

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	1
Literatur	15
Teil I Inside Amazon – Charakteristik eines der wertvollsten Unternehmen unserer Zeit	
Unternehmensphilosophie von Amazon	19
1 Absoluter Kundenfokus	21
2 Customer Centricity im E-Commerce	29
3 Digitalisierung im kundenorientierten Marketing	34
4 Wachstum vor Gewinn	36
5 Märkte ohne Wachstumsgrenzen	37
6 Kostentreiber monetarisieren	41
7 Groß denken und Disruption fördern	44
8 Innovationen fördern	47
9 Höchste Qualitätsstandards	50
10 Sparsamkeit üben	52
11 Talente anwerben	54
12 Sich in die Materie vertiefen	56
13 Sich der Kritik stellen	58
14 Rückgrat haben – Widerspruch und Verbindlichkeit	60
15 Geheimnis der schnellen Umsetzung – Zwei-Pizza-Teams	61
Literatur	63

XIII

XIV Inhaltsverzeichnis

Organisation, Struktur und Architektur des Unternehmens	65
1 Vom Start-up zum Eine-Billion-Dollar-Unternehmen	65
2 Aktuelle und historische Unternehmensentwicklung von Amazon	77
3 Rocket Boy – Denken und Handeln von Jeff Bezos	86
Literatur	90
Das Amazon-Ökosystem – der Best-Practice-Blueprint der Plattform-Ökonomie	93
1 Amazon Retail Services	95
2 Amazon Business	102
3 Amazon Web Services	107
4 Amazon Advertising	113
5 Amazon Prime	116
6 Innovation Hub für weitere Disruptionen	124
Literatur	128
Teil II Was Unternehmen von Amazon lernen können	
Veränderung der Marktspielregeln durch Amazon	133
1 Wie Amazon das Kundenverhalten verändert	133
2 Gewinner durch den Amazon-Effekt	137
3 Verlierer durch den Amazon-Effekt	142
Literatur	151
Einfluss von Amazon auf Branchen und Industrien	153
1 Handel	153
1.1 Einzel-/Großhandel (B2B2C)	153
1.2 Fashion	156
1.3 Pharma	163
1.4 Food	166
2 Produzierende Unternehmen (Non-Food)	170
2.1 Mit B2B-Fokus	170
2.2 Mit B2C-Fokus	174

Inhaltsverzeichnis XV

3 Dienstleistungen	179
3.1 Versicherungen	179
3.2 Banking	186
Literatur	190
Teil III Was folgt nach Amazon Day 1 –	
Zukunftsvision und Gefahren	
 Wenn Amazon so weiterwachsen wird	197
 Literatur	202
 Chancen für die Wettbewerber	203
 Literatur	210
 Politischer Einfluss auf Amazons Wachstum und	
 andere Stolpersteine für Amazons Wachstum	211
 Literatur	219
 Über den Autor	221
 Über FOSTEC & Company	223