

## Inhaltsübersicht

|  |             |
|--|-------------|
| <b>Abbildungsverzeichnis .....</b>                                       | <b>xvii</b> |
| <b>Tabellenverzeichnis .....</b>   | <b>xxi</b>  |
| <b>1. Hintergrund und Aufbau der Arbeit .....</b>                        | <b>1</b>    |
| <b>2. Ausgangsbefund .....</b>   | <b>13</b>   |
| <b>3. Interpretative gesellschaftsorientierte Managementlehre .....</b>  | <b>45</b>   |
| <b>4. Geschäftsmodell-Resilienz .....</b>                                | <b>67</b>   |
| <b>5. McDonald's Deutschland im gesellschaftlichen Umbruch .....</b>     | <b>95</b>   |
| <b>6. Geschäftsmodell-Resilienz als Orientierungsrahmen .....</b>        | <b>135</b>  |
| <b>7. Diskussion: Geschäftsmodell-Resilienz .....</b>                    | <b>169</b>  |
| <b>8. Viables und nützliches Wissen für etablierte Unternehmen .....</b> | <b>179</b>  |
| <b>9. Zusammenfassung und Ausblick.....</b>                              | <b>185</b>  |
| <b>Anhang .....</b>  | <b>191</b>  |
| <b>Literaturverzeichnis .....</b>  | <b>195</b>  |

# Inhaltsverzeichnis

|  |             |
|--|-------------|
| <b>Abbildungsverzeichnis .....</b>   | <b>xvii</b> |
| <b>Tabellenverzeichnis .....</b>   | <b>xxi</b>  |
| <b>1. Hintergrund und Aufbau der Arbeit .....</b>  | <b>1</b>    |
| 1.1 Einführung .....   | 2           |
| 1.2 Forschungsfragen .....   | 6           |
| 1.3 Aufbau der Arbeit .....  | 8           |
| <b>2. Ausgangsbefund .....</b>   | <b>13</b>   |
| 2.1 Fragilität der Moderne: Destabilisierung moderner Gesellschaften .....   | 13          |
| 2.2 Planetarische Grenzen: Ökologische Grenzen des Wachstums .....   | 19          |
| 2.3 'Beyond GDP': Entkopplung von Wachstum und Wohlstand .....   | 23          |
| 2.4 Etablierte Unternehmen in fragilen Gesellschaftsprozessen .....  | 26          |
| 2.5 Verortung der Arbeit und Überblick über relevante Forschungsarbeiten .....                                       | 29          |
| 2.5.1 Transformationen nachhaltiger Geschäftsmodelle .....   | 29          |
| 2.5.2 Transformationen als sozio-technische Transitions .....  | 31          |
| 2.5.3 Die strukturpolitische Mitverantwortung von Unternehmen .....  | 34          |
| 2.5.4 Unternehmerische Nachhaltigkeit: True Business Sustainability .....  | 37          |
| 2.6 Forschungslücke: Geschäftsmodelle aus Transformationssicht .....   | 41          |
| <b>3. Interpretative gesellschaftsorientierte Managementlehre .....</b>  | <b>45</b>   |
| 3.1 Interpretative Managementlehre: Wissenschaftstheoretische Vorüberlegungen .....                                  | 45          |
| 3.1.1 Geschäftsmodell-Resilienz als Orientierungsrahmen einer interpretativen Managementlehre.....                   | 45          |
| 3.1.2 Geschäftsmodell-Resilienz als Orientierungsrahmen für neue unternehmerische Narrative .....                    | 51          |
| 3.2 Zur empirischen Basis der Arbeit: McDonald's Deutschland als Beispielunternehmen .....                           | 53          |
| 3.2.1 Empirie zur Plausibilisierung eines nützlichen und viablen Bezugsrahmens.....                                  | 54          |
| 3.2.2 Medien- und Inhaltsanalyse: Methodisches Vorgehen der Arbeit .....   | 57          |
| <b>4 GeschäftsmodeLL-Resilienz .....</b>   | <b>67</b>   |
| 4.1 Geschäftsmodelle .....   | 67          |
| 4.1.1 Geschäftsmodelle: Beschreibung unternehmerischen Handelns in 19 Dimensionen .....                              | 69          |
| 4.1.2 Vereinfachtes Geschäftsmodell-Konzept: Zwischen Kundennutzenversprechen und Architektur der Wertschöpfung..... | 74          |
| 4.2 Das Konzept der Resilienz: Überlebensfähigkeit unter Unsicherheit .....  | 78          |
| 4.2.1 Adoptionszyklus: Resilienz durch das Zusammenspiel von Wandel und Beharrlichkeit .....                         | 80          |

|          |  |            |
|----------|--|------------|
| 4.2.2    | Adaptabilität: Erhöhung der Resilienz in vier Dimensionen .....  | 85         |
| 4.3      | Geschäftsmodell-Resilienz .....  | 87         |
| <b>5</b> | <b>McDonald's Deutschland im gesellschaftlichem Umbruch .....</b>  | <b>95</b>  |
| 5.1      | McDonald's Deutschland als modern(st)er Akteur .....   | 95         |
| 5.2      | McDonald's Deutschland in der Öffentlichkeit: Gefährdende Themen .....   | 97         |
| 5.3      | Das Markenimage von McDonald's Deutschland .....   | 111        |
| 5.4      | McDonald's (Deutschland) Antwortstrategien in der Öffentlichkeit .....   | 120        |
| 5.5      | Nachhaltigkeitsberichte von McDonald's Deutschland .....   | 128        |
| <b>6</b> | <b>Geschäftsmodell-Resilienz als Orientierungsrahmen .....</b>   | <b>135</b> |
| 6.1      | Das McDonald's Deutschland Geschäftsmodell .....   | 135        |
| 6.1.1    | Das Kundennutzenversprechen: (good) food fast .....  | 136        |
| 6.1.1.1  | Angebot: die Produkte: schnell produzier- und konsumierbar – Fokus Burger .....  | 137        |
| 6.1.1.2  | Zielgruppe: die Kunden und weitere Stakeholder – Familien und die gesamte Gesellschaft.....  | 138        |
| 6.1.2    | Architektur der Wertschöpfung: hochstandardisierte Produktion und Verkauf .....  | 140        |
| 6.1.2.1  | Schlüsselressourcen: Marke, Informationen, Netzwerke .....   | 140        |
| 6.1.2.2  | Schlüsselprozesse: Kerngeschäft in den Restaurants mit Unterstützung der Company .....   | 145        |
| 6.2      | Die vier Geschäftsmodell-Resilienz-Dimensionen .....   | 149        |
| 6.2.1    | Gefährdung: Die Marke McDonald's (Deutschland) im Spannungsfeld gesellschaftlichen Wandels .....                                     | 150        |
| 6.2.2    | Empfindlichkeit: McDonald's (Deutschland) zwischen 'good food fast' und 'Bulettenriesen' .....                                       | 152        |
| 6.2.3    | Lernfähigkeit: Asymmetrie zwischen Architektur der Wertschöpfung und Kundennutzenversprechen von McDonald's Deutschland .....        | 154        |
| 6.2.4    | Produktive Abhängigkeit: McDonald's Deutschland zwischen Partnerschaftlichem Lieferantenetzwerk und widersprüchlichen KundInnen..... | 159        |
| 6.3      | Geschäftsmodell-Resilienz von McDonald's Deutschland .....   | 161        |
| 6.3.1    | Geschäftsmodell-Resilienz von McDonald's Deutschland – Verknüpfung von Marke, Experimenten und Netzwerken .....                      | 162        |
| 6.3.2    | Geschäftsmodell-Resilienz bei McDonald's Deutschland: Hauptthrausforderung nachhaltige Trends .....                                  | 164        |
| <b>7</b> | <b>Diskussion: Geschäftsmodell-Resilienz .....</b>   | <b>169</b> |
| 7.1      | Übersetzung zwischen unternehmerischer Binnenwahrnehmung und externer Unternehmensumwelt .....                                       | 170        |
| 7.2      | Übersetzung zwischen konkurrierenden internen Perspektiven und Zielsetzungen .....   | 172        |
| 7.3      | Narrative als zeitliche Übersetzung von Unternehmensgeschichte und Unternehmenszukunft .....   | 174        |

|   |            |
|---|------------|
| 7.4 Die Übersetzung von Worten in Taten .....                           | 176        |
| <b>8 Viables und nützliches Wissen für etablierte Unternehmen .....</b> | <b>179</b> |
| <b>9 Zusammenfassung und Ausblick.....</b>                              | <b>185</b> |
| <b>Anhang .....</b>   | <b>191</b> |
| <b>Literaturverzeichnis .....</b>                                       | <b>195</b> |