

1	Einleitung	1
1.1	Relevanz und Problemstellung	1
1.2	Zielsetzung und Forschungsfragen der Arbeit	10
1.3	Inhaltliche Einordnung und Abgrenzung	14
1.4	Strukturierung der Arbeit	15
2	Theoretische Grundlagen	19
2.1	Geschäftsmodelle und Geschäftsmodellinnovationen	21
2.1.1	Differenzierung von Grunbegriffen: Tangible und intangible Produkte	21
2.1.1.1	Produkte, Güter und der Leistungsbegriff	21
2.1.1.2	Dienstleistungen	22
2.1.2	Geschäftsmodelle	24
2.1.2.1	Entwicklungen und Strömungen in der Forschung	24
2.1.2.2	Definition und Abgrenzung des Begriffs „Business Model“	26
2.1.2.3	Einordnung und Abgrenzung des Geschäftsmodellkonzepts in die Managementforschung	27
2.1.2.4	Das Geschäftsmodell als Modelltyp und seine Komponenten	30
2.1.3	Geschäftsmodellinnovationen	34
2.1.3.1	Definition und Verständnis von Geschäftsmodellinnovationen	34
2.1.3.2	Grundlagen der Innovation	35

2.1.3.2.1	Der Innovationsbegriff	35
2.1.3.2.2	Dimensionen einer Innovation	36
2.1.3.2.3	Innovationsprozesse und -prozessmodelle	38
2.1.3.3	Geschäftsmodellinnovationen im Kontext der Innovationsdimensionen	39
2.2	Organisatorische Innovation als Erweiterung der Geschäftsmodellperspektive	41
2.2.1	Organisatorische Innovation als Transformationsansatz	42
2.2.1.1	Definition und Abgrenzung der organisatorischen Innovation	42
2.2.1.2	Verständnis der organisatorischen Innovation als Change-Management-Ansatz	45
2.2.1.3	Einordnung und Abgrenzung der organisatorischen Innovation als Transformationsansatz in die Organisationsforschung	47
2.2.2	Einfluss organisatorischer Determinanten auf das Ergebnis	48
2.2.3	Implementierungserfolg im Kontext von Geschäftsmodellinnovationen und der organisatorischen Innovation	50
2.3	Digitale Servitisation	53
2.3.1	Ursprung der Servitisation und Forschungsströmungen	53
2.3.2	Verzahnung der Servitisation und Digitalisierung	54
2.3.3	Produkt-Service Systeme	58
2.3.3.1	Traditionelle Produkt-Service Systeme	58
2.3.3.2	Digitale Produkt-Service Systeme	63
2.3.3.3	Digitale PSS-Plattformen	67
2.4	Sach- und dienstleistungsorientierte Logiken	71
2.4.1	Goods-Dominant Logic (GDL)	71
2.4.2	Service-Dominant Logic (SDL)	72
2.4.3	Bedeutung der SDL in Kontext der Geschäftsmodellinnovationen	76
2.5	Theorien des strategischen Managements	79
2.5.1	Resource-Based-View (RBV)	79

2.5.2	Knowledge-Based-View (KBV)	81
2.5.3	Dynamic-Capability-Based-View (DCV)	82
2.5.3.1	Dynamic Capabilities, organisatorische Innovation und PSS-Geschäftsmodelle	84
2.5.3.2	Dynamic Capabilities, Service-Dominant Logic und PSS-Geschäftsmodelle	85
3	Aktueller Stand der empirischen Forschung	89
3.1	Methodik der Literaturanalyse	89
3.2	Transformationsprozesse und Klassifizierung von PSS innerhalb der digitalen Servitisation	91
3.3	Organisatorische Determinanten und dynamische Fähigkeiten	95
3.3.1	Strategie	96
3.3.2	Organisatorische Strukturen	102
3.3.3	Unternehmenskultur	106
3.3.4	Prozesse	108
3.3.5	Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)	113
3.3.6	Integrations- und Koordinationsfähigkeit	115
3.4	Resümee der Befunde	118
4	Methodik und Entwicklung des Forschungsdesigns	123
4.1	Wirtschaftstheoretische Grundlagen	123
4.2	Entwicklung der Forschungsmethode und des Forschungsdesigns	125
4.3	Ableitung eines Mixed-Methods-Ansatzes	130
4.3.1	Entwicklung des theoretischen Bezugsrahmens	131
4.3.2	Formulierung der Propositionen	133
4.3.2.1	Transformationsprozesse und PSS der digitalen Servitisation	133
4.3.2.2	Organisatorische Determinanten und dynamische Fähigkeiten	135
4.3.2.2.1	Strategie	136
4.3.2.2.2	Organisatorische Strukturen	137
4.3.2.2.3	Unternehmenskultur	138
4.3.2.2.4	Prozesse	138
4.3.2.2.5	Informations- und Kommunikationstechnologie	139

4.3.2.2.6	Integrations- und Koordinationsfähigkeit	140
4.3.3	Ableitung eines Modells zur Effizienzbestimmung	140
4.4	Vorbereitung und Konkretisierung der Fallstudien	146
4.5	Gütekriterien qualitativer Forschung	151
4.6	Methodik zur Analyse der Fallstudien	153
5	Empirische Studie – Single Case Studies	159
5.1	Transformationsprozesse und PSS-Geschäftsmodelle	162
5.1.1	Pilot – Fallstudie 1: Firma A	162
5.1.2	Fallstudie 2: Firma B	164
5.1.3	Fallstudie 3: Firma C	166
5.1.4	Fallstudie 4: Firma D	168
5.1.5	Fallstudie 5: Firma E	170
5.1.6	Fallstudie 6: Firma F	172
5.1.7	Fallstudie 7: Firma G	174
5.1.8	Fallstudie 8: Firma H	176
5.2	Organisatorische Determinanten und dynamische Fähigkeiten	179
5.2.1	Ergebnisse zur traditionellen Servitisation	179
5.2.2	Ergebnisse zur digitalen Servitisation	179
5.2.3	Evaluative Einschätzung und Bewertung der Variablen	179
5.3	Einfluss der organisatorischen Maßnahmen auf die Gesamtkosten	204
6	Datenauswertung und Ergebnisinterpretation	213
6.1	Fallstudienübergreifende Analyse	213
6.1.1	Gruppenbildung zur Identifikation von Ähnlichkeitsstrukturen	215
6.1.1.1	Ex-ante-Betrachtung: Data Envelopment Analysis (DEA)	215
6.1.1.2	Ex-post-Betrachtung: Clusteranalyse	226
6.1.2	Transformationsprozess der digitalen Servitisation	231
6.1.2.1	Ganzheitliche qualitative Betrachtung des Goods-to-Services-Kontinuums	231
6.1.2.2	Separierte quantitative Betrachtung des Servitisationsprozesses	234
6.1.3	Organisatorische Determinanten und Fähigkeiten	237
6.1.3.1	Strategie	238

6.1.3.2	Organisatorische Strukturen	240
6.1.3.3	Unternehmenskultur	242
6.1.3.4	Geschäftsprozesse	245
6.1.3.5	Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)	247
6.1.4	Dynamische Fähigkeiten: Integrations- und Koordinationsfähigkeit	250
6.1.5	Gruppenspezifische evaluative Bewertung der organisatorischen Determinanten	253
6.2	Kritische Würdigung und Diskussion	257
6.2.1	Transformationsprozess der digitalen Servitisation	257
6.2.2	Organisatorische Determinanten und Fähigkeiten	261
6.2.2.1	Strategie	261
6.2.2.2	Organisatorische Strukturen	265
6.2.2.3	Unternehmenskultur	269
6.2.2.4	Geschäftsprozesse	270
6.2.2.5	Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)	273
6.2.3	Dynamische Fähigkeiten: Integrations- und Koordinationsfähigkeit	276
7	Schlussbetrachtungen	281
7.1	Zusammenfassung	281
7.2	Implikationen für die Forschung	283
7.3	Implikationen für die Unternehmenspraxis	291
7.4	Limitationen und zukünftiger Forschungsbedarf	297
Anhang	301
Literaturverzeichnis	417