

### Beispiel 3: Chip-to-business AG

„No Access“ warnt das Schild an der Tür. In der streng abgeschirmten Entwicklungsabteilung von „Chip-to-Business“ brüten Ingenieure fieberhaft an einem neuen Smart Phone. Es besteht aus einem winzigen Chip am Ohr, einem Mikrophon am Hemdkragen und einer Folie zur Übertragung von Bild- und Videodaten, die leicht überall anzubringen ist.



Das Interesse ist riesig. Die Mobilfunkanbieter reißen sich um das „freihändige“ Smart Phone, um es ihren Kunden zu verkaufen.

Das war 1998 nicht im Geringsten absehbar. Chip-to-Business kämpfte um's Überleben, die Konkurrenz war groß. Der Durchbruch kam 2002 mit der Idee, Elektronikteile für Gerätehersteller „on demand“ zu liefern.



Chip-to-Business scheute keine Kosten, um möglichst nahe am Kunden zu sein: Die Zahl der Ingenieure in der Entwicklungsabteilung wurde zwischen 2002 und 2004 von 250 auf 1400 aufgestockt. Jetzt war Zeit zu ernten.

Der Umsatz stieg bis 2005 um 240 Prozent, der Gewinn um 500 Prozent.....