

INHALT

VORWORT	13
DANKSAGUNGEN	21
01 WIRTSCHAFT IM ZEITALTER DER DISRUPTION	23
„Ich würde nicht von hier aus losfahren“	23
Die Welt hat sich verändert	24
Zeit für die schwierigen Fragen	26
Auch beachten, was sich nicht verändert	28
Veränderung ist eine Bedrohung, die an den Kern geht ...	31
Eigen-Disruption	36
Ein Zeitalter von Innovation als Ablenkung	37
Die Tiefe des Wandels wird unterschätzt	38
Das einzig Sichere ist heute die Unsicherheit	41
Es ist Zeit, sich auf Menschen zu konzentrieren	44
Wichtige Themen zur Inspiration	45
Zeit zum Handeln	52
Quellen	53

DIGITALDARWINISMUS

TEIL 1	VERÄNDERUNG IM KONTEXT	55
02	DIE ELEKTRISCHE REVOLUTION, DIE ES NIE GAB	57
	Elektrizität: Schwer verkäuflich	58
	Die Elektrifizierung von Fabriken	61
	Das Antriebswellensystem	61
	Der elektrische Umstieg	63
	Auftritt des Gruppenantriebs	65
	Von Ökonomen getriebenes Denken	66
	Die wahre Veränderung:	
	Fabriken um Strom herum neu erfinden	67
	Was können wir aus all dem lernen?	71
	Quellen	80
03	DIE DREI ZEITALTER DER TECHNOLOGIE	81
	Die drei Phasen	82
	Das vorelektrische Zeitalter	85
	Das mittelelektrische Zeitalter	86
	Das postelektrische Zeitalter	88
	Das Vor-Computer-Zeitalter	91
	Das mittlere Computerzeitalter	92
	Das Post-Computer-Zeitalter	94
	Kürzer werdende Zyklen	95
	Das vordigitale Zeitalter	96
	Das mittlere Digitalzeitalter	99
	Das postdigitale Zeitalter	103
	Wie können Unternehmen die Kraft des postdigitalen Zeitalters nutzen?	106
	Quellen	109
04	WIE SIE PARADIGMENWECHSEL FÜR SICH NUTZEN	111
	Eine neue Theorie der Disruption	112
	Die Kraft des Paradigmenwechsels	115

INHALT

Design als evolutionärer Trichter	118
Das lokale Maximum vermeiden	120
Der Paradigmenprung in der Praxis	122
Sprünge bei Designparadigmen sind überall	129
Die Lehren aus dem Paradigmenwechsel:	
Wir müssen Regeln brechen	133
Alte Kompetenzen oder Erfolge können in den Ruin führen .	134
Anderssein macht Angst	134
Kein altes Denken auf neue Zeitalter anwenden	135
Keine alten Modelle auf neue Zeitalter anwenden	136
Die meisten Zukunftsmodelle ignorieren	137
Quellen	137
TEIL 2 DIE KRAFT DES JETZT ENTFESSELN	139
05 DIGITALE TRANSFORMATION	141
Ein Zeitalter der angeschraubten Veränderung	142
Zwiebeln	144
Ganz außen: Die Kommunikationsschicht	145
Die Marketingschicht: Unterstützung für Kommunikation .	146
Die Produktschicht: Was Sie anbieten	147
Die Prozessschicht: Das Wie	147
Mission	148
Ein Modell für die Priorisierung von Innovationen	149
Innovationen am Rand sind einfach	150
Innovation auf Marketingebene	152
Neues Denken auf der Prozessebene: Das Wie	153
Tiefere Transformation:	
Unternehmen mit neuem Denken im Kern	153
Digitalisierung vs. digitale Transformation	155
Neue Wertversprechen entwickeln	158
Quellen	159

DIGITALDARWINISMUS

06	DIE DISRUPTION BEGINNEN	161
	Was ist Ihr Risikoniveau?	162
	Wie entscheidend ist Veränderung?	163
	Die eigene Rolle definieren	166
	Die richtige Zeit für Veränderungen festlegen	169
	Vier Wege zum Wandel	170
	Quellen	184
07	DIE DYNAMIK IN DER WIRTSCHAFT VON HEUTE	187
	Warum sind große Unternehmen nicht innovativ?	189
	Innovation kaufen ist in Mode	190
	Risiken durch Bilanzierung und Outsourcing	191
	Das Management kann Wandel verhindern	192
	Kurzfristigkeit tötet Ambitionen	193
	Erfolg braucht Zeit	194
	Charismatische Führung	195
	Intoleranz gegenüber Bürokratie	196
	Misserfolge zelebrieren	198
	Ergebnisse maximieren statt Risiken minimieren	199
	Ein vernünftiger Umgang mit Daten	200
	Einen Prozess für Veränderung entwickeln	201
	Quellen	211
TEIL 3	DIE ZUKUNFT VORWEGNEHMEN	213
08	EIN VERÄNDERLICHES UMFELD	215
	Digitale Enttäuschung	216
	Was können Unternehmen gegen digitale Enttäuschung tun?	217
	Zu wenig Zeit und zu viel Zeug	219
	Internet überall	223
	Bildschirme und intime Daten	229
	Direkte Kommunikation mit Instant-Messaging	233

INHALT

Was bedeutet das für Unternehmen?	235
Zweiteilung im Einzelhandel	236
Junge ältere Menschen	238
Quellen	239
09 VORBEREITEN AUF DIE NEUE WELT	241
Weiter nach vorn blicken ist wichtiger als je zuvor	242
Es geht um Empathie, nicht um Technologie	244
Technologien zweiter Ordnung und benachbarte Technologien	246
Antizipatorische Computer und Nahtlosigkeit	248
Prädiktives Web: Das Ding-ternet	251
Handel mit Privatsphäre	252
Intelligenz in der Cloud	256
Demografische Verschiebungen	258
Quellen	264
10 GUT GERÜSTET IN DIE ZUKUNFT	267
Ein beispiellos hoher Grad an Unvorhersagbarkeit	268
Bildung neu denken	271
Trost finden in Korrektheit und Kosten	283
Wagemut	285
Quellen	286
UND ZUM ABSCHLUSS	289
11 EIN LETZTER BLICK AUF MENSCHEN	291
Erstklassige Lösungen brauchen Empathie	293
Design ist nicht nur für Designer	298
Letzte Schritte für den Erfolg	301
Quellen	303