

Literatur

- **W. Chan Kim and Renée Mauborgne, Der Blaue Ozean als Strategie. Wie man neue Märkte schafft wo es keine Konkurrenz gibt, 2005.** Das Pflichtbuch für alle, die Business Innovatoren werden wollen. In englischer Sprache gibt es die 2015 etwas aktualisierte Auflage.
- **Alexander Osterwalder, Yves Pigneur et al., Value Proposition Design. Entwickeln Sie Produkte und Services, die Ihre Kunden wirklich wollen, 2014.** Zuerst "Business Model Generation" von den selben Autoren lesen. Value Proposition Design ist nicht mehr so gut aber immer noch gut.
 - **John P. Kotter, Accelerate, 2014 (Englisch).** Wenn der eine große strategische Wurf nicht ausreicht, weil die Welt sich zu schnell dreht, dann werden anpassungsfähige Organisationen benötigt. Kotter liefert Konzepte für entsprechend agile Unternehmen.
- **Oliver Gassmann, Karolin Frankenberg, Michaela Csik, Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, 2013.** 55 generische Business Modelle im Überblick. Viele Überlappungen, aber trotzdem hilfreich.

- **Alexander Osterwalder, Yves Pigneur et al., Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, 2011.**
Guter Überblick über die Elemente von Business Modellen (Business Model Canvas). Mit Blue Ocean zuerst die zündende Idee entwickeln und dann mit Hilfe der Business Model Canvas weiter ausgestalten.
- **Mark W. Johnson, Seizing the white Space, Business Model Innovation for Growth and Renewal, 2010 (Englisch).** Wertvolle Auseinandersetzung mit der anderen Gewinnlogik innovativer Geschäftsmodelle.
- **Gary Hamel, Das Ende des Managements: Unternehmensführung im 21. Jahrhundert. 2008.** Revolutionäres Denken, das weit über die Grenzen von Geschäftsmodellinnovationen hinausgeht.
 - **William Duggan, Strategic Intuition, 2007 (Englisch).**
Zeigt die Schwächen strategischer Analyse und Planung.