

Oded Shenkar

# Copycats

Gut kopiert ist besser als teuer erfunden

*Übersetzung aus dem Englischen von J. T. A. Wegberg*

**REDLINE** | VERLAG

© des Titels »Copycats« (ISBN 978-3-86881-291-6)  
2011 by Redline Verlag, FinanzBuch Verlag GmbH, München  
Nähere Informationen unter: <http://www.redline-verlag.de>

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Trittbrettfahrer .....</b>	<b>7</b>
	Die wachsende Geschwindigkeit von Nachahmungen .....	10
	Der Vorsprung des Nachahmers.....	11
	Die Nachahmung ändert ihr Gesicht .....	15
	Imovation: die Verschmelzung von Innovation und Imitation.....	18
	In diesem Buch.....	20
<b>2</b>	<b>Die Wissenschaft und die Kunst der Nachahmung.....</b>	<b>23</b>
	Die Nachahmung zwischen Spezies .....	27
	Die Lösung des Korrespondenzproblems.....	30
	Vom Instinkt zur intelligenten Bestrebung: Nachahmung neu definiert .....	31
	Die Wirtschaftswissenschaft gerät ins Hintertreffen.....	33
	Die Nachahmung kommt zu ihrem Recht .....	35
<b>3</b>	<b>Das Zeitalter der Imitation.....</b>	<b>39</b>
	Globalisierung und das neue Spielfeld der Nachahmung.	41
	Die Modularisierung der Wertschöpfungskette.....	44
	Die Kodifizierung des Wissens.....	46
	Nachahmungskanäle.....	48
	Schwächung der Nachahmungsabwehr .....	52
<b>4</b>	<b>Die Nachahmer .....</b>	<b>57</b>
	Southwest Airlines.....	59
	Walmart .....	79
	Apple.....	86

<b>5</b>	<b>Nachahmungsfähigkeiten und -prozesse .....</b>	<b>93</b>
	Bereitschaft herstellen: Bereiten Sie Ihre Firma auf die Nachahmung einer anderen vor .....	95
	Referenzierung: Jenseits der üblichen Verdächtigen.....	98
	Suchen, erkennen und sortieren: Gleich null setzen.....	103
	Kontextualisieren: Die Nachahmung in einen Kontext bringen.....	106
	Tiefgang: Der Blick unter die Oberfläche .....	108
	Implementierung: Die Nachahmung umsetzen.....	110
<b>6</b>	<b>Nachahmungsstrategien.....</b>	<b>115</b>
	Kann Nachahmung strategisch sein?.....	116
	Wo nachahmen?.....	117
	Was nachahmen? .....	120
	Wen nachahmen?.....	122
	Wann nachahmen? .....	124
	Wie nachahmen?.....	131
	Das Korrespondenzproblem.....	132
	Das Wertangebot .....	133
<b>7</b>	<b>Die Herausforderung Imovation.....</b>	<b>139</b>
	Die Überwindung der Nachahmungsabwehr.....	141
	Innovation, Imitation, Imovation.....	151
	Die zehn Regeln der Imovation.....	153
	<b>Danksagung .....</b>	<b>161</b>
	<b>Über den Autor .....</b>	<b>163</b>
	<b>Anmerkungen .....</b>	<b>165</b>
	<b>Stichwortverzeichnis.....</b>	<b>199</b>