

Vorwort	18
Zur aktuellen Auflage	20
Transformation in die Zukunft	22
Aufbau digitaler Wertschöpfungsnetze	27
Smart Platform Companies: Eine neue Dimension unternehmerischer Freiheit	34
Warum wir an den Mittelstand glauben	35
Smart Platform Companies	38
Was wir mit diesem Buch erreichen wollen	40

15

1.0 Hidden Champions unter Druck	43
1.1 Ende des linearen Optimismus	44
Trotz allem: KMU haben großes Potenzial	47
Jede Krise ist ein Anfang	48
1.2 Digitale Transformation: Warum der Mittelstand seine Kunden vergessen hat. Und wie er sie wiederfindet.	58
Disruption: Weil es der Kunde so will	61
Digitale Transformation: Das Geschäft neu denken – für den Kunden	66
Frühere Fehlversuche: Schlussstrich ziehen, neu starten	70
Komplexität und Unübersichtlichkeit? Ja, bitte.	72
Umsetzungskompetenz: Konsequent aufbauen	74
Fazit Kapitel 1.2 Digitale Transformation: Zurück zum Kundenfokus	76
1.3 Champions im Mittelstand: Warum es ihnen so schwerfällt, das eigene Geschäft neu zu denken. Und wie es trotzdem gelingt.	78
Haltung: „Zu viel Selbstgewissheit“	79
Katastrophismus: Weniger Sorgen, mehr Denken	82
Stillstand statt Innovation: Schluss mit der mentalen Leere	84
Fazit Kapitel 1.3 Gemeinsame Wertschöpfung: Das Geschäft neu denken	90
1.4 Plattformbasierte Kooperation: Eine neue Perspektive	92
Die große Skepsis: Warum sich Mittelständler mit Kooperationen so schwertun	93
Horizontale und diagonale Kooperationen: Viel ungenutztes Potenzial	94
Altlasten: Gescheiterte Kooperationen	100
Strategien? Nichts, was nach vorne führt.	104
Vom Familientisch zum Co-Workingspace	106
Fazit Kapitel 1.4 Unternehmerische Kooperation: Ein neuer Rahmen, neue Spielregeln und eine neue Haltung	110
Fazit Kapitel 1	112

2.0 Comeback der Hidden Champions 114

2.1 Strategische Disposition: Vom Produkt zum Nutzen	116
Mindset: Kunden mit Services binden und begeistern	118
B2B-Modell: Das Prinzip Subscription	127
Methoden: Was will der Kunde?	133
Fazit Kapitel 2.1 Strategische Disposition: Subscription und Kooperation für mehr Kundenutzen	136
2.2 Business Architektur: Geschäftsmodelle neu denken	138
Mindset: Immer wieder verbessern, verändern und vernetzen	142
B2B-Modell: Vernetzt denken, zirkulär arbeiten	145
Methoden: Wo, bitte, geht's zur Zukunft?	149
Fazit Kapitel 2.2 Business Architektur: Verbessern, verändern, vernetzen, von der Zukunft aus denken und in Kreisläufen wirtschaften	154
2.3 Entity Design: Den richtigen Rahmen setzen	156
Mindset: Die richtigen Spielregeln	158
B2B-Modell: Plattformen auf- und weiterbauen	160
Methoden: Entwicklung der Entity	164
Fazit Kapitel 2.3 Entity Design: Gründen für die Zukunft – das bedeutet mehr Vertrauen statt mehr Verträge.	172
Fazit Kapitel 2	174

17

3.0 Durchbruch in die Zukunft 176

3.1 Value Merge: Aus der Zukunft gedacht, für die Zukunft gemacht	178
Mindset: Offen für den Generationswechsel	180
B2B-Modell: Gemeinsam Früchte ernten	181
Fazit Kapitel 3	182
Danksagung	188
Literatur und Quellen	190