
Inhaltsverzeichnis

1	Leitfaden zur Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle	1
1.1	Einleitung: Digitale Transformation	1
1.1.1	Geschäftsmodell-Innovationen und innovative Geschäftsmodelle	3
1.1.2	Künstliche Intelligenz (KI) als wesentlicher Treiber digitaler Geschäftsmodelle	10
1.1.3	Anwendungsbeispiel: Connected Services Over-the-Air	12
1.1.4	Digitale Geschäftsmodelle in der nachhaltigen Kreislaufwirtschaft	13
1.2	Begriffsklärung Geschäftsmodelle	18
1.2.1	Allgemeine Geschäftsmodell-Definitionen	18
1.2.2	Beschreibung ausgewählter Konzepte von Geschäftsmodell-Innovationen	31
1.2.3	Definition: Digitale Geschäftsmodelle	36
1.3	Der Business Model Builder	38
1.3.1	Überblick	38
1.3.2	Der Business Model Builder in feiner Granularität	41
1.3.3	Modul I „Beschreibung der Geschäftsidee“	44
1.3.4	Modul II „Beschreibung des Geschäftsmodells“	50
1.3.5	Modul III „Business Case“	67
1.4	Prozess der Geschäftsmodell-Entwicklung und -Realisierung	77
1.4.1	Trendanalyse	78
1.4.2	Design Thinking	83
1.4.3	Open Innovation	90
1.4.4	Customer Journey/Customer Experience	90
1.4.5	Empirische Forschung	92
1.4.6	Prototyping	94
1.4.7	Agiles Projektmanagement	95
1.5	Ausblick	98
1.6	Die Autoren	98
	Literatur	99

2	Geschäftsmodell: Smarter Ökostromlieferant und Dienstleister	105
2.1	Einleitung	105
2.2	Geschäftsmodell	107
2.2.1	Geschäftsidee	107
2.2.2	Geschäftsmodell-Beschreibung	136
2.2.3	Business Case	174
2.3	Die Autoren	179
	Literatur	179
3	Praxisbeispiel: Geschäftsmodell für digitale Augenoptik	181
3.1	Ausführliche Herleitung der Geschäftsidee	181
3.1.1	Relevante Megatrends für die Augenoptikbranche	182
3.1.2	Entwicklungen in der Augenoptikbranche	186
3.1.3	Technische Innovationen in der Augenoptikbranche	188
3.2	Geschäftsmodell	192
3.2.1	Geschäftsidee	192
3.2.2	Geschäftsmodell-Beschreibung	194
3.2.3	Business Case	199
3.3	Ausblick	207
3.4	Die Autoren	209
	Literatur	210
4	Digitalization @speed @scale – ZEISS auf dem Weg in die digitale Zukunft	211
4.1	Aufstellung und Ausrichtung von ZEISS	212
4.2	Zielsetzung der Digital Partners von ZEISS	213
4.3	Erforderliche Kompetenzen zur erfolgreichen Gestaltung der Digitalisierung	216
4.4	Vorgehensweise – von der Idee zum Minimum Viable Product (MVP)	219
4.5	Aufstellung der Digital Partners	225
4.6	Unterstützende Erfolgsfaktoren für das Gestalten der digitalen Transformation	226
4.7	Ausblick	228
4.8	Der Autor	229
	Literatur	229