

Inhaltsverzeichnis

1 Prolog: Digitalisierung ist die Chiffre einer neuen Zeit	1
2 Wesen und Kernelemente eines Geschäftsmodells	5
2.1 Die Elemente und Logik eines Geschäftsmodells	6
2.2 Zur Definition des Begriffs „Geschäftsmodell“	7
2.3 Die Schumpeter-Dynamik als Wegbereiter digitaler Geschäftsmodelle	8
3 Digitale Geschäftsmodelle sind strategische Wendepunkte	11
3.1 Die schematische Anatomie digitaler Geschäftsmodelle	14
3.2 Das innere Triebwerk digitaler Geschäftsmodelle – vernetzte Algorithmen	20
3.3 Die Wertschöpfungsdynamik digitaler Geschäftsmodelle	23
4 Digitale Geschäftsmodelle in Action	27
4.1 Axel Springer und der digitale Medientanz	31
4.2 Das Phänomen Google oder von A bis Z	37
4.3 Design-Prinzipien digitaler Geschäftsmodelle	45
5 Epilog: One more thing	51
Literatur	53