
Vorwort

„Das Internet ist das erste von Menschenhand erschaffene Ding, das der Mensch nicht versteht. Es ist das größte Experiment in Anarchie, das es jemals gab.“
(Eric Schmidt)

Der Philosoph Han Byung-Chul bringt das Dilemma der aufkommenden Digitalmoderne prägnant mit den Worten auf den Punkt: „Wir berauschen uns heute am digitalen Medium, ohne dass wir die Folgen dieses Rausches vollständig abschätzen können“ [HAN02]. Mithin verstehen wir im Kern nicht, worum es sich bei der Digitalisierung in der Digitalmoderne handelt. Die Digitalmoderne zeigt sich in Form von Echtzeit-Kommunikation, digitalen Apps-Plattformen, Cloud Computing, Social Media-Apps, Smartphones, eReadern und vielem mehr. In ihrem Durchdringungsgrad macht die Digitalisierung vor nahezu keinem Lebensbereich halt.

So wirkt sich die zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche auch auf bestehende Geschäftsmodelle in zahlreichen Branchen aus. Insbesondere für Unternehmen, die in ihrem dominanten Branchenautomatismus gefangen sind, stellt der Digitalisierungstrend die größte Herausforderung dar. Ein besseres Verständnis für digitale Geschäftsmodelle ist notwendig.

Das vorliegende *essential* stellt eine Einführung in die Thematik digitaler Geschäftsmodelle dar und richtet sich an einen breiten Leserkreis. Es zielt insbesondere darauf ab, das Wesen digitaler Geschäftsmodelle verständlich zu machen. Das innere Gefüge, die Anatomie digitaler Geschäftsmodelle werden aufgefächert. Hinzu kommen Anregungen und Prinzipien für das Design digitaler Geschäftsmodelle. Dies erfolgt nicht abstrakt, sondern praxisorientiert am Beispiel einer digitalen Smart City-Apps-Plattform mit einem Ökosystem.

Bei dieser Einführungsschrift handelt es sich um erweiterte Kapitel aus den beiden Büchern „Die digitale Evolution moderner Großstädte“ und „Smart City

wird Realität“. Der Ergänzungsband schließt damit den Themenkomplex „Smart City“ ab.

Eine derartige Einführung ist immer das Ergebnis einer Zusammenarbeit zahlreicher Experten. Viele Ideen, Hinweise und Anregungen entstanden aus Diskussionen mit Experten des Massachusetts Institute of Technology (MIT), Google Inc., Amazon.Inc., BITKOM und der SAP AG. Damit ist die Liste sicher nicht komplett und ich entschuldige mich bei allen, die nicht erwähnt wurden. Auch ihnen gilt mein Dank.

Berlin, im Oktober 2015

Michael Jaekel



<http://www.springer.com/978-3-658-12280-5>

Die Anatomie digitaler Geschäftsmodelle

Jaekel, M.

2015, IX, 58 S. 13 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-12280-5