

Schwerpunkt Business Model Innovation

Daniel R. A. Schallmo *Hrsg.*

Daniel Schallmo

Andreas Rusnjak · Johanna Anzengruber

Thomas Werani · Michael Jünger

Hrsg.

Digitale Transformation von Geschäftsmodellen

Grundlagen, Instrumente
und Best Practices



Springer Gabler

Controlling der digitalen Transformation Wie das Controlling der Digitalen Transformation mittels eines Digitalcockpits erfolgen kann, behandeln Avo Schönbohm und Ulrich Egle in ihrem Beitrag. Sie gehen dabei auf unterschiedliche Managementdimensionen in Bezug auf die Digitale Transformation ein und erarbeiten das Digitalcockpit anhand des Unternehmens Axel Springer SE.

2. Studienergebnisse

Wertdisziplinen und digitale Transformation von Geschäftsmodellen Der Zusammenhang zwischen Wertdisziplinen und digitaler Transformation wird von Thomas Werani, Alexander Schauburger, Petra Martinek-Kuchinka und Bernhard Freiseisen in ihrem Beitrag erläutert. Dabei legen sie ihren Ausführungen Ergebnisse einer empirischen Studie in Business-to-Business-Märkten zugrunde.

Digitale Intensität und Management der Transformation Die Digitale Intensität und das Management der Transformation als zwei wichtige Bestandteile für die Entwicklung und Umsetzung digitaler Geschäftsmodelle beschreiben Patricia Deflorin, Maike Scherrer und Niklas Eberhardt in ihrem Aufsatz. Hierfür führen sie eine Studie bei Schweizer Industrieunternehmen durch.

Digitalisierung von Geschäftsmodellen Die Digitalisierung von Geschäftsmodellen im Mittelstand analysieren Wolfgang Becker, Patrick Ulrich, Tim Botzokowski und Sebastian Eurich, indem sie eine Fallstudienuntersuchung von 41 Unternehmen durchführen und Veränderungen aufzeigen.

Internet der Dinge Hype oder ernsthafte Herausforderung für Wissenschaft und Unternehmenspraxis? Ob das Internet der Dinge ein Hype oder eine ernsthafte Herausforderung für Wissenschaft und Praxis ist, beschreiben Markus Wildbihler, Birgit Stelzer, Edgar Schiebel und Leo Brecht in ihrem Beitrag. Dabei setzen sie die bibliografische Kopplung ein, um Publikationen zu analysieren und die Ergebnisse zu visualisieren.

Internetvertrieb als Erfolgsfaktor von Gründungen Inwiefern der Internetvertrieb als Erfolgsfaktor von Gründungen zu verstehen ist, analysiert Jutta Stirner, indem sie in ihrer Studie die Ergebnisse und den Vergleich einer empirischen Langzeituntersuchung (2005 und 2015) darlegt.

Big Data und technologiegetriebene Geschäftsmodellinnovation Den Zusammenhang von Big Data und technologiegetriebener Geschäftsmodell-Innovation erläutert Katharina Hölzle in ihrem Beitrag. Hierbei analysiert sie anhand von vier Fallstudien den Einsatz und die Auswirkung der In-Memory- Technologie auf existierende Geschäftsmodelle im Kontext von Big Data.