

1. Kapitel

Die »Hidden Champions« - Wer sind sie?	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

2. Kapitel

Die Unternehmensziele	25
Marktführerschaft	25
Die Rolle der Marktführerschaft	29
Die Ziele	31
Verfolgung der Ziele	38
Kommunikation der Ziele	38
Zusammenfassung	40
Anmerkungen	41

3. Kapitel

Der Markt	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	
Die Partner	145
Selbstvertrauen	145
System-Integratoren	150
Strategische Allianzen	151
Partner	154
Teams von »Hidden Champions«	161
Zusammenfassung	163
Anmerkungen	164
 9. Kapitel	
Das Team	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	
Die Führungskräfte	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

Das Großunternehmen als »Champion«	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

Die Lehren	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
Literatur	228
Firmen- und Personenregister	232