

Geschäftsmodellinnovationen

Eine Analyse am Beispiel der mittelständischen Pharmaindustrie

Bearbeitet von
Silvia Adelhelm

1. Auflage 2013. Taschenbuch. XX, 284 S. Paperback

ISBN 978 3 8441 0292 5

Format (B x L): 14,8 x 21 cm

Gewicht: 438 g

[Wirtschaft > Fertigungsindustrie > Pharmaindustrie](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.



Silvia Adelhelm

Geschäftsmodellinnovationen

Eine Analyse am Beispiel der
mittelständischen Pharmaindustrie

Reihe „**Technologiemanagement, Innovation und Beratung**“,
Band 32

Herausgegeben von Prof. Dr. Dr. h. c. Norbert Szyperski, Köln,
vBP StB Prof. Dr. Johannes Georg Bischoff, Wuppertal, und
Prof. Dr. Heinz Klandt, Oestrich-Winkel

Lohmar – Köln 2013, 304 Seiten

ISBN 978-3-8441-0292-5

€ 59,- (D) ♦ € 60,70 (A) ♦ sFr 83,-

JOSEF EUL VERLAG GmbH
Fachbuchverlag für
Wirtschaft und Recht

Brandsberg 6
D-53797 Lohmar

Tel.: 0 22 05 / 90 10 6-6
Fax: 0 22 05 / 90 10 6-88

www.eul-verlag.de
info@eul-verlag.de

In der Wirtschaftspraxis stellen Geschäftsmodellinnovationen vermehrt ein wichtiges Phänomen dar. Dabei bieten innovative Geschäftsmodelle den Unternehmen Ansatzpunkte und Gestaltungsperspektiven, um Markttrends und Veränderungen in der Wertschöpfungskette aufzugreifen. Auch wissenschaftliche Studien – insbesondere des Innovationsmanagements und des strategischen Managements – konnten die betriebswirtschaftliche Relevanz von Geschäftsmodellinnovationen in verschiedenen Zusammenhängen aufzeigen. Konkrete Ansätze zur Weiterentwicklung eines Geschäftsmodells oder zur Generierung völlig neuer Geschäftsmodelle sind jedoch als Forschungsthemen in der Literatur bisher nur ansatzweise anzutreffen.

Die übergeordnete Zielsetzung dieser Arbeit ist es daher, sich dem Phänomen Geschäftsmodellinnovationen im Unternehmenskontext explorativ zu nähern und dadurch neue Erkenntnisse und ein besseres Verständnis für das Themenfeld zu gewinnen. Darauf aufbauend, wird ein integratives Gesamtkonzept zur Gestaltung von Geschäftsmodellinnovationen in Unternehmen entwickelt. Die vorliegende Untersuchung umfasst eine intensive Literaturanalyse, eine empirische Vor- und Hauptstudie (am Beispiel der Pharmabranche) sowie die Darlegung geeigneter theoretischer Ansatzpunkte und praxisnaher Maßnahmen. Im Ergebnis liefert die Autorin wesentliche Impulse für die Wissenschaft und konkrete Handlungsoptionen für die Unternehmenspraxis.

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Dr. h. c. (NAoG) Dieter Wagner, Universität Potsdam

***Silvia Adelhelm** studierte von 1999 bis 2005 Europäische Wirtschaft an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg und der Budapest University of Economic Sciences and Public Administration (Ungarn). Zwischen 2004 und 2007 war sie als General Management Trainee und globale Marketing Managerin bei der Wacker Chemie AG in München tätig. Im Anschluss daran arbeitete sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin und Doktorandin am Lehrstuhl für Innovationsmanagement und Entrepreneurship der Universität Potsdam. Seit 2012 ist sie am Leibniz-Institut für Astrophysik Potsdam (AIP) mit Aufgaben im Bereich Wissens- und Technologietransfer betraut. Im Jahr 2013 schloss sie ihre Promotion zum Dr. rer. pol. bei Prof. Dr. Dieter Wagner an der Universität Potsdam ab.*

Inhaltsübersicht

I Einleitung

- I.1 Relevanz und Problemstellung
- I.2 Zielsetzung und Forschungsfragen
- I.3 Aufbau und Gang der Arbeit

II Theoretisch-konzeptionelle Überlegungen

- II.1 Einführung in das Innovationsmanagement
- II.2 Stand der Forschung zu Geschäftsmodellinnovationen
- II.3 Zwischenfazit der theoretisch-konzeptionellen Überlegungen

III Explorative empirische Studie

- III.1 Grundlegendes Design und Methodik
- III.2 Vorstudie im Kontext der Pharmabranche
- III.3 Hauptstudie: Fallstudie in zwei mittelständischen Pharmaunternehmen

IV Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse

- IV.1 Klassifizierung von Geschäftsmodellen
- IV.2 Innovationsmanagement und Open Innovation
- IV.3 Management von Geschäftsmodellinnovationen

V Schlussbetrachtung

- V.1 Implikationen für Forschung und Praxis
- V.2 Restriktionen der Untersuchung
- V.3 Ansatzpunkte für weitere Forschungsarbeiten

✂-----

Bestellungen bitte an:

JOSEF EUL VERLAG GmbH, Brandsberg 6, 53797 Lohmar, Fax: 0 22 05 / 90 10 6-88

Hiermit bestelle ich ____ Exemplar(e) des Titels „**Geschäftsmodellinnovationen**“ von **Silvia Adelhelm, ISBN 978-3-8441-0292-5** zum Preis von € 59,- (D). Die Lieferung erfolgt innerhalb Deutschlands versandkostenfrei gegen Rechnung.

Name: _____

Firma: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____

Datum

Unterschrift