

1	Einleitung	1
1.1	Ziele des Buches	1
1.2	Konvergenz	5
1.3	Offenheit, Agilität und Ambidexterität	7
1.4	Transformationszyklen	9
1.5	Das Ökosystem als Katalysator	16
1.6	Struktur des Buches	18
	Literatur	19
2	Das digitale Paradigma	21
2.1	Die digitale Transformation	21
2.1.1	Von der Digitisierung zur Digitalisierung	21
2.1.2	Digitale Aspekte	23
2.1.3	Auslöser der digitalen Transformation	26
2.2	Disruption als Chance	27
2.3	Der Paradigmenwechsel	32
2.4	Diskontinuitäten	34
2.5	Finanz- und Innovationszentren	36
2.5.1	Globalisierung	36
2.5.2	Ein verlorenes Jahrzehnt im Finanzsektor	37
2.6	Das digitale Zeitalter	39
2.7	Technologie als Treiber im Kundenverhalten	41
2.8	Unregulierte Plattform-Ökonomie	42
2.9	Branchenfremde Disruptoren	44
2.10	Fintechs als Pioniere des digitalen Zeitalters	46
2.11	Digital, modular, offen und agil	50
	Literatur	51
3	Trends und die Dynamik des Wandels	55
3.1	Die Triebkräfte des Wandels verstehen	55
3.2	Markt-Trends	58

3.2.1	Neue Weltordnung	58
3.2.2	Demografie.	59
3.2.3	Vermögenswachstum	60
3.2.4	Irrationale Entscheidungen und Wachstumsmärkte	61
3.2.5	Die Neue Seidenstraße.	63
3.2.6	Finanzielle Inklusion durch digitale Banken	64
3.3	Technologie-Trends	66
3.3.1	Der Siliziumchip als Basistechnologie	66
3.3.2	Die Konvergenz von Schlüsseltechnologien	67
3.3.3	Generative Künstliche Intelligenz	68
3.3.4	Cloud Computing.	70
3.3.5	Quantum Computing	73
3.4	Konvergenz in Parallelwelten.	76
3.4.1	Das Verschmelzen realer und virtueller Welten	76
3.4.2	Metaverse benötigt mehr Rechenleistung	78
3.5	Strategische Neuausrichtung	79
	Literatur.	80
4	Digitale Wachstumsgesetze.	83
4.1	Der Einfluss von Größe	84
4.2	Wie Wachstum entsteht	85
4.3	Erfahrungsorientiertes Wachstum	88
4.4	Profitables Wachstum.	91
4.5	Exponentielles Wachstum	94
4.6	Digitales Risiko	99
4.7	Nachhaltiges Wachstum als ultimatives Ziel	102
4.7.1	Das Gewinnparadoxon.	102
4.7.2	Wohlstand neu definiert	103
4.8	Zukünftiges Wachstum braucht neue Innovations-Modelle.	104
	Literatur.	105
5	Open Innovation als Grundlage	109
5.1	Theorie, Prozess und komplementäre Services	109
5.1.1	Der Innovationsprozess	109
5.1.2	Von der Erfindung zur Innovation	112
5.1.3	Innovationsarten.	114
5.1.4	Besondere Merkmale der Dienstleistungsinnovation	115
5.1.5	Mehrwert durch komplementäre Services	117
5.2	Das traditionelle Innovationsparadigma	117
5.3	Ressourcenbasierte Sichtweise einnehmen	119
5.4	Soziales Kapital im Ökosystem	120
5.5	Interorganisationale Zusammenarbeit	122
5.6	Der Weg zur offenen Gesellschaft	124

5.7	Open Innovation.....	127
5.8	Interdisziplinäre Geschäftstätigkeiten in Ökosystemen.....	129
	Literatur.....	130
6	Offene Ökosysteme.....	133
6.1	Digitale Plattformen und Ökosysteme.....	134
6.1.1	Ökosystem Evolution.....	134
6.1.2	Hyperkonnektivität und Netzwerkeffekte.....	138
6.1.3	Wertschöpfung in einem Ökosystem.....	140
6.1.4	Vorteile einer Ökosystemstrategie.....	143
6.2	Charakteristiken eines Ökosystems.....	144
6.2.1	Interdependenzen.....	144
6.2.2	Das allozentrische Modell.....	147
6.3	Rollen und Verantwortlichkeiten im Ökosystem.....	149
6.3.1	Vertrauen als Motor der Zusammenarbeit.....	149
6.3.2	Orchestrator.....	151
6.3.3	Lieferanten.....	152
6.3.4	Kontributoren.....	152
6.3.5	Konsumenten.....	152
6.3.6	Universitäten (Kontributoren).....	154
6.3.7	Innovation-Labs (Kontributoren).....	154
6.3.8	Think-Tanks (Kontributoren).....	155
6.3.9	Start-ups (Kontributoren/Lieferanten).....	156
6.3.10	Communities (nutzerorientierte Kontributoren).....	157
6.3.11	Maschinen (nutzerorientierte und lieferantenorientierte Kontributoren).....	158
6.3.12	Berater und Mentoren (Kontributoren).....	159
6.3.13	Politische Entscheidungsträger und Regulierungsbehörden (orchestrator-orientierte Kontributoren).....	161
6.4	Regionale Ökosysteme.....	162
6.4.1	Innovation-Cluster.....	162
6.4.2	Das Silicon-Valley-Ökosystem.....	163
6.4.3	Das Crypto-Valley-Ökosystem.....	166
6.5	Ökosysteme zur Förderung der finanziellen Inklusion.....	169
6.6	Sektorübergreifende Ökosysteme.....	172
6.6.1	Auf dem Pfad der schnellen Skalierung.....	172
6.6.2	Mit Technologie neue Geschäftsfelder erschliessen.....	172
6.7	Gesundheits-Ökosysteme.....	174
6.7.1	Daten im Zentrum.....	174
6.7.2	Ernährung, Bewegung und Entspannung.....	176
6.7.3	Digitale Technologien verändern Erwartungen.....	180
6.7.4	Gesundheit im Datenfluss.....	180
6.7.5	Technologie, soziale Medien und Gesundheit.....	181

6.8	Alibaba: The Winner Takes It All	185
6.8.1	Online einkaufen und bezahlen als Ursprungskreislauf.	185
6.8.2	Ant Group als größter Universalfinanzdienstleister.	191
6.8.3	Handel bleibt Kerngeschäft	192
6.8.4	Komplementäre Services	195
6.9	Die integrative Super-App	196
6.10	Das goldene Dreieck offener und digitaler Ökosysteme	199
6.11	Querverkauf im Ökosystem	200
6.12	Integration und Inkubation als Wegbereiter	201
	Literatur	205
7	Der Weg zum Ökosystem	209
7.1	Geschäftsmodell-Innovationen	209
7.1.1	Fokus auf Kundennutzen	209
7.1.2	Digitale Geschäftsmodelle	211
7.1.3	Adaptionsfähigkeit	212
7.1.4	Unabhängigkeit, Transparenz und Effizienz	213
7.2	Automatisierung	215
7.3	Social Commerce als Trend im Ökosystem	217
7.4	Service- und Kundenorientierung	219
7.4.1	Market-Pull und Bedürfnisfokus	219
7.4.2	Dynamische Kundensegmentierung	222
7.4.3	Prädiktive und kognitiven Fähigkeiten	225
7.4.4	Verbraucher, Kunden, Nutzer	229
7.4.5	Vom Patienten zum Kunden	230
7.4.6	Zwischenmenschliche Beziehungen	230
7.5	Erlebnisorientierte Geschäftsmodelle	232
7.5.1	Lifestyle und Erlebnisse	232
7.5.2	Vom Autobauer zum Lifestyle-Ökosystem	233
7.5.3	Frauen im Zentrum	236
7.6	Vertrauen bleibt in der digitalen Welt wichtig	241
7.7	Produktentwicklung mit Plattformdaten	243
7.7.1	Online und wieder zurück	243
7.7.2	Datensammlung	244
7.7.3	Datenanalyse	244
7.7.4	Konzeptentwicklung	245
7.7.5	Prototyping	245
7.7.6	Benutzertests	246
7.7.7	Einführung	246
7.7.8	Überwachung und Optimierung	246
7.8	Wie bringt man alles zusammen?	247

7.9	Kompetenz-orientierte Ökosystemstrategien	248
7.10	Integration in die Unternehmensstrategie	250
	Literatur.	251
8	Ökosystem-Leadership	255
8.1	Strategischer Wandel	255
8.2	Dynamische Fähigkeiten	257
8.3	Offenheit	258
8.3.1	Offene und permissive Organisationskultur	258
8.3.2	Förderung von Innovationen im Ökosystem	261
8.3.3	Nachteile der Offenheit	262
8.4	Agilität	263
8.4.1	Kunden- und marktorientiert	263
8.4.2	Interorganisationale Agilität.	265
8.4.3	Agile Führung	267
8.5	Ambidextrie	269
8.5.1	Organisationale Ambidextrie	269
8.5.2	Hybride Ansätze.	271
8.6	Ökosystem Governance	273
8.7	Ökosystem-Leadership	275
	Literatur.	278
9	Die Zukunft der Arbeit im Ökosystem	283
9.1	Was bringt die Zukunft?.	283
9.1.1	Es gibt mehrere Zukünfte.	283
9.1.2	Szenario: Digitale Wertschöpfung	286
9.1.3	Szenario: Plattform-Ökonomie	287
9.1.4	Szenario: Parallelwelten.	288
9.2	Die Branchen- und Technologie-Konvergenz bestimmt alle Zukünfte . . .	289
9.3	Wir sind alle Akteure im Ökosystem	291
9.4	Die Zukunft der Arbeit im Ökosystem.	292
9.5	Digitale Transformation hat vorläufig kein Ende.	296
	Literatur.	298