

Inhaltsverzeichnis

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

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 Explanation und Prädiktion	207
1 Explanation von Wettbewerbsvorteilen.....	207
1.1 Prämisse 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 Explanation 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 Explanation und Prädiktion.....	299
2.3.1 Kritische Reflexion der Explanation.....	299
2.3.2 Prädiktion	306
3 Implikationen der Explanation	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