
Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser,

das vorliegende Werk zur Digital Business Leadership zeigt die **Chancen zur Erneuerung von Wettbewerbsvorteilen**, die sich durch die Digitalisierung ergeben. Dabei können diese Chancen in disruptiven Umbrüchen ganzer Branchen liegen und die Bewältigung dieser Digitalisierungsprozesse kann erhebliche Anstrengungen bei etablierten Unternehmen erfordern. Neue Vorgehensmodelle müssen erlernt, bewährte Denkmuster durchbrochen und nicht zuletzt Innovationsaktivitäten als kontinuierliche Herausforderung begriffen und genutzt werden.

- Doch wie lassen sich die erforderlichen Veränderungen bewerkstelligen?
- Welche neuen Konzepte müssen vermittelt, welche herkömmlichen Prinzipien über Bord geworfen werden?
- Was zeichnet Digital Business Leadership aus und wie lässt sich diese erreichen?

Diese Fragen haben uns in der Forschung, Lehre und Praxis bewegt und uns zu diesem Buch motiviert. Wir möchten Ihnen, liebe Leser, **wissenschaftliche Modelle** gepaart mit **praxisrelevanten Methoden** darstellen und diese anhand konkreter **Unternehmensfallbeispiele** illustrieren. Unsere Zielsetzung ist es, aktuelle Entwicklungen und zukünftige Herausforderungen aufzuzeigen. Dass bei diesem dynamischen Themengebiet eine exponentielle Veränderungsdynamik zu verzeichnen ist, war hierbei eine besondere Herausforderung. Dieser sind wir begegnet, indem wir zum einen – unter Nutzung der uns verfügbaren digitalen Lösungen – den Schaffensprozess dieses Werks auf ein Minimum verkürzt haben. Zum anderen konzentrierten wir uns auf Methoden und Modelle, deren Gültigkeit über einen längeren Zeitraum hinaus gesichert ist.

In diesem Autorenwerk führen wir Sie zunächst in die **Notwendigkeiten für den Aufbau einer Digital Business Leadership** ein, deren Treiber die zunehmende Digitalisierung ganzer Wertschöpfungsketten ist. Dazu beschreiben wir die wesentlichen Grundlagen der Digitalisierung sowie ihre damit einhergehenden betriebswirtschaftlichen Chancen und Risiken. Diese betten wir in ein Gerüst klassischer und neuer Managementmethoden ein.

Wir haben acht wesentliche **Handlungsfelder zum Aufbau einer Digital Business Leadership** systematisch erarbeitet. Diese Schlüsselfaktoren werden jeweils mittels kompakter Analyse beschrieben und in konkrete Empfehlungen überführt. Dabei sind die relevanten Vorgehensmodelle, Managementprinzipien und Methoden anhand nachvollziehbarer Beispiele erörtert. Deren Überführung in den Unternehmensalltag wird durch ein dediziertes Kapitel zum **Change-Management** unterstützt.

Um Ihnen die Handlungsfelder anhand konkreter Unternehmen zu illustrieren, liefern wir Ihnen im vierten Kapitel unseres Werks ausführlichere **Fallstudien von Digital Business Leadern**. Dafür, dass wir diese Einblicke liefern können, danken wir unseren Gesprächspartnern herzlich. Unser Dank gilt im Besonderen *Timm Richter*, CPO von *XING*; *Sonja May*, Senior PR Managerin, und *Sabrina Brauer*, Senior User Experience Researcher von *ImmobilienScout24*, *Johannes Burr*, Head of Personnel Marketing und Change-Management bei *Axel Springer*, sowie *Dr. Nico Jaspers*, CEO von *Dalia Research* für ihre Bereitschaft, offen und vertrauensvoll ihre Geschichten mit uns und unseren Lesern zu teilen.

Wir hätten dieses Projekt nicht ohne die wertvolle Hilfe der Lektorinnen des *Springer Gabler* Verlags, *Barbara Roscher* und *Angela Meffert*, zum Abschluss gebracht, die uns hervorragend redaktionell betreut haben.

Für die fachkundige Gestaltung der im Buch verzeichneten Grafiken danken wir ausdrücklich *Mario Holzner* für seinen kreativen Input und die Beharrlichkeit in der professionellen Finalisierung jeder einzelnen Abbildung.

Und schließlich: Wir hätten unsere Zeit nicht diesem Buch widmen können ohne die Unterstützung und das Verständnis unserer Familien. Danke!

Nun hoffen wir, dass wir Ihnen als Studierende und Praktiker, als Fach- und Führungskräfte ein übersichtliches und gleichwohl **praktikables Gefüge an theoretischen Modellen** und **konkreten Handlungsempfehlungen** bereitstellen können, um innerhalb einer zunehmend digital geprägten Geschäftswelt langfristig erfolgreich zu sein. Wir hoffen, dies ist uns gelungen!

Wenn Sie mit uns in den Dialog treten wollen, schreiben Sie uns gern eine E-Mail oder nutzen Sie die Kontaktmöglichkeiten auf der eigens zu diesem Fachbuch eingerichteten Website unter www.digital-business-leadership.de.

Wir freuen uns auf Ihre Anregungen.

Ralf T. Kreutzer kreutzer.r@t-online.de

Tim Neugebauer tim.neugebauer@dmk-innovations.de

Annette Pattloch pattloch@beuth-hochschule.de

Berlin, im Juli 2016

Digital Business Leadership

Digitale Transformation – Geschäftsmodell-Innovation –

agile Organisation – Change-Management

Kreutzer, R.T.; Neugebauer, T.; Pattloch, A.

2017, XVII, 310 S. 219 Abb., 217 Abb. in Farbe.,

ISBN: 978-3-658-11914-0