

Innovative Geschäftsmodelle

AP B.3.a

Geschäftsmodell-Archetypen



Inhalt

1. Methodische Vorgehensweise und Weiterverarbeitung der Ergebnisse	4
2. Literaturrecherche zu innovativen Geschäftsmodell-Archetypen in der Automobilindustrie und verwandten Branchen	7
Themengruppe 1: Carsharing Geschäftsmodelle	7
Archetype 1: Gemeinnütziges Carsharing Hin- und Rückfahrt.....	7
Archetype 2: B2B Hin- und Rückfahrt.....	7
Archetype 3: B2C One-Way	8
Archetype 4: Vermietung auf Abruf	8
Archetype 5: P2P Hin- und Rückfahrt.....	9
Themengruppe 2: Digitale Service und Produktangebote vernetztes Fahren	10
Archetype 1: Digitale eigenständige Herstellerangebote	10
Archetype 2: Konnektivitätsbereitstellung für OEMs.....	10
Archetype 3: Digitale Spiegelung für OEMs	11
Archetype 4: Produktgestützte digitale Erweiterung für OEMs.....	11
Archetype 5: Digitaler Marktplatz für aggregierte Daten	12
Archetype 6: Aggregierender Datenmarktplatz mit zusätzlichem Vermittlungsservice	12
Archetype 7: Beratung Datenmarktplatz	13
Archetype 8: Erleichterung des Datenmarktplatzes	13
Themengruppe 3: Peer-To-Peer Angebote.....	14
Archetype 1: Ridesharing	14
Archetype 2: P2P Autovermietung.....	14
Archetype 3: B2C Leasing	15
Archetype 4: Kurzlebige Partnervermittlung	15
Archetype 5: Lebenszyklusverlängerer	16
Archetype 6: Verkäuferaggregatoren.....	16
Themengruppe 4: Elektrofahrzeuge	17
Archetype 1: Luxus-Spezialzweck.....	17
Archetype 2: Luxus-Mehrzweck	17
Archetype 3: Wirtschaftlicher Spezialzweck	18
Archetype 4: Wirtschaftlicher Mehrzweck.....	18
Archetype 5: Mobilitätsdienstleister	19
Archetype 6: Infrastruktur Start-up.....	19
Archetype 7: Hersteller mit zusätzlichen Diensten	20
Archetype 8: Erweiterung des etablierten Geschäftsmodells um E-Fahrzeuge	20
Archetype 9: Infrastruktur-Inkubator.....	21

Archetype 10: Intelligente Geschäftsmodelle für Elektrofahrzeuge.....	21
Archetype 11: Gebührenerhebung als Dienstleistung (CaaS)	22
Archetype 12: Battery-as-a-service (BaaS).....	22
Themengruppe 5: Kooperation Motorsport.....	23
Archetype 1: Interner Wissenstransfer	23
3. Quellenverzeichnis.....	24

1. Methodische Vorgehensweise und Weiterverarbeitung der Ergebnisse

Warum fiel die Wahl auf eine Literaturrecherche und Desk-Research zu neuen Geschäftsmodell-Archetypen und Unternehmensfallbeispiele als Vorarbeit für Workshops?

Die vorliegende Recherche zielt darauf ab, Geschäftsmodellarchetypen aus den letzten zehn Jahren der wissenschaftlichen Literatur zu extrahieren und zu untersuchen. Zudem werden innovative Geschäftsmodellansätze als Best Practices anderer Metropolen im Rahmen einer Kurzstudie identifiziert. Dies dient als wissenschaftliche und inhaltliche Grundlage für die geplanten Workshops mit Unternehmen der Automobil- und Zulieferindustrie sowie der Mobilitätsbranche in der Region Leipzig.

In der Studie von Pieroni et al. (2020) untersuchten die beteiligten Wissenschaftler eine Methodik, um Unternehmen bei der Identifizierung von Möglichkeiten, der Ideenentwicklung und der Priorisierung von Geschäftsmodellen für die Kreislaufwirtschaft zu unterstützen. Hierfür systematisierten sie Geschäftsmodell-Archetypen ihrer Zielbranche und bewerteten ihre praktische Anwendung in Workshops mit Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes. Die Auswertung der Workshops im genannten Paper zeigt, dass die Verwendung von Archetypenkarten von den teilnehmenden Unternehmen als äußerst hilfreich und motivierend wahrgenommen wurde. Basierend auf dieser Studie wurden folgende Stärken der Archetypenkarten identifiziert: Anregung von Ideen durch Beispiele, verständliche Präsentation von Unternehmensfallbeispielen, die mit Geschäftsmodellen der Kreislaufwirtschaft experimentieren sowie die Förderung des interdisziplinären Gesprächs zwischen verschiedenen Abteilungen durch die Visualisierung auf Tafeln.

In Anbetracht der geplanten Workshops in der Automobil- und Zulieferindustrie im MoLeWa-Projekt haben wir uns basierend auf den positiven Ergebnissen dieser Studie ebenfalls für eine Archetyp-ähnliche Aufarbeitung von innovativen Geschäftsmodell-Ansätzen in der Automobil- und Zulieferindustrie sowie der Mobilitätsbranche entschieden. Für die Recherche zu innovativen Unternehmensbeispielen in anderen Regionen wurde auf Desk Research zurückgegriffen. Diese Methode bietet eine breite Datenbasis aus wissenschaftlichen Artikeln, Marktberichten und Sekundärquellen.

Anhand welcher Kriterien wurden Literatur und Beispielunternehmen ausgewählt und warum?

Die methodische Herangehensweise zur Entwicklung relevanter Geschäftsmodell-Archetypen basierte auf einer systematischen Literaturanalyse nach Tranfield et al. (2003) unter Verwendung der Scopus-Datenbank. Die Auswahl der Literatur erfolgte durch eine umfassende Suchanfrage, die verschiedene Begriffe für Geschäftsmodellmuster und -Archetypen einschloss:

TITLE-ABS-KEY ("business model pattern" OR "business model archetype" OR "business model classificat" OR "business model typ*" OR "business model prototype" OR "business model configuration" OR "business model paradigm" OR "business model structure" OR "business model categori*" OR "prototypical business model" OR "prototypical business pattern" OR "prototypical business model pattern")*

Es erfolgte eine spezifische Filterung nach Sprache (Englisch oder Deutsch), Dokumententyp (Review oder Artikel), Veröffentlichungsjahren (2014-2023) sowie einer Zitationsrate von mindestens 2 für Veröffentlichungen vor 2020. Dabei wurde vorerst keine schematische Eingrenzung der Literatur hinsichtlich der Branche vorgenommen, da möglicherweise auch andere Branchen interessante Geschäftsansätze bieten, welche auf die Zielbranche übertragen werden können.

Nach dem Sortieren relevanter Artikel nach Titel und Zusammenfassung wurden die ausgewählten Artikel im Volltext analysiert, und die Geschäftsmodell-Archetypen wurden herausgearbeitet. Dies führte zu einer ersten Sammlung von insgesamt 318 Archetypen, die nach Sortierung relevanter Branchen

und Schwerpunkte auf 119 Archetypen eingegrenzt wurden. Für die MoLeWa Region und die Projektziele wurden 32 Archetypen als interessant eingestuft. Die Kriterien für den Ein- bzw. Ausschluss von Archetypen bezogen sich besonders auf den Umfang und die Tiefe der vorhandenen Informationen, für die Region relevante Schwerpunkte, Neuheitsgrad sowie Übertragbarkeit.

Wie werden die Ergebnisse aufgearbeitet und wie kann man diese für die Weiterverarbeitung nutzen?

Für die Analyse der Archetypen und Unternehmensbeispiele wurde der *Business Model Canvas (BMC)* in Kombination mit der Struktur der *Sustainable Business Model Archetypes* als Orientierung genutzt (Bocken et al., 2014; Osterwalder & Pigneur, 2010; Osterwalder et al., 2005). Hierbei wurden drei Schlüsselemente von Geschäftsmodellen betrachtet:

Value Proposition: *Produkte, Dienstleistungen, Kundensegment und Kundentreue.*

Value Creation und Value Delivery: *Schlüsselaktivitäten, Ressourcen, Vertriebskanäle, Partnerschaften, Technologie.*

Value Capture: *Kosten und Erlösströme.*

Ergänzend dazu wurde zu jedem Geschäftsmodell-Archetyp eine kurze Branchenbeschreibung auf Basis der Literatur hinzugefügt. Zudem wurde eine Liste potenzieller Institutionen oder Gruppen erstellt, die dieses Geschäftsmodell potenziell umsetzen könnten. Die Unternehmensbeispiele sind parallel zu den Archetypen strukturiert und bieten einen tabellarischen Überblick über das Geschäftsmodell des jeweiligen Unternehmens. Die Beschreibung beinhaltet unter anderem die Fachkräftebedarfe und zukünftige Anforderungen an die Beschäftigten in einem solchen Unternehmen.

Die identifizierten innovativen Geschäftsansätze wurden nach insgesamt fünf Themengruppen sortiert, welche in Tabelle 1 aufgearbeitet wurden. In den Workshops könnten die herausgearbeiteten 32 Geschäftsmodell-Archetypen als Grundlage für die Entwicklung innovativer Lösungen und potenzieller neuer Geschäftsfelder in der Automobil- und Zulieferindustrie der Region Leipzig genutzt werden.

Tabelle 1: Identifizierte Themengruppen

	Themengruppen
1	Carsharing Geschäftsmodelle
2	Digitale Service und Produktangebote vernetztes Fahren
3	Peer-To-Peer Angebote
4	Elektrofahrzeuge und Elektromobilität
5	Kooperationen mit dem Motorsport

Die strukturierten Workshops könnten beispielsweise in kleinen Gruppen mit vier bis fünf UnternehmensvertreterInnen und ein bis zwei ModeratorInnen stattfinden. Dabei könnte die Workshop-Gestaltung flexibel angepasst werden. Eine Möglichkeit besteht darin, die Workshops nach den Schwerpunkten zu designen, beispielsweise durch die Organisation eines Workshops pro Themenbereich oder die Diskussion von zwei Themenbereichen je Workshop. Die genaue Aufteilung ist dabei abhängig von der Workshoplänge und Teilnehmerzahl. Im Rahmen dieser Workshops könnten UnternehmensvertreterInnen aus verschiedenen Bereichen, wie Zulieferer, OEMs, IT-Unternehmen, Stadtverwaltung, etc., teilnehmen und ausgewählte Archetypen und Geschäftsansätze der ausgewählten Themengruppen besprechen.

Eine alternative Strukturierung der Workshops könnte sich nach der Zielgruppe¹ richten. Das bedeutet, dass separate Workshops speziell für eine oder mehrere Gruppen von Unternehmen, wie beispielsweise Zulieferer oder IT-Unternehmen, stattfinden könnten. In diesen Workshops würden innovative Geschäftsmodellansätze verschiedener Themengruppen diskutiert werden, die speziell für die jeweiligen Institutionen relevant sein könnten. Die TeilnehmerInnen könnten aktiv in den Prozess eingebunden werden, indem sie Ideen für die Veränderung bestehender Geschäftsmodelle im Kontext der herausgearbeiteten Archetypen und Fallbeispiele generieren. Möglicherweise könnten die Archetypen und Fallstudien als Inspiration dienen und in freien Brainstorming-Sitzungen verteilt werden, um die Diskussion und Ideenfindung zu fördern. Die Gruppen könnten ihre Ideen auf Haftnotizen dokumentieren und anschließend austauschen, diskutieren und ihre endgültigen Ideen konsolidieren.

¹ In den Tabellen der Archetypen gekennzeichnet als ***Potenzielle Ausführende des Geschäftsmodells***.

2. Literaturrecherche zu innovativen Geschäftsmodell-Archetypen in der Automobilindustrie und verwandten Branchen

Themengruppe 1: Carsharing Geschäftsmodelle

Archetype 1: Gemeinnütziges Carsharing Hin- und Rückfahrt

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausfühler des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Carsharing Anbieter (non-profit) 	
Quelle	(Münzel et al., 2018)	
Kurzbeschreibung	Genossenschaften mit einem gemeinschaftlichen Interesse an der gemeinsamen Nutzung von Autos und einer gemeinnützigen Ausrichtung.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Das Angebot umfasst Hin- und Rückfahrten innerhalb einer Stadt mit unterschiedlichen Fahrzeugmodellen, wenn mehr als ein Fahrzeug vorhanden ist, die dem Anbieter gehören.	Das Konzept wird von nicht-etablierten Eigentümern, wie Carsharing-Startups, betrieben und baut Partnerschaften mit öffentlichem Nahverkehr und meist stadtbezogenen Partnern auf.	Das Geschäftsmodell ist nicht gewinnorientiert und basiert zu 2/3 auf einer Kombination aus Anmeldegebühr, monatlichen Gebühren und Stundentarifen.

Archetype 2: B2B Hin- und Rückfahrt

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausfühler des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Carsharing Anbieter (for-profit) • Unternehmen mit Fahrzeugflotte • Versorgungsunternehmen • Autovermieter • Hersteller • Händler 	
Quelle	(Münzel et al., 2018)	
Kurzbeschreibung	B2C-Carsharing, bei dem ein Unternehmen eine Flotte von Autos besitzt, die es auf Anfrage für kurze Zeiträume (Hin- und Rückfahrt) vermietet.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Das Angebot beinhaltet sowohl Hin- und Rückfahrten als auch einfache Fahrten für Mitglieder, die lokal, national oder international agieren, und bietet eine Vielfalt an Modellen.	Die meisten Eigentümer sind neuere, nicht etablierte Unternehmen, darunter Carsharing-Startups, ergänzt durch einige traditionelle Anbieter wie Versorgungsunternehmen, Autovermieter und Bahnbetreiber, mit Partnern aus dem öffentlichen Nahverkehr und dem automobilen Sektor.	Das Konzept ist gewinnorientiert, basierend auf Stundentarifen sowie Anmelde- und monatlichen Gebühren.

Archetype 3: B2C One-Way

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Carsharing Anbieter (for-profit) • Autovermieter (Joint-Venture) • Hersteller 	
Quelle	(Münzel et al., 2018)	
Kurzbeschreibung	B2C-Carsharing, bei dem ein Unternehmen eine Flotte von Autos besitzt, die es auf Anfrage für kurze Zeiträume (Einweg) vermietet.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Das Angebot ermöglicht Einweg-Fahrten innerhalb einer Stadt und auch international, wobei nur ein bestimmtes Automodell zur Verfügung steht.	Überwiegend etablierte Eigentümer, darunter einige Autohersteller und Autovermietungs-Joint-Ventures sowie Carsharing-Startups, arbeiten eng mit öffentlichem Nahverkehr sowie stadt- und autobezogenen Partnern zusammen.	Das Geschäftsmodell basiert auf einer Anmeldegebühr und einer Abrechnung pro Minute.

Archetype 4: Vermietung auf Abruf

Branche	Branchenunspezifisch	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Hersteller • Drittanbieter • Händler 	
Quelle	(Trabucchi et al., 2019)	
Unternehmensbeispiele	Donkey Republic, Zip Car	
Kurzbeschreibung	Unternehmen, die eine befristete Transaktion auf neue Vermögenswerte ermöglichen.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
On-Demand-Vermieter ermöglichen zeitlich begrenzte Transaktionen für neue Güter, oft im Zusammenhang mit Car- und Bike-Sharing. Motivationsfaktoren müssen mit dem Wertangebot übereinstimmen, das auf Bequemlichkeit, Nachhaltigkeit und Benutzererfahrung fokussiert ist. Das Wertversprechen betont Bequemlichkeit.	Wichtige Aktivitäten umfassen die Bereitstellung von On-Demand-Technologie über benutzerfreundliche mobile Anwendungen, die Bestandsverwaltung und Geolokalisierung von Vermögenswerten und Nutzern. Hohe Kapitalinvestitionen sind für die Plattformentwicklung, Nutzergewinnung und Vermögenswertbeschaffung erforderlich.	Strategien zur Werterfassung müssen die erheblichen Kapitalinvestitionen berücksichtigen, die für den Erwerb von Vermögenswerten erforderlich sind.

Archetype 5: P2P Hin- und Rückfahrt

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Carsharing Anbieter (for-profit) 	
Quelle	(Münzel et al., 2018)	
Kurzbeschreibung	P2P-Carsharing, bei dem Autos zwischen Einzelpersonen geteilt werden und ein Unternehmen als Vermittlungsplattform fungiert.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Das Angebot umfasst Hin- und Rückfahrten mit verschiedenen Modellen von Privatfahrzeugen, die international verfügbar sind.	Das Konzept wird hauptsächlich von Carsharing-Startups betrieben, die mit stadtbezogenen Partnern zusammenarbeiten.	Die Preisgestaltung basiert auf Stunden- oder alternativ auf Halbtages- bzw. Tagespreisen.

Themengruppe 2: Digitale Service und Produktangebote vernetztes Fahren

Archetype 1: Digitale eigenständige Herstellerangebote

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Hersteller 	
Quelle	(Bohnsack et al., 2021)	
Kurzbeschreibung	Bietet rein digitale Dienste für allgemeine Kunden mit Abonnement- oder Pay-per-Use-Modellen an, unter Nutzung externer Vertriebsnetze und Daten-Einnahmequellen.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Das Angebot besteht aus rein digitalen Diensten auf Service- und Inhaltsstufen.	Die Kernaktivität umfasst die Bereitstellung digitaler Dienste durch externe Vertriebsnetze über Dienstleistungs- und App-Plattformen.	Es entstehen Kosten durch externe Vertriebsnetze und Technologien, wohingegen die Einnahmen aus Abonnement- oder Pay-per-Use-Modellen sowie nicht-monetär durch Datennutzung generiert werden.

Archetype 2: Konnektivitätsbereitstellung für OEMs

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Zulieferer (Daten- und IT) 	
Quelle	(Bohnsack et al., 2021)	
Unternehmensbeispiele	Streetscooter	
Kurzbeschreibung	Bietet Infrastruktur und Datenpläne für OEMs und deren Kunden an, basierend auf traditionellen Geschäftsmodellen und der Monetarisierung von Kundendaten.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Es werden Infrastrukturlösungen und Datenpläne speziell für OEMs und deren Kunden angeboten, einschließlich White-Label-Entwicklungsdiensten und Lizenzen für LTE-Konnektivität, um auch die Kundentreue in traditionellen Geschäftsmodellen zu fördern.	Zu den Schlüsselaktivitäten gehören die Bereitstellung von Infrastruktur und Datenplänen durch Inhouse-Entwicklung und strategische Partnerschaften, welche über OEMs und Datenanbieter vertrieben werden.	Die Kosten entstehen hauptsächlich durch traditionelle Infrastruktur- und Dienstleistungsmaßnahmen, während die Einnahmen durch traditionelle Umsatzmodelle und die Monetarisierung von Kundendaten generiert werden.

Archetype 3: Digitale Spiegelung für OEMs

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> Zulieferer (Daten- und IT) 	
Quelle	(Bohnsack et al., 2021)	
Kurzbeschreibung	Spiegelung von Betriebssystemen in Infotainment-Systemen, Erweiterung von Ökosystemen durch Lizenzierung und Softwarelösungen, mit Schwerpunkt auf nicht-monetären Einnahmen aus Daten.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Das Angebot umfasst die digitale Spiegelung von Betriebssystemen in Infotainment-Systemen für Apple- und Google-Kunden, ergänzt durch Komplementärprodukte zur Erweiterung der jeweiligen Ökosysteme.	Die Haupttätigkeit besteht aus der Lizenzierung oder dem Verkauf von Softwarelösungen an OEMs, wobei starke Einflussnahme auf das Produkt- und Dienstleistungsportfolio besteht und OEMs sowie App-Entwickler als Vertriebskanäle dienen.	Die Kostenstruktur basiert auf Lizenzierung und Softwareentwicklung, während die Einnahmen hauptsächlich aus Lizenzgebühren und nicht-monetären Datenströmen generiert werden.

Archetype 4: Produktgestützte digitale Erweiterung für OEMs

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> Zulieferer (Produktion) 	
Quelle	(Bohnsack et al., 2021)	
Kurzbeschreibung	Anreicherung physischer Fahrzeuge mit digitalen Diensten, Ausrichtung auf Erstausrüster und Nutzung diversifizierter Preismodelle und Dateneinnahmequellen.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Die Dienstleistung umfasst die Anreicherung physischer Autos mit digitalen Services wie fortschrittlicher Fahrzeugdiagnose, Türfernverriegelung und LTE-Internetverbindungen, zielt auf OEMs ab und fördert Kundentreue durch diversifizierte Preismodelle und Datennutzung.	Hauptaktivität ist das Hinzufügen neuer digitaler Services zu physischen Autos, basierend auf Eigenentwicklung und Partnerschaften mit Technologieunternehmen, wobei OEMs und Technologieunternehmen als Vertriebskanäle dienen.	Die Kostenstruktur umfasst die Auslagerung von Produktion und Technologieentwicklung, während Einnahmen aus diversifizierten Preismodellen und nicht-monetärer Datennutzung generiert werden.

Archetype 5: Digitaler Marktplatz für aggregierte Daten

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Plattformunternehmen • IT- und Softwareunternehmen • IT-Zulieferer (Hersteller; Kartografie-Unternehmen) • Kartografie-Unternehmen • Batteriehersteller 	
Quelle	(Bergman et al., 2022)	
Unternehmensbeispiele	TomTom and INRIX	
Kurzbeschreibung	Plattform, die maßgeschneiderte Kartendienste anbietet, indem sie Daten aggregiert und persönliche Beziehungen durch kontrollierten Zugang und eine zentralisierte Infrastruktur fördert.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Es werden maßgeschneiderte Karten für Automobil- oder Unternehmenssegmente durch aggregierte Daten angeboten, wobei persönliche Kundenbeziehungen durch bilaterale Verträge und segmentspezifische Wertangebote basierend auf maßgeschneiderten Kartendiensten gepflegt werden.	Die Plattform bietet geschlossenen Zugang mit kontrollierter Teilnehmerauswahl und zentralisierter Infrastruktur, die an Kunden-IT-Systeme anknüpft, wobei der Eigentümer die Preise für aggregierte Daten festlegt.	Direkte Einnahmen werden durch den Verkauf von Daten generiert, wobei der kontrollierte Plattformzugang mit bestimmten Kosten verbunden ist.

Archetype 6: Aggregierender Datenmarktplatz mit zusätzlichem Vermittlungsservice

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Plattformunternehmen • IT- und Softwareunternehmen • IT-Zulieferer (Hersteller; Kartografie-Unternehmen) • Kartografie-Unternehmen 	
Quelle	(Bergman et al., 2022)	
Unternehmensbeispiele	HERE	
Kurzbeschreibung	Plattform mit doppeltem Nutzen, die maßgeschneiderte Karten und standardisierte Datenvermittlung mit offenem Zugang und zentraler Datenspeicherung bietet.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Das Angebot beinhaltet maßgeschneiderte Kartendienste in Kombination mit standardisierten Datenvermittlungsdiensten, ergänzt durch persönliche Unterstützung für individuelle Dienste und automatisierte Hilfe für standardisierte Services.	Die Plattform gewährt offenen Zugang und nutzt zentralisierte Datenspeicherung für die Sammlung, Analyse und Verteilung von Daten, mit spezifischen Preisbildungsmechanismen für individuelle und standardisierte Daten.	Einnahmen werden sowohl aus aggregierten kundenspezifischen Daten als auch aus standardisierten Datenvermittlungen generiert.

Archetype 7: Beratung Datenmarktplatz

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Plattformunternehmen • IT- und Softwareunternehmen • IT-Zulieferer (Kfz; Hersteller) 	
Quelle	(Bergman et al., 2022)	
Unternehmensbeispiele	Caruso	
Kurzbeschreibung	Eine Plattform, die als Vermittler für standardisierte Kfz-Datendienste durch geschlossenen Zugang und zentralisierte Metadaten-Speicherung dient.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Das Angebot besteht aus standardisierten Datendiensten, erleichtert durch ausgehandelte Verträge, mit persönlicher Unterstützung durch bilaterale Verträge, die sich auf den Datenbedarf der Automobilindustrie fokussieren.	Der Zugang zur Plattform ist geschlossen, um eine kontrollierte Datenbereitstellung zu ermöglichen, wobei eine zentralisierte Plattform Metadaten speichert und die Verkäufer die Datenpreise bestimmen.	Die Einnahmen werden provisionsbezogen aus den erbrachten Dienstleistungen generiert.

Archetype 8: Erleichterung des Datenmarktplatzes

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Plattformunternehmen • IT- und Softwareunternehmen • Händler • Drittanbieter 	
Quelle	(Bergman et al., 2022)	
Unternehmensbeispiele	IOTA and Ocean Protocol	
Kurzbeschreibung	Eine dezentralisierte Plattform, die direkte Datentransaktionen zwischen Käufern und Verkäufern durch intelligente Verträge und offenen Zugang ermöglicht.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Der Dienst bietet eine standardisierte Datenvermittlung ohne Eigentümergeinmischung an und koordiniert Transaktionen zur Förderung von IoT- und KI-Technologieentwicklung.	Die Plattform ermöglicht offenen Zugang und nutzt eine dezentralisierte Infrastruktur für minimalen Eigentümergeinriff, wobei intelligente Verträge automatisierte Transaktionen erleichtern.	Direkte Einnahmen aus dem Datenhandel entfallen, stattdessen erfolgt die Transaktion direkt zwischen Verkäufer und Käufer.

Themengruppe 3: Peer-To-Peer Angebote

Archetype 1: Ridesharing

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Drittanbieter • Händler • Unternehmen mit P2P • Plattformunternehmen 	
Quelle	(Guyader & Piscicelli, 2019)	
Unternehmensbeispiele	GoMore 2013, VW Moia Hamburg (autonom ab 2025)	
Kurzbeschreibung	Für jede vermittelte P2P-Transaktion wird eine Gebühr erhoben und durch das Angebot zusätzlicher Dienste erweitert.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Angeboten wird die Möglichkeit für Autobesitzer, P2P-Autovermieter oder Kunden von B2C-Leasing, ihre Fahrtkosten zu teilen, während Mitfahrern eine kostengünstige, soziale und umweltfreundliche Mobilitätslösung geboten wird.	Die Plattform arbeitet mit einem Online-Zahlungspartner und drei internationalen Versicherungspartnern zusammen.	Die Verbraucher zahlen eine Vermittlungsgebühr von 12,5 %.

Archetype 2: P2P Autovermietung

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Drittanbieter • Händler • Unternehmen mit P2P • Plattformunternehmen 	
Quelle	(Guyader & Piscicelli, 2019)	
Unternehmensbeispiele	GoMore 2014	
Kurzbeschreibung	Die bestehende Gemeinschaft von Fahrern (Peer-Provider) bieten ihre Fahrzeuge anderen Nutzern der Plattform (Verbrauchern) an.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Autobesitzer und B2C-Leasingkunden können ihre Eigentumskosten kompensieren, indem sie ihr Fahrzeug vermieten, während sie es nicht nutzen.	Die Plattform arbeitet mit einem Online-Zahlungspartner und drei internationalen Versicherungspartnern zusammen.	Die Anbieter zahlen eine Provision von 20,5 %. Die Verbraucher zahlen eine zusätzliche Versicherungsgebühr.

Archetype 3: B2C Leasing

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausfühler des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Drittanbieter • Händler • Unternehmen mit P2P • Plattformunternehmen 	
Quelle	(Guyader & Piscicelli, 2019)	
Unternehmensbeispiele	GoMore 2014, Volvo Care	
Kurzbeschreibung	Das Autoabonnement für Einzelpersonen ersetzt den traditionellen Autobesitz durch Peer-to-Peer-Vermietung und wird durch Partnerschaften mit Leasingpartnern finanziert, wobei eine Provisionsgebühr von 5% erhoben wird.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Einzelpersonen, die ein Auto benötigen, wird ein Autoabonnement angeboten, das den Autobesitz ersetzt und durch P2P-Autovermietung finanziert werden kann.	Es bestehen Partnerschaften mit einem oder mehreren Leasingpartnern pro Region.	Eine Provision von etwa 5% wird für den Vertrag mit den Partnern erhoben.

Archetype 4: Kurzlebige Partnervermittlung

Branche	Branchenunspezifisch	
Potenzielle Ausfühler des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Plattformunternehmen • Drittanbieter 	
Quelle	(Trabucchi et al., 2019)	
Unternehmensbeispiele	AirBnB, Homestyle, Staff Heroes	
Kurzbeschreibung	Kurzlebige Partnervermittlungsstellen erleichtern temporäre Vermögenswerttransaktionen online, mit Fokus auf Endnutzererlebnis und Einnahmen durch Transaktionsgebühren.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Kurzlebige Partnervermittlungsstellen bieten temporäre Transaktionen bestehender Vermögenswerte an, wobei sie sich auf das Erlebnis und die Authentizität für Endnutzer und finanzielle Vorteile für Anbieter konzentrieren.	Wichtige Aktivitäten umfassen das Zusammenbringen von Endnutzern und Anbietern, mit Ressourcen wie Plattformentechnologie, Integration sozialer Medien und Vertrauensbildung; Kanäle umfassen Online-Plattformen und soziale Medien, und Technologie unterstützt Identitätsüberprüfung und sichere Zahlungen.	Kosten entstehen durch Technologieentwicklung und Vertrauensmechanismen, während Einnahmen aus Transaktionsgebühren oder Provisionen bei abgeschlossenen Transaktionen generiert werden.

Archetype 5: Lebenszyklusverlängerer

Branche	Branchenunspezifisch	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Automobilunternehmen • Drittanbieter • P2P-Unternehmen • Händler • Verkäufer • Hersteller 	
Quelle	(Trabucchi et al., 2019)	
Unternehmensbeispiele	Reshopper, ReSecond, E.GO Next	
Kurzbeschreibung	Unternehmen, die vorhandene Vermögenswerte nutzen, um eine auf dem Verkauf basierende Transaktion zu schaffen.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Lebenszyklusverlängerer zielen darauf ab, die Lebensdauer bestehender Anlagen zu verlängern, bedienen nachhaltigkeitsbewusste und wirtschaftlich motivierte Kundensegmente und betonen Nachhaltigkeit, Bequemlichkeit, Nähe und Sicherheit.	Die Haupttätigkeit ist es, ursprüngliche Besitzer mit potenziellen Käufern zusammenzubringen, gestützt durch Plattformtechnologie, sichere Zahlungsmechanismen und ein verlässliches Bewertungssystem.	Kosten entstehen durch Technologieentwicklung und die Aufrechterhaltung von sicheren Zahlungs- und Vertrauensmechanismen, während Einnahmen aus Transaktionsgebühren oder Provisionen bei Verkäufen generiert werden.

Archetype 6: Verkäuferaggregatoren

Branche	Branchenunspezifisch	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Drittanbieter • Händler • Unternehmen mit P2P • Plattformunternehmen 	
Quelle	(Trabucchi et al., 2019)	
Unternehmensbeispiele	Deliveroo	
Kurzbeschreibung	Verkäuferaggregatoren erleichtern dauerhafte Verkaufstransaktionen, verbinden kleine Anbieter über eine zentrale Plattform mit einem größeren Kundenstamm und nutzen innovative Preisbildungsstrategien.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Verkäuferaggregatoren vereinfachen dauerhafte Verkaufstransaktionen für neue Produkte, verbinden kleine Anbieter mit einem größeren Kundenstamm und bieten eine zentrale Plattform für vielfältige Angebote.	Hauptaktivitäten umfassen die Verbindung von Käufern mit kleinen Lieferanten und das Management von Transaktionen, unterstützt durch Plattformtechnologie und Datenerfassung.	Nachhaltige Preisbildungsmechanismen erfordern innovative Strategien, wobei die Datennutzung eine Schlüsselrolle bei der Wertschöpfung spielt.

Themengruppe 4: Elektrofahrzeuge

Archetype 1: Luxus-Spezialzweck

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Hersteller 	
Quelle	(Bohnsack et al., 2014)	
Unternehmensbeispiele	Tesla, Roadster, Audi eTron, Chrysler, Dodge EV	
Kurzbeschreibung	Verkauf und Herstellung teurer Elektrofahrzeuge mit zwei Sitzen für bestimmte Zwecke, wie Freizeit oder städtisches Pendeln.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Als Wertversprechen dient ein Elektrofahrzeug als Zweisitzer mit einer hohen Leistungskapazität, sodass beispielsweise schnelles beschleunigen optimiert wird.	Das Unternehmen spezialisiert sich auf die Umrüstung konventioneller Autos, wobei die Produktion ausgelagert wird.	Vertrieben werden die Autos über Flagship-Stores und Händlernetze, wobei auch Leasingoptionen angeboten werden.

Archetype 2: Luxus-Mehrzweck

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Hersteller 	
Quelle	(Bohnsack et al., 2014)	
Unternehmensbeispiele	Fisker Karma	
Kurzbeschreibung	Verkauf und Herstellung preisintensiver Elektrofahrzeuge für vielfältige Zwecke, mit mehr als zwei Sitze und Raum für Transformation.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Als Wertversprechen dient ein Elektrofahrzeug als Mehrsitzer mit einer hohen Leistungskapazität. Dies bietet eine erweiterte Energieversorgung wie Plug-in oder stärkere Batterie, schnelle Beschleunigung, und ist sowohl als Erlebnisauto als auch als Familienauto geeignet.	Das Unternehmen spezialisiert sich auf die Umrüstung konventioneller Autos, wobei die Produktion ausgelagert wird.	Der Vertrieb erfolgt über Flagship-Stores und Händler, wobei auch Leasingoptionen für Kunden angeboten werden.

Archetype 3: Wirtschaftlicher Spezialzweck

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Hersteller • Drittanbieter • Carsharing Anbieter 	
Quelle	(Bohnsack et al., 2014)	
Unternehmensbeispiele	Car2to, Think, Mini E	
Kurzbeschreibung	Die Vermietung nachhaltiger Zweisitzer für Stadtpendler, die durch ihr innovatives Design besonders auf städtische Pendler und Geschäftskunden abzielen, macht Elektrofahrzeuge erschwinglicher.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Der Stadtpendler-Zweisitzer ist nachhaltig und innovativ, bietet eine Sharing-Infrastruktur womit er sich gut für Carsharing eignet.	Das Fahrzeug wird umgerüstet und zweckgebaut, wobei die Produktion hauptsächlich intern stattfindet.	Vertrieb erfolgt über Internetkauf oder Abonnement, mit Bezahlung pro Meile und der Möglichkeit, die Batterie separat vom Auto zu mieten.

Archetype 4: Wirtschaftlicher Mehrzweck

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Hersteller • Drittanbieter 	
Quelle	(Bohnsack et al., 2014)	
Unternehmensbeispiele	Nissan Leaf, GM Volt, Mitsubishi, iMiev, Tesla Model S, Fisker Nina	
Kurzbeschreibung	Der Verkauf von Elektrolimousinen mit innovativem Design, die intern produziert werden und eine Batteriewechseloption bieten, erfolgt über Händler und Leasing, wobei die Batterie auch separat gemietet werden kann.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Die vielseitige Limousine ist nachhaltig und innovativ gestaltet, bietet eine Batteriewechseloption und ist optional ein herkömmliches Auto für längere Fahrten.	Das Fahrzeug ist zweckgebaut und wird größtenteils intern produziert.	Der Verkauf erfolgt über Händler und Leasing, wobei die Batterie separat vom Auto geleast werden kann.

Archetype 5: Mobilitätsdienstleister

Branche	Energiesektor	
Potenzielle Ausfühler des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Infrastrukturunternehmen • Energieversorger • IT-Zulieferer 	
Quelle	(Brown et al., 2019)	
Unternehmensbeispiele	Whim	
Kurzbeschreibung	Vertrieb von Elektrofahrzeuglade- und Mobilitätsdiensten mit Fokus auf automatisiertem Laden, V2G und Mobility-as-a-Service für EV-Besitzer, durch intelligente Infrastrukturentwicklung, unterstützt durch Elektrofahrzeuge und Technologie, mit Kosten für den Infrastrukturaufbau und Einnahmen aus Ladevorgängen und Mobilitätsdiensten.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Angeboten werden Modelle für das Aufladen von Elektrofahrzeugen mit lokal erzeugtem Strom, Flexibilitätsdienste, V2G und Mobility-as-a-Service, zugeschnitten auf EV-Besitzer und Prosumenten, mit Fokus auf automatisiertes Laden, flexible Netzdienste und gemeinsame Mobilität.	Kernaktivitäten umfassen die Entwicklung intelligenter Ladefrastruktur, V2G-Plattformen und Mobilität-als-Service-Modelle, unterstützt durch Ressourcen wie Elektrofahrzeuge, Lade- und V2G-Technologie sowie Partnerschaften mit Netzbetreibern und Mobilitätsanbietern.	Die Kosten entstehen durch den Aufbau intelligenter Ladefrastruktur und V2G-Plattformen, während Einnahmen aus Ladevorgängen, Flexibilitätsdiensten und gemeinsamer Mobilität generiert werden.

Archetype 6: Infrastruktur Start-up

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausfühler des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Infrastrukturunternehmen • Batteriehersteller • Energieunternehmen • Gemeinden, Kommunen, Städte 	
Quelle	(Rask & Günzel-Jensen, 2019)	
Unternehmensbeispiele	Electreon	
Kurzbeschreibung	Konzentriert sich auf den Aufbau einer umfassenden Infrastruktur für Elektrofahrzeuge (EV) mit innovativen Technologien, um den Bedarf an EV-Ladestationen zu decken.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Der Fokus liegt auf der Umgestaltung der Automobilindustrie durch den Aufbau einer umfassenden Infrastruktur für Elektrofahrzeuge.	Es werden erhebliche Risikokapitalfinanzierungen für den Aufbau der EV-Infrastruktur, die Integration überschüssiger Windenergiekapazitäten und die Bereitstellung von EV-Ladelösungen genutzt.	Ziel ist die Monetarisierung der Dienste durch ein Abonnementmodell und den Besitz von EV-Batterien.

Archetype 7: Hersteller mit zusätzlichen Diensten

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausfühler des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Hersteller • Plattformunternehmen • Zulieferer • IT- und Softwareunternehmen 	
Quelle	(Rask & Günzel-Jensen, 2019)	
Unternehmensbeispiele	Streetscooter	
Kurzbeschreibung	Konzentriert sich auf anpassbare EV-Plattformen und unabhängig angetriebene Räder für EVs.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Das Unternehmen, ursprünglich auf die Entwicklung eines leichten Elektrofahrzeugs fokussiert, bietet jetzt unabhängig angetriebene Räder und anpassbare Elektrofahrzeugplattformen an.	Durch Investitionen unterstützt, zielt das Unternehmen darauf ab, seine Haupteinnahmen durch den Verkauf zentraler EV-Technologien an andere Automobilhersteller zu erzielen.	Die Einnahmestrategie basiert auf dem Verkauf wichtiger EV-Technologien an Automobilhersteller, ermöglicht durch erhaltene Investitionen.

Archetype 8: Erweiterung des etablierten Geschäftsmodells um E-Fahrzeuge

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausfühler des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Hersteller • Zulieferer • Tankstellen 	
Quelle	(Rask & Günzel-Jensen, 2019)	
Kurzbeschreibung	Erweitert seine bestehende Produktpalette um Elektrofahrzeuge, um ein umweltfreundlicheres Image zu fördern und das Markenbewusstsein zu stärken.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Das Unternehmen hat eine neue Produktlinie von Elektroautos neben den traditionellen Fahrzeugmodellen eingeführt.	Die E-Fahrzeuge werden in die bestehenden Plattformen integriert und in die traditionellen Fertigungsverfahren/Serviceangebote des Unternehmens aufgenommen.	Der Fokus liegt darauf, das Unternehmensimage durch E-Fahrzeuge zu verbessern und die Markenbekanntheit zu stärken, was indirekt den Absatz herkömmlicher Fahrzeuge steigert.

Archetype 9: Infrastruktur-Inkubator

Branche	Automobilindustrie	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Energieunternehmen • Gemeinden, Kommunen, Städte • Infrastrukturunternehmen • EE-Unternehmen • IT- und Softwareunternehmen 	
Quelle	(Rask & Günzel-Jensen, 2019)	
Kurzbeschreibung	Verbessert die Infrastruktur für die Elektromobilität und zielt auf neue Kundensegmente ab, indem es Intelligenz in das Stromnetz integriert und den Zugang zu Strom ermöglicht.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Der Fokus liegt auf der Entwicklung einer Elektromobilitätsinfrastruktur mit integrierter Netzentelligenz für Elektrofahrzeugbesitzer.	Der Aufbau eines landesweiten Netzes öffentlicher Ladestationen für Elektrofahrzeuge sowie die Einrichtung eines Flottenmanagements und die Zusammenarbeit mit Autohändlern sorgt für eine Wertlieferung.	Der Schwerpunkt liegt auf dem Zugang zu Strom und künftigen Geschäftsmöglichkeiten durch den Ausbau der Infrastruktur.

Archetype 10: Intelligente Geschäftsmodelle für Elektrofahrzeuge

Branche	Energiesektor	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Energieunternehmen • Infrastrukturunternehmen • Gemeinde, Kommune, Städte • Drittanbieter 	
Quelle	(Paukstadt & Becker, 2021)	
Kurzbeschreibung	Intelligente Ladestationen werden verkauft, vermietet oder öffentlich gegen eine Nutzungsgebühr für Kunden angeboten. Mit einer intelligenten Ladestation kann ein Kunde die optimale Ladezeit überwachen und den EV-Speicher als Speicher, für die selbst erzeugte Energie weiter nutzen.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Angeboten wird das Leasing von EV-Batterien, intelligentes Laden und die Integration mit Energiemanagementsystemen.	Einnahmen werden durch die Erhebung von Gebühren und die Bündelung von Energieressourcen generiert.	Der Fokus liegt auf nachhaltigem, effizientem Laden von Elektrofahrzeugen und der Optimierung des Stromnetzes.

Archetype 11: Gebührenerhebung als Dienstleistung (CaaS)

Branche	Energiesektor	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Infrastrukturunternehmen • Gemeinde, Kommune, Städte • Energieversorger • Drittanbieter • EE-Anbieter 	
Quelle	(Singh et al., 2022)	
Unternehmensbeispiele	Me energy GmbH, ChargePoint	
Kurzbeschreibung	Bietet Nutzern von Elektrofahrzeugen Zugang zu Ladeinfrastruktur und -diensten über Abonnement- oder Mietmodelle.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Das Angebot umfasst vernetzte Ladestationen und die Verwaltung der Ladeinfrastruktur, was zur Wertsteigerung von Immobilien beiträgt.	Zielgruppen sind EV-Nutzer, EV-Hersteller sowie Einzelhändler, Gemeinden und Unternehmen, insbesondere solche mit Parkplätzen.	Das Geschäftsmodell basiert auf einer Abonnementgebühr für die Nutzung der Ladestationen.

Archetype 12: Battery-as-a-service (BaaS)

Branche	Energiesektor	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Batteriehersteller • Hersteller • Drittanbieter • KFZ 	
Quelle	(Singh et al., 2022)	
Unternehmensbeispiele	Clean energy global GmbH, NIO	
Kurzbeschreibung	Entkoppelt die Batterien von den E-Fahrzeugen, bietet Wartungsdienste an und maximiert die Nutzung der Anlagen.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
Das Angebot umfasst eine 'Batterie in der Cloud' mit Diensten für Batterieaustausch/-aufrüstung, Batterie-Asset-Management und ein schnell austauschbares, universelles Batteriesystem.	Als Zielgruppen wurden EV-Nutzer, Entwickler von Ladeinfrastrukturen, Batteriehersteller und Cloud-Dienste ausgemacht.	Einnahmen generieren sich aus dem Batterieaustausch und Abonnementgebühren für das Aufladen der Batterien.

Themengruppe 5: Kooperation Motorsport

Archetype 1: Interner Wissenstransfer

Branche	Motorsport	
Potenzielle Ausführer des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"> • Hersteller 	
Quelle	(Aversa et al., 2015)	
Unternehmensbeispiele	Ferrari, Mercedes, McLaren, Marussia, Renault und Caterham	
Kurzbeschreibung	OEM unterstützt die Formel-1-Firma und erwartet von ihr die Entwicklung von Lösungen für die Entwicklung und Herstellung von Straßenfahrzeugen.	
Wertversprechen	Wertlieferung & Wertschöpfung	Werterfassung
OEMs, die F1-Teams besitzen, erwarten von diesen die Entwicklung von Lösungen für Design und Herstellung von Straßenfahrzeugen, wobei das Engagement je nach gewünschten Ergebnissen variiert.	Der OEM koordiniert den Wissenstransfer zwischen der Formel-1-Firma und der Forschungs- und Entwicklungs-/Produktabteilung seiner Straßenfahrzeugproduktion.	OEMs finanzieren ihre F1-Aktivitäten wirtschaftlich durch interne Finanzierung.

3. Quellenverzeichnis

- Aversa, P., Furnari, S., & Haefliger, S. (2015). Business model configurations and performance: A qualitative comparative analysis in Formula One racing, 2005–2013. *Industrial and Corporate Change*, 24(3), 655-676. <https://doi.org/10.1093/icc/dtv012>
- Bergman, R., Abbas, A. E., Jung, S., Werker, C., & De Reuver, M. (2022). Business model archetypes for data marketplaces in the automotive industry. *Electronic Markets*, 32(2), 747-765. <https://doi.org/10.1007/s12525-022-00547-x>
- Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of Cleaner Production*, 65, 42-56. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.11.039>
- Bohnsack, R., Kurtz, H., & Hanelt, A. (2021). Re-examining path dependence in the digital age: The evolution of connected car business models. *Research Policy*, 50(9), 104328. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.respol.2021.104328>
- Bohnsack, R., Pinkse, J., & Kolk, A. (2014). Business models for sustainable technologies: Exploring business model evolution in the case of electric vehicles. *Research Policy*, 43(2), 284-300. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2013.10.014>
- Brown, D., Hall, S., & Davis, M. E. (2019). Prosumers in the post subsidy era: an exploration of new prosumer business models in the UK. *Energy Policy*, 135, 110984. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.enpol.2019.110984>
- Guyader, H., & Piscicelli, L. (2019). Business model diversification in the sharing economy: The case of GoMore. *Journal of Cleaner Production*, 215, 1059-1069. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.01.114>
- Münzel, K., Boon, W., Frenken, K., & Vaskelainen, T. (2018). Carsharing business models in Germany: characteristics, success and future prospects. *Information Systems and e-Business Management*, 16(2), 271-291. <https://doi.org/10.1007/s10257-017-0355-x>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers* (Vol. 1). John Wiley & Sons.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Tucci, C. L. (2005). Clarifying business models: Origins, present, and future of the concept. *Communications of the association for Information Systems*, 16(1), 1.
- Paukstadt, U., & Becker, J. (2021). Uncovering the business value of the internet of things in the energy domain – a review of smart energy business models. *Electronic Markets*, 31(1), 51-66. <https://doi.org/10.1007/s12525-019-00381-8>
- Pieroni, M. P. P., Mcaloone, T. C., & Pigosso, D. C. A. (2020). From theory to practice: systematising and testing business model archetypes for circular economy. *Resources, Conservation and Recycling*, 162, 105029. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.105029>
- Rask, M., & Günzel-Jensen, F. (2019). Business model design and performance in nascent markets. *Management Decision*, 58(5), 927-947. <https://doi.org/10.1108/md-10-2017-0924>
- Singh, M., Jiao, J., Klobasa, M., & Frietsch, R. (2022). Servitization of Energy Sector: Emerging Service Business Models and Startup's Participation. *Energies*, 15(7), 2705. <https://doi.org/10.3390/en15072705>

Trabucchi, D., Muzellec, L., & Ronteau, S. (2019). Sharing economy: seeing through the fog. *Internet Research*, 29(5), 996-1013. <https://doi.org/10.1108/intr-03-2018-0113>

Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. *British Journal of Management*, 14(3), 207-222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>

Autoren: Fabienne Schützner, Max Wegener, Luisa Biering, Carolin Schmidt, Franziska Schösser und Nina Anique Hadelers

