



HOE JE DE KAART MOET LEZEN
 Bovenaan staat een tijdlijn van 1860 tot 2012. Iedere metrolijn staat voor een businessmodel. Bedrijven die het desbetreffende businessmodel toepassen staan als haltes/stations langs de metrolijn. Hun plek op de metrolijn correspondeert met het jaartal op de tijdlijn dat het model voor het eerst door hen werd toegepast. Bedrijven die een combinatie van verschillende businessmodellen hanteren, worden aangegeven met een knooppunt dat twee of meer metrolijnen met elkaar verbindt. Het model Cross Selling werd bijvoorbeeld eind jaren twintig al door Shell toegepast. Spotify combineert sinds 2006 de modellen Subscription, Hidden Revenue en Freemium.