

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Prolog: Digitalisierung ist die Chiffre einer neuen Zeit</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Wesen und Kernelemente eines Geschäftsmodells</b>	<b>5</b>
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
<b>3</b>	<b>Digitale Geschäftsmodelle sind strategische Wendepunkte</b>	<b>11</b>
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
<b>4</b>	<b>Digitale Geschäftsmodelle in Action</b>	<b>27</b>
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
<b>5</b>	<b>Epilog: One more thing</b>	<b>51</b>
	<b>Literatur</b>	<b>53</b>