
Inhaltsverzeichnis

Warum Sie dieses Buch lesen sollten	11
Die Autoren	13
Dr. Christof Horn	13
Prof. Dr. Frauke Kreuter	13
Digdeep.de – der Podcast	14
Die deutsche Erfolgsfalle	15
Erfolg macht blind und träge	16
Auslaufmodell Deutschland-AG?	17
What happens in Vegas	18
Erst wollten wir nicht, jetzt müssten wir können	19
Wir werden in die Zange genommen	20
Deutschland fällt weiter zurück	21
Wo sind die deutschen Einhörner?	21
Alles hat ein Ende	23
Ein Rucksack voller Glaubenssätze	26
»Never touch a running system!«	26
»Das Beste oder nichts!«	27
»Qualität made in Germany!«	28
»Wir starten richtig groß!«	29
»Das passt nicht zu uns!«	31
»Darum kümmern wir uns jetzt!«	32
Aber!	33
Wie viel Skepsis können wir uns leisten?	34
Ein Bild der Zukunft	35
Digitales Estland	36
Niedergang oder Erneuerung?	38
Checkbox: Darum sollten wir uns nicht auf die Vergangenheit verlassen	40
Wenn Systeme kippen	43
Von der Innovation zur Disruption	43

Selbstverstärkung	43
Mehr als Innovation	49
Digitale Transformation	55
Wir können nur linear	57
Wie wir Veränderungen wahrnehmen	57
Der Hype um den Hype	63
Wenn es kippt: Tipping Points	66
Die fünf apokalyptischen Reiter der Digitalisierung	69
1 Technologien treiben Tipping Points	69
2 Disruptionen drehen Kundenbedürfnisse	80
3 Disruptionen lenken Wertschöpfung um	84
4 Disruptionen halten sich nicht an die Spielregeln	87
5 Disruptionen sind organisationale Abrissbirnen	92
Disruptionen werden Mainstream	93
Checkbox: Darauf sollten Sie achten	95
Tipping Points 1 – Technologie	97
Künstliche Intelligenz	98
KI ist der Schlüssel	98
KI trifft uns mitten ins Mark	101
Erklär mir die KI	103
KI ist das neue PowerPoint	105
Besser als der Mensch	108
Autonome Systeme	112
Autonom fahren	113
Autonom fliegen	116
Softwareagenten	117
»Kein Mensch unter dieser Nummer«	119
Mobilfunk der Zukunft: 5G	121
Warum 5G anders als 4G ist	121
Meshup-Netzwerke kombinieren die Vorteile	123
Additive Fertigung	124
3D-Druck ist in der Industrie angekommen	125
Werkzeuge der Zukunft	127
Checkbox: Das können Sie tun	132

Tipping Points 2 – Kundenbedürfnisse	135
Kunden wollen nicht mehr vom Gleichen	135
Hochmut kommt vor dem Fall	135
Gewohnheitstier Kunde	139
Stilblüten	140
Unterschätze nie den Kunden	141
Produkte werden virtuell	142
Streaming statt Schallplatte	143
Mobil statt Automobil	145
Broker statt Bahnhof	147
Browser statt Telefonbuch	148
Service statt Maschine	149
Geld verdienen in der virtuellen Welt	150
Der Kunde ist endlich König	154
Regel Nummer eins: Mache deinen Kunden glücklich	154
Fans statt Kunden	161
Der Kunde als Produkt	164
Checkbox: Darauf sollten Sie achten	167
Tipping Points 3 – Wertschöpfung	169
Der virtuelle Zwilling wird real	169
Digitale Klone	169
Transformation am Beispiel Luftfahrt	173
Innovation wird zur 24/7-Aufgabe	177
Innovative Arbeitsteilung	177
Produkte ähneln der Organisation, die sie entwickelt	179
Es wird kein Windows 11 mehr geben	179
Vertraue nicht den Innovatoren von heute	181
Vom Data Lake zur Data Driven Company	183
Data Driven Development	183
Daten-Pfützen und Daten-Tsunamis	185
Gute Fragen stellen	187
Produktentstehung wird agil	194
Im Rückenmark stecken alte Ideen	195
Agilität als Antwort auf Disruption	197
Agil ist nicht nett	201

Nutzen Sie Plattformen	204
Vom Handwerker zur Plattform	204
Plattformen sind extrem erfolgreich	207
Plattformen haben einen klar definierten Kern	209
Plattformen generieren Werte – aber anders	213
Markt-Netzwerke sind die neuen Plattformen	215
The winner takes it all?	217
Checkbox: Was wäre wenn	221
Tipping Points 4 – Spielregeln	223
Dabei sein ist nicht mehr alles	223
Schluss mit den Kaffeefahrten ins Silicon Valley	223
Wenn FOMO den Verstand frisst	225
Springen Sie!	226
Der Fast Follower kommt manchmal zu spät	226
Fliegende Säрге	226
Wer haftet für Nicht-Entscheidungen?	228
Was am Ende zählt	229
Kümmern Sie sich um relevante Themen	230
Hilfe, wir haben die »PoCken«!	230
Opfern Sie Ihr Kerngeschäft	232
Hammer sucht Nagel	234
Und wenn die Blockchain keiner braucht?	236
Echte Probleme lösen	238
Achten Sie auf Ihre Wertschöpfungskette	239
Was ist der zukünftige Kern Ihres Unternehmens?	239
Jeder wird zum Wettbewerber	243
Beispiel 3D-Druck	245
Akzeptieren Sie die Spielregeln	247
Was Start-ups erfolgreich macht	247
Was wir von den VCs lernen können	250
Ich mag es lieber analog	251
Checkbox: Was Sie sich fragen könnten	253
Tipping Points 5 – Organisation	255
Sie können nicht beides haben	255

Sicherheit ist tödlich	255
Wem gehört die E-Mobilität?	258
Organisatorische Schulden	259
Problemzone Lähmschicht	260
Eisbrecher für die analoge Transformation	262
Kann der Mittelstand den Digitalisierungscode?	264
Netzwerk statt Pyramide	267
Der organisatorische DNA-Test	271
Bringen Sie neue Gene in die Firma!	272
Was alle wissen, aber keiner offen sagt	274
Neue Vokabeln	275
Gelebtes Beispiel <i>umlaut AG</i>	279
Organisationen sind Werkzeuge	285
Kulturkampf	286
Start-up-Folklore	287
Purpose Driven Organisations	288
Unternehmen im Würgegriff?	292
Das richtige Betriebssystem wählen	298
Ambivalenz statt Ambidextrie	298
Vielfalt organisieren	299
Von der Mausefalle zur Elektromobilität	303
Checkbox: Das wird sich in Ihrer Organisation verändern	307
Bereiten Sie sich auf Ihre Tipping Points vor	309
Die drei Herausforderungen	309
Was ist <i>Ihr</i> Tipping Point?	310
Scannen Sie die Zukunft	310
Ein Brief an Ihr zukünftiges Ich	312
Ein Zwischenfazit	315
Material	317
Übersicht über die Tipping Points	317
Abbildungen	319
Bleiben wir in Kontakt!	323
Literaturverzeichnis	324