

Richard L. Brandt

# Googles

**Die Management-  
strategien der  
wertvollsten Marke  
der Welt**

# **kleines Weißbuch**

FinanzBuch Verlag

© des Titels »Googles kleines Weißbuch« (ISBN 978-3-89879-580-7)  
2010 by FinanzBuch Verlag GmbH, München  
Nähere Informationen unter: <http://www.finanzbuchverlag.de>

# Inhalt

<b>Danksagungen .....</b>	<b>7</b>
<b>Einleitung .....</b>	<b>9</b>
<b>Kapitel 1 Die Lenker des Cyberspace.....</b>	<b>23</b>
<b>Kapitel 2 Unternehmer aus Zufall.....</b>	<b>37</b>
<b>Kapitel 3 Kontrolliertes Chaos.....</b>	<b>49</b>
<b>Kapitel 4 Larrys und Sergeys unternehmerische Vision.....</b>	<b>63</b>
<b>Kapitel 5 Werbung für die Massen .....</b>	<b>79</b>
<b>Kapitel 6 Ein herzerreißender Börsengang von atemberaubender Genialität .....</b>	<b>97</b>
<b>Kapitel 7 Das China-Syndrom.....</b>	<b>109</b>
<b>Kapitel 8 Wie sieht's mit dem Datenschutz aus? .....</b>	<b>123</b>
<b>Kapitel 9 Die rücksichtslosen Bibliothekare .....</b>	<b>133</b>
<b>Kapitel 10 Die Google-Wolke .....</b>	<b>145</b>
<b>Kapitel 11 Google, das Telefonunternehmen? .....</b>	<b>165</b>
<b>Kapitel 12 Über die Suche hinausdenken .....</b>	<b>179</b>
<b>Nachwort .....</b>	<b>191</b>
<b>Anmerkungen .....</b>	<b>195</b>
<b>Stichwortregister .....</b>	<b>199</b>