

# Inhalt

<b>Einführung: Wie ich zu den Hidden Champions kam</b> .....	11
<b>Kapitel 1: Mythos Hidden Champions</b> .....	15
Wer sind sie? Eine Auswahl .....	16
Wer qualifiziert sich als Hidden Champion? .....	29
Wissens- und Datenbasis .....	30
Strukturdaten der Hidden Champions .....	32
Wie erfolgreich sind die Hidden Champions? .....	35
Hidden Champions – ein Phänomen des deutschsprachigen Raumes? ..	39
Von den Hidden Champions lernen .....	42
Die Ziele dieses Buches .....	43
Zusammenfassung .....	44
<b>Kapitel 2: Wachstum und Marktführerschaft</b> .....	46
Am Anfang das Ziel .....	46
Wachstum, Wachstum, Wachstum .....	47
Vom Hidden Champion zum Big Champion .....	49
Die explodierende Mitte .....	53
Wachsende Zwerge .....	63
Wachstum ist nicht immer Allheilmittel .....	64
Mitarbeiter- versus Umsatzwachstum .....	66
Die Treiber des Wachstums .....	66
Marktführerschaft .....	69
Was ist Marktführerschaft? .....	75
Marktanteile .....	77
Marktanteil und Profitabilität .....	78

Langfristigkeit der Ziele .....	81
Zusammenfassung .....	82
<b>Kapitel 3: Markt und Fokus .....</b>	<b>85</b>
Marktdefinition und Marktanteil .....	85
Enge Märkte .....	87
Wie Hidden Champions ihre Märkte definieren .....	89
Fokus, Fokus, Fokus .....	91
Tiefe oder Breite der Leistung .....	92
Super-Nischenanbieter und Marktbesitzer .....	96
Auf Gedeih und Verderb .....	101
Weiche Diversifikation .....	104
Zusammenfassung .....	115
<b>Kapitel 4: Globalisierung .....</b>	<b>118</b>
Globalisierung: Die zweite Säule .....	118
Globale Präsenz: Status und Prozess .....	121
Globalisierung der Marke .....	125
Globalisierung als Wachstumstreiber .....	126
Regionale Verschiebung der Umsatzanteile .....	130
Strategische Bedeutung einzelner Ländermärkte .....	132
Märkte der Zukunft .....	133
China .....	135
Indien .....	139
Osteuropa und Russland .....	142
Japan .....	143
Umsetzung der Globalisierung .....	145
Mentale und kulturelle Aspekte der Globalisierung .....	147
Geostrategische Mitte .....	151
Zusammenfassung .....	155
<b>Kapitel 5: Kunden und Leistungsangebote .....</b>	<b>159</b>
Enge Kundenbeziehungen .....	159
Anforderungen der Kunden .....	163
Abhängigkeit von Kunden und Risikoaspekte .....	165
Realisierung von Kundennähe .....	169
Leistungsangebote .....	176
Zusammenfassung .....	187

<b>Kapitel 6: Innovation</b> .....	190
Was bedeutet Innovation? .....	190
Hohes Innovationsniveau .....	195
Antriebskräfte der Innovation .....	206
Entstehung von Innovationen .....	210
Führungs- und Organisationsaspekte der Innovation .....	213
Zusammenfassung .....	220
<b>Kapitel 7: Wettbewerb</b> .....	224
Struktur und Verhalten im Wettbewerb .....	224
Die Hidden Champions im Lichte von Porters »Five Forces« .....	228
Wettbewerbsvorteile .....	231
Zur Dauerhaftigkeit der Wettbewerbsvorteile .....	237
Demonstration von Wettbewerbsüberlegenheit .....	239
Wettbewerbsfähigkeit und Kosten .....	242
Trainingspartner für Fitness im Wettbewerb .....	247
Übertriebene Wettbewerbsorientierung .....	251
Zusammenfassung .....	252
<b>Kapitel 8: Finanzierung, Organisation und Umfeld</b> .....	256
Finanzierung .....	257
Organisation .....	262
Umfeldfaktoren .....	283
Zusammenfassung .....	292
<b>Kapitel 9: Mitarbeiter</b> .....	297
Arbeitsplatzschaffer .....	297
Unternehmenskultur .....	301
Krankenstand und Fluktuation .....	304
Qualifikation und Ausbildung .....	317
Zusammenfassung .....	326
<b>Kapitel 10: Führung</b> .....	329
Eigentums- und Führungsstrukturen .....	330
Wie wichtig ist Führung? .....	334
Führungskontinuität .....	335

Jung an die Macht .....	339
Mächtige Frauen .....	342
Internationalisierung des Managements .....	347
Persönlichkeiten .....	350
Zusammenfassung .....	360

**Kapitel 11: Hidden Champions – Audit und Strategieentwicklung** .....

Was ist Strategie? .....	365
Hidden Champions-Strategie: Für wen? .....	366
Hidden Champions-Audit .....	367
Strategieentwicklung .....	375
Organisation und Umsetzung .....	393
Hinzuziehung von Beratern .....	396
Zusammenfassung .....	397

**Kapitel 12: Die Lehren der Hidden Champions** .....

Führung und Ziele .....	401
Hochleistungsmitarbeiter .....	402
Tiefe .....	403
Dezentralisierung .....	403
Fokus .....	404
Globalisierung .....	405
Innovation .....	405
Kundennähe .....	406
Drei Kreise und acht Lehren .....	406
Lehren für Strategieplaner .....	407
Sowohl-als-auch-Lehren .....	410
Lehren für kleine Unternehmen .....	411
Lehren für mittlere Unternehmen .....	413
Lehren für Großunternehmen .....	414
Lehren für Investoren .....	422
Lehren für Regionen und Länder .....	425
Die Summe der Lehren .....	433

**Register** .....