

Christian Hoffmeister
Yorck von Borcke

Think new!

22 Erfolgsstrategien im digitalen Business

HANSER

Inhalt

Vom Quantensprung zur digitalen Ökonomie	13
1 Dominante Denkmuster und die Herausforderung der Geschäftsmodelltransformation	15
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
Die 22 Erfolgsprinzipien	45
Prinzipien im Überblick	47
1. Erfolgsprinzip: Mediapreneur	53

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
2.	Erfolgsprinzip: Cut-off	61
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
3.	Erfolgsprinzip: Dashboard	71
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
4.	Erfolgsprinzip: Integration	79
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

5. Erfolgsprinzip: Outside-in	89
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
6. Erfolgsprinzip: Schikane	97
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
7. Erfolgsprinzip: Glocal	105
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
8. Erfolgsprinzip: Adaption	113
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
9.	Erfolgsprinzip: Blockbuster	121
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
10.	Erfolgsprinzip: Predictive	129
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
11.	Erfolgsprinzip: Downgrade	139
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
12.	Erfolgsprinzip: Outlaw	147
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
13.	Erfolgsprinzip: Lean Digital	155
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
14.	Erfolgsprinzip: Subliminal	163
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
15.	Erfolgsprinzip: Zahnrad	171
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
16.	Erfolgsprinzip: Gambling	179
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
17.	Erfolgsprinzip: Demembranisierung	189
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
18.	Erfolgsprinzip: Better Follower	197
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
19.	Erfolgsprinzip: Functional Cracking	205
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
20.	Erfolgsprinzip: Intransparenz	213
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
21.	Erfolgsprinzip: Grenzenlos	221
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
22.	Erfolgsprinzip: Social Guru	229
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
	Prinzipien: Übersicht und Anwendung	237
	Index	245
	Die Autoren	251