

Malte Bornemann

Die Erfolgswirkung der Geschäftsmodellgestaltung

Eine kontextabhängige Betrachtung

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Malte Brettel



RESEARCH

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XVII
Abkürzungsverzeichnis	XXI
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Forschungsfragen	1
1.2 Angestrebter Erkenntnisbeitrag	10
1.3 Vorgehensweise	13
2 Konzeptionelle Grundlagen	15
2.1 Geschäftsmodell	15
2.1.1 Definitionen und Sichtweisen von Geschäftsmodellen	16
2.1.2 Begriffsverwendung im Rahmen dieser Arbeit	19
2.1.3 Abgrenzung zu anderen Begriffen	22
2.1.4 Theoretisch-konzeptionelle Arbeiten	29
2.1.5 Empirische Arbeiten	34
2.2 Wachstumsunternehmen und KMU	39
2.2.1 Begriffsdefinition	39
2.2.2 Kriterien und Begründung der Auswahl	43
2.3 Umfeld des Unternehmens	46
2.3.1 Das Umfeld als Kontextfaktor	46
2.3.2 Theoretischer Hintergrund der Umfeldbetrachtung	48
2.3.3 Messbarmachung des Umfelds	55
3 Theoretischer Hintergrund	66
3.1 Gestaltungsthemen des Geschäftsmodells	67
3.1.1 Konfiguration als theoretisches Fundament	67
3.1.2 Effizienz-zentrierte Geschäftsmodelle	71
3.1.3 Innovations-zentrierte Geschäftsmodelle	77

3.1.4	Lock-in-zentrierte Geschäftsmodelle	82
3.1.5	Komplementaritäts-zentrierte Geschäftsmodelle	88
3.1.6	Interaktion zwischen den Gestaltungsthemen	92
3.1.7	Fazit zu den Gestaltungsrichtungen des Geschäftsmodells	95
3.2	Umfeld und Geschäftsmodelle.....	97
3.2.1	Bedeutung des Umfelds für die Erfolgswirkung des Geschäftsmodells	97
3.2.2	Auswahl der Charakteristika für den Untersuchungsrahmen dieser Arbeit ..	100
3.3	Konzeptualisierung des Forschungsmodells.....	102
3.3.1	Geschäftsmodellgestaltung und Erfolg.....	102
3.3.2	Umfeld, Geschäftsmodellgestaltung und Erfolg	104
3.3.3	Kombinationen der Geschäftsmodellgestaltung und Erfolg.....	112
3.3.4	Gesamtmodell.....	112
4	Grundlagen der empirischen Untersuchung	114
4.1	Methodik und Vorgehensweise	114
4.1.1	Faktorenanalyse	115
4.1.2	Strukturgleichungsmodell.....	121
4.1.3	Clusteranalyse.....	140
4.1.4	Beschreibung der Vorgehensweise.....	146
4.2	Empirische Operationalisierung.....	148
4.2.1	Geschäftsmodellgestaltungsrichtungen	149
4.2.2	Umfeld des Unternehmens	154
4.2.3	Erfolg.....	156
4.2.4	Kontrollvariablen.....	161
5	Durchführung der empirischen Untersuchung	168
5.1	Datengrundlage	168
5.1.1	Bildung der Stichprobe	168
5.1.2	Datenerhebung.....	170
5.1.3	Verwertbarkeit der Daten	176
5.1.4	Repräsentativität der Daten	176
5.2	Überprüfung des Modells	181
5.2.1	Faktorenanalyse	182
5.2.2	Spezifizierung der Konstrukte	187
5.2.3	Gütebeurteilung auf Messmodellebene	190
5.2.4	Gütebeurteilung auf Strukturmodellebene.....	212

5.2.5	Beurteilung der Gruppenvergleiche.....	216
5.2.6	Beurteilung der Clusteranalyse.....	220
5.3	Diskussion der Ergebnisse.....	223
5.3.1	Ergebnisse zur direkten Erfolgswirkung der Geschäftsmodellgestaltung.....	224
5.3.2	Ergebnisse zur moderierten Erfolgswirkung.....	227
5.3.3	Ergebnisse zu den Kontrollvariablen.....	234
5.3.4	Ergebnisse zu den Kombinationen von Gestaltungsrichtungen.....	236
6	Zusammenfassende Beurteilung.....	242
6.1	Erkenntnisse bezüglich der Forschungsfragen.....	242
6.2	Implikationen für die Forschung.....	244
6.2.1	Beitrag zur Forschung.....	244
6.2.2	Restriktionen und weiterer Forschungsbedarf.....	249
6.3	Implikationen für die unternehmerische Praxis.....	251
Anhang	261
Literaturverzeichnis	269