

Inhaltsübersicht

Vorwort	V
Teil A: Business Models als Managementkonzept.....	1
1 Einführung.....	3
2 Entstehung und Erfolgsrelevanz des Business-Model-Konzeptes	6
3 Business-Model-Ansätze in der Literatur	25
4 Abgrenzung und Ziele von Business Models.....	76
Teil B: Struktur von Business Models	91
1 Einführung.....	93
2 Struktur der Wertschöpfung in Business Models	95
3 Partialmodelle von Business Models	130
4 Akteure und Interaktionen in Business Models.....	174
5 Business-Model-Innovation	207
Teil C: Management von Business Models	251
1 Einführung.....	253
2 Business-Model-Managementarten	255
3 Design von Business Models	263
4 Implementierung von Business Models.....	289
5 Operation von Business Models.....	304
6 Anpassung und Veränderung von Business Models	317
7 Controlling von Business Models	333
Teil D: Business-Model-Fallbeispiele	345
1 Einführung.....	347
2 E-Business-Model.....	349
3 Finance-Business-Model.....	365

Inhaltsübersicht

4 Automotive-Business-Model	381
5 Media-Business-Model	395
Literaturverzeichnis	409
Stichwortverzeichnis	431
Autor	436

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Teil A: Business Models als Managementkonzept.....	1
1 Einführung.....	3
2 Entstehung und Erfolgsrelevanz des Business-Model-Konzeptes	6
2.1 Entstehung des Business-Model-Konzeptes	7
2.2 Einordnung des Business-Model-Konzeptes	14
2.3 Erfolgsbedeutung des Business Model Managements	21
3 Business-Model-Ansätze in der Literatur	25
3.1 Klassifikation von Business-Model-Ansätzen	26
3.2 Technologieorientierte Business-Model-Ansätze	46
3.3 Organisationsorientierte Business-Model-Ansätze.....	61
3.4 Strategieorientierte Business-Model-Ansätze.....	68
4 Abgrenzung und Ziele von Business Models.....	76
4.1 Definitionsanalyse und Synopse	77
4.2 Ebenen und Ziele von Business Models	84
Teil B: Struktur von Business Models	91
1 Einführung	93
2 Struktur der Wertschöpfung in Business Models	95
2.1 Value-Chain.....	97
2.2 Value-System.....	100
2.3 Value-Constellation.....	102
2.4 Value-Constellation und Business Model.....	111
2.5 Business Models als Management-Instrument	120
3 Partialmodelle von Business Models	130

Inhaltsverzeichnis

3.1	Integriertes Business Model	131
3.2	Strategische Komponente	135
3.2.1	Strategiemodell	135
3.2.2	Ressourcenmodell	139
3.2.3	Netzwerkmodell	142
3.3	Kunden- und Marktkomponente	147
3.3.1	Marktangebotsmodell	147
3.3.2	Kundenmodell	150
3.3.3	Erlösmodell	152
3.4	Wertschöpfungskomponente	157
3.4.1	Beschaffungsmodell	157
3.4.2	Leistungserstellungsmodell	162
3.4.3	Finanzmodell	165
3.5	Beziehungen und Interaktionen von Partialmodellen	170
4	Akteure und Interaktionen in Business Models	174
4.1	Akteure in Business Models	175
4.2	Akteure in spezifischen Business-Model-Partialmodellen	183
4.3	Interaktionen im Business Model Management	187
5	Business-Model-Innovation	207
5.1	Einführung in die Business-Model-Innovation	208
5.1.1	Entwicklung der Business-Model-Innovation	209
5.1.2	Abgrenzung der Business-Model-Innovation	221
5.2	Arten und Prozess der Business-Model-Innovation	227
5.2.1	Arten der Business-Model-Innovation	227
5.2.2	Prozess der Business-Model-Innovation	233
5.3	Integrierter Ansatz zur Business-Model-Innovation	242
5.3.1	Aspekte eines integrierten Ansatzes	243
5.3.2	Integriertes Business-Model-Innovation-Konzept	245

Teil C: Management von Business Models	251
1 Einführung	253
2 Business-Model-Managementarten	255
2.1 Managementarten.....	256
2.2 Kombinationen und Änderungen der Managementarten	259
3 Design von Business Models	263
3.1 Der Designprozess.....	265
3.1.1 Ideengenerierung	267
3.1.2 Machbarkeitsanalyse	270
3.1.3 Prototyping	274
3.1.4 Entscheidungsfindung	276
3.2 Fallbeispiel Peer-to-Peer-Kreditvergabe	280
4 Implementierung von Business Models.....	289
4.1 Grundlagen der Implementierung	290
4.2 Spezifika der Business-Model-Implementierung	295
4.3 Partialmodellbezogene Implementierung	296
4.3.1 Implementierung der Strategiekomponente	297
4.3.2 Implementierung der Kunden- und Marktkomponente	298
4.3.3 Implementierung der Wertschöpfungskomponente	299
4.4 Einfluss der Managementart auf die Implementierung	301
5 Operation von Business Models.....	304
5.1 Business-Model-Operations-Management.....	305
5.2 Business-Model-Qualitätsmanagement.....	309
5.3 Einfluss der Managementart auf die Operation	315
6 Anpassung und Veränderung von Business Models	317
6.1 Change-Management-Prozess	318
6.2 Change-Management-Modelle	323
6.3 Strategien der Nachhaltigkeit für Business Models.....	328

Inhaltsverzeichnis

7	Controlling von Business Models	333
7.1	Realisierung des Leistungsversprechens.....	334
7.2	Befriedigung von Kundenbedürfnissen	336
7.3	Profitabilität.....	338
Teil D: Business-Model-Fallbeispiele		345
1	Einführung.....	347
2	E-Business-Model.....	349
2.1	Google Unternehmensentwicklung	349
2.2	Google Business Model	350
2.3	Erfolgsfaktoren Google.....	362
3	Finance-Business-Model.....	365
3.1	Deutsche Bank Unternehmensentwicklung.....	365
3.2	Deutsche Bank Business Model	367
3.3	Erfolgsfaktoren der Deutschen Bank	377
4	Automotive-Business-Model	381
4.1	Volkswagen AG Unternehmensentwicklung	381
4.2	Volkswagen AG Business Model.....	383
4.3	Erfolgsfaktoren Volkswagen AG.....	392
5	Media-Business-Model.....	395
5.1	News Corporation Unternehmensentwicklung	395
5.2	News Corporation Business Model	397
5.3	Erfolgsfaktoren News Corporation.....	406
Literaturverzeichnis.....		409
Stichwortverzeichnis		431
Autor		436