

Digitalisierung als Prototyp der Innovation

Prof. Dr. Hendrik Send, Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft
17. Mai 2017 – Gespräch in der Burgstraße

Digitale Innovation

- Verteilte Innovation
- Schlecht abgrenzbare Produkte und Dienstleistungen
- Ergebnis ist Produkt, Dienstleistung oder **Plattform**

Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A., & Song, M. (2017). Digital Innovation Management: Reinventing Innovation Management Research in a Digital World. *MIS Quarterly*, 41(1).

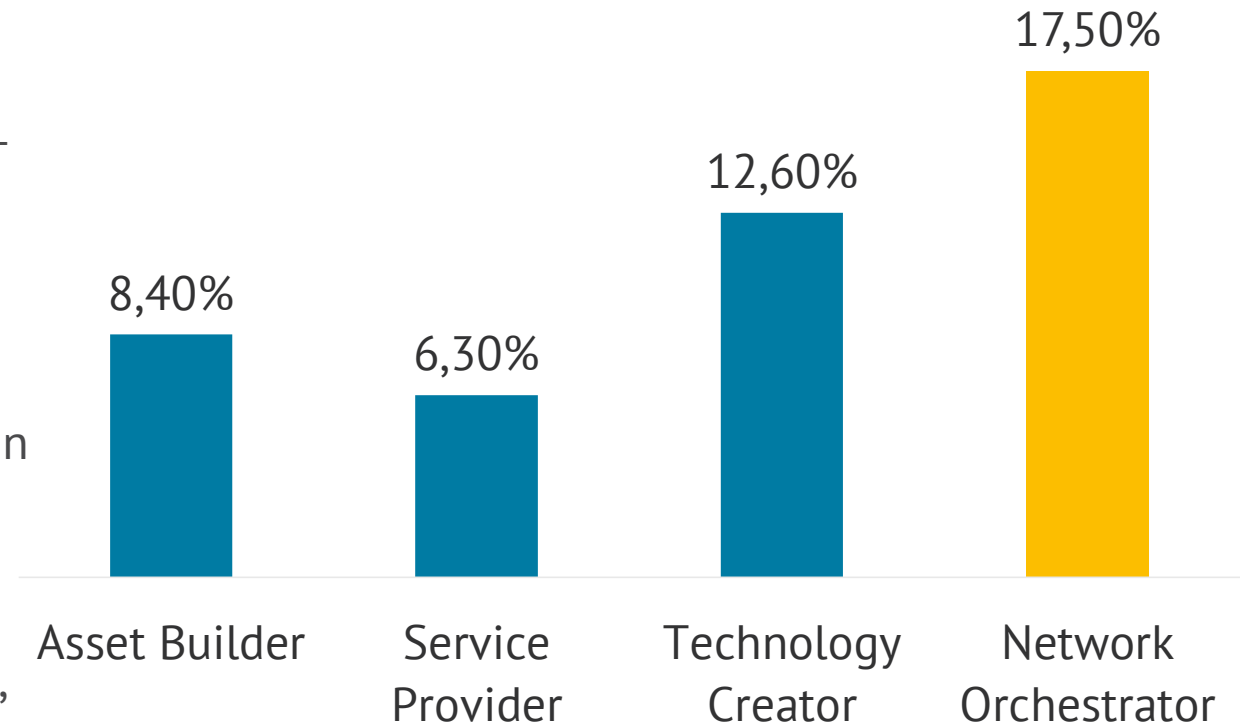
Bild: CC BY NC ND 2.0 https://www.flickr.com/photos/ibm_media/27593103462



Märkte der digitalen Innovation

- Positive Externalitäten und Winner-takes-it-all-Märkte
- Marktbewertung der Plattformen/Netzwerk-Orchestratoren reflektiert hohe Wachstumsraten
- Hochdynamische Konkurrenz in der Wettbewerbsphase erfordert agile Entwicklung, User Experience, Optimierung der Netzeffekte

Jährliche Wachstumsrate Fortune 500



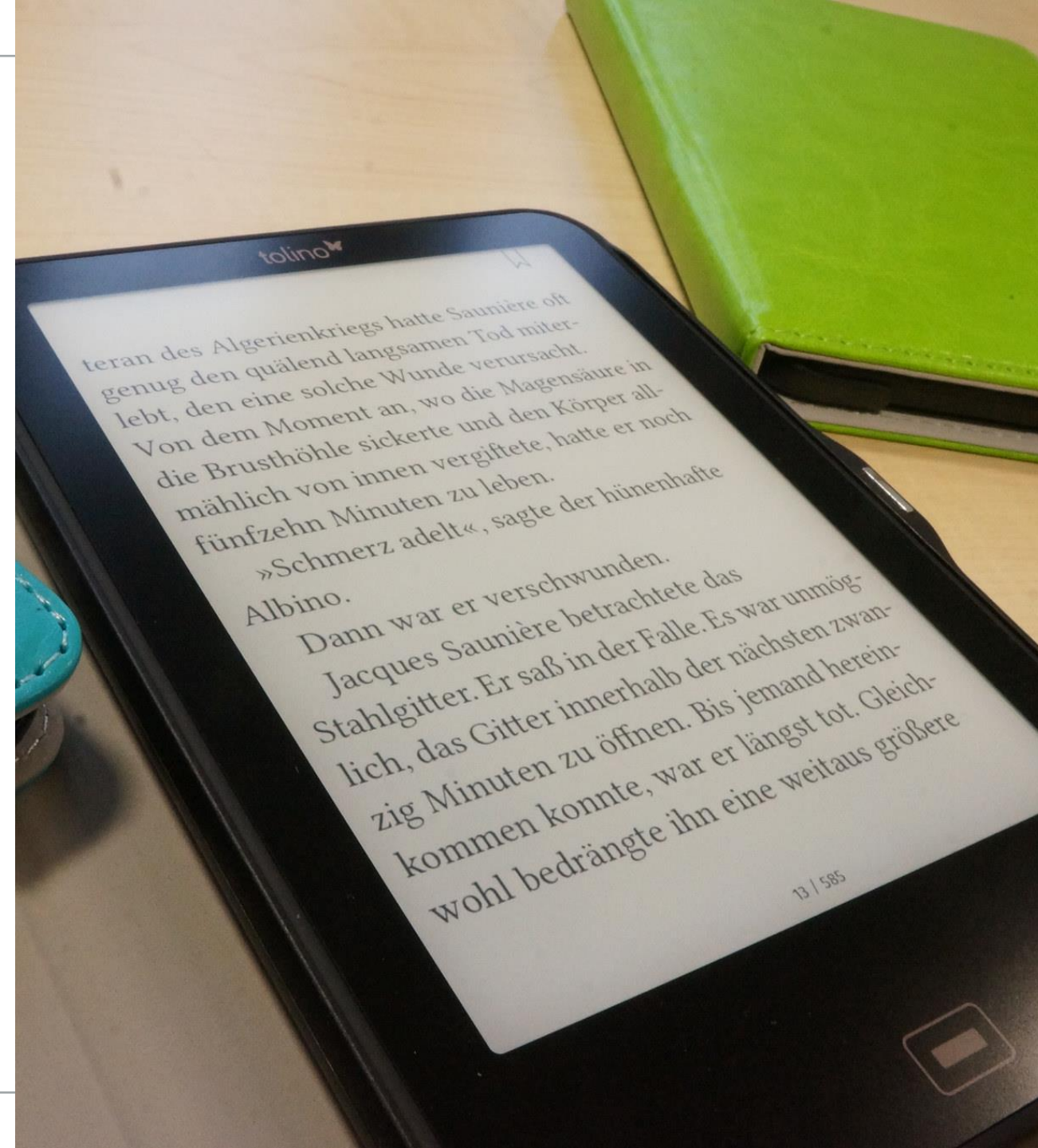
Libert, B., Wind, Y., & Fenley, M. (2014). What Airbnb, Uber, and Alibaba have in common. Harvard Business Review, 11.

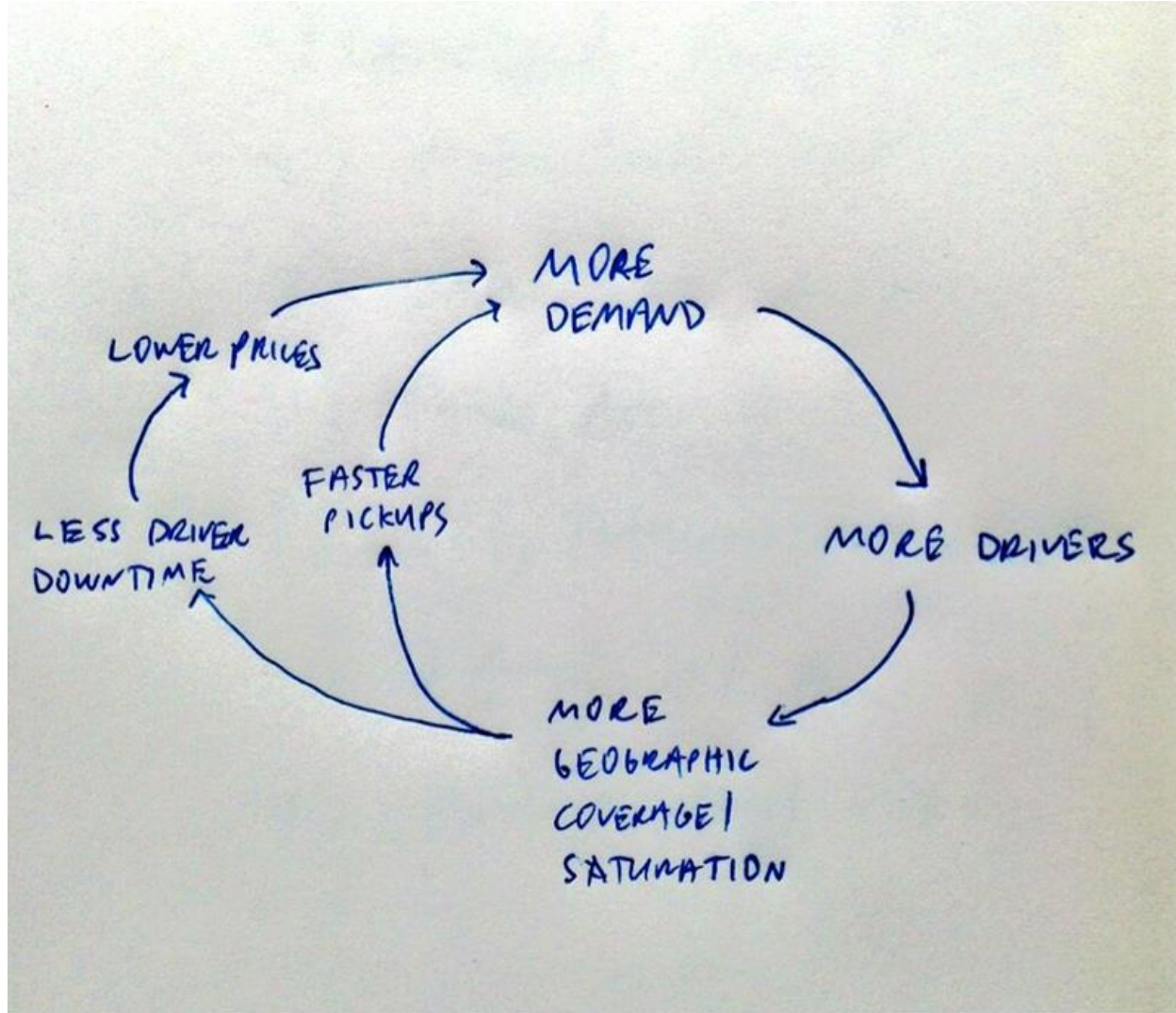
Optionen im Kontext von digitaler Innovation und Plattformen

- **Nischen-Strategie**
Beispiele: Musikhändler Thomann; Vimeo; Major League Baseball in USA
- **Komplementär-Strategie**
Beispiele: Systemkammerhersteller Nikon, Canon, etc.; Nike+; Volvo mit Uber
- **Platzhirsch-Strategie**
Beispiel: Tolino; Trivago; StepStone

Bild: CC BY 2.0

<https://www.flickr.com/photos/45225897@N08/15213493084/>





Hausaufgaben für digitale Innovation

- Agilität/Wendigkeit zählt
- User Experience und Netzeffekte zählen
- Größe (der Nutzerbasis) zählt

Bild: David Sacks,
<https://twitter.com/davidsacks/status/475073311383105536?lang=de>

Diskussion

Kontakt: send@hiig.de

17. Mai 2017 – Gespräch in der Burgstraße