

Inhalt

Vorwort 8

Teil I Spitzenleistung 11

1 Einfacher, besser 12

2 Unzählige Möglichkeiten 37

3 Wert statt Gewinn 46

Teil II Wert für Kunden 55

4 Kunden begeistern 56

5 Versteckt vor aller Augen – Beinahe-Kunden 71

6 Helfer gesucht – Mit Komplementen gewinnen 80

7 Freund oder Feind? 97

8 Kipppunkte 107

9 Strategien für Underdogs 126

Teil III Wert für Mitarbeitende und Lieferanten 135

10 Sich gehört fühlen – Wert für Mitarbeitende 136

11 Gigs und Leidenschaften 153

12 Lieferketten sind auch Menschen 165

Teil IV Produktivität	177
13 Wenn größer besser ist	178
14 Lerneffekte	187
15 Kein Grund zur Häme	192
 Teil V Umsetzung	 201
16 Die Frage nach dem Wie	202
17 Mut zur Lücke	213
18 Investitionen klug lenken	222
 Teil VI Wert	 239
19 Ein Bild entsteht	240
20 Wert für die Gesellschaft	253
 Anmerkungen	 259
 Stichwortverzeichnis	 279
 Der Autor	 287