

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

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: Konsequenz 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

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