

## Inhaltsverzeichnis

1	Einführung .....	9
1.1	Mittelstand .....	9
1.2	Geschäftsmodelle – eine Begriffsabgrenzung.....	12
1.3	Geschäftsmodelle mit Fokus Mittelstand.....	15
1.4	Zielsetzung und Aufbau des Buchs.....	18
2	Studiendesign.....	21
2.1	Forschungsmethodik.....	21
2.2	Aufbau und Durchführung der Interviews.....	24
2.3	Charakterisierung der Probanden.....	28
3	Definition und Verständnis von Geschäftsmodellen.....	37
3.1	Verständnis von Geschäftsmodellen.....	37
3.2	Zwecke von Geschäftsmodellen .....	39
3.3	Zentrale Elemente von Geschäftsmodellen.....	40
3.4	Interne und externe Einflussfaktoren von Geschäftsmodellen.....	42
4	Mittelstandsspezifika von Geschäftsmodellen.....	45
4.1	Einfluss von Mittelstandsspezifika auf Geschäftsmodelle.....	45
4.2	Mittelstandsspezifische Ausprägung von Geschäftsmodellen .....	48
5	Ausprägung individueller Geschäftsmodelle .....	51
5.1	Unternehmensspezifische Geschäftsmodelle .....	51
5.2	Produkt-Markt-Kombinationen.....	55
5.3	Konfiguration und Erreichung von Wertschöpfung.....	66
5.4	Ertragsmechanik .....	74
5.5	Wettbewerbsorientierung.....	84
5.6	Ressourcenstruktur.....	94
5.7	Organisation, Kultur und Unternehmertum .....	103
5.7.1	Organisation.....	103
5.7.2	Unternehmenskultur.....	106
5.7.3	Führung und Führungsstil .....	107
6	Erfolgswirkung von Geschäftsmodellen.....	115

---

6.1	Existenz einer Erfolgswirkung von Geschäftsmodellen .....	115
6.2	Bedeutungsunterschiede zwischen den Elementen eines Geschäftsmodells .....	116
6.3	Erfolgsversprechende und misserfolgsträchtige Ausprägungen von Geschäftsmodellen .....	118
6.4	Auswirkungen von Geschäftsmodellen auf den Erfolg .....	120
7	Schlussbetrachtung .....	125
7.1	Thesenartige Zusammenfassung der Ergebnisse .....	125
7.2	Lessons Learned .....	128
7.3	Fazit .....	129
	Literaturverzeichnis .....	130
	Verzeichnis der Interviewpartner .....	143
	Informationen zu den Autoren .....	145