

Thema

„Das elektromobile Laden als Geschäftsmodell-Innovation zur Erweiterung der Wertschöpfung des Automobilvertriebs – Erstellung eines Rahmenwerks zur Bewertung aus Betriebs- und Kundensicht“

Die Elektromobilität stellt für die Automobilindustrie und ihre Kunden eine tiefgreifende technologische Veränderung dar. Die Verfügbarkeit einer Ladeinfrastruktur ist die wesentliche Voraussetzung für die Akzeptanz von Elektrofahrzeugen. Der Automobilvertrieb kann einen Beitrag zur öffentlichen Infrastruktur leisten und hat gleichzeitig Bedarf, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln, da bisherige Ertragsmodelle wegbrechen. Die vorliegende Arbeit beantwortet die Frage, wie die Wertschöpfung des Automobilvertriebs erweitert und kundenorientierte Geschäftsmodelle entwickelt werden können. Zudem beschäftigt sie sich mit der Frage, wie trotz geringer Planungssicherheit bei Innovationen erfolgversprechende Geschäftsmodelle ausgewählt werden können. Dafür werden bestehende Bewertungsansätze wie SWOT-Analyse, House of Quality, Scoring-Modell und Value Map hinsichtlich ihrer Eignung zur Bewertung aus Betriebs- und Kunden-sicht analysiert. Der innovative Ansatz und Ergebnis dieser Arbeit ist eine Synthese der analysierten Ansätze zu einem praxisorientierten Rahmenwerk für die Bewertung von Geschäftsmodellen, das sich auf die Kundenorientierung, nachhaltige Wertaneignung und das Ertragspotenzial fokussiert. Des Weiteren wird für die Anwendung eine konkrete Handlungsempfehlung am Beispiel des elektromobilen Ladens gegeben, erprobt und als zielführend bewertet.

Schlagworte: Geschäftsmodell-Bewertung, Geschäftsmodell-Innovation, Elektromobilität, elektromobiles Laden, Wertschöpfung

Diese Zusammenfassung darf nach erfolgreicher Beendigung des Studiums auf der infernum-Homepage zur Verfügung gestellt werden.