

# Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	V
Vorwort .....	VII
Inhaltsverzeichnis.....	IX
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....	XIII
Abkürzungsverzeichnis.....	XV
<b>I</b>	
<b>Einleitung.....</b>	<b>1</b>
1 <b>Praktische Relevanz des Problemfeldes.....</b>	<b>1</b>
2 <b>Theoretische Relevanz des Problemfeldes.....</b>	<b>6</b>
3 <b>Forschungsprogramm und Gang der Arbeit.....</b>	<b>10</b>
<b>II</b>	
<b>Begrifflich-konzeptionelle Bestandsaufnahme.....</b>	<b>21</b>
1 <b>Sprachliche Analyse des Forschungsfeldes .....</b>	<b>21</b>
1.1 <b>Bedeutung der Sprache in der Wissenschaft.....</b>	<b>21</b>
1.2 <b>Semantische Konfusionen in der Geschäftsmodell-Forschung .....</b>	<b>29</b>
1.3 <b>Semantische Analyse des Zeichens „Geschäftsmodell“ .....</b>	<b>33</b>
1.3.1 <b>Informatisches Verständnis.....</b>	<b>35</b>
1.3.2 <b>Betriebswirtschaftliches Verständnis.....</b>	<b>37</b>
1.3.3 <b>Semantische Konvergenz.....</b>	<b>41</b>
1.4 <b>Zusammenfassende Bewertung und Reflexion.....</b>	<b>51</b>
2 <b>Systematisierung des Forschungsfeldes.....</b>	<b>55</b>
2.1 <b>Bestehende Systematisierungen.....</b>	<b>56</b>
2.1.1 <b>Schwächen vorherrschender Taxonomien .....</b>	<b>59</b>
2.1.2 <b>Schwächen vorherrschender Typologien .....</b>	<b>63</b>
2.1.3 <b>Abschließende Reflexion.....</b>	<b>66</b>
2.2 <b>Disziplinen der Geschäftsmodell-Forschung.....</b>	<b>67</b>
2.2.1 <b>Vorüberlegungen und Methodik zur Erarbeitung einer Typologie.....</b>	<b>67</b>
2.2.2 <b>Topologie des Forschungsfeldes.....</b>	<b>69</b>
2.2.3 <b>Zwischenfazit .....</b>	<b>91</b>
2.3 <b>Strategie versus oder cum Geschäftsmodell?.....</b>	<b>94</b>
2.3.1 <b>Abgrenzung des Strategie- und Geschäftsmodellkonzepts.....</b>	<b>95</b>
2.3.2 <b>Zusammenhang zwischen Strategie- und Geschäftsmodellkonzept .....</b>	<b>98</b>
2.3.3 <b>Konzeptionelle Implikationen.....</b>	<b>107</b>
3 <b>Relevante Konzepte der betriebswirtschaftlichen Forschung.....</b>	<b>116</b>
3.1 <b>Auswahlkriterien und wissenschaftstheoretische Bewertung.....</b>	<b>116</b>
3.2 <b>NICE-Geschäftsmodellkonzept .....</b>	<b>120</b>
3.2.1 <b>Verständnis.....</b>	<b>120</b>
3.2.2 <b>Inhaltliche Diskussion des Konzepts .....</b>	<b>123</b>

3.2.3	Inhaltliche und wissenschaftstheoretische Würdigung .....	133
3.3	RCOV-Geschäftsmodellkonzept.....	138
3.3.1	Verständnis.....	138
3.3.2	Inhaltliche Diskussion des Konzepts .....	140
3.3.3	Inhaltliche und wissenschaftstheoretische Würdigung .....	145
3.4	White Space-Geschäftsmodellkonzept .....	149
3.4.1	Verständnis.....	150
3.4.2	Inhaltliche Diskussion des Konzepts .....	151
3.4.3	Inhaltliche und wissenschaftstheoretische Würdigung .....	159
3.5	Zwischenfazit.....	164
3.5.1	Synthese des Erklärungsmodells.....	165
3.5.2	Dynamik des Geschäftsmodells.....	173
3.5.3	Rolle des Geschäftsmodells zwischen Strategie und Operation .....	184
3.5.4	Ableitung eines geeigneten Erkenntnisobjekts .....	196
3.5.5	Implikationen für die weitere Arbeit.....	203
III	Theoretische Explanat ion und Prädiktion .....	207
I	Explanat ion von Wettbewerbsvorteilen .....	207
1.1	Prämissen der Ressourcentheorie.....	209
1.1.1	Grundannahmen der Resource-Based Theory .....	210
1.1.2	Terminologische Grundlagen.....	215
1.1.3	Wertbegriff und Konzepte der Wertgenese und Wertappropriation.....	220
1.2	Ressourcen- und kompetenzinduzierte Wettbewerbsvorteile .....	228
1.2.1	Wirkung vorteilsgenerierender Ressourcen- und Kompetenzeigenschaften ....	228
1.2.2	Ableitung des Explanans und kritische Reflexion .....	236
1.3	Fähigkeiteninduzierte Wettbewerbsvorteile .....	240
1.3.1	Wirkung vorteilsgenerierender Fähigkeitseigenschaften.....	242
1.3.2	Ableitung des Explanans und kritische Reflexion .....	252
2	Explanat ion der Wettbewerbsvorteilsgenese durch Geschäftsmodelle .....	256
2.1	Geschäftsmodell-Exploitation als Vorteilsquelle.....	260
2.1.1	Erklärung der Wertgenese.....	261
2.1.2	Erklärung der Wettbewerbsvorteilsgenese.....	266
2.2	Geschäftsmodell-Exploration als Vorteilsquelle .....	275
2.2.1	Umwelt- und Geschäftsmodell-Dynamik .....	277
2.2.2	Erklärung der dynamischen Wettbewerbsvorteilsgenese .....	286
2.3	Reflexion der Explanat ion und Prädiktion.....	299
2.3.1	Kritische Reflexion der Explanat ion.....	299
2.3.2	Prädiktion .....	306
3	Implikationen der Explanat ion.....	311
3.1	Theoretisch-konzeptionelle Implikationen .....	311
3.1.1	Implikationen der Geschäftsmodell-Exploitation .....	314

---

3.1.2	Implikationen der Geschäftsmodell-Exploration .....	317
3.1.3	Verflechtung von Exploration und Exploitation als ambidextere Implikation .....	321
3.2	Konzeptionell-pragmatische Implikationen .....	324
3.2.1	Konfiguration und Transformation des Geschäftsmodells .....	328
3.2.2	Implementierung des Geschäftsmodells .....	335
3.2.3	Geschäftsmodell-Management .....	350
IV	Handlungsempfehlungen .....	361
1	Managementimplikationen .....	361
1.1	Funktionsbereiche der Geschäftsmodell-Entwicklung .....	363
1.1.1	Funktion der Geschäftsmodell-Innovation .....	363
1.1.2	Funktion des Geschäftsmodell-Management .....	377
1.1.3	Integration schrittweiser und synoptischer Geschäftsmodell-Entwicklung .....	386
1.2	Strategische Handlungsoptionen in Abhängigkeit von Reifegrad und Umweltdynamik .....	389
2	Forschungsimplikationen .....	408
2.1	Zusammenfassung .....	408
2.2	Forschungsausblick .....	414
Anhang	.....	418
Literaturverzeichnis	.....	426