

Inhaltsverzeichnis

1	Hyperwettbewerb und Digitalisierung	1
1.1	Kennzeichen des Hyperwettbewerbs	2
1.2	Digitalisierung im Hyperwettbewerb	7
	Literatur	13
2	Herausforderungen im digitalen Hyperwettbewerb	15
2.1	Wettbewerb in Branchen und in Wettbewerbsarenen	16
2.1.1	Wettbewerb in der Branche	16
2.1.2	Wettbewerb in der Wettbewerbsarena	22
2.1.3	Klassischer Branchenwettbewerb vs. Wettbewerb in der Wettbewerbsarena	25
2.2	Wettbewerb um Markt- und Chancenanteile	28
2.2.1	Wettbewerb um Marktanteile	28
2.2.2	Wettbewerb um Chancenanteile	31
2.2.3	Integrierter Wettbewerb um Markt- und Chancenanteile	34
2.3	„Crossroads“ im (digitalen) Hyperwettbewerb	35
	Literatur	38
3	Bisheriger Managementfokus im klassischen Branchenwettbewerb	41
3.1	Strategie und strategische Positionierung	42
3.2	Operatives Geschäftsmodell	48
3.3	Finanzielle und strategische Gesundheit	52
3.4	Eindimensionale Innovationen	55
	Literatur	57
4	Erweiterter Managementfokus im Hyperwettbewerb	59
4.1	Vom klassischen Branchenwettbewerb zum Hyperwettbewerb	60
4.2	Strategische Positionierung und strategische Überlegenheit im Hyperwettbewerb	61
4.3	Business Model Prototype	66
4.4	Wettbewerb um Chancenanteile	75

4.5	Multidimensionale Innovationen	79
	Literatur	82
5	Managementherausforderungen im Hyperwettbewerb	85
5.1	Managementherausforderung: Strategisches Management	86
5.2	Managementherausforderung: Strategisches Business Innovation Management	88
5.3	Managementherausforderung: Neues integriertes Management	89
5.3.1	Integration von Wettbewerbsstrategie und Business Model Prototype	90
5.3.2	Integriertes Innovationsmanagement zwischen ein- und multidimensionalen Innovationen	93
5.3.3	Integration von strategischen Managementprozess und strategischen Business Innovation Prozess	96
5.3.4	Integration von Marktanteils- und Chancenanteils Wettbewerb	99
5.3.5	Crossroads im hyperdynamischen Marktanteils- und Chancenanteils Wettbewerb	105
	Literatur	114
6	Strategisches Management im Hyperwettbewerb	117
6.1	Klassischer strategischer Managementprozess	118
6.2	Neuer strategischer Managementprozess im Hyperwettbewerb	122
	Literatur	127
7	Business Innovation Management im Hyperwettbewerb	129
7.1	Business Innovation Management im klassischen Wettbewerb	130
7.2	Strategisches Business Innovation Management im Hyperwettbewerb	131
7.3	Business Innovation Framework – verschiedene Innovationstypen im Wechselspiel	136
7.3.1	Business Model Prototyping	137
7.3.2	Managementinnovation: Strategische Prozessinnovation	141
7.3.3	Business Model Innovation (Operative Geschäftsmodellinnovation)	147
7.3.4	Operative Prozessinnovation	148
7.3.5	Produkt-/Dienstleistungsinnovation	149
7.3.6	Infrastrukturinnovation	154
7.4	Strategisches Business Innovation Management als Management multidimensionaler Innovationen	157
7.4.1	Lean Start-up: Produktinnovation und Business Model Innovation (in jungen Wachstumsunternehmen)	159
7.4.2	Lean Start-up: Produktinnovation und Business Model Innovation (in etablierten Unternehmen)	163

7.4.3	Strategische Geschäftsmodellinnovation: Business Model Prototyping, Produktinnovation und Business Model Innovation	166
7.4.4	Integrierte Geschäftsmodellinnovation: Business Model Prototyping und Managementinnovation (Crossroads-Innovation)	168
	Literatur	170
8	Business Model Management und Business Model Innovation im Hyperwettbewerb	173
8.1	Business Innovation und Business Model Management im klassischen Wettbewerb	174
8.2	Neuer integrierter Geschäftsmodellansatz – vom Business Model Prototype zum erweiterten Business Model Prototype	179
8.3	Business Model Prototype und erweiterter Business Model Prototype	180
8.3.1	Strategische Kompetenz	181
8.3.2	Strategische Prozesse	184
8.3.3	Strategische Ressourcen	188
8.3.4	Markenimage (auf Unternehmensebene)	192
8.3.5	Geschäftslogik	197
8.3.6	Wertschöpfungsarchitektur	198
8.3.7	Kunden: Kundensegmente, Kundenkanäle, Kundenbeziehungen und Kundennutzen.	199
8.3.8	Partner	203
8.3.9	Kosten- und Erlösmodell	204
8.4	Integriertes Business Model Management und strategische Überlegenheit	204
	Literatur	207
9	Business Innovation Management und Business Innovation Factory	209
9.1	(Business Model) Innovation Factory	210
9.1.1	Innovation Factory	210
9.1.2	Business Model Innovation Factory	215
9.1.3	Innovation Factory vs. Business Model Innovation Factory	217
9.2	Business Innovation Factory	223
9.3	Chief Business Innovation Officer vs. Chief Digital Officer	229
9.3.1	Chief Innovation Officer	230
9.3.2	Chief Digital Officer	236
9.3.3	Neuer Chief Innovation Officer: Chief Business Innovation Officer	243
	Literatur	247

10	Strategische Programme im Hyperwettbewerb	249
10.1	Klassische strategische Veränderungsprogramme	250
10.2	Strategische Programme zwischen Marktanteils- und Chancenanteilsbewerb	254
10.2.1	Digitale Transformation	255
10.2.2	Digitale strategische Programme	257
10.2.3	Neue strategische Programme im digitalen Hyperwettbewerb	261
	Literatur	266
11	Zusammenfassung und Ausblick	267
	Literatur	271