

Pressemitteilung

Hochschule Nordhausen

Sara Schulz

14.11.2023

<http://idw-online.de/de/news823924>

Forschungsergebnisse, Wissenschaftliche Publikationen
Wirtschaft
überregional



Ist Innovation messbar?

Neue Publikation beleuchtet komplexe Zusammenhänge zwischen Geschäftsmodellinnovation und Unternehmenserfolg. Wie beeinflusst die Änderung von Geschäftsmodellen die Leistung von Unternehmen? Hierzu liefert eine neu erschienene Publikation neue Erkenntnisse.

Trotz des wachsenden Interesses an Geschäftsmodellinnovation (BMI) besteht ein Mangel an soliden empirischen Beweisen für ihre langfristigen Auswirkungen. Diese Lücke wird nun durch die Forschungsarbeit der Autoren Prof. Dr. Lutz Göcke (HS Nordhausen), Matthias Menter (FSU), Dr. Christopher Zeeb (FSU) und Thomas Claus (Uni Witten) geschlossen. Methodisch werden die Effekte und Unterscheidungen von drei Dimensionen betrachtet: Die der Werterstellung, die des Wertversprechens und die der Werterfassung. Konkret: Wie wird Wert geschaffen? Was wird versprochen? Wie wird dieser Wert erfasst?

Aber was genau umfasst der Begriff der Geschäftsmodellinnovation (BMI)? Hier geht es um die Anpassung oder Neugestaltung von Geschäftsmodellen, die den Erfolg von Unternehmen beeinflussen können. Solche Veränderungen können Unternehmen wichtige Vorteile im Wettbewerb bringen. Vor allem bei Startups ist deutlich erkennbar, dass eine Veränderung des Geschäftsmodells positiv mit dem Erfolg des Unternehmens verbunden ist. Für etablierte Unternehmen sind die Folgen von Geschäftsmodellinnovationen jedoch komplexer und weniger offensichtlich. Diese Veränderungen können tiefgreifende Auswirkungen haben: Unternehmensprozesse müssen möglicherweise grundlegend umgestaltet werden, die Positionierung auf dem Markt kann sich verändern oder sogar bestehende Geschäftsbereiche können beeinflusst oder abgelöst werden. Dadurch ergibt sich die Notwendigkeit einer Neubewertung der Ressourcenallokation.

Die Studie basierte auf einer umfassenden Datenerhebung, bei der mehr als 35.000 Pressemitteilungen analysiert wurden. Dabei wurden über 2.300 BMI-Ereignisse von 60 deutschen börsennotierten Unternehmen erfasst und mit festen Leistungskennzahlen verglichen. Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen einen positiven Effekt von Geschäftsmodellinnovation auf die Unternehmensleistung, auch wenn dieser Effekt zeitlich verzögert auftritt.

Die Autoren haben festgestellt, dass verschiedene Teile eines Geschäftsmodells positive und negative Auswirkungen haben können. Besonders wichtig ist, dass sich das Unternehmen besser entwickeln kann, wenn es seine Anstrengungen auf bestimmte Dimensionen konzentriert, anstatt sie auf viele gleichermaßen zu verteilen.

Die Ergebnisse dieser Studie haben weitreichende Implikationen für das strategische Management von Geschäftsmodellinnovationen. Managerinnen und Manager sollen ermutigt werden, eine sorgfältige Ressourcenallokation zu planen, um den maximalen Nutzen aus BMI-Aktivitäten zu ziehen. Die Studie zeigt, wie wichtig es ist, über die Verteilung von Ressourcen und die strategische Ausrichtung im Zusammenhang mit Geschäftsmodellinnovation nachzudenken.

Die Forschungsergebnisse schließen eine Lücke in der Literatur, indem sie eine tiefere Analyse der Auswirkungen von Geschäftsmodellinnovation auf die Unternehmensleistung bieten. Insbesondere hebt die Studie die positiven

zeitverzögerten Auswirkungen der verschiedenen Dimensionen von Geschäftsmodellinnovation auf die Leistung hervor.

Die Autoren weisen darauf hin, dass ihre Studie den Weg für zukünftige Forschung ebnet. In der kommenden Zeit soll vor allem untersucht werden, wie die verschiedenen Dimensionen von Geschäftsmodellinnovation zusammenpassen oder ggf. ersetzt werden können. Dabei sollen die Ressourcenverteilung und die zugrundeliegende Denkweise berücksichtigt werden. Dies könnte helfen, Ressourcen besser einzusetzen und klügere strategische Entscheidungen für Geschäftsmodellinnovation zu treffen.

Die Veröffentlichung dieser Studie trägt dazu bei, das Verständnis für Geschäftsmodellinnovation und ihre Auswirkungen auf Unternehmen zu vertiefen. Die Erkenntnisse bieten wertvolle Einblicke für Managerinnen und Manager sowie Forscherinnen und Forscher gleichermaßen und eröffnen neue Wege für die zukünftige Forschung auf diesem Gebiet.

Den vollständigen Artikel aus dem Journal of Business Research finden Sie unter <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S014829632300588X#foo10>

wissenschaftliche Ansprechpartner:

Prof. Dr. Lutz Göcke

<https://www.hs-nordhausen.de/hochschule/fbwiso/lehrpersonal/prof-dr-l-goecke/>

Originalpublikation:

<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114229>



Neue Publikation beleuchtet komplexe Zusammenhänge zwischen Geschäftsmodellinnovation und Unternehmenserfolg
© Hochschule Nordhausen