

**VORWORT** 9

**KAPITEL 1**

**Götterdämmerung: Ist das Wachstum der deutschen Wirtschaft am Ende?** 11

Deutsche Industrie am Scheideweg 14 • Trägerischer Glanz 15 • Gefährliche Fallgruben 18 • Warnsignale aus dem Ausland 21 • Magische Einhörner 22 • Was braucht die deutsche Industrie? 22 • Wettlauf mit China 23 • Wir sind zu zögerlich 24 • Jetzt durchstarten! 25 • Deutschlands Antwort auf die Plattformökonomie 26

**KAPITEL 2**

**Null oder Eins? Die Zukunft gehört dem, der seine Daten richtig nutzt** 29

**Die Technologiekurve: Sinkende Preise beschleunigen den Wandel** 31

Die Innovationsspirale 31 • Triebkraft Cloud 32 • Neue Horizonte: die virtuelle Realität 36 • Der Quantensprung: Künstliche Intelligenz 38 • Eine neue Generation von Robotern 41 • Best Practices in Maschinenlogik 42

**Smarte Kommunikation: Industrie 4.0 und das Internet der Dinge** 45

Sinneswahrnehmungen durch Sensoren 45 • Facebook für Maschinen 46 • Wie ein Urknall: die Explosion der Industriedaten 47 • Mehr als nur Effizienz 50 • Geschäfte in den Wolken 50 • Der digitale Zwilling 51 • Inspiration Künstliche Intelligenz 52 • Spitzenforschung in Deutschland 54 • Augmentierung 55 • Innovation 56

**Neue Wertschöpfung aus dem Rohstoff Daten** 58

Veränderte Landkarten der Produktion 58 • Der Rückzug der Multis? 59 • Hightech statt low wages 61 • Plattformen: Vehikel der Serviceökonomie 62 • Vom Offline- zum Online-Geschäft 64 • »Two-sided markets« 65 • Digitales Know-how als Kernkompetenz 67 • Daten als Chance für Traditionsunternehmen 67 • Kooperation schafft neue Märkte 68 • Optimale Lösungen zum passablen Preis 71

<b>Disruption - Changing the Game</b>	<b>72</b>
Fantasie, Vision und Ehrgeiz 74 • Digitale Verdichtung 74	
• Bildung und Business 75 • Zweihändigkeit: das Beispiel Autoindustrie 77 • Transformationsdruck durch Krise 78 • Das eine tun, das andere nicht lassen 79 • Konkurrenz im eigenen Haus 80 • Die »Outcome-Economy«: Das Ergebnis zählt 81 • Wie gut sind wir? 82 • Agilität ist Trumpf 84 • Die Spaghettisoßen-Parabel 85 • Der Kunde als Prosument 86 • Neue Werteversprechen 88 • Von der Banane zu Esslösungen 90 • »Everything-as-a-Service« 92	
 <b>KAPITEL 3</b>	
<b>A Star is born: Chinas Aufstieg zur digitalen Weltmacht</b>	<b>93</b>
 <b>»Made in China 2025«: der Masterplan für eine Superpower</b>	<b>95</b>
Kaderschmiede durch Künstliche Intelligenz 96 • Pragmatik schlägt Ideologie 98 • Shanghai oder Silicon Valley? 100	
 <b>Der Aufstieg der Plattformen in China</b>	<b>101</b>
Tencent – Marktführer durch Social Media 102 • Alibaba – der Händler aus dem Osten 104 • Baidu – das chinesische Google 106 • Teile und herrsche 108 • Neue Werteversprechen Made in China 109 • Von B2B zu B2B2C 110	
 <b>Die wichtige Rolle der Bezahlsysteme</b>	<b>111</b>
Das Ende des Bargelds 112 • Gesichter als Ausweise 114 • Spieglein, Spieglein ... 116	
 <b>Reise in die Zukunft</b>	<b>117</b>
»Innovation-as-a-Service« 118 • »On and Off« 119 • Kann man Gefühle messen? 119 • Nichts geht mehr ohne Smartphone 120	
 <b>Chinas Wirtschaft im Daten-Speedboot</b>	<b>121</b>
Was will die westliche Welt? 122	
 <b>KAPITEL 4</b>	
<b>Umsturz nach Plan: Starthilfen für eine neue Ära der Innovation</b>	<b>125</b>
 <b>Sind wir bereit?</b>	<b>127</b>
Wetterleuchten: zwischen Technikangst und Fortschrittslust 127 • Mehr Digitalkompetenz! 129 • Rudern statt dümpeln! 131 • Gerade mal »ausreichend« 132 • Optimieren reicht nicht 133 • Wie kommt Schwung ins Unternehmen? 135	

- Die Smart Service Welt 136 • Hürden auf dem Weg 136 •
- Baupläne für die Zukunft 137 • Wachstum durch Lernen 139
- Kreativpool für den Mittelstand: die »Onboarding Factory« 139
- Nachholbedarf der KMU 140 • Hand in Hand mit dem Mittelstand 143 • Den Mittelstand an Bord nehmen 145

### **Wo hakt es? Der Weg zu digitalen Geschäftsmodellen** **147**

Das Ziel: »Operated by Germany« 147 • Smarte Produkte brauchen »smarte Strategien« 149 • Schluss mit einsamen Entscheidungen 149 • Der Dynamik der technologischen Entwicklung folgen 152 • Agilität durch Kooperation gewinnen 152 • Zu Ökosystemen vernetzen 153 • Hyperpersonalisierung erreichen 156 • Digitale Nagelproben 158 • Vertrauen aufbauen 160 • Transparenz schaffen 162 • Die Wertschöpfungsketten zu Ökosystemen umbauen 165

### **Den Wandel gestalten: »The wise pivot«** **166**

Flic-flac auf zwei Händen 166 • Die Top-Transformatoren 167 • Skalierung und Bezahlmodelle 170 • Alles zusammenbringen 172 • Das Org-Chart der Zukunft 173

## **KAPITEL 5**

### **Die Zukunft der Arbeit in der Datenwirtschaft** **177**

#### **Von Menschen und Maschinen** **179**

Der Wandel ist unaufhaltsam 180

#### **Die Neuerfindung der Arbeit** **183**

Arbeitsstätten »as-a-service« 183 • Wissensarbeiter mit digitaler Souveränität 183 • Die dritte Welle 184 • »The missing middle« 185

#### **Talente mit Zukunft - neue Jobprofile** **187**

Menschen trainieren Maschinen 187 • Maschinen befähigen Menschen 190 • »Smart Talents« 191

#### **Change Management statt Rationalisierung** **193**

Einen Prozess neu denken 193 • Mut zum Scheitern 194 • Nicht zurückbleiben! 195 • Positive Mitarbeiter 197

#### **Die Arbeitswelt der Zukunft** **199**

## **KAPITEL 6**

### **Den Rahmen setzen: der Staat als Leitanwender** **201**

Spannungsfelder Datenschutz und Kartellrecht 203 • Veraltetes Recht – schneller Markt 203

### **Best-Practice-Beispiele für digitale Strukturförderung** **206**

Bürgerfreundlich durch digitale Verwaltung: Beispiel Dänemark 206 • Bildung für die digitale Zukunft: Beispiel Estland 207 • Technologie-Infrastruktur und e-Health: Beispiel Finnland 208

### **Hausaufgaben für Deutschland** **210**

Die Technik-Lücke 210 • Digitales Leitbild für Deutschland 212

## **ANSTATT EINES SCHLUSSWORTS**

### **Unsere Chance: Deutschland als digitale Produkt- und Serviceökonomie** **215**

»Operated by Germany 2025« 218

### **Dank** **229**

### **Die Autoren** **233**

### **Glossar** **235**

### **Anmerkungen** **243**