

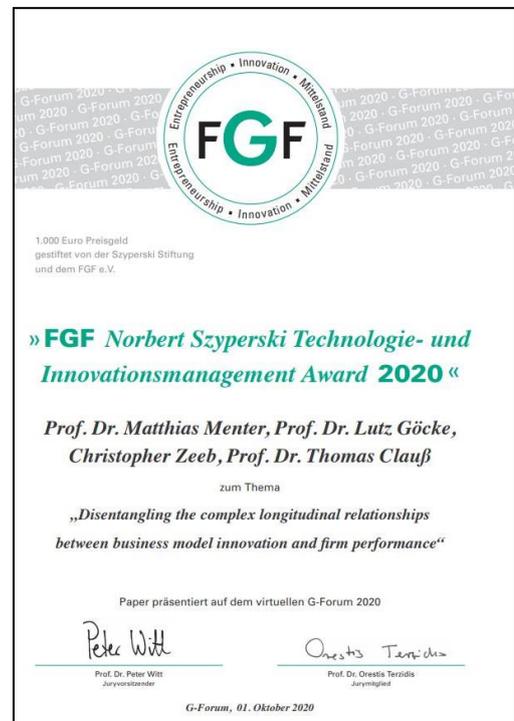
Norbert Szyperski Technologie- und Innovationsmanagement Research Award - Preisträger 2020

**Prof. Dr. Matthias Menter, Prof. Dr. Lutz Göcke, Christopher Zeeb und
Prof. Dr. Thomas Clauß ausgezeichnet**

Für ihre Arbeit „**Disentangling the complex longitudinal relationships between business model innovation and firm performance**“ erhielten Prof. Dr. Matthias Menter (Friedrich Schiller Universität Jena), Prof. Dr. Lutz Göcke (Hochschule Nordhausen), Christopher Zeeb (Friedrich Schiller Universität Jena) und Prof. Dr. Thomas Clauß (Universität Witten/Herdecke) auf der 24. Interdisziplinären Jahreskonferenz zu Entrepreneurship, Innovation und Mittelstand (G-Forum) am 01. Oktober den „Norbert Szyperski Technologie- und Innovationsmanagement Research Award 2020“. Der auch in diesem Jahr mit 1.000,- Euro dotierte und von der Szyperski Stiftung und dem Förderkreis Gründungs-Forschung e.V. (FGF) gemeinsam ausgelobte Preis wurde stellvertretend für das Autorenteam an Prof. Dr. Matthias Menter durch den Juryvorsitzenden Prof. Dr. Peter Witt (Bergische Universität Wuppertal) im Rahmen der virtuellen Awards Session überreicht.

Zum Inhalt der ausgezeichneten Arbeit:

Geschäftsmodellinnovationen, also die Veränderung eines bestehenden oder die Schaffung eines neuen Geschäftsmodells, können Unternehmen Wettbewerbsvorteile verschaffen. Insbesondere im Kontext von Startups liegt der positive Zusammenhang von Geschäftsmodellinnovation und Unternehmenserfolg auf der Hand. Für etablierte Unternehmen sind die Auswirkungen von Innovationen des Geschäftsmodells hingegen weniger intuitiv, ziehen sie doch weitreichende Konsequenzen für das Unternehmen nach sich: Unternehmensprozesse müssen gegebenenfalls grundlegend gewandelt werden, die Marktpositionierung bestehender Geschäftsfelder wird verändert oder gar kannibalisiert und der Einsatz von Ressourcen muss grundlegend neu überdacht werden. Obwohl auch für bestehende Unternehmen ein positiver Einfluss von Geschäftsmodellinnovation auf die Unternehmensperformance vermutet wird, gibt es hierfür bisher nur eine schwache empirische Fundierung. Auch sind die Auswirkungen gleichzeitig stattfindender Innovationen in verschiedenen Bereichen des Geschäftsmodells bisher kaum erforscht. Das Autorenteam nimmt sich dieser Forschungslücke an. Dabei wird das Konstrukt des Geschäftsmodells in die in der Literatur gängigen Dimensionen Wertschöpfung, Wertversprechen und Wertaneignung heruntergebrochen und deren Auswirkungen auf den Geschäftserfolg sowohl einzeln als auch in der Interaktion betrachtet. In einem industrieübergreifenden Datensatz werden dafür Performance-Kennzahlen von über 60



börsennotierten Unternehmen unter Berücksichtigung deren Geschäftsmodellaktivitäten verglichen. Für die betrachteten Unternehmen konnten dabei auf Basis von ca. 35.000 Presseberichten und Unternehmensnachrichten mehr als 2.500 Geschäftsmodellinnovationen für einen Zeitraum von 11 Jahren (2007-2017) identifiziert werden. Die empirische Studie bestätigt den positiven Zusammenhang von Geschäftsmodellinnovation auf die Performance von etablierten Unternehmen für alle drei Einzeldimensionen. Interessanterweise zeigt sich bei den Interaktionseffekten der Dimensionen jedoch ein gemischtes Bild: Während eine Innovation in der Dimension Wertaneignung bei gleichzeitiger Innovation in einer der anderen beiden Dimensionen zu einem überproportional positiven Effekt auf den Unternehmenserfolg führt, scheint eine gemeinsame Veränderung in den Dimensionen Wertschöpfung und Wertversprechen nachteilig für Unternehmen zu sein. Auf Basis eines ressourcenbasierten Ansatzes begründen die Autoren ihre empirischen Ergebnisse mit Mechanismen, die während der Innovation von Geschäftsmodellen ablaufen. Gleichzeitig wird anhand der Ergebnisse die strategische Relevanz von Geschäftsmodellinnovationen für etablierte Unternehmen ersichtlich und die Notwendigkeit eines umsichtigen und austarierten Vorgehens innerhalb des Geschäftsmodellinnovationsprozesses deutlich. Der Beitrag schließt mit einer Diskussion zu den theoretischen und praktischen Implikationen der Studie ab.

Fotos der Preisträger (v.l.n.r.):



Prof. Dr. Matthias Menter, Prof. Dr. Lutz Göcke, Christopher Zeeb, Prof. Dr. Thomas Clauß

Der Preis:

Zum Gedenken und zur Würdigung des im Mai 2016 verstorbenen FGF Gründungsvaters, Prof. Dr. Dr. h.c. Norbert Szyperski, lobte der FGF e.V. zum vierten Mal mit Unterstützung der Szyperski Stiftung anlässlich der 24. Interdisziplinären Jahreskonferenz zu Entrepreneurship, Innovation und Mittelstand den mit 1.000,- Euro dotierten „**Norbert Szyperski Technologie- und Innovationsmanagement Research Award 2020**“ aus.

Der Technologie- und Innovationsmanagement Preis richtete sich an alle Autoren die zum G-Forum 2020 ein Full-Paper Referatsvorschlag aus diesen Themenbereichen eingereicht hatten.

Der Preisträger wurde in einem zweistufigen Auswahlverfahren ermittelt. In der ersten Stufe wurden die im Double-blind-Review am besten bewerteten fünf wissenschaftlichen Arbeiten nominiert. In der zweiten Stufe wurde aus diesen die zu prämierende Arbeit durch eine Jury ausgewählt.

Förderkreis Gründungs-Forschung e.V. (FGF)

Der FGF e.V. wurde 1987 zur Förderung des Gedankens der unternehmerischen Selbstständigkeit und des unternehmerischen Handelns gegründet. Heute ist der gemeinnützige FGF die führende wissenschaftliche Vereinigung für Entrepreneurship, Innovation und Mittelstand in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Liechtenstein. Gründung und Nachfolge, Mittelstand, Innovation und Familienunternehmen sind die zentralen Themen des Vereins. Homepage: <http://www.fgf-ev.de>

Kontakt:

Förderkreis Gründungs-Forschung e.V.
c/o Ulrich Knaup
Gartenstraße 86
D-47798 Krefeld,
Tel: +49 (0)2151 777-508,
E-Mail: knaup@fgf-ev.de