



Vorwort

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.

# Vorwort

Die Auseinandersetzung mit Geschäftsmodellen ist für Unternehmen essenziell, beschreiben sie doch die Logik, mit der ein Unternehmen sich selbst finanziell aufrechterhält. Lebens- und wachstumsfähige Geschäftsmodelle sind damit die Basis einer jeden Unternehmung. Der Nutzen von Geschäftsmodellen liegt insbesondere in der Übersichtsdarstellung, die aufzeigt, wie Wertschöpfung für Kunden und Unternehmen gelingen kann. Dabei lassen sich Aussagen über Prozesse, Finanzströme und kritische Erfolgsfaktoren generieren und so unternehmerische Tätigkeit modellieren. Die Analyse von Geschäftsmodellen erlaubt es somit, bestehende Gefahren für das eigene Geschäft aufzudecken und neue Chancen zu erkennen.

Große Hoffnungen werden dabei zunehmend in digitale Geschäftsmodelle gesetzt, die auf Basis software-basierter Technologie tradierte Geschäftsmodelle verändern und Wertschöpfungsmechaniken auf den Kopf stellen. Diese Veränderung erfasst immer mehr Branchen und transformiert bislang sicher geglaubte Geschäftsfelder. An ihre Stelle treten digitale Geschäftsmodelle mit teilweise völlig neuen Spielregeln. Dennoch bleibt bei aller digitalen Dynamik oftmals unklar, wie sich diese Geschäftsmodelle entwerfen und nachhaltig aufbauen lassen.

Hier setzt das vorliegende Buch an und bietet einen tiefen Einblick in die Geschäftsmodelle marktführender digitaler Unternehmen und schafft gleichzeitig Transparenz über die zugrunde liegenden ökonomischen Modelle. Mit einem kritischen Blick auf scheinbar logische Thesen und Mythen deckt Christian Hoffmeister Denkfehler auf und liefert realistische Zielsetzungen und Anwendungsmöglichkeiten digitaler Plattformen.

Die Fähigkeit, digitale Geschäftsmodelle analysieren, einschätzen und insbesondere anwenden zu können, wird mit fortschreitender Digitalisierung weiter an Bedeutung gewinnen. Vor diesem Hintergrund bietet das Buch wertvolle Impulse für die Analyse und kreativen Input für das Entwerfen einer eigenen Digital-Strategie.

Hamburg, Sommer 2013

*Prof. Dr. Yorck von Borcke*  
Studiendekan Media und Communication Management,  
Hochschule Fresenius