

Strategische Investitionen und Akquisitionen in der digitalen Transformation: Positionierung von Unternehmen in der Layered Modular Architecture



Idee: Die fortschreitende Digitalisierung und der Wandel von physischen Produkten zu digitalen Services stellen Unternehmen vor die Herausforderung, ihre Position in modular aufgebauten Marktstrukturen zu definieren. Diese Transformation erfordert strategische Investitionen und Akquisitionen, um wettbewerbsfähig zu bleiben und innovative Lösungen zu entwickeln. Das Ziel dieser Bachelorarbeit ist es, zu untersuchen, wie Unternehmen durch Investitionsstrategien ihre Positionierung innerhalb der Layered Modular Architecture (Yoo et al., 2010) optimieren und ihre Rolle in der digitalen Wertschöpfung stärken.

Studiendesign: Fallstudie, Analyse von Pitchbookdaten (z.B. von John Deere)

Daten: Investitionen und Akquisitionen

Relevante Literatur:

Yoo, Y., Henfridsson, O., & Lyytinen, K. (2010). Research commentary—the new organizing logic of digital innovation: an agenda for information systems research. *Information systems research*, 21(4), 724-735.

Bohnsack, R., Rennings, M., Block, C., & Bröring, S. (2024). Profiting from innovation when digital business ecosystems emerge: A control point perspective. *Research Policy*, 53(3), 104961.