinnovationen .....	15
2.2.2	Treiber von Geschäftsmodellinnovationen .....	18
2.2.3	Arten und Typologisierung von Geschäftsmodellinnovationen .....	27
2.3	Mittelstand .....	29
2.4	Wettbewerbsvorteil .....	34
2.5	Zwischenfazit: Notwendigkeit der Betrachtung mittelstandsspezifischer Geschäftsmodelle .....	38
	Literatur .....	40
<b>3</b>	<b>Geschäftsmodelle im Mittelstand</b> .....	51
3.1	Status Quo: Geschäftsmodelle im Mittelstand .....	51
3.1.1	Produkt-Markt-Kombinationen .....	52
3.1.2	Ressourcenstruktur .....	53
3.1.3	Konfiguration und Erreichung von Wertschöpfung .....	54

3.1.4	Ertragsmechanik . . . . .	56
3.1.5	Wettbewerbsorientierung . . . . .	56
3.1.6	Unternehmenskultur und Organisation. . . . .	58
3.2	Synthese der Ergebnisse: Typologisierung mittelstandsspezifischer Geschäftsmodelle . . . . .	59
3.3	Das Geschäftsmodell als integratives Konzept verschiedener Theorien . . . . .	60
3.3.1	Systemtheorie . . . . .	61
3.3.2	Institutional theory . . . . .	62
3.3.3	Resource-based view . . . . .	63
3.3.4	Transaktionskostentheorie . . . . .	64
3.3.5	Netzwerktheorie . . . . .	65
3.4	Zwischenfazit: Status Quo der Geschäftsmodelle mittelständischer Unternehmen aus Literatur und Theorie . . . . .	66
	Literatur . . . . .	69
<b>4</b>	<b>Systematische Literaturanalyse</b> . . . . .	<b>75</b>
4.1	Methodik der Systematischen Literaturanalyse . . . . .	75
4.2	Ergebnisse der Analyse des Literaturbestandes . . . . .	83
4.3	Zwischenfazit: Systematisierung der Ergebnisse im Forschungsmodell. . . . . .	88
	Literatur . . . . .	96
<b>5</b>	<b>Modell</b> . . . . .	<b>99</b>
5.1	Vorstellung des Gesamtforschungsmodells. . . . .	99
5.2	Mittelstandsspezifische Ansatzpunkte. . . . .	101
5.3	Gestaltungsmöglichkeiten für das Geschäftsmodelldesign. . . . .	102
5.4	Wirkungszusammenhang auf den Unternehmenserfolg . . . . .	104
	Literatur . . . . .	104
<b>6</b>	<b>Empirische Untersuchung</b> . . . . .	<b>105</b>
6.1	Grundlegendes Design und Methodik. . . . .	105
6.2	Datenerhebung . . . . .	106
6.3	Datenauswertung. . . . .	108
6.3.1	Charakterisierung der Probanden . . . . .	108
6.3.2	Betriebstypenzuordnung. . . . .	114
6.3.3	Verständnis von Geschäftsmodellen. . . . .	115
6.3.4	Ausgestaltung des Geschäftsmodells . . . . .	117
6.3.5	Verständnis einer Geschäftsmodellinnovation . . . . .	134

---

6.3.6	Vorgehensweise bei einer Geschäftsmodellinnovation . . . .	137
6.3.7	Wirkungszusammenhänge bei einer Geschäftsmodell- innovation . . . . .	139
6.3.8	Einfluss auf das Geschäftsmodelldesign . . . . .	144
6.3.9	Erfolgsfaktoren bei einer Geschäftsmodellinnovation . . . .	147
6.3.10	Erfolgsträchtigkeit einer Geschäftsmodellinnovation . . . .	148
6.4	Diskussion der Ergebnisse . . . . .	149
	Literatur . . . . .	154
<b>7</b>	<b>Schlussbetrachtung</b> . . . . .	<b>157</b>



<http://www.springer.com/978-3-658-13040-4>

Geschäftsmodellinnovationen als Wettbewerbsvorteil  
mittelständischer Unternehmen

Becker, W.; Ulrich, P.; Stradtman, M.

2018, XIII, 159 S. 66 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-658-13040-4