

Contribution à la communication au sein de l'APR

**Ouvrage sur les PME « champions du monde » - suite à la
recommandation de Monsieur Antoine LATHAM au
Forum de l'Economie Alsacienne, le 27 mars 2008**

M. Michel Ph. MATTOUG
mailto: michel@mattoug.net

En langue anglaise :

**Hidden Champions: Lessons from 500 of the World's Best Unknown Companies
(Hardcover)
by**

Hermann Simon (Author)

From Booklist

German business consultant Simon suggests that there is much to learn from studying the practices of lesser-known companies that have quietly succeeded in unique or specialized market niches. Because Simon is based in Bonn, most--but not all--of his examples are German. They all are, however, relatively unknown, small or midsize, and worldwide leaders in their markets, making mundane products, such as bottle-labeling machines, model railways, incense, potting soil, and museum display cases. Using secondary sources, printed company materials, a mailed questionnaire, and personal interviews, Simon discovered that these companies grow slowly, compete in stable markets, are long-lived, tend to be family owned or closely held, and prefer to shun publicity to avoid attracting competition. They also concentrate on developing their own specialties, avoiding such currently popular management practices as diversification, strategic alliances, and outsourcing. Simon's findings run counter to much of what today's management literature advocates, and they should attract attention! David Rouse

Book Description

Hidden Champions reveals the strategies and practices of hundreds of low-profile high-performance German companies. How do these companies--small- and mid-sized niche firms like Brita, the world leader in point-of-use water filters--do it? They are all great innovators; many have created their own markets. They have expanded a narrow product focus to meet the needs of customers around the world. They avoid outsourcing, diversification, and strategic alliances, instead creating unmatched internal competencies. They are extremely close to their customers but have no large marketing departments. They are led by executives who are both authoritarian and participative. Their hallmark is continuity, with almost no employee turnover and an average CEO tenure of 24 years. This groundbreaking and contrarian book lends extraordinary insights into building and defending market leadership. It is a compelling wake-up call for back-to-basics management.

Hardcover: 298 pages
Publisher: Harvard Business School Press (May 1996)
Language: English
ISBN-10: 0875846521
ISBN-13: 978-0875846521

en langue allemande :

Hidden Champions des 21. Jahrhunderts (Gebundene Ausgabe) von

Hermann Simon (Autor)

Aus der Amazon.de-Redaktion

Warum eigentlich ist Deutschland als Exportnation seit Jahren so überaus erfolgreich? Wer glaubt, dass multinational organisierte Großkonzerne dafür verantwortlich zeichnen, täuscht sich gewaltig. Die wahren Topfirmen der deutschen, aber auch der österreichischen und der schweizerischen Wirtschaft blühen eher im Verborgenen. Und diese Hidden Champions, wie der Unternehmensberater Hermann Simon die meist mittelständischen Firmen nennt, die mit ihren Produkten nicht selten Weltmarktführer sind, machen so ziemlich alles anders als Großkonzerne. Und gerade deshalb sind sie so erfolgreich, wie Simon in diesem überaus empfehlenswerten Band detailliert und anhand konkreter Fallbeispiele eindrucksvoll belegt.

Große Unternehmen, konstatiert der Autor, würden ständig von Wissenschaftlern, Analysten, Aktionären oder Journalisten durchleuchtet, während die Hidden Champions zu Unrecht viel zu wenig Beachtung fänden. Dabei ließe sich gerade von diesen Unternehmen, die trotz ihrer Unscheinbarkeit global so ungemein erfolgreich sind, eine ganze Menge lernen. „Viele dieser Firmen haben Weltmarktanteile von über 50 Prozent, manchmal sogar 70 oder 90 Prozent, und sind mehr als doppelt so groß wie ihre stärksten Konkurrenten.“ Was Simon dabei besonders beeindruckt, ist „die Nachhaltigkeit, mit der sich diese mittleren und kleineren Firmen weltweit in ihren Märkten behaupten“. Der Zeithorizont erfolgreicher Firmen ist dabei ein langfristiger. Das Management folgt einer klaren, langfristig angelegten Strategie. Im Mittelpunkt der Unternehmens- und Produktentwicklung steht der Kunde und der Nutzen des (häufig nur einen) Produkts, das man ihm bietet.

Wer wissen will, wie man sich in einer globalisierten Wettbewerbswirtschaft als mittelständisches Unternehmen behauptet, findet bei den Hidden Champions die richtigen Vorbilder. Und Vorbild sind diese Firmen und die von ihnen gelebte Firmenkultur in beinahe jeder Hinsicht: Sie schaffen Arbeitsplätze, zahlen einen fairen Lohn, haben einen geringeren Krankenstand und weniger Fluktuation. Und sie haben zufriedene Kunden. Unbedingt lesenswert! -- Hasso Greb

Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 23.09.2007

"Dieses Buch hat die Art und Weise verändert, wie Menschen die Wirtschaft sehen."

Gebundene Ausgabe: 452 Seiten

Verlag: Campus Verlag; Auflage: 1 (12. September 2007)

Sprache: Deutsch

ISBN-10: 3593383802

ISBN-13: 978-3593383804