

Hermann Simon

Hidden Champions des 21. Jahrhunderts

Die Erfolgsstrategien unbekannter Weltmarktführer

Campus Verlag
Frankfurt/New York

Inhalt

| | |
|---|----|
| Einführung: Wie ich zu den Hidden Champions kam. | 11 |
| | |
| Kapitel 1: Mythos Hidden Champions. | 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 |
| | |
| Kapitel 2: Wachstum und Marktführerschaft | 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 |
| | |
| Kapitel 3: Markt und Fokus | 85 |
| 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 |
| | |
| Kapitel 4: Globalisierung | 118 |
| 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 |
| | |
| Kapitel 5: Kunden und Leistungsangebote | 159 |
| Enge Kundenbeziehungen | 159 |
| Anforderungen der Kunden | 163 |
| Abhängigkeit von Kunden und Risikoaspekte | 165 |
| Realisierung von Kundennähe | 169 |
| Leistungsangebote | 176 |
| Zusammenfassung | 187 |

| | |
|---|-----|
| Kapitel 6: Innovation. | 190 |
| Was bedeutet Innovation?. | 190 |
| Hohes Innovationsniveau. | 195 |
| Antriebskräfte der Innovation. | 206 |
| Entstehung von Innovationen. | 210 |
| Führungs- und Organisationsaspekte der Innovation. | 213 |
| Zusammenfassung. | 220 |
| | |
| Kapitel 7: Wettbewerb. | 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 |
| | |
| Kapitel 8: Finanzierung, Organisation und Umfeld. | 256 |
| Finanzierung. | 257 |
| Organisation. | 262 |
| Umfeldfaktoren. | 283 |
| Zusammenfassung. | 292 |
| | |
| | , 1 |
| | |
| Kapitel 9: Mitarbeiter. | 297 |
| Arbeitsplatzschaffer. | 297 |
| Unternehmenskultur. | 301 |
| Krankenstand und Fluktuation. | 304 |
| Qualifikation und Ausbildung. | 317 |
| Zusammenfassung. | 326 |
| | |
| Kapitel 10: Führung. | 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. 364**

| | |
|--|-----|
| 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. 401

| | |
|---------------------------------------|-----|
| 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. 437