

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Roadmap zur Digitalen Transformation von Geschäftsmodellen</b> . . . . .	1
Daniel R. A. Schallmo und Andreas Rusnjak	
<b>2 Treiber und Hintergründe der digitalen Transformation</b> . . . . .	37
Ralf T. Kreutzer	
<b>3 Digitalisierung im Industriegütergeschäft</b> . . . . .	67
Michael Zollenkop	
<b>4 Geschäftsmodellstrategien im globalen, digitalen Wettbewerb</b> . . . . .	107
Kris Steinberg	
<b>5 Geschäftsmodelle im Internet der Dinge</b> . . . . .	139
Thomas Matyssek	
<b>6 Geschäftsmodellelemente mehrseitiger Plattformen</b> . . . . .	165
Karl Täuscher, Romy Hilbig und Nizar Abdelkafi	
<b>7 Controlling der digitalen Transformation</b> . . . . .	199
Avo Schönbohm und Ulrich Egle	
<b>8 Planung von Digitalisierungsmaßnahmen in Business-to-Business-Märkten</b> . . . . .	225
Thomas Werani, Alexander Brendel-Schauberger, Gerald Ebner-Kaplinger und Petra Martinek-Kuchinka	
<b>9 Digitale Intensität und Management der Transformation</b> . . . . .	245
Patricia Deflorin, Maike Scherrer und Niklas Eberhardt	
<b>10 Digitalisierung von Geschäftsmodellen</b> . . . . .	263
Wolfgang Becker, Patrick Ulrich, Oliver Schmid und Christoph Feichtinger	
<b>11 Internet der Dinge</b> . . . . .	291
Markus Wildbühler, Birgit Stelzer, Edgar Schiebel und Leo Brecht	

<b>12</b>	<b>Internetvertrieb als Erfolgsfaktor von Gründungen</b> . . . . .	<b>313</b>
	Jutta Stirner	
<b>13</b>	<b>Big Data und technologiegetriebene Geschäftsmodellinnovation</b> . . . . .	<b>335</b>
	Katharina Hölzle, Tobias Schoder und Nina Spiri	
<b>14</b>	<b>Wandel der Personenmobilität im digitalen Zeitalter</b> . . . . .	<b>355</b>
	Harry Wagner und Barbara Koch	
<b>15</b>	<b>Digitalisierung in der Mobilitätsinfrastruktur</b> . . . . .	<b>375</b>
	Ulrike Reisach und Martin Stirzel	
<b>16</b>	<b>Geschäftsmodellentwicklung im Bereich Öffentlich-Privater Partnerschaften</b> . . . . .	<b>393</b>
	Michael C. Blum	
<b>17</b>	<b>Trends und Potenziale der digitalen Transformation in klinischen Dienstleistungen am Beispiel der Patiententransportlogistik</b> . . . . .	<b>421</b>
	Jürgen Schröder, Dagmar Piotr Tomanek und Hildegard Thim	
<b>18</b>	<b>Status-Quo und Wertschöpfungsperspektiven digitaler Geschäftsmodelle in der Textilbranche</b> . . . . .	<b>441</b>
	Fabian Schreiber und Katharina Felk	
<b>19</b>	<b>Diffusions- und Adoptionsbarrieren bei internetbasierten Geschäftsmodellen</b> . . . . .	<b>461</b>
	Elisabeth Eppinger und Andreas Scheel	
<b>20</b>	<b>Das Internet der Dinge und neue digitale Geschäftsmodelle in der Lebensmittelindustrie</b> . . . . .	<b>485</b>
	Gunnar Brink und Fernando Chaves	
<b>21</b>	<b>FinTech – Digitale Geschäftsmodelltransformation im Bankensektor</b> . . . . .	<b>505</b>
	Alexander Braune und Christian Landau	
<b>22</b>	<b>Start-up Garage als kollaborative Innovationsschmiede</b> . . . . .	<b>531</b>
	Remigiusz Smolinski und Mariusz C. Bodek	
<b>23</b>	<b>Perspektivenwechsel im Handel – von disruptiven Geschäftsmodellen lernen und Gegenstrategien entwickeln</b> . . . . .	<b>557</b>
	Christoph Lefkes, Matthias Berth und Christian Schultz	
<b>24</b>	<b>Transparenzinduzierte Konsequenzen für Online-Handelsmodelle</b> . . . . .	<b>585</b>
	Alexander Zerdick und Joseph Hefe	
<b>25</b>	<b>Retourenmanagement als Erfolgsfaktor des Handels</b> . . . . .	<b>605</b>
	Björn Asdecker, David Karl und Eric Sucky	

---

<b>26 Click &amp; Collect als mögliches Bindeglied zwischen stationärem Einzelhandel und E- und M-Commerce</b>	<b>623</b>
Norbert Beck und David Rygl	
<b>27 Digitalisierung im gehobenen stationären Handel</b>	<b>655</b>
Marc Widmer, Malte Winter und Pascal Morf	
<b>28 Wissensrisiken beim Design von datenbasierten Geschäftsmodellen identifizieren</b>	<b>681</b>
Michael Fruhwirth, Gert Breitfuß, Viktoria Pammer-Schindler und Stefan Thalmann	
<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>705</b>