

# 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 .....	22
4 Abgrenzung und Ziele von Business Models.....	69
Teil B: Struktur von Business Models.....	85
1 Einführung.....	87
2 Struktur der Wertschöpfung in Business Models .....	89
3 Partialmodelle von Business Models.....	126
4 Akteure und Interaktionen in Business Models.....	170
5 Business-Model-Innovation .....	204
Teil C: Management von Business Models.....	257
1 Einführung.....	259
2 Business-Model-Managementarten .....	261
3 Design von Business Models .....	269
4 Implementierung von Business Models.....	295
5 Operation von Business Models.....	310
6 Anpassung und Veränderung von Business Models .....	323
7 Controlling von Business Models .....	340
Teil D: Business-Modell-Fallbeispiele.....	351
1 Einführung.....	353

2	E-Business-Model.....	355
3	Finance-Business-Model .....	377
4	Automotive-Business-Model .....	391
5	Media-Business-Model.....	405
	Literaturverzeichnis.....	419
	Stichwortverzeichnis .....	443
	Autor .....	448

# 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 .....	12
2.3 Erfolgsbedeutung des Business Model Managements .....	19
3 Business-Model-Ansätze in der Literatur .....	22
3.1 Klassifikation von Business-Model-Ansätzen .....	23
3.2 Technologieorientierte Business-Model-Ansätze .....	44
3.3 Organisationsorientierte Business-Model-Ansätze.....	57
3.4 Strategieorientierte Business-Model-Ansätze .....	63
4 Abgrenzung und Ziele von Business Models.....	69
4.1 Definitionsanalyse und Synopse .....	70
4.2 Ebenen und Ziele von Business Models .....	77
Teil B: Struktur von Business Models.....	85
1 Einführung.....	87
2 Struktur der Wertschöpfung in Business Models .....	89
2.1 Value-Chain .....	91
2.2 Value-System.....	94
2.3 Value-Constellation .....	97
2.4 Value-Constellation und Business Model.....	105
2.5 Business Models als Management-Instrument .....	115
3 Partialmodelle von Business Models.....	126

3.1	Integriertes Business Model .....	127
3.2	Strategische Komponente.....	131
3.2.1	Strategiemodell .....	131
3.2.2	Ressourcenmodell.....	135
3.2.3	Netzwerkmodell .....	138
3.3	Kunden- und Marktkomponente .....	143
3.3.1	Kundenmodell.....	143
3.3.2	Marktangebotsmodell .....	145
3.3.3	Erlösmodell.....	149
3.4	Wertschöpfungskomponente.....	153
3.4.1	Leistungserstellungsmodell.....	153
3.4.2	Beschaffungsmodell.....	156
3.4.3	Finanzmodell.....	161
3.5	Beziehungen und Interaktionen von Partialmodellen.....	166
4	Akteure und Interaktionen in Business Models.....	170
4.1	Akteure in Business Models.....	171
4.2	Akteure in spezifischen Business-Model-Partialmodellen .....	179
4.3	Interaktionen im Business Model Management.....	183
5	Business-Model-Innovation.....	204
5.1	Einführung in die Business-Model-Innovation .....	205
5.1.1	Abgrenzung der Business-Model-Innovation.....	218
5.1.2	Arten der Business-Model-Innovation.....	224
5.2	Prozess der Business-Model-Innovation .....	230
5.2.1	Ableitung des Prozesses.....	231
5.2.2	Stufen des Business-Model-Innovation-Prozesses .....	237
5.3	Integrierter Ansatz zur Business-Model-Innovation .....	240
5.3.1	Aspekte eines integrierten Ansatzes.....	241
5.3.2	Integriertes Business-Model-Innovation-Konzept.....	244

5.3.3	Business Model Innovation & Business Model Development .....	248
Teil C: Management von Business Models.....		257
1	Einführung.....	259
2	Business-Model-Managementarten .....	261
2.1	Managementarten.....	262
2.2	Kombinationen und Änderungen der Managementarten .....	265
3	Design von Business Models .....	269
3.1	Der Designprozess.....	271
3.1.1	Ideengenerierung .....	273
3.1.2	Machbarkeitsanalyse .....	275
3.1.3	Prototyping .....	281
3.1.4	Entscheidungsfindung .....	282
3.2	Fallbeispiel Peer-to-Peer-Kreditvergabe .....	286
4	Implementierung von Business Models.....	295
4.1	Grundlagen der Implementierung .....	296
4.2	Spezifika der Business-Model-Implementierung .....	301
4.3	Partialmodellbezogene Implementierung .....	303
4.3.1	Implementierung der Strategiekomponente .....	303
4.3.2	Implementierung der Kunden- und Marktkomponente .....	304
4.3.3	Implementierung der Wertschöpfungskomponente .....	306
4.4	Einfluss der Managementart auf die Implementierung .....	307
5	Operation von Business Models.....	310
5.1	Business Model Operations- Management .....	311
5.2	Business-Model-Qualitätsmanagement.....	314
5.3	Einfluss der Managementart auf die Operation .....	3200
6	Anpassung und Veränderung von Business Models .....	323
6.1	Change-Management-Prozess .....	324
6.2	Change-Management-Modelle .....	330

6.3 Strategien der Nachhaltigkeit für Business Models.....	334
7 Controlling von Business Models.....	340
7.1 Realisierung des Leistungsversprechens.....	341
7.2 Befriedigung von Kundenbedürfnissen .....	343
7.3 Profitabilität.....	345
Teil D: Business-Modell-Fallbeispiele.....	351
1 Einführung.....	353
2 E-Business-Model.....	355
2.1 Google Unternehmensentwicklung .....	355
2.2 Google Business Model .....	358
2.3 Erfolgsfaktoren Google.....	374
3 Finance-Business-Model .....	377
3.1 Deutsche Bank Unternehmensentwicklung.....	377
3.2 Deutsche Bank Business Model .....	379
3.3 Erfolgsfaktoren der Deutschen Bank .....	388
4 Automotive-Business-Model .....	391
4.1 Volkswagen AG Unternehmensentwicklung .....	391
4.2 Volkswagen AG Business Model.....	393
4.3 Erfolgsfaktoren Volkswagen AG.....	402
5 Media-Business-Model.....	405
5.1 FOX Corporation Unternehmensentwicklung .....	405
5.2 FOX Corporation Business Model.....	407
5.3 Erfolgsfaktoren FOX Corporation.....	415
Literaturverzeichnis.....	419
Stichwortverzeichnis .....	443
Autor .....	448