

Hermann Simon

Die heimlichen Gewinner (Hidden Champions)

*Die Erfolgsstrategien unbekannter
Weltmarktführer*

*Campus Verlag
Frankfurt/New York*

Inhalt

<i>1. Kapitel</i>	
<i>Die »Hidden Champions« • Wer sind sie?</i>	11
Wer qualifiziert sich als »Hidden Champion«?.....	14
Forschungsprojekt und Datenbasis.....	15
Struktur der »Hidden Champions«.....	16
Sind die »Hidden Champions« erfolgreich?.....	19
Wer kann von den »Hidden Champions« lernen?.....	23
Zusammenfassung.....	23
Anmerkungen.....	24
<i>2. Kapitel</i>	
<i>Die Unternehmensziele</i>	25
Marktführerschaft.....	25
Die Rolle der Marktführerschaft.....	29
Die Ziele.....	31
Verfolgung der Ziele.....	38
Kommunikation der Ziele.....	38
Zusammenfassung.....	40
Anmerkungen.....	41
<i>3. Kapitel</i>	
<i>Der Markt</i>	42
Enger Marktfokus.....	42
Kriterien zur Marktdefinition.....	44
Fokussierung und Konzentration.....	46
Super-Nischenanbieter.....	49
Breite oder enge Marktdefinition.....	51

Marktbefitzer.....	55
Risiken der Überspezialisierung.....	58
Zusammenfassung.....	62
Anmerkungen.....	63
4. Kapitel	
Die Welt.....	65
Globale Vermarktung.....	65
Der Weg zur Globalisierung.....	71
Risikoaspekte der Globalisierung.....	74
Zukünftige Wachstumsmärkte.....	77
Mentale Grundlagen für Globalisierung.....	77
Zusammenfassung.....	78
Anmerkungen.....	79
5. Kapitel	
Die Kunden.....	81
Die Natur der Kundenbeziehungen.....	81
Kundennähe.....	84
Direkter Kundenkontakt.....	88
Standorte der Kunden.....	91
Preis, Leistung, Service.....	92
Zusammenfassung.....	95
Anmerkungen.....	97
6. Kapitel	
Die Innovation.....	98
Die Natur der Innovation.....	98
Technologie.....	102
Die Antriebskräfte.....	107
Der Kunde als Innovationsquelle.....	112
Organisatorische Aspekte der Innovation.....	115
Zusammenfassung.....	118
Anmerkungen.....	119
7. Kapitel	
Der Wettbewerb.....	120
Struktur.....	120
Prinzipien der Wettbewerbsvorteile.....	123

Formale Analyse der Wettbewerbsvorteile	131
Risiken des Wettbewerbs	138
Zusammenfassung	142
Anmerkungen	144
8. Kapitel	
<i>Die Partner</i>	145
Selbstvertrauen	145
System-Integratoren	150
Strategische Allianzen	151
Partner	154
Teams von »Hidden Champions«	161
Zusammenfassung	163
Anmerkungen	164
9. Kapitel	
<i>Das Team</i>	165
Unternehmenskultur	165
Leistungsorientierung	169
Standorte in ländlichen Gebieten	172
Qualifikation und Weiterbildung	173
Kreativität der Mitarbeiter	175
Die Besten gewinnen und halten	176
Zusammenfassung	177
Anmerkungen	178
10. Kapitel	
<i>Die Führungskräfte</i>	179
Struktur und Macht	179
Führungs-Teams	181
Kontinuität	185
Persönlichkeiten	186
Führungsstil	189
Management-Nachfolge	190
Konzernzugehörige Unternehmen	192
Zusammenfassung	194
Anmerkungen	196

11. Kapitel

<i>Das Großunternehmen als »Champion«</i>	197
Klein oder groß?.....	198
Kein Wachstum um jeden Preis.....	200
Kleiner werden.....	201
Fokussierte und diversifizierte Großunternehmen.....	204
»Big Champions«.....	205
Diversified Corporations.....	206
Zusammenfassung.....	209
Anmerkungen.....	210

12. Kapitel

<i>Die Lehren</i>	211
Lehren für regionale Kleinbetriebe.....	211
Übertragbarkeit auf andere Länder.....	212
Lehren für Investoren.....	217
Allgemeine Schlußfolgerungen.....	219
Die »Sowohl - als auch«-Philosophie.....	221
Lehren der »Hidden Champions«.....	222
»Hidden Champion«-Audit.....	225
Fazit.....	227
Anmerkungen.....	227
 <i>Literatur</i>	 228
<i>Firmen-und</i>	<i>Personenregister</i>
	232