

Inhaltsübersicht

Vorwort	5
Vorwort zur ersten deutschen Ausgabe	9
Inhaltsverzeichnis	13
Einführung	17
 Teil 1 Zum Scheitern führender Unternehmen – ein Erklärungsansatz	35
Kapitel 1 Wie es zum Scheitern kommt – ein Blick in die Computerbranche und die Kameraindustrie	37
Kapitel 2 Wertesysteme und der Antrieb zur Innovation	67
Kapitel 3 Ein disruptiver technologischer Wandel bei Baggergeräten	99
Kapitel 4 Das „Einrastprinzip“	117
 Teil 2 Disruptive Herausforderungen meistern	139
Kapitel 5 Die richtige Organisationseinheit beauftragen	145
Kapitel 6 Die Größe der Organisation auf die Größe des Marktes abstimmen	165
Kapitel 7 Neue Märkte entdecken	183
Kapitel 8 Wie Sie die Fähigkeiten und „Un“-Fähigkeiten Ihres Unternehmens erkennen	199
Kapitel 9 Leistungsangebot, Marktnachfrage und der Produktlebenszyklus	229
Kapitel 10 The Innovator's Dilemma: eine Zusammenfassung	249
Das Dilemma des Innovators – Reflexionen	253
Der (eigene) Weg von „understanding disruptions“ zu „managing disruptions“ – oder: Was „Clay“ Christensen mit Open Strategy zu tun hat	259
 Literaturverzeichnis	261
Endnoten	269

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Vorwort zur ersten deutschen Ausgabe	9
Inhaltsübersicht	11
Einführung	17
Das Dilemma	21
Warum richtiges und gutes Management zum Scheitern führen kann	22
Die „Logik des Scheiterns“ auf dem Prüfstand	27
Wie die Prinzipien disruptiver Innovation genutzt werden können	28
Disruptive Chancen und Risiken erkennen	33
Wo disruptive Innovationen stattfinden	33
Teil 1 Zum Scheitern führender Unternehmen – ein Erklärungsansatz	35
Kapitel 1 Wie es zum Scheitern kommt – ein Blick in die Computerbranche und die Kameraindustrie	37
Wie Computerlaufwerke funktionieren	38
Die ersten Laufwerke	39
Der Einfluss des technologischen Wandels	41
Evolutionärer technologischer Wandel	43
Wenn Unternehmen an disruptiven Technologien scheitern	47
Zusammenfassung	54
Disruption in der Fotografie – oder: Wie die Digitalkamera die Branche revolutionierte	55
Kapitel 2 Wertesysteme und der Antrieb zur Innovation	67
Organisation und Management als Ursachen für Misserfolg	67
Fähigkeiten und radikale Technologien als Erklärung	68
Wertesysteme und eine neue Perspektive auf die Ursachen des Misserfolgs	69
Technologische S-Kurven und Wertesysteme	76
Managemententscheidungen und disruptiver Technologiewandel	78

Flash Memory und das Wertesystem	85
Implikationen des Konzeptes des Wertesystems für Innovationen	90
Die Schweizer Uhrenindustrie in den 1970er- und 1980er-Jahren . .	92
Die Low-Cost-Airlines	95
Kapitel 3 Ein disruptiver technologischer Wandel bei Baggergeräten	99
Führerschaft bei evolutionären technologischen Veränderungen . .	99
Die Auswirkungen der disruptiven Hydraulik-Technologie	101
Wie etablierte Hersteller auf die Hydrauliktechnologie reagierten	105
Die Entscheidung zwischen Seil- und Hydrauliktechnologie	109
Können wir ein ähnliches Muster auch in Deutschland erkennen?	109
Folgen und Implikationen des Einbruchs der Hydrauliktechnologie	115
Kapitel 4 Das „Einrastprinzip“	117
Die Migration der Computerlaufwerke in High-End-Segmente . . .	118
Wertesysteme und ihre typischen Kostenstrukturen	119
Ressourcenallokation und Aufwärtsmigration	121
Das 1,8-Zoll-Laufwerk	124
Aufwärtsmigration von ganzen Wertesystemen	126
Die Aufwärtsmigration der integrierten Stahlhersteller	128
Das Stranggussverfahren der Minimills zur Produktion von Stahlblech	132
Die Stahlindustrie in Deutschland	133
Teil 2 Disruptive Herausforderungen meistern	139
Kapitel 5 Die richtige Organisationseinheit beauftragen	145
Innovation und Ressourcenallokation	147
Erfolg in der disruptiven Computerlaufwerkstechnologie	148
Disruptive Technologien und die Theorie der Ressourcenabhängigkeit	151
DEC, IBM und der Personal Computer	152
Kresge, Woolworth und die Diskonter im Einzelhandel	154
Überleben durch Selbstmord: die Laser- und Tintenstrahldrucker von Hewlett-Packard	159

Das bestehende System als Barriere für disruptive Innovationen – der Fall Siemens	161
Kapitel 6 Die Größe der Organisation auf die Größe des Marktes abstimmen	165
Sind Pioniere <i>immer</i> die Leute mit den Pfeilen im Rücken?	165
Unternehmensgröße und Innovationsführerschaft bei disruptiven Technologien	171
Fallstudie: Die Wachstumsrate eines neu entstehenden Marktes beschleunigen	172
Fallstudie: Warten, bis der Markt groß genug ist, um interessant zu sein	175
Fallstudie: Kleine Märkte kleinen Organisationen zuordnen	177
Zusammenfassung	181
Kapitel 7 Neue Märkte entdecken	183
Marktprognosen für evolutionäre und disruptive Technologien	184
Marktidentifikation für das HP 1,3-Zoll-Kittyhawk-Laufwerk	186
Hondas Invasion des nordamerikanischen Marktes für Motorräder	189
Wie Intel den Markt für Mikroprozessoren entdeckte	192
Unplanbarkeit und Abwärtsimmobilität in etablierten Unternehmen	193
Kapitel 8 Wie Sie die Fähigkeiten und „Un“-Fähigkeiten Ihres Unternehmens erkennen	199
Ein Modell organisationaler Kompetenzen	200
Prozesse, Werte und Erfolg bei evolutionären und disruptiven Innovationen	204
Die Migration der Fähigkeiten	206
Die Fähigkeit zum Wandel entwickeln	209
MP3 – eine digitale Disruption aus Deutschland	218
Zusammenfassung	227
Kapitel 9 Leistungsangebot, Marktnachfrage und der Produktlebenszyklus	229
Leistungsüberangebot und sich verändernde Grundlagen des Wettbewerbs	229
Wann wird ein Produkt ein Massenprodukt?	234
Leistungsüberangebot und Entwicklung des Produktwettbewerbs	234
Weitere Merkmale disruptiver Technologien	236

16 Inhaltsverzeichnis

Leistungsüberangebot im Produktlebenszyklus von Insulin	238
Google versus Microsoft – David gegen Goliath?	241
Die Entwicklung des Produktwettbewerbs im Auge behalten	244
Richtige und falsche Strategien	247
Kapitel 10 The Innovator’s Dilemma: eine Zusammenfassung . . .	249
Das Dilemma des Innovators – Reflexionen	253
Die These dieses Buches	253
Grundsätze disruptiver Technologie	254
Fragen zur Diskussion	256
Der (eigene) Weg von „understanding disruptions“ zu „managing disruptions“ – oder: Was „Clay“ Christensen mit Open Strategy zu tun hat	259
Literaturverzeichnis	261
Endnoten	269