

Inhaltsverzeichnis

1	Die Macht der Disruption	1
1.1	Die Disruption der Musikindustrie	2
1.2	Nicht alles ist Disruption!	5
	Literatur	6
2	Invention, Innovation und Disruption	9
2.1	Schumpeter und die schöpferische Zerstörung	10
2.2	Invention als Ursprung von Innovation	12
2.3	Innovation als Wettbewerbstreiber	13
2.4	Marktveränderungen durch Disruption	15
	Literatur	17
3	Phasen der Disruption	19
3.1	Das S-Kurven-Modell	20
3.2	Ein Phasenmodell der Disruption	22
3.2.1	Vorbedingungen und Vorläufer – Änderungen im Umfeld	23
3.2.2	Eintrittsphase – Inventionen als Basis	24
3.2.3	Wachsende Marktanteile in der Reipphase	26
3.2.4	Beschleunigungsphase und der neue Mainstream	27

VII

VIII Inhaltsverzeichnis

3.2.5	Die Transition als Wendepunkt	27
3.2.6	Der Disruptor wird zum Marktführer	28
3.3	Disruption und S-Kurven	29
	Literatur	29
4	Disruptive Treiber	31
4.1	Neue Technologien als disruptive Basis	32
4.1.1	Big Data	32
4.1.2	IoT	36
4.1.3	Künstliche Intelligenz	38
4.1.4	Weitere Technologien	41
4.1.5	Fazit	41
4.2	Wertschöpfung durch neue Geschäftsmodelle	42
4.2.1	Plattformbusiness	45
4.2.2	Intermediation und Disintermediation	46
4.2.3	Neue Erlösmodelle	48
	Literatur	52
5	Pfadabhängigkeit beseitigen	55
5.1	Der Einfluss von früheren Entscheidungen	56
5.2	Die Entstehung von Pfaden	57
5.3	Technologische, institutionelle, ökonomische und soziale Pfadabhängigkeit	60
5.4	Pfadbaufbrechung (De-Locking)	62
5.5	Prozess zur Reduktion der Pfadabhängigkeit	65
5.6	Checkliste Pfadbaufbrechung	66
	Literatur	68
6	Ambidextrie	71
6.1	Exploitation und Exploration als Grundlage der Ambidextrie	72
6.2	Formen der Ambidextrie	74
6.2.1	Sequenzielle Ambidextrie	74
6.2.2	Kontextuelle Ambidextrie	75

	Inhaltsverzeichnis	IX
6.2.3 Strukturelle Ambidextrie	76	
6.2.4 Gemeinsamkeiten und Unterschiede	77	
6.3 Ambidextrie als Modell der Organisationsentwicklung	79	
6.4 Prozess zur Implementierung von Ambidextrie	81	
6.5 Checkliste Ambidextrie	83	
Literatur	84	
7 Information Scouting	87	
7.1 Schwache Signale und Informationsmanagement	88	
7.2 Identifikation von Handlungsfeldern	90	
7.3 Quellen für das Scouting	93	
7.4 Informationen aufbereiten	94	
7.5 Informationen bereitstellen	96	
7.6 Organisatorische Integration im Unternehmen	98	
7.7 Checklisten	101	
7.7.1 Checkliste Scouting	101	
7.7.2 Checkliste Informationsquellen	102	
7.7.3 Checkliste Informationsbereitstellung	103	
Literatur	104	
8 Fazit	107	