

Hermann Simon

Hidden champions van de 21e eeuw



A.W. Bruna Uitgevers B.V., Utrecht

hoe ik de hidden champions ontdekte

Het oorspronkelijke idee om de strategie van onbekende wereldmarktleiders te onderzoeken ontstond in 1986. Ik ontmoette op dat moment professor Theodore Levitt, de beroemde marketinggoeroe die verbonden was aan de Harvard Business School.

Drie jaar eerder, in 1983, had hij de term 'globalisering' populair gemaakt in een spraakmakend artikel in de *Harvard Business Review*.¹ Tijdens onze ontmoeting ontstond er een gesprek over succes op exportgebied. Waarom zijn sommige landen bijzonder succesvol in de export en andere juist niet? Twee jaar later, tijdens mijn gastdocentschap aan Harvard Business School, kwam het onderwerp weer ter sprake.

Twintig jaar later konden we ons gesprek op bijna dezelfde wijze voortzetten. Ted Levitt overleed in 2006 en ik draag dit boek aan hem op.

Zoals ook in het verleden gold, is de sterke exportkracht van landen als Duitsland, Zwitserland en Zweden niet het gevolg van grote ondernemingen. Grote multinationals die veel exporteren, bestaan in alle hoogontwikkelde geïndustrialiseerde landen. In mijn gesprekken met professor Levitt speculeerden we dat de oorzaak van het voortgaande exportsucces van de tot het Duitse taalgebied behorende landen en Scandinavië terug te voeren was op kleine en middelgrote bedrijven. In landen als de Verenigde Staten, Frankrijk of Japan, die veel minder succesvol zijn in hun export, komt dit soort bedrijven veel minder voor, of ze zijn internationaal beduidend minder actief. Ik kwam er langzaam maar zeker achter dat behoorlijk veel van dit soort kleine bedrijven wereldleider is op zijn markt. In de afgelopen tien jaar is iedereen het er wel over eens dat deze marktleiders de voorlopers zijn geweest van de globalisering, en hun rol daarin is eigenlijk alleen maar groter geworden.

Ik heb over dit onderwerp op vijf continenten presentaties gehouden en gediscussieerd. Al doende kwam ik erachter dat er overal onbekende wereldmarktleiders waren. Ik kwam ze tegen in Amerika, Brazilië, Japan, Zuid-Afrika, Nieuw-Zeeland en in veel andere landen. Het werd me duidelijk dat er qua cultuur, strategie en leiderschap zeer opvallende overeenkomsten tussen deze bedrijven aan te geven

waren. Het merendeel van deze ondernemingen kom je tegen in de Duitssprekende landen en in Scandinavië. Ik schat dat 80% van de wereldmarktleiders uit deze landen komt. Eind jaren tachtig bedacht ik de term ‘hidden champions’ voor deze bijzondere bedrijven. Een artikel uit 1992 dat gepubliceerd is in de *Harvard Business Review* kreeg de nodige aandacht.² Het woordenspel met twee zo in eerste instantie tegenstrijdige termen als ‘hidden’ en ‘champions’ droeg erg bij aan de aantrekkingskracht. De term ‘hidden champions’ is sindsdien over de hele wereld overgenomen. De zoekterm ‘hidden champions’ leverde op 27 augustus 2008 70.200 Google-hits op. Het eerste boek is in zeventien landen verschenen.³ *Hidden champions* heeft zelfs op de cover van *BusinessWeek* gestaan (zie afbeelding).

Hidden champions in internationale publicaties



De manier waarop in de loop der jaren tegen het idee van het hidden champions-concept werd aangekeken, is echter wel veranderd. De strategische invalshoeken en leiderschapsstijlen werden in eerste instantie beschouwd als merkwaardig, exotisch of zelfs ouderwets. Sommigen beschouwden de hidden champions als verregaand gespecialiseerde en uiterst toegewijde, kleinschalige prutsers die werkzaam waren in een extreem kleine niche, maar kansloos om op langere termijn, in het tijdperk van de grote ondernemingen, diversificaties en globalisering te overleven. Anderen dachten dat deze kleine ondernemingen gedoemd waren om altijd klein te blijven, technisch achter te lopen en uiteindelijk te bezwijken aan onvoldoende risicospreiding; risico's die je loopt bij verregaande specialisatie. Daarnaast werden hun managementmethoden vaak gezien als archaïsch, patriarchaal, autoritair en

steeds verder afdrijvend van moderne arbeidsverhoudingen. In een aantal gevallen klopten deze aannamen ook wel. Maar de wereld en de manier waarop de hidden champions van de 21e eeuw zich hebben ontwikkeld staan in schril contrast met deze sceptische verwachtingen. Dit boek onthult het spectaculaire succes van de hidden champions aan het begin van de 21e eeuw.

Ik ben er meer dan ooit van overtuigd dat je consistente en uitmuntende strategieën en management eerder aantreft bij de hidden champions dan bij grote ondernemingen. Toch blijft het onderzoek over management, het onderwijs en de literatuur zich richten op de grote en bekende ondernemingen. General Motors was de ster in de jaren vijftig, IBM stond in de jaren zeventig in de schijnwerpers. Beide werden beschouwd als het schoolvoorbeeld van excellente bedrijfsvoering. Tegenwoordig zijn dat topbedrijven als Microsoft, Nokia of internetondernemingen als eBay en Google. Deze ondernemingen zijn zonder enige twijfel erg succesvol. Maar de glans van General Motors en IBM is in de loop der tijd verbleekt en de sterren van tegenwoordig kunnen, als we in 2035 terugkijken, ook heel wat van hun glans hebben verloren. Wat kan de doorsneebedrijfsonderzoeker nu echt leren van hedendaagse sterren als Nokia en Google; ondernemingen die op hun eigen terrein net zo uniek zijn als Albert Einstein en Tiger Woods op het hunne? Doodgewone ondernemingen zoals de hidden champions, die een leidende rol hebben verworven in hun eigen markt door het toepassen van specifieke strategieën, zijn veel betere rolmodellen om van te leren. Kleine en middelgrote ondernemingen over de hele wereld kunnen veel meer leren van deze kleine wereldspelers dan van de uiterst zichtbare grotere ondernemingen.

Een aspect dat ik wil aanstippen, is dat de grote hoeveelheid kwantitatieve en kwalitatieve data die in dit boek aan de orde komen, voornamelijk gebaseerd is op gegevens die door de ondernemingen zelf zijn aangeleverd. Het was niet mogelijk al deze gegevens van honderden ondernemingen in vaak zeer kleine markten stuk voor stuk te verifiëren. Ik kan dus ook niet instaan voor het waarheidsgehalte van alle data van individuele bedrijven.

Daarnaast wil ik ook graag mijn collega's van het Nederlandse kantoor van Simon-Kucher & Partners bedanken voor hun bijdrage aan de totstandkoming van het Nederlandse hoofdstuk in dit boek. Zonder de zeer actieve bijdrage van Onno Oldeman, Ronald Molenaar en Eric Reijnders had ik dit boek niet kunnen uitbrengen en had ik u een groot aantal Nederlandse hidden champions moeten onthouden. Met hen ben ik zeer onder de indruk van de kracht – kijkend naar het wereldmarktaandeel – en de hoeveelheid Nederlandse verborgen kampioenen.

De bijzondere aantrekkingskracht van de hidden champions

Grote ondernemingen zijn het onderwerp van voortdurende en intensieve aandacht van academische onderzoekers, analisten, aandeelhouders en journalisten. Hidden champions blijven echter een vrijwel onontgonnen kennisbron. Verspreid over de hele aardbol bestaan er duizenden zeer succesvolle ondernemingen die aan het zicht worden onttrokken door een waas van onopvallendheid, onzichtbaarheid en in sommige gevallen door bewust stilzwijgen. Dit heeft zowel betrekking op de producten die deze ondernemingen maken, op de manier waarop ze de concurrentie achter zich weten te laten als, hoewel lastiger te achterhalen, op de wijze hoe ze intern zijn georganiseerd. Zelfs hun namen zijn slechts bij een handjevol experts, adviseurs, journalisten en onderzoekers bekend.

Deze geheimzinnigheid staat in sterk contrast met de dominante positie die de hidden champions in hun markt hebben. Vele hebben een wereldwijd marktaandeel van meer dan 50% en sommige zelfs 70% of wel 90%. Gemiddeld genomen zijn ze in hun markt meer dan twee keer zo groot als hun voornaamste concurrent. Er zijn maar een paar multinationals die vergelijkbare marktaandelen weten te presenteren. In plaats van achteraan te lopen bij globalisering zijn de hidden champions de voorlopers van deze ontwikkeling. In de afgelopen tien jaar zijn ze gegroeid en hebben ze hun concurrentiekracht drastisch weten te vergroten. Een van de indrukwekkende kenmerken van deze kleine en middelgrote ondernemingen is hun voortdurende drang om op het wereldtoneel uit te blinken.

Maar weinig managementspecialisten onderzoeken deze al jarenlang succesvolle strategieën zonder te worden beïnvloed door de waan van de dag. De bekendste is misschien wel Jim Collins, die niet voor niets werkt als onafhankelijk wetenschappelijk onderzoeker en niet is verbonden aan een van de grote universiteiten. In zijn boek *Good to Great* komt hij tot conclusies die in vele gevallen overeenkomen met de mijne.⁴ Een voorbeeld van een van de conclusies van Collins is: hoe minder bekend de topman is, hoe succesvoller de organisatie is op langere termijn. Bestaat er een beter argument voor de hidden champions om onzichtbaar te blijven?

Wie zijn het? Een selectie van de hidden champions uit de hele wereld

Wie zijn deze hidden champions van de 21e eeuw? Hoewel hun producten overal om ons heen zijn, kennen we geen van de producenten.

Om hun verscheidenheid tot uitdrukking te brengen, beginnen we met een selectie van hidden champions uit diverse landen. Deze willekeurige selectie geeft een goede indruk van het soort organisatie waar we het over hebben, hun marktpositie en opvallende eigenschappen.

Baader

Op IJsland staan goed opgeleide monteurs bekend als ‘Baader-mannen’, omdat ze opgeleid zijn aan de hand van Baader-systemen. Met een wereldwijd marktaandeel van 80% is Baader ’s werelds grootste leverancier van machines voor de visverwerkende industrie.

McIlhenny

McIlhenny is opgericht in 1896 en heeft slechts één productievestiging en wel op Avery Island in Louisiana. Van daaruit begon hun belangrijkste product ‘een zegetocht die de culinaire wereld in vuur en vlam zette’. Tegenwoordig wordt hun product in meer dan 160 landen verkocht. ‘Het is de beroemdste, meest gebruikte pepersaus in de wereld’, oftewel tabasco.

3B Scientific

Hebt u ooit een EHBO-cursus gevolgd en werd daar gebruikgemaakt van een oefenpop? Waarschijnlijk was die geproduceerd door 3B Scientific, de wereldmarktleider voor anatomisch lesmateriaal.

International SOS

Dit bedrijf uit Singapore is wereldmarktleider op het gebied van internationale reddingsoperaties. In september 2006 organiseerde International SOS de eerste directe ambulancevlucht tussen China en Taiwan in meer dan vijftig jaar.

Höganäs en Hoeganaes Corporation

Deze twee namen zijn de toonaangevende leveranciers in de wereld van de metaalpoeders. Zij stammen af van één onderneming, maar zijn tegenwoordig onafhankelijk. Höganäs uit Zweden is de wereldmarktleider op het gebied van poederme-

taaltechnologie en Hoeganaes, gevestigd in New Jersey (USA), is de nummer één in de wereld op het gebied van ijzer- en ferrietpoeders.

Tetra

Hebben uw kinderen een aquarium? Zo ja, dan kennen jullie waarschijnlijk TetraMin wel, het meest gebruikte voer voor siervissen. TetraMin is marktleider op het gebied van aquariums en visvijvers en hun marktaandeel is 3,6 keer zo groot als dat van de naaste concurrent.

Bobcat

Had u ooit gedacht dat Bobcat, een firma uit Gwinner, North Dakota (USA), de wereldwijde marktleider is in compacte industriële, bouw- en landbouwmachines? Met 3.300 medewerkers is deze redelijk onbekende firma ook de grootste werkgever in North Dakota.

Gallagher

Nieuw-Zeeland heeft 3,3 miljoen inwoners en 70 miljoen schapen, de ideale omgeving voor innovaties in hekken voor schapen en koeien. Deze omstandigheden deden Gallagher ontstaan, de marktleider op het gebied van elektrische afrasteringen.

Saes Getters

Totdat ik hoorde van deze marktleider uit Italië, wist ik niet dat een 'getter' een chemisch materiaal is dat ervoor zorgt dat een vacuüm blijft bestaan. Saes heeft een marktaandeel van 85% in de wereldmarkt voor bariumgetters en haalt 98% van zijn omzet buiten Italië.

Hamamatsu Photonics

'Photon is our business' is de slogan van Hamamatsu Photonics, wereldmarktleider op het gebied van lichtbronnen voor technische en medische toepassingen. Met een omzet van meer dan 580 miljoen euro⁵ en 3.600 medewerkers is het een van de middelgrote ondernemingen van Japan.

Arnold & Richter, Sachtler

Samen met een collega kwamen we laatst in Tokyo bij toeval in contact met een cameraploeg die buitenopnamen aan het maken was. We namen direct aan dat

het camerateam, daar in het centrum van Tokyo, twee producten van hidden champions uit Duitsland zou gebruiken. Onze aanname bleek te kloppen. De cameraman gebruikte natuurlijk een ARRI-camera en een driepoot van Sachtler. Beide ondernemingen zijn marktleider op hun gebied en hebben meerdere technische Oscars gewonnen.

Petzl

Ondanks de Duits klinkende naam is Petzl een Franse hidden champion. Van oorsprong een producent van graaf- en veiligheidsapparatuur is Petzl tegenwoordig 'the leading innovator in the vertical world'. 'Vertical world' wil zoveel zeggen als verticale sporten als wandklimmen, alpinisme en speleologie, maar ook professionele toepassingen als werken op grote hoogten en reddingsoperaties op plaatsen die moeilijk toegankelijk zijn. De onderneming is de wereldwijde marktleider in klimgordels, helmlampen en soortgelijk klimmateriaal.

Lantal

Lantal is een afkorting van Langenthal in Bern, Zwitserland. Dit stadje is de thuisbasis van de marktleider op de markt voor gestandaardiseerde cabine-inrichtingen voor passagiersvliegtuigen. Het marktaandeel wereldwijd is 60% en onder hun klanten bevinden zich 300 luchtvaartmaatschappijen, die onder andere gebruiken van toestellen van Boeing en Airbus. Het is dus geen verrassing dat de Raffles Class van Singapore Airlines en de first en businessclass van Lufthansa door Lantal zijn ontworpen.

Tandberg en Polycom

De markt voor videoconferentieoplossingen is nog vrij jong. Met een wereldwijd marktaandeel van 40% zou je niet verwachten dat Tandberg een Noorse onderneming is. Hun vrijwel even grote concurrent Polycom komt uit de Verenigde Staten. Sony heeft in totaal misschien wel een honderd keer grotere omzet, maar deze twee specialisten verslaan de gigant op het gebied van videoconferentie met gemak.

W.E.T. en Webasto

Verwarmde autostoelen zijn een uitkomst in koude winters. De kans dat deze technologie in uw auto bij W.E.T. Automotive Systems vandaan komt is groter dan 50%, omdat W.E.T. de wereldmarktleider is. Als u een standverwarming voor uw auto zoekt, dan komt u uit bij Webasto, de nummer één op dit terrein.

De La Rue

Waar komt geld vandaan? Van De La Rue. Deze Engelse onderneming is de grootste drukker en producent van gewaarborgd papier en produceert bankbiljetten voor meer dan 150 landen.

Belfor

Belfor is marktleider op het gebied van het herstellen van water-, brand- en stormschade. Met een omzet van meer dan 650 miljoen euro en rond de 3.200 medewerkers is Belfor twee keer zo groot als zijn grootste concurrent en de enige die zijn diensten wereldwijd aanbiedt.

Ulvac

Ulvac, een onderneming uit Japan, heeft een wereldwijd marktaandeel van 96% in coatingtechnieken voor lcd-schermen en van 70% in plasmaschermen. De eigenlijke kennis van Ulvac ligt op het gebied van vacuümtechnologie en de toepassing daarvan op verschillende terreinen levert een omzet van meer dan 1,45 miljard euro op.

Orica

Deze Australische onderneming is wereldleider op het gebied van springstoffen voor mijnen en groeven. Orica levert innovatieve en uitgebreide oplossingen voor gecontroleerde ontploffingen in meer dan vijftig landen.

CEAG

Er zijn tegenwoordig honderden miljoenen mobiele telefoons in de wereld en een kwart daarvan wordt opgeladen met apparatuur van CEAG. Met het hoofdkantoor van 270 medewerkers in Duitsland en meer dan 18.000 medewerkers in China heeft deze marktleider een dagelijkse productie van meer dan 1 miljoen batterijopladers.

Gartner

Er worden steeds meer wolkenkrabbers gebouwd, maar wie bouwt de gevels? In veel gevallen is dit Gartner, de onbetwiste nummer één in de wereld in deze branche. Terwijl gebouwen hoger en hoger worden, is elk nieuw record weer een sensatie. Enige tijd geleden was Taipei 101 's werelds hoogste gebouw, met 101 verdiepingen. Gartner heeft de gevels getest op hun stormvastheid door gebruik te

maken van vliegtuigmotoren. De wolkenkrabber kreeg later te maken met een echte test tijdens een aardbeving van 6.8 op de schaal van Richter, waar de gevels zonder enige schade uit kwamen. Gartner zal ook de gevels leveren voor de Burj Dubai, het eerstvolgende hoogste gebouw ter wereld.

Zimmer, DePuy, Biomet en Stryker

Warsaw, Indiana, heeft slechts 12.145 inwoners en staat bekend onder de naam 'orthopedische hoofdstad van de wereld'.

Dit stadje huisvest drie wereldleiders in orthopedische producten (implantaten), zoals kunstheupen, -knieën en andere kunstgewrichten. Zimmer, DuPuy en Biomet zitten alle drie in Warsaw en de vierde grote leverancier niet ver daarvandaan, in Kalamazoo, Michigan.

Technogym

Had u gedacht dat de wereldwijde nummer twee in fitnessapparatuur uit Gambolletta komt, een Italiaans dorpje aan de Adriatische Zee? Door zijn bijzondere, innovatieve ontwerpen werd Technogym uitverkoren als de exclusieve leverancier van fitnessapparatuur tijdens de Olympische Spelen van Beijing in 2008. Oprichter Nerio Alessandri, zelf een fitnessfanaat, heeft gezworen dat hij Life Fitness, op dit moment de wereldmarktleider uit de USA, binnen drie jaar zal overnemen.

Gerriets

Gerriets produceert theatergordijnen en toneelapparatuur. Als 's werelds enige producent van grote theatergordijnen hebben ze 100% marktaandeel in dit segment van de markt. Of u nu de Metropolitan Opera in New York bezoekt, de Scala in Milaan of de Opera Bastille in Parijs, de gordijnen zijn van Gerriets.

Embraer

U kent Boeing en Airbus, de producenten van de grote vliegtuigen. Maar Embraer? Deze Braziliaanse onderneming is marktleider op het gebied van de regionale vliegtuigen en is onlangs Bombardier, de Canadese nummer twee, voorbijgestreefd. Er ligt sinds enige tijd weer een nieuwe uitdager op de loer, Sukhoi uit Rusland.

O.C. Tanner

De bijdragen van anderen tastbaar maken is net zo oud als de beschaving zelf. Dus toen O.C. Tanner tachtig jaar geleden zijn 'onderneming in de kunst van het waarderen van medewerkers' in de kelder van zijn moeders huis in Salt Lake City startte, kon hij niet beweren dat hij een geheel nieuw product had bedacht. Maar hij startte wel een nieuwe bedrijfstak, die als uitgangspunt heeft organisaties te helpen het beste uit hun mensen naar boven te halen. Het bedrijf dat O.C. Tanner oprichtte en dat nog steeds zijn naam draagt, is ondertussen de wereldwijde marktleider geworden in motivatieprogramma's, met een omzet van meer dan 300 miljoen euro, een gezonde winst en geen schulden.

Klais

Orgels van Klais zijn bekend over de hele wereld. De instrumenten die door deze wereldwijd werkende onderneming worden gemaakt, zijn te horen in de Dom en Philharmonie van Keulen, het Nationale Theater in Beijing, de Kyoto Concert Hall in Japan, in Caracas, Londen, Brisbane, Manilla (een bamboe-orgel) en in de Petronas Twin Towers in Kuala Lumpur. Het is nauwelijks te geloven dat er maar 65 mensen bij Klais werken. Wereldwijd is dus geen kwestie van bedrijfsomvang.

Electro-Nite

Met een wereldwijd marktaandeel van 60% is het Belgische Electro-Nite niet alleen marktleider in sensoren voor de staalindustrie, maar ook marktleider in alle landen waar ze actief zijn.

Sappi

Sappi staat voor South African Pulp and Paper Industries. Sappi is 's werelds nummer één in gecoat fijnpapier en in oplosbaar pulp. Met 16.000 medewerkers produceert Sappi op 45 plaatsen over de hele wereld.

Essel Propack

Wilt u geloven dat uw tandpastatube door een firma in India wordt gemaakt? Essel Propack uit Mumbai heeft wereldwijd een marktaandeel van 33% en is marktleider in gelamineerde tubes voor tandpasta en vergelijkbare substanties. Het bezit 23 fabrieken overal ter wereld, van Rusland tot Venezuela en de Filipijnen.

Plansee

Plansee uit Reutte in Oostenrijk is wereldmarktleider in refractaire metalen en composieten, alle gebruikt in de poedermetallurgie.

Plansee is een sprekend voorbeeld van een echte hightechonderneming.

Dickson Constant

Als u een zonnescerm boven uw terras of balkon hebt, dan is er een grote kans dat dit van Dickson Constant uit Frankrijk komt. Deze onderneming is marktleider op het gebied van technisch textiel voor zonneschermen, bekleding voor vrachtwagenstoelen, opblaasbare reclameobjecten en speciale beschermende kleding. Dickson produceert 25 miljoen vierkante meter stoffen per jaar en verkoopt 70% van zijn productie in meer dan honderd landen buiten Frankrijk.

Molex

Opgericht door de familie Krehbiel in 1938 in Chicago heeft Molex zich wereldwijd ontwikkeld tot de tweede leverancier van elektronische, elektrische en optische fiberverbindingen, schakelaars en speciaal gereedschap. Molex blijft zich richten op de automobiellindustrie, gegevensindustrie, telecommunicatie, consumentenelektronica en op bepaalde medische marktsegmenten, waar ze nummer één of twee zijn. Molex heeft over de afgelopen 21 jaar een stabiele jaarlijkse groei gekend van 12%, het groeitempo in zijn branche meer dan verdubbeld en heeft een omzet van 2,5 miljard euro.

Jungbunzlauer

Als u Coca-Cola drinkt zal de naam Jungbunzlauer niet de eerste naam zijn waar u aan denkt. Maar deze Oostenrijks-Zwitserse wereldmarktleider levert het citroenzuur voor elk flesje Coca-Cola dat wordt geproduceerd en verkocht.

Nivarox

U hebt waarschijnlijk nog nooit van Nivalox gehoord, maar er is een goede kans dat deze dwerg uit Zwitserland het uurwerk van uw horloge heeft geproduceerd. Ze hebben een wereldwijd marktaandeel van 90%. En hebt u zich ooit afgevraagd wie de wijzers van de wijzerplaat maakt? De marktleider op dit terrein is Univer-so.

SGS

sgs is marktleider op het gebied van productcontrole en certificering met een omzet van 2,6 miljard euro.⁶ Dankzij de globalisering en een toenemende vraag naar kwaliteitscontrole groeit sgs erg snel.

Brainlab

Brainlab levert apparatuur om de positie van chirurgische instrumenten tijdens de operatie nauwkeurig te bepalen. Vergelijk het maar met het navigatiesysteem in uw auto. Deze snelgroeiende organisatie helpt chirurgen hun operaties beter te plannen en uit te voeren. Met zo'n 3.000 verkochte systemen wereldwijd heeft Brainlab op dit moment een marktaandeel van 60%.

Delo

Buiten het zicht van de consument zijn de kleefstoffen van Delo onmisbaar geworden op vele terreinen, van sensoren van airbags en chips in bankpassen tot paspoorten en in de helft van alle mobiele telefoons ter wereld, zeker in de nieuwste modellen. Delo is vooral een leidende leverancier op het gebied van de nieuwste technologieën, zoals de smartcard. In meer dan 80% van alle chips die worden geproduceerd zitten kleefstoffen van Delo.

Enercon

Enercon is een van de grote namen in de wereld van de windturbines. Hoewel ze pas sinds 1984 bestaan, zijn ze duidelijk voorloper in de technologie voor het opwekken van windenergie, met een jaaromzet van meer dan 3 miljard euro en 10.000 medewerkers. Enercon bezit wereldwijd meer dan 40% van alle patenten op het gebied van het opwekken van windenergie.

Omicron

Opgericht in 1984, zorgt deze wereldwijde marktleider op het gebied van raster-tunnel- en rastersondemicroscopen ervoor dat ondernemingen in de nanotechnologie hun eigen producten kunnen zien.

Beluga

Als u twee 368-tonskranen wilt vershippen van Antwerpen naar San Juan in Puerto Rico is Beluga Shipping de onderneming die u van dienst kan zijn. Pas in 1995 opgericht, heeft deze dienstverlener reeds veertig drijvende bokken. Een organisa-

tie die nu al deel uitmaakt van de wereldwijde kopgroep van ondernemingen in maritiem zwaar transport.

Nissha

'Let's Nissha it' is de onofficiële slogan van deze onderneming uit Kyoto, Japans historische hoofdstad. Nissha is de marktleider op het gebied van kleine touchpanels met een wereldwijd marktaandeel van 80%. Zijn enige concurrent is het Duitse Kurz.

Amorim

Amorim uit Portugal is wereldmarktleider op het gebied van kurkproducten en kurkvloeren. Deze onderneming produceert alleen al 3 miljard kurken voor flessen per jaar. Ze profiteren van de natuurlijke omstandigheden in hun achterland (Portugal heeft zo'n 80 miljoen kurkeiken), maar leveren aan de hele wereld.

Jamba

Jamba is marktleider in ringtones voor de mobiele telefoon. Peter Chemin, de president van News Corp, riep Jamba in januari 2007 uit tot 'onze meest interessante aankoop in de markt voor mobiele telefonie'.⁷ Zijn argument hiervoor is dat er op dit moment 1 miljard televisies en 1 miljard internetaansluitingen zijn in de wereld, maar bijna 3 miljard mobiele telefoons.

Netjets

Netjets heeft het timesharingconcept voor privévliegtuigen in de markt gezet. Dit bedrijf heeft meer vliegtuigen in zijn bezit dan alle concurrenten tezamen en die 700 maken meer dan 370.000 starts per jaar.

EOS

EOS is wereldwijd marktleider lasersintering. Dit proces maakt de productie van driedimensionale objecten op basis van cad/camsystemen mogelijk.

Kende u een van deze organisaties? Waarschijnlijk niet. Allemaal zijn ze wereldwijd marktleider. We zouden oneindig door kunnen gaan met het voorstellen van andere hidden champions. Hidden champions tref je in elk segment van industriële en consumentenmarkten en ook in de dienstverlening.