

Inhalt

1	Upload: Wo steht Deutschland beim Thema Digitalisierung?	1
	Die Welt verändert sich	1
	Chancen der Digitalisierung für Wirtschaft und Gesellschaft	2
	Wo steht Deutschland im digitalen Wandel?	4
	Kompetenzgerangel in der Politik	6
	Die Sorgen und Ängste der Bürger	7
	Download: Zwischen Medien und Medizin	14
	Literatur	20
2	From Data to Business: Neue Geschäftsmodelle deutscher Industrieunternehmen	23
	Digitales Neuland	24
	Tempo-Treiber	24
	Veränderungen in Schlüsselbranchen	26
	Digitale Fabrik in Amberg	29
	Deutschlands industrielle Stärke als Wettbewerbsvorteil	31
	Angst vor dem Silicon Valley?	32
	Erfolgsfaktoren für Deutschland	33
3	Chancen des digitalen Zeitalters: Das Zusammenspiel zwischen Daten und Menschen	37
	Sportliches Vorbild	37
	Daten steuern Prozesse und Produkte	39
	Daten generieren Wissen	41
	Daten flexibilisieren den Fertigungsprozess	42
	Daten begegnen Menschen	43
	Daten prägen Geschäftsmodelle und Gesellschaft	45
	Ausblick	46
	Literatur	47
4	Sicher – Effizient – Intelligent: Digitale Neuausrichtung verändert Fahrzeugtechnik und Zulieferindustrie	49
	Was ändert sich mit der Digitalisierung des Fahrzeugs?	49
	Unfälle aktiv vermeiden	51
	Der Weg zum Connected Car	51
	Automatisiertes Fahren: Rollenwechsel am Steuer	53
	Eins führt zum anderen: Industrie 4.0	54

Prozesse über Bereichsgrenzen hinweg glätten	54
Kundennutzen beginnt in der Fabrik	55
Transparenz schaffen	55
Fertigung wird anspruchsvoller	56
Vom Umgang mit der „neuen“ Technik	57
Wechsel zwischen Flow-Prinzip und hierarchischem Arbeiten	58
Industrie 4.0 ist eine Frage der Mentalität	59
Fazit: Veränderung aktiv gestalten	60
Literatur	60
Auf der digitalen Autobahn in die Zukunft	63
Einleitung	63
Produktentstehung 4.0: Die intelligente Fabrik	64
Kundenservice 4.0: Der digitale Weg zum Auto	69
Freiheit 4.0: Das vernetzte Auto	71
Die Zukunft kann kommen	73
Mehr als nur die „Hardware“ Flugzeug: Wie Industrie 4.0 die internationale Luftfahrt revolutioniert	75
Ein Blick in die nahe Zukunft	76
Die Industrie weist den Weg	78
Ein Gesamterlebnis für den Flugreisenden	80
Fracht braucht kein „Erlebnis“	82
Die Technik muss stimmen	84
Was Industrie 4.0 für Lufthansa bedeutet	86
Einkaufen in der Zukunft: Wie die Digitalisierung den Handel verändert	89
Einleitung	89
Treiber der Digitalisierung im Handel	90
Digitale Transformation in der Otto Group	93
Auswirkungen auf Führung und Organisation	96
Fazit	98
Literatur	99
Aus Konsumgüterunternehmen werden <i>Real Time Enterprises</i>	103
Einleitung	103
Henkel in der digitalen Transformation	105
Big-Data-Technologien beschleunigen Prozesse	107
Digitalisierung verändert Führungs- und Teamverhalten	108
Klarer Fokus auf unsere Kunden	109
Digitale Bildung als Schlüssel	110
Literatur	111
Smart Banking: Als Bank erfolgreich im digitalen Neuland navigieren	113
Einleitung	113
Mit dem Internet ins „terra nova“	115
Kunden im Fokus	116

	Veränderte Wettbewerbssituation im digitalen Neuland	119
	Durch Innovation zur Digital Leadership	120
	Von Big Data zu Smart Data	122
	Die ING-DiBa Kultur – erfolgreich anders	122
	Ausblick ins digitale Neuland	123
	Literatur	124
10	Sparkassen: Menschliche Nähe im Zeitalter der Digitalisierung	127
	Einleitung	127
	Keine rein technische Frage	128
	Ein einzigartiges Modell	130
	Drei Perspektiven für den Wandel	131
	Unsere Stärken in der digitalen Welt	137
	Literatur	138
11	Big Data: Neue Geschäftsmodelle für die Future Internet Economy	139
	Einleitung	139
	Die Anwenderperspektive – Der Preis des Kostenlosen	140
	Die Anbieterperspektive – Der Wert von Daten	143
	Zusammenfassung und zukünftige Forschungsarbeiten	151
	Literatur	152
12	Führung im digitalen Zeitalter	155
	Anforderungen an Führungskräfte im digitalen Zeitalter	155
	Management von Komplexität, Veränderungen und Innovation als zentrale Herausforderungen für Führungskräfte	160
	Fazit: Führung im digitalen Zeitalter	163
	Literatur	163
13	Vernetzung ist unser Geschäft: Industrie 4.0 als Chance für einen eigenständigen europäischen Weg in die digitale Zukunft	167
	Einleitung	167
	Die digitale Transformation der Gesellschaft	168
	Die Digitale Transformation und ihre Bedeutung für die klassische Industrie und den Erfolg von Industrie 4.0	171
	Die besondere Herausforderung für die Deutsche Telekom	176
14	Fazit der Herausgeber	181