
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



<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