

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	9
1.1	Mittelstand	9
1.2	Geschäftsmodelle – eine Begriffsabgrenzung.....	12
1.3	Geschäftsmodelle mit Fokus Mittelstand.....	15
1.4	Zielsetzung und Aufbau des Buchs.....	18
2	Studiendesign.....	21
2.1	Forschungsmethodik.....	21
2.2	Aufbau und Durchführung der Interviews.....	24
2.3	Charakterisierung der Probanden.....	28
3	Definition und Verständnis von Geschäftsmodellen.....	37
3.1	Verständnis von Geschäftsmodellen.....	37
3.2	Zwecke von Geschäftsmodellen	39
3.3	Zentrale Elemente von Geschäftsmodellen.....	40
3.4	Interne und externe Einflussfaktoren von Geschäftsmodellen.....	42
4	Mittelstandsspezifika von Geschäftsmodellen.....	45
4.1	Einfluss von Mittelstandsspezifika auf Geschäftsmodelle.....	45
4.2	Mittelstandsspezifische Ausprägung von Geschäftsmodellen	48
5	Ausprägung individueller Geschäftsmodelle	51
5.1	Unternehmensspezifische Geschäftsmodelle.....	51
5.2	Produkt-Markt-Kombinationen.....	55
5.3	Konfiguration und Erreichung von Wertschöpfung.....	66
5.4	Ertragsmechanik	74
5.5	Wettbewerbsorientierung.....	84
5.6	Ressourcenstruktur.....	94
5.7	Organisation, Kultur und Unternehmertum	103
5.7.1	Organisation	103
5.7.2	Unternehmenskultur	106
5.7.3	Führung und Führungsstil	107
6	Erfolgswirkung von Geschäftsmodellen.....	115

6.1	Existenz einer Erfolgswirkung von Geschäftsmodellen	115
6.2	Bedeutungsunterschiede zwischen den Elementen eines Geschäftsmodells	116
6.3	Erfolgversprechende und misserfolgsträchtige Ausprägungen von Geschäftsmodellen	118
6.4	Auswirkungen von Geschäftsmodellen auf den Erfolg.....	120
7	Schlussbetrachtung	125
7.1	Thesenartige Zusammenfassung der Ergebnisse	125
7.2	Lessons Learned	128
7.3	Fazit	129
	Literaturverzeichnis	130
	Verzeichnis der Interviewpartner	143
	Informationen zu den Autoren.....	145