

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Teil A: Business Models als Management-Konzept.....	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	13
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.....	37
3.3 Organisationsorientierte Business Model-Ansätze	51
3.4 Strategieorientierte Business Model-Ansätze	58
4 Abgrenzung und Ziele von Business Models	66
4.1 Definitionsanalyse und Synopse	67
4.2 Ebenen und Ziele von Business Models	74
Teil B: Struktur von Business Models.....	81
1 Einführung	83
2 Struktur der Wertschöpfung in Business Models.....	85
2.1 Value Chain	87
2.2 Value System	90
2.3 Value Constellation.....	92
2.4 Value Constellation und Business Model	101
2.5 Business Models als Management-Instrument	110
3 Partialmodelle von Business Models	120

3.1	Integriertes Business Model	121
3.2	Strategische Komponente	124
3.2.1	Strategiemodell	125
3.2.2	Ressourcenmodell.....	129
3.2.3	Netzwerkmodell	132
3.3	Kunden- und Marktkomponente	137
3.3.1	Kundenmodell	137
3.3.2	Marktangebotsmodell	139
3.3.3	Erlösmodell.....	142
3.4	Wertschöpfungskomponente	146
3.4.1	Leistungserstellungsmodell	146
3.4.2	Beschaffungsmodell	149
3.4.3	Finanzmodell.....	154
3.5	Beziehungen und Interaktionen von Partialmodellen.....	158
4	Akteure und Interaktionen in Business Models.....	162
4.1	Akteure in Business Models.....	163
4.2	Akteure in spezifischen Business Model-Partialmodellen.....	170
4.3	Interaktionen im Business Model-Management.....	174
5	Business Model-Innovation.....	195
5.1	Einführung in die Business Model-Innovation.....	196
5.2	Struktur der Business Model-Innovation	202
5.2.1	Abgrenzung der Business Model-Innovation	203
5.2.2	Aspekte der Business Model-Innovation.....	208
5.3	Prozess der Business Model-Innovation.....	214
5.3.1	Prozessherleitung	214
5.3.2	Die Stufen des Innovationsprozesses	218
Teil C: Management von Business Models.....		223
1	Einführung	225

2	Business Model-Managementarten.....	227
2.1	Managementarten.....	228
2.2	Kombinationen und Änderungen der Managementarten	231
3	Design von Business Models.....	234
3.1	Der Designprozess.....	236
3.1.1	Ideengenerierung.....	238
3.1.2	Machbarkeitsanalyse	241
3.1.3	Prototyping.....	245
3.1.4	Entscheidungsfindung	247
3.2	Fallbeispiel Peer-to-Peer Kreditvergabe.....	250
4	Implementierung von Business Models	259
4.1	Grundlagen der Implementierung	260
4.2	Spezifika der Business Model-Implementierung	265
4.3	Partialmodellbezogene Implementierung.....	267
4.3.1	Implementierung der Strategiekomponente	267
4.3.2	Implementierung der Kunden- und Marktkomponente.....	268
4.3.3	Implementierung der Wertschöpfungs- komponente.....	270
4.4	Einfluss der Managementart auf die Implementierung.....	271
5	Operation von Business Models	274
5.1	Business Model Operations Management.....	275
5.2	Business Model-Qualitätsmanagement	279
5.3	Einfluss der Managementart auf die Operation	285
6	Anpassung und Veränderung von Business Models.....	287
6.1	Change Management-Prozess.....	288
6.2	Change Management-Modelle.....	293
6.3	Strategien der Nachhaltigkeit für Business Models	297

7 Controlling von Business Models.....	303
7.1 Realisierung des Leistungsversprechens.....	304
7.2 Befriedigung von Kundenbedürfnissen	306
7.3 Profitabilität.....	308
Teil D: Business Model-Fallbeispiele	315
1 Einführung	317
2 E-Business Model	319
2.1 Google Unternehmensentwicklung	319
2.2 Google Business Model.....	320
2.3 Erfolgsfaktoren Google.....	328
3 Finance Business Model	331
3.1 Deutsche Bank AG Unternehmensentwicklung.....	331
3.2 Deutsche Bank AG Business Model	333
3.3 Erfolgsfaktoren Deutsche Bank AG	342
4 Automotive Business Model	346
4.1 Volkswagen AG Unternehmensentwicklung.....	346
4.2 Volkswagen AG Business Model.....	348
4.3 Erfolgsfaktoren Volkswagen AG	357
5 Media Business Model.....	360
5.1 News Corporation Unternehmensentwicklung	360
5.2 News Corporation Business Model.....	362
5.3 Erfolgsfaktoren News Corporation.....	371
Literaturverzeichnis.....	375
Stichwortverzeichnis	395
Autor.....	400