

# Inhalt

<b>Vom Quantensprung zur digitalen Ökonomie</b> .....	<b>13</b>
<b>1 Dominante Denkmuster und die Herausforderung der Geschäftsmodelltransformation</b> .....	<b>15</b>
1.1 Die Welt der kleinsten Teilchen und die Erschaffung der digitalen Welt .....	17
1.1.1 Aus materiell wird immateriell .....	18
1.1.2 Aus kontinuierlich wird diskret .....	19
1.1.3 Aus analog wird digital .....	21
1.1.4 Aus Ursache-Wirkungs-Zusammenhängen werden Wahrscheinlichkeitsräume .....	24
1.1.5 Aus verbunden wird vernetzt .....	25
1.2 Neue Technologie – neue Ökonomie .....	29
1.2.1 Güter werden immateriell .....	29
1.2.2 Aus Produktionsstraßen werden Wertschöpfungsnetzwerke .....	33
1.2.3 Managemententscheidungen sind mathematisch optimierbar .....	34
1.3 Verbindung von Technologie und Theorie – die neuen Spielwiesen .....	36
1.4 Prinzipien und Geschäftsmodelle .....	38
1.5 Literatur .....	43
<b>Die 22 Erfolgsprinzipien</b> .....	<b>45</b>
<b>Prinzipien im Überblick</b> .....	<b>47</b>
<b>1. Erfolgsprinzip: Mediapreneur</b> .....	<b>53</b>

1.1	Das Mediapreneur-Prinzip .....	54
1.2	Die Grundlagen .....	54
1.3	Anwendungen des Prinzips .....	55
1.3.1	Mark Zuckerberg & Co. ....	55
1.3.2	Steve Jobs & Co. ....	56
1.3.3	Werner Dieter & Co. ....	57
1.4	Literatur .....	59
<b>2.</b>	<b>Erfolgsprinzip: Cut-off .....</b>	<b>61</b>
2.1	Das Cut-off-Prinzip .....	62
2.2	Die Grundlagen .....	62
2.3	Anwendungen des Prinzips .....	65
2.3.1	Apple .....	65
2.3.2	Car2Go .....	65
2.3.3	Telekom .....	66
2.3.4	Google .....	68
2.4	Literatur .....	69
<b>3.</b>	<b>Erfolgsprinzip: Dashboard .....</b>	<b>71</b>
3.1	Das Dashboard-Prinzip .....	72
3.2	Die Grundlagen .....	72
3.3	Anwendungen des Prinzips .....	75
3.3.1	Amazon .....	75
3.3.2	MyTaxi .....	76
3.3.3	Nike+ .....	76
3.4	Literatur .....	78
<b>4.</b>	<b>Erfolgsprinzip: Integration .....</b>	<b>79</b>
4.1	Das Integrations-Prinzip .....	80
4.2	Die Grundlagen .....	80
4.3	Anwendungen des Prinzips .....	82
4.3.1	Amazon .....	82
4.3.2	Google .....	83
4.3.3	Apple .....	84
4.4	Literatur .....	86

<b>5. Erfolgsprinzip: Outside-in</b>	<b>89</b>
5.1 Das Outside-in-Prinzip	90
5.2 Die Grundlagen	90
5.3 Anwendungen des Prinzips	92
5.3.1 Amazon & Co.	92
5.3.2 99designs	93
5.3.3 McDonald's „Mein Burger“	93
5.4 Literatur	95
<b>6. Erfolgsprinzip: Schikane</b>	<b>97</b>
6.1 Das Schikane-Prinzip	98
6.2 Die Grundlagen	98
6.3 Anwendungen des Prinzips	100
6.3.1 Spotify	100
6.3.2 Booking.com	101
6.3.3 Microsoft Windows XP	102
6.3.4 Apple Hardware	103
6.4 Literatur	103
<b>7. Erfolgsprinzip: Glocal</b>	<b>105</b>
7.1 Das Glocal-Prinzip	106
7.2 Die Grundlagen	106
7.3 Anwendungen des Prinzips	108
7.3.1 Taxizentralen – MyTaxi	108
7.3.2 mobile.de	109
7.3.3 Watchever	110
7.4 Literatur	112
<b>8. Erfolgsprinzip: Adaption</b>	<b>113</b>
8.1 Das Adaptions-Prinzip	114
8.2 Die Grundlagen	114
8.3 Die Anwendungen in der Praxis	115
8.3.1 SMS	115
8.3.2 App Store	116
8.3.3 Flickr	117

8.3.4	MyTaxi Delivery .....	117
8.3.5	Amazon Web Services .....	118
8.4	Literatur .....	119
<b>9.</b>	<b>Erfolgsprinzip: Blockbuster .....</b>	<b>121</b>
9.1	Das Blockbuster-Prinzip .....	122
9.2	Die Grundlagen .....	123
9.3	Anwendungen des Prinzips .....	124
9.3.1	YouTube .....	124
9.3.2	Metropolitan Opera (the MET) .....	125
9.4	Literatur .....	127
<b>10.</b>	<b>Erfolgsprinzip: Predictive .....</b>	<b>129</b>
10.1	Das Predictive-Prinzip .....	130
10.2	Die Grundlagen .....	130
10.3	Anwendungen des Prinzips .....	133
10.3.1	TrueView .....	133
10.3.2	Recommendation-Algorithmen .....	135
10.3.3	Target .....	135
10.4	Literatur .....	137
<b>11.</b>	<b>Erfolgsprinzip: Downgrade .....</b>	<b>139</b>
11.1	Das Downgrade-Prinzip .....	140
11.2	Die Grundlagen .....	140
11.3	Anwendungen des Prinzips .....	142
11.3.1	WhatsApp .....	142
11.3.2	SurveyMonkey .....	143
11.3.3	WeTransfer .....	143
11.4	Literatur .....	145
<b>12.</b>	<b>Erfolgsprinzip: Outlaw .....</b>	<b>147</b>
12.1	Das Outlaw-Prinzip .....	148
12.2	Die Grundlagen .....	148
12.3	Anwendungen des Prinzips .....	149
12.3.1	Create Space .....	149

12.3.2	YouTube .....	150
12.3.3	Apple .....	152
12.4	Literatur .....	153
<b>13.</b>	<b>Erfolgsprinzip: Lean Digital .....</b>	<b>155</b>
13.1	Das Lean-Digital-Prinzip .....	156
13.2	Die Grundlagen .....	156
13.3	Anwendungen des Prinzips .....	157
13.3.1	Digitale Innovationen und Start-ups .....	157
13.3.2	Groupon .....	158
13.3.3	MP3 .....	159
13.3.4	Sandbox-Teams .....	159
13.4	Literatur .....	161
<b>14.</b>	<b>Erfolgsprinzip: Subliminal .....</b>	<b>163</b>
14.1	Das Subliminal-Prinzip .....	164
14.2	Die Grundlagen .....	164
14.3	Anwendungen des Prinzips .....	165
14.3.1	Spread Networks .....	165
14.3.2	Paradise Island, Nest & Co. ....	166
14.3.3	Subliminaler Pfaddeterminismus .....	167
14.4	Literatur .....	169
<b>15.</b>	<b>Erfolgsprinzip: Zahnrad .....</b>	<b>171</b>
15.1	Das Zahnrad-Prinzip .....	172
15.2	Die Grundlagen .....	172
15.3	Anwendungen des Prinzips .....	174
15.3.1	Shazam .....	174
15.3.2	Smart Homes .....	175
15.3.3	Lufthansa .....	176
15.4	Literatur .....	178
<b>16.</b>	<b>Erfolgsprinzip: Gambling .....</b>	<b>179</b>
16.1	Das Gambling-Prinzip .....	180
16.2	Die Grundlagen .....	180

16.3	Anwendungen des Prinzips .....	182
16.3.1	ebay .....	182
16.3.2	AdWords .....	183
16.3.3	Guess Who .....	184
16.4	Literatur .....	187
<b>17.</b>	<b>Erfolgsprinzip: Demembranisierung .....</b>	<b>189</b>
17.1	Das Demembranisierung-Prinzip .....	190
17.2	Die Grundlagen .....	190
17.3	Anwendungen des Prinzips .....	192
17.3.1	Lufthansa-Bus und MyTaxi .....	192
17.3.2	Flightradar24 .....	193
17.3.3	Meet & Seat .....	194
17.4	Literatur .....	195
<b>18.</b>	<b>Erfolgsprinzip: Better Follower .....</b>	<b>197</b>
18.1	Das Better-Follower-Prinzip .....	198
18.2	Die Grundlagen .....	198
18.3	Anwendungen des Prinzips .....	199
18.3.1	Facebook .....	199
18.3.2	Google .....	200
18.3.3	iPhone .....	202
18.4	Literatur .....	204
<b>19.</b>	<b>Erfolgsprinzip: Functional Cracking .....</b>	<b>205</b>
19.1	Das Functional-Cracking-Prinzip .....	206
19.2	Die Grundlagen .....	206
19.3	Anwendungen des Prinzips .....	208
19.3.1	mobile.de .....	208
19.3.2	Shazam .....	209
19.3.3	PayPal .....	210
19.4	Literatur .....	212
<b>20.</b>	<b>Erfolgsprinzip: Intransparenz .....</b>	<b>213</b>
20.1	Das Intransparenz-Prinzip .....	214

20.2	Die Grundlagen .....	214
20.3	Anwendungen des Prinzips .....	217
20.3.1	Intransparenz auf Preisebene .....	217
20.3.2	Intransparenz durch Usability-Differenzierung .....	217
20.3.3	Intransparenz durch Individualisierung .....	218
20.4	Literatur .....	220
<b>21.</b>	<b>Erfolgsprinzip: Grenzenlos .....</b>	<b>221</b>
21.1	Das Grenzenlos-Prinzip .....	222
21.2	Die Grundlagen .....	222
21.3	Anwendungen des Prinzips .....	225
21.3.1	Google .....	225
21.3.2	Facebook .....	226
21.3.3	Firefox .....	227
21.4	Literatur .....	228
<b>22.</b>	<b>Erfolgsprinzip: Social Guru .....</b>	<b>229</b>
22.1	Das Social-Guru-Prinzip .....	230
22.2	Die Grundlagen .....	230
22.3	Anwendungen des Prinzips .....	231
22.3.1	Social Trading – ZuluTrade .....	231
22.3.2	Klout .....	232
22.3.3	Tommy Ton & Co. ....	234
22.4	Literatur .....	235
	<b>Prinzipien: Übersicht und Anwendung .....</b>	<b>237</b>
	<b>Index .....</b>	<b>245</b>
	<b>Die Autoren .....</b>	<b>251</b>