



Stichwortverzeichnis

Christian Hoffmeister

Digitale Geschäftsmodelle richtig einschätzen

ISBN (Buch): 978-3-446-43785-2

ISBN (E-Book): 978-3-446-43659-6

Weitere Informationen oder Bestellungen unter

<http://www.hanser-fachbuch.de/978-3-446-43785-2>

sowie im Buchhandel.

Stichwortverzeichnis

A

AAC 61
Absatz 83
Absatzmarkt 172
AdSense 106
AdWord 84, 120, 177, 206, 208, 220
AdWord-Modell 29
Agenten-Modell, vernetztes digitales 207
Akzeptanz 100
Algorithmen, vernetzte 209
Algorithmus 56, 58, 124, 199, 201
Anbieter 10
Anderson, Chris 47, 113, 130
Android 153
Android-App-Store 122
Angebot 31
Anlaufkosten 25
Anpassungsfähigkeit 42
App 11, 39, 62, 122 f., 129, 159, 202
Application Programming Interface 149
App-Ökonomie 208
App-Stores 160
Ariely, Dan 129
Armstrong, Tim 83
Aufmerksamkeitsökonomie 52
Auktion 177
Auktionsalgorithmus 189
Auswahlspektrum 124

B

Ballmer, Steve 35
Bartholatus, Rüdiger 92, 99, 220
Basistechnologie 9
Batman 134
Bedeutungsmaschine 191
Benutzeroberfläche 21, 98, 151, 218
Beschaffungsmodell 3
Bestätigungsfehler 183
Best-Practice-Cases 23
Beziehungsnetzwerk 159
Bezos, Jeff 137, 220
Big Data 217
Birnbaum, Larry 28
Bit-Management 177
Blackberry 86
Blaupause 83
Blockbuster 29, 30, 116 f., 121
Blog-Nutzer 118
Branchenregel 70
Brin, Sergey 29, 57, 220
Brockhaus 118
Brynjolfsson, Erik 117
Business Model, agentenoptimiertes 212
Business-Modell-Redesign 8

C

Cameron, James 43
 Carsharing 101, 210
 Cash and Carry 8
 Check-Out-Funktion 42
 Chesbrough, Henry 1
 Chinook 188
 Christensen, Clayton 80, 93
 Chrome 150
 Citizen Reporter 119
 Closed Source 154
 Co-Creation 145, 164
 Content Fleet 173
 Content Marketing 128
 Cookies 123
 Cook, Tim 135
 Coopetition 145, 149 ff., 153, 158, 164, 166
 Copy-and-Paste-Modell 6
 Cost per Click 83, 189
 Coupled-Modell 145
 Coupled-Prozess 145
 Cross-Industry-Prinzip 104
 Crowd 125
 Crowdsourcing 36, 118 ff., 143, 145, 164

D

Daten 171
 Datenmodell 179
 Datenmodellierung 172
 Davis, Sam 119
 De Bie, Tijn 173
 de Marcken, Carl 180
 Demokratisierung 115
 Diekmann, Kai 47
 Dienstleistung 4, 34, 48, 50, 64, 66, 67, 90, 118, 128, 158, 192
 Digital-Hub-Modell 209 ff.
 Digitalisierung 28 f., 31
 Dilemma 178

Disruption 8, 104
 Distribution 6, 39, 48, 82, 172
 Distributionsmodell 4, 204
 Dominante Geschäftsmodell-architekturen 6
 Döpfner, Mathias 220
 DoubleClick 57
 Download 40, 65 f., 122 f., 202, 209
 Drive Now 210

E

1414-Konzept 119
 Early-Stage-Investoren 94
 E-Commerce 118, 120, 141, 160, 212
 Effizienzsteigerung 172
 Ein-Algorithmen-Modell 205
 Eintrittsbarriere 20
 Elberse, Anita 123
 Engelskreis 21, 23
 Entwicklungslinie 96
 ePub-Format 106
 Erfindung 99
 Ergebnis 171
 Erlösmodell 4
 Evsan, Ibrahim 93
 Exit-Strategie 94
 Experte 102
 Externe 103

F

Facebook-Party 63
 Fanning, Shawn 219
 Fehleinschätzungen 96
 Fehlproduktion 172
 Festinger, Leon 183
 Finanzierungsmodell 4
 First-and-Fast-Mover-Modell 17
 First Copy Costs 48, 126, 134
 First Mover 91

First Mover Advantage 20
First-Mover-Falle 132
First-Mover-Vorteil 207
Flexibilität 40
Follower 52
Förderer 219
Forschungs- und Entwicklungsbudget 97
Fortune 500 78
Free-Formel 48
Freerider 60, 68 f.
Free-Strategie 67
Freemium-Modell 51

G

Galton, Francis 142
Gates, Bill 31, 96 f., 141, 220
Geduld 42
Genius 182
Geobasierte Dienste 210
Gerstner, Louis 90
Geschäftsmodell 1, 4, 131, 200
Geschäftsmodell, agentenoptimiert 213
Geschäftsmodelldesign 5, 8, 13, 71, 113, 141, 155, 161, 175, 182, 199, 201, 207, 209, 213 f., 218
Geschäftsmodellinnovation 8, 9
Geschäftsmodell, offenes 145, 154, 199
Geschwindigkeit 17
Geschwindigkeitswettbewerb 27
Gesetz der großen Zahl 186
Gestenerkennung 106
Gigerenzer, Gerd 180
Gilder, George 18
Google+ 106
Google Docs 190
Google Play 119
Google X 156
Grenzertrag 32, 35
Grenzerträge, zunehmende 26
Grenzkosten 48 f., 59, 68

Grenznutzenmodell 47
Grenznutzentheorie 48
Güter, digitale 121

H

Hall, Jeff 88
Hammond, Kristian 28
Handlung 5, 201
Handwerker 219
Hastings, Reed 162
Hockey-Stick-Effekt 23, 34, 40
Homebrew Computer Club 102
HP Slate 35
Hype 37

I

Ideen 8, 42 f., 98, 103, 144 f., 147, 150 f., 155, 219
Ideengenerierung 144
Ideenplattform 154
Identität des Users 57
Informations- und Kommunikations-technologie 114
Informations- und Telekommunikations-technologie (ITK) 117
In-Memory-Verfahren 179
Innovation 9 f., 97 f., 103, 105, 141, 156, 221
Innovation, disruptive 77, 81, 92, 181
Innovation, inkrementelle 85
Innovationsentwicklung 155
Innovationsmonopol 77, 80
Innovationsnetzwerk 145
Innovationsplattform 160
Innovationsprozess 103, 162f., 220
Innovationsrente 79 f., 82
Innovationsstrategie 89, 103
Inside-Out 148, 218
Inside-out-Prozess 145

Interaktion 191
 Internet 8 f., 11, 32, 53, 78, 143, 169
 Internetökonomie 17, 24, 34, 47 f., 51
 Internetunternehmen 217
 Invention 97
 I/O 164
 Item-to-Item Collaborative Filtering 212
 iTunes 22, 24, 39

J

Jarvis, Jeff 21, 47, 53, 63
 Jobs, Steve 31, 37, 41 f., 65, 97, 141, 151,
 156, 160, 218, 220

K

Kannibalisierungsthese 79
 Kapitalmodell 4
 Keen, Andrew 169
 Keese, Christoph 19
 Kommunikation 13, 102, 200
 Kommunikationsmodell 4, 147, 204
 Kommunikationsnetz 18
 Kommunikationsplattform 163
 Komplementärleistung 51
 Komplementor 135, 158, 211
 Konkurrenz, vollständige 78
 Konsequenz 39
 Konsumentenwissen 8, 182
 Konvergenz 10
 Konvertierung 70
 Konzentration 122
 Kooperationen 153
 Korrelation 53, 63, 83
 Kosten 4, 7, 22, 24, 32, 65, 69, 89, 99,
 128 f., 132, 137, 154, 179, 192, 214
 Kostenloses 69, 94, 128, 132, 136, 153,
 202
 Kreuzpreiselastizität 50, 53
 Kunden 51

Kundenbedürfnis 6, 10
 Kundenbindung 61, 66, 135 f., 159, 214
 Kundenmodell 4, 204, 211
 Kundensegment 3
 Kundenzentriertes Pricing 177
 Künstliche Intelligenz 56, 143, 173, 210

L

Lagerhaltung, chaotische 212
 Late Mover 44
 Leistungserstellungsmodell 4
 Leistungsmodell 4, 12
 Lepper, Mark 183
 Lernfähigkeit 39
 Leser-Reporter 158
 Lieferant 158
 Like-Button 57
 Load Control Computer 192
 Lock-in-Effekt 61
 Logik, dominante 181
 Long Tail 113, 217
 Lord, Charles 183
 Lowcost-Carrier 213

M

Macy's 176
 Mainframe-Computer 90
 Managementkompetenz 217
 Marketingkommunikation 146
 Marketingstrategie 47
 Marktbearbeitungsstrategie 67, 94
 Marktfähigkeit 93
 Marktgesetz 47, 81
 Markt, sich verändernder 6
 Masscollaboration 145, 164
 Masscustomization 118 ff.
 Masse, kritische 20, 31
 Massenmodell 214
 Massenphänomen 146

McPhee, William 125
 MeToo-Anbieter 155
 MeToo-Produkt 35, 86
 Middelhoff, Thomas 18
 Migration 89
 Mikro-Disruptionen 95
 Mimikry 54 f., 71
 Mitarbeiter 5, 32, 38, 104 f., 147, 152, 155, 156, 160, 181 f., 193, 200 f., 210, 213, 220
 Mitglieder 19, 59, 60, 147
 Modellblaupause 15
 Modelldesign 6
 Modelldisruption 8
 Monopol 23
 Monopolbildungen 29
 Monty-Hall-Dilemma 185
 Moore, Gordon 18
 Multitouch Screen 88
 Musik-Flatrate 107

N

Nachahmung 6
 Nash-Gleichgewicht 187
 Netz, soziales 173
 Netzwerk 35, 59 f., 68, 106, 132, 141, 145, 158, 164, 179
 Netzwerkbetreiber 41, 87, 89
 Netzwerk, dynamisches 163
 Netzwerkeffekt 21, 29, 69, 136, 184
 Netzwerkökonomie 29, 59, 69, 186
 Netzwerk, soziales 19, 26, 41, 69, 94, 96, 183
 Netzwerktechnik 87
 New Economy 2 f., 19
 Nietzsche, Friedrich 77
 NikeID 119
 Nischenprodukt 113, 116 f.
 Nischenstrategie 41
 Not-invented-here-Syndrom 99, 132

Nutzer 21, 24, 31, 33, 61, 65, 67, 69 f., 92, 100, 122, 126, 130, 154, 158 f., 162, 175, 182, 191, 202
 Nutzerakzeptanz 30
 Nutzeranzahl 20, 27, 35
 Nutzerdaten 183
 Nutzergewohnheit 38
 Nutzerprofil 69, 123
 Nutzerverhalten 30, 124
 Nutzerzahl 59, 60

O

Obermann, Rene 220
 Obsoleszens 133
 Ökonomie 53
 Ökosystem 159
 Old Economy 23
 One-Click-Algorithmus 212
 Open Business Model 141, 149, 164 f., 217
 Open Data 102, 143, 145, 148 f., 217
 Open Innovation 143, 144, 147, 156 f., 161, 164, 217
 Open Source 143, 145, 148, 154
 Outpacing 131
 Outpacing-Strategie 132
 Outside-In 146, 153
 Outside-in-Prozess 144

P

Page, Larry 29, 57, 205, 219 f.
 Palm 86
 Pareto 1
 Pareto-Prinzip 114
 Pareto, Vilfredo 114
 Parship 170
 Partialmodell 3, 8
 Pasteur, Louis 102
 Patentstrategie 40
 Pirates of the Caribbean 134

Plattform 20, 36, 54, 65, 67, 92, 118, 120,
 132, 143, 170, 179, 187, 199, 211, 213
 Post-PC-Era 88
 Prada Handy 88
 Predictive Behavioral Targeting 123, 175
 Predictive Business Model 217
 Predictive Business Models 170
 Predictive Policing 174
 Preis 1, 33, 48 f., 65, 78, 84, 127 f., 155,
 171, 176 f., 212
 Preisentwicklung 129
 Preisgestaltung 176, 212 f.
 Preis-Leistungskondition 102
 Preis-Leistungsverhältnis 178
 Preis-Qualitäts-Spirale 126
 Preisstrategie 7, 47, 51, 68, 94
 Preissystem 213
 Produkt 173
 Produktdifferenzierung 7
 Produktentwicklung 28, 146 f., 155
 Produktideen 147
 Produktinnovation 157
 Produktion 6, 24, 31, 48, 91, 115, 119, 125,
 134, 144, 172
 Produktionsfaktor 78
 Produktionskosten 127
 Produktionslehre, neoklassische 24
 Produktionsmittel 31, 53, 115, 117
 Produktportfolio 89, 91, 118 f., 127, 133
 Produkt-Preis-Differenzierung 88
 Produktqualität 127
 Produktstrategie 68
 Produktvielfalt 119
 Produzent 121
 Prosumer 125, 132, 158
 Psychologische Distanz 129
 Purple 155

R

Rahmenbedingung 72, 79
 Reale Event 163
 Real-time-Bidding 178
 Regelwerk 71, 100, 180, 187, 199 f., 207
 Reichweite 55
 Reproduktion 48
 Retargeting 123
 Risiko 93
 Ross, Lee 183

S

Sackgasse 95
 Schaeffer, Jonathan 188
 Scheinmarkt 94
 Schikane 70
 Schmidt, Eric 113, 187
 Schneeballeffekt 21
 Schnelle fressen Langsame 19, 26
 Schumpeter, Joseph 78, 141
 Schwarmintelligenz 142, 163
 Selbstüberschätzungseffekt 127
 Serendipity-Prinzip 103
 Service 50 ff., 68 f., 90, 94, 128, 132, 182,
 212 f.
 Serviceplattform 147
 Service Provider 160
 Shapiro, Carl 47
 Silicon Valley 54, 61, 98, 102, 150, 163,
 180, 205 f., 220
 Skalenertrag 25
 Social Games 52
 Social Media 120
 Social Networks 120, 132
 Social Plug 57
 Social Sharing 13
 Social Web 183
 Software-Agent 201, 205, 208 ff., 213
 Software-Algorithmen 199
 Software-Code 170, 202, 206

Sozialer Graph 206
Spieltheorie 20, 174, 187
Start-up 13, 28, 89, 119, 151, 173, 205
Strategie 7, 13, 21, 41, 49, 70, 91, 131, 134, 143, 152, 183, 188, 217
Suchmaschine 13, 23, 50, 57, 71, 118, 120, 152, 157, 173
Suchmaschinenanbieter 23, 50, 92, 153
Suchmaschinenmarketing 120
Suchmaschinenmarkt 28, 32, 37
Suchmaschinenoptimierung 64, 120
Suchmaschinentechnologie 96
Suchmaschinenvermarktung 120
Sunk Cost Fallacy 41
Sunkcosts 68
Supportplattform 154

T

Take-the-best-Verfahren 181
Target 174
Technologie 10
Technologieanbieter 106
Technologie, disruptive 81, 95, 151
Technologie, vernetzte 210
The winner takes it all 20, 35, 38
Timing 38, 92
Timpsons, John 193
Tool 13, 52, 62, 68, 84, 132, 145, 175, 189
Transaktionskosten 65 ff., 130, 136
Travelling-Salesman-Problem 162
Trial and Error 38, 105
Trial-and-Error-Modell 6
TrueView 190

U

Umbruch, technologischer 221
Unternehmensarchitektur 3
Upgrade-Strategie 133
Ursache-Wirkungs-Zusammenhang 63

V

Varian, Hal 47, 84, 187
Verbesserung 99
Verfügbarkeitsheuristik 124
Verhalten 171, 174
Verlaufskurve, Long-Tail-Modell 116
Vernetztes digitales Agenten-Modell 208
Vernetzungsstrategie 39
Verstehen 191
Verzicht 192
Visionär 218
Vorhersagen 177
vos Savant, Merilyn 185

W

Wahrscheinlichkeit 184
Wahrscheinlichkeitsrechnung 58
Wandel, radikaler 20
Wason, Peter 183
Wechselbereitschaft 21
Wechselkosten 21, 62, 66 ff.
Wechselkosten, kognitive 22
Weisheit der Vielen 143
Werberaum 50
Werte 3, 100, 160
Wertschöpfung 42, 82, 160, 165
Wertschöpfung, friktionslose 141
Wettbewerb 17, 22, 48, 79, 86, 151, 154, 172, 212
Wettbewerbsbarriere 21
Wettbewerbsplattform 107
Wettbewerbssituation 12
Wettbewerbsumfeld 71, 131
Wettbewerbsvorteil 40, 77, 137
Windows of opportunity 18
Wissen 51, 53, 56, 63, 103, 147 ff., 153, 182, 199
WWDC 135, 163

Y

Yield-Management 176

Z

Zerstörer, kreativer 77

Zielgruppe 100, 160

Zuckerberg, Mark 219 f.

Zufall 171