

Identifikation von erfolgskritischen Faktoren künftiger Geschäftsmodelle im Kontext urbaner, geteilter Mobilität

13. Berliner Methodentreffen Qualitative Forschung, 21.-22. Juli 2017

1. Motivation

- **Neue Mobilitätsdienstleistungen** wie CarSharing, BikeSharing oder RideSharing stellen derzeit noch eine Nische im urbanen Mobilitätsmix dar.
- Gleichzeitig ist zu beobachten, dass sich diese Konzepte einer **steigenden Beliebtheit** erfreuen und in den letzten Jahren zweistellige Wachstumsraten in Deutschland zu verzeichnen hatten (Loose 2017).
- Der heutige Markt neuer Mobilitätsdienstleistungen ist geprägt durch eine **hohe Anzahl an Stakeholdern** aus verschiedenen Branchen, eine **hohe Wettbewerbsdynamik** sowie eine **Vielzahl an neuen Akteuren** mit unterschiedlichen Geschäftsmodellen.
- **Viele Unternehmen scheitern** jedoch mit ihren Konzepten und Ideen am Markt.

2. Forschungsfrage

Wie kann durch innovative Geschäftsmodellierung die Marktdiffusion von urbanen, geteilten Mobilitätskonzepten gefördert werden?

3. Methodische Vorgehensweise

(a) Forschungsmethode

- Als Untersuchungsmethode dieses qualitativen Forschungsdesigns wurde die **Fallstudie** gewählt (Yin 2014).

(b) Datenerhebung

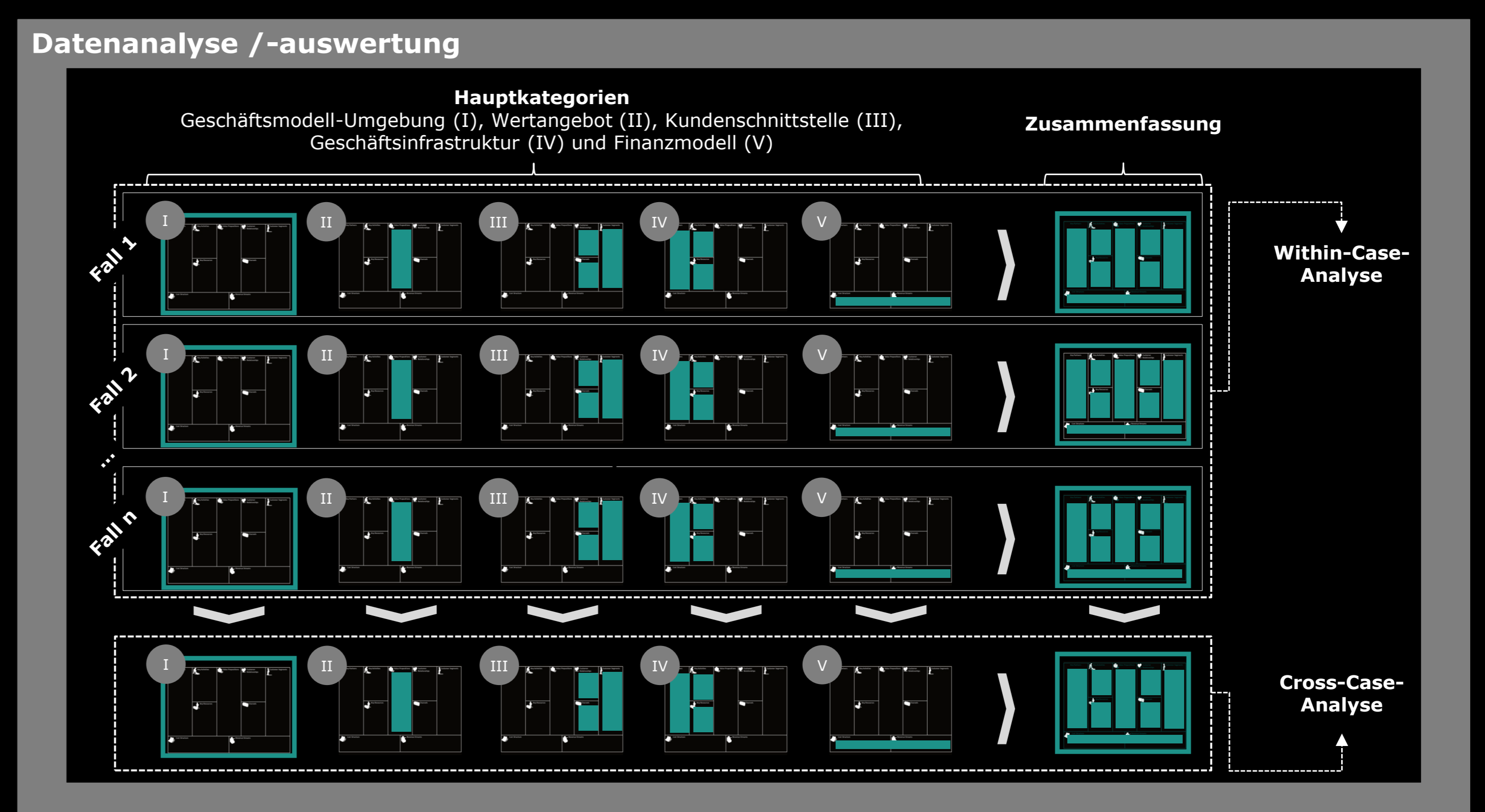
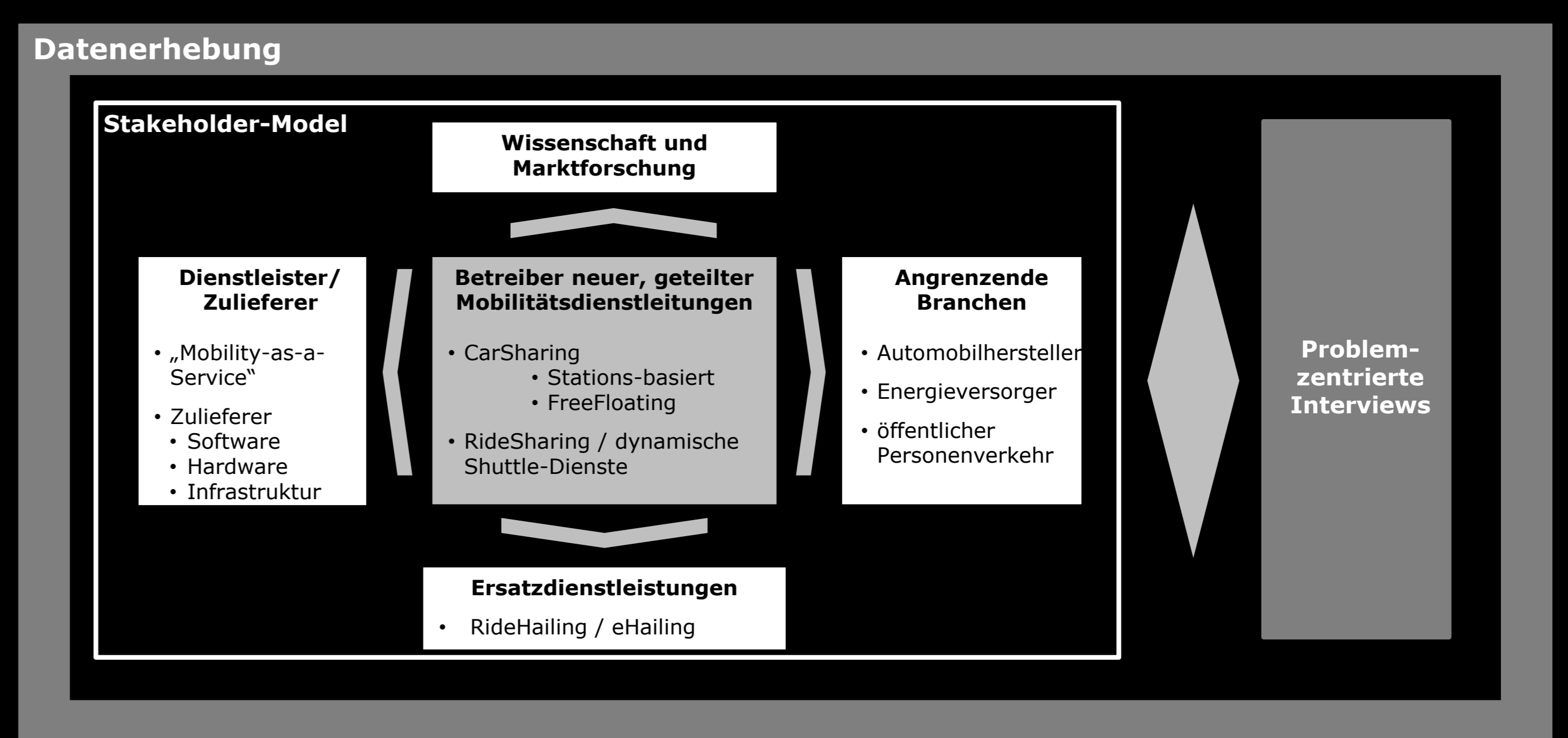
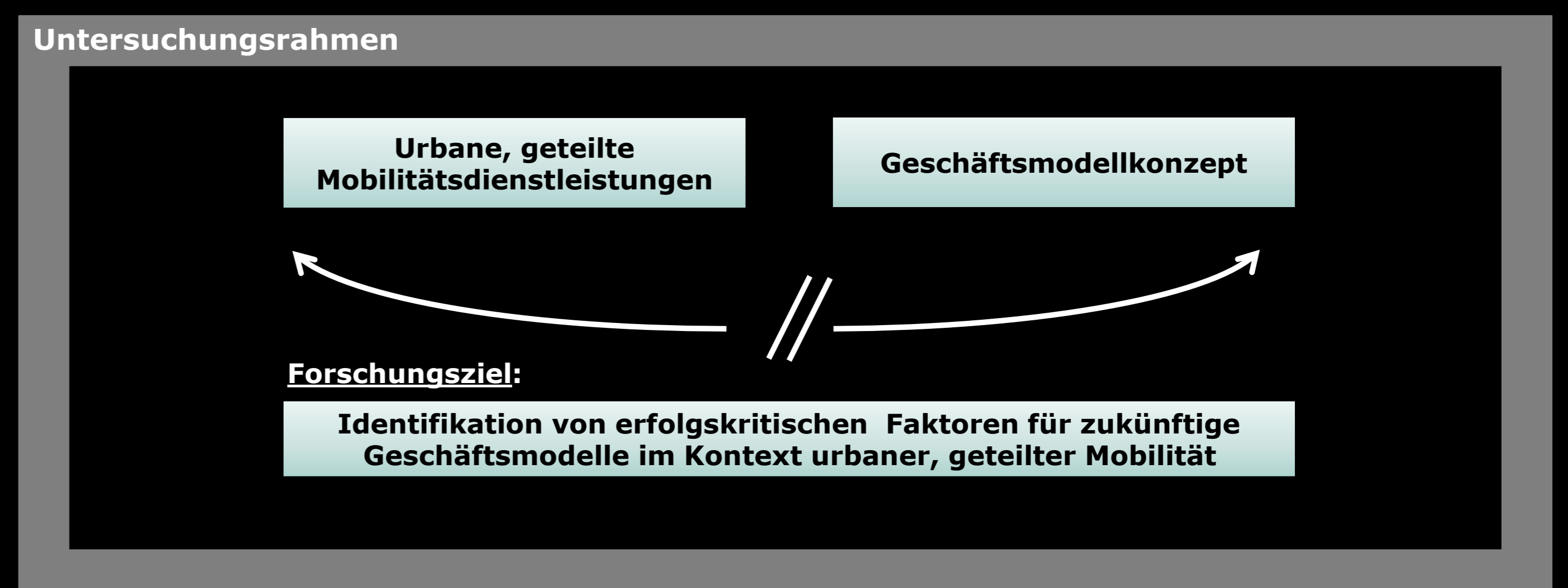
- Ein **Stakeholder-Modell** diene als Bezugsrahmen der Fallstudie, um ein möglichst breites Untersuchungsfeld zu generieren.
- Für die Sampling-Strategie wurde eine **Methodenkombination** aus heterogener Stichprobenziehung und dem Schnellball-Verfahren gewählt, wobei die **Heterogenität** anhand der beiden Dimensionen *zwischen* und *innerhalb der Stakeholder-Gruppen* gewährleistet wurde.
- Insgesamt wurden 13 Expert/inn/en im Rahmen von **problemzentrierten Interviews** befragt (Witzel 2000).

(c) Datenanalyse und -auswertung

- Das in den Interviews erhobene Material wurde im Zuge einer **strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse** nach Mayring (2015) analysiert und ausgewertet.
- Für die grundsätzlichen **Strukturdimensionen** (Hauptkategorien) wurden die Hauptkomponenten des Business Model Canvas (Osterwalder & Pigneur 2010) (I) Geschäftsmodell-Umgebung, (II) Wertangebot, (III) Kundenschnittstelle, (IV) Geschäftsinfrastruktur sowie (V) Finanzstruktur gewählt und gaben somit einen **theoretisch-deduktiven Rahmen** vor.
- Die Datenauswertung erfolgte zweistufig anhand der Untersuchung der einzelnen Fälle sowie einer anschließenden fallübergreifenden Betrachtung.
- Im Rahmen einer **Within-Case-Analyse** wurden die einzelnen Fälle als unabhängige Einheiten erfasst und auftretende Muster und Besonderheiten identifiziert.
- In der anschließenden **Cross-Case-Analyse** wurden die erhobenen Daten gegenübergestellt und mögliche Verzerrungen durch einzelne Fälle identifiziert.
- Letztlich wurden **erfolgskritische Elemente** für künftige Geschäftsmodelle im Kontext der urbanen, geteilten Mobilität abgeleitet.

4. Literatur

- Osterwalder, Alexander & Pigneur, Yves (2010): Business model generation. A handbook for visionaries, game changers, and challengers. Hoboken, NJ: Wiley.
- Bundesverband CarSharing (2017): Mehr als 1,7 Millionen CarSharing - Nutzer in Deutschland. Berlin.
- Mayring, Philipp (2015): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken (12. überarbeitete Auflage). Weinheim Beltz.
- Witzel, Andreas (2000): Das problemzentrierte Interview [25 Absätze]. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, 1(1), Art. 22, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0001228>.
- Yin, Robert K. (2014): Case study research. *Design and methods* (5. Auflage). Los Angeles, Calif.: Sage.



Ableitung von erfolgskritischen Elementen für künftige Geschäftsmodelle im Kontext urbaner, geteilter Mobilität

Kontakt:

Dipl.-Wirt.-Ing. Michael Pielen (FH Aachen)

Prof. Dr. Tessa Flatten (TU Dortmund)

Prof. Dr.-Ing. Thilo Röth (FH Aachen)

Tel: +49 (0)241 6009 52936
e-mail: pielen@fh-aachen.de

Tel: +49 (0)231 755 8340
e-mail: tessa.flatten@udo.edu

Tel: +49 (0)241 6009 52930
e-mail: roeth@fh-aachen.de