

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 Vorüberlegungen 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	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	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

Überlegene Geschäftsmodelle
Wertgenese und Wertabschöpfung in turbulenten
Umwelten

Schmidt, A.

2015, XVI, 454 S. 73 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-08655-8