

GEVALSTUDIE 1: TOETREDINGSBARRIERES WERKEN CONCURRENTIEBELEMNEREND

1. Google



Google is een Amerikaans technologiebedrijf dat in 1998 werd opgericht door Larry Page en Sergey Brin. Het bedrijf is vooral bekend door zijn zoekmachine, die wereldwijd het meest wordt gebruikt.

Google helpt gebruikers om snel informatie te vinden op het internet via geavanceerde algoritmes. Naast zoeken biedt Google ook diensten aan zoals Gmail, Google Maps, Google Drive en YouTube.

Het bedrijf verdient het grootste deel van zijn inkomsten uit online advertenties.

Google speelt een belangrijke rol in de digitale economie en online marketing.

Door voortdurende innovatie investeert het sterk in kunstmatige intelligentie en cloudtechnologie.

Google maakt deel uit van het moederbedrijf Alphabet.

Google heeft een grote invloed op hoe mensen wereldwijd informatie gebruiken en delen.

Waarom dominant?

Google heeft in Europa een marktaandeel van meer dan 90% in zoekmachines.

Belangrijkste toetredingsbarrières:

- **Netwerkeffecten:** hoe meer mensen Google gebruiken, hoe beter het algoritme wordt.
- **Schaalvoordelen:** enorme investeringen in datacenters en AI.
- **Data-voorsprong:** nieuwe spelers hebben niet dezelfde hoeveelheid gebruikersdata.

2. Nestlé



Nestlé is een Zwitsers multinational voedingsbedrijf dat werd opgericht in 1866.

Het is vandaag het grootste voedings- en drankenbedrijf ter wereld.

Nestlé produceert een breed gamma aan producten, zoals chocolade, koffie, babyvoeding en diervoeding.

Bekende merken van Nestlé zijn onder andere Nescafé, KitKat, Maggi en Purina.

Het bedrijf is actief in bijna alle landen ter wereld.

Nestlé richt zich sterk op merkherkenning en consumententrouw.
Een groot deel van de omzet komt uit dagelijkse consumptiegoederen.
Daarnaast investeert Nestlé in innovatie en productontwikkeling.
Het bedrijf besteedt ook aandacht aan duurzaamheid en gezondheid.
Nestlé heeft een grote invloed op de wereldwijde consumentenmarkt.



Waarom dominant?

Nestlé bezit extreem sterke merken en schapruimte in supermarkten.

Belangrijkste toetredingsbarrières:

- **Merkloyaliteit** bij consumenten
- **Marketingkosten:** nieuwe spelers moeten enorme reclamebudgetten hebben
- **Distributiemacht:** langdurige contracten met retailers

3. Johnson & Johnson



Johnson & Johnson is een dominant bedrijf in de farmaceutische sector omdat het wereldwijd actief is in geneesmiddelen, medische technologie en consumentengezondheid. Door deze brede spreiding heeft het bedrijf een zeer sterke marktpositie en stabiele inkomsten.

Waarom dominant?

Het bedrijf behoort al jarenlang tot de grootste farmaceutische ondernemingen ter wereld qua omzet.

Johnson & Johnson bezit sterke en bekende geneesmiddelen, vooral in oncologie, immunologie en vaccins.

Het investeert jaarlijks miljarden euro's in onderzoek en ontwikkeling, wat leidt tot innovatieve en moeilijk te evenaren producten.

Artsen, ziekenhuizen en overheden hebben veel vertrouwen in de kwaliteit en veiligheid van de producten.

Belangrijkste toetredingsbarrières:

- **Patenten en intellectueel eigendom**

Nieuwe geneesmiddelen zijn jarenlang wettelijk beschermd, waardoor concurrenten ze niet mogen kopiëren.

- **Zeer hoge R&D-kosten**

De ontwikkeling van één nieuw medicijn kost vaak meer dan 1 miljard euro, wat voor nieuwe spelers nauwelijks haalbaar is.

- **Streng regelgeving**

Geneesmiddelen moeten door langdurige en dure goedkeuringsprocedures bij overheden en gezondheidsinstanties.

- **Schaalvoordelen en reputatie**

Johnson & Johnson kan goedkoper produceren en sneller wereldwijd distribueren dan kleinere concurrenten.

Vraag: een bedrijf dat duidelijk dominant is in de kledingmarkt voor jongeren is ZARA.

The ZARA logo is displayed in a large, bold, black serif font. The letters are closely spaced, and the overall design is minimalist and elegant.

Enkel H&M, Shein en Primark kunnen tippen aan het succes van ZARA.

Om welke redenen is ZARA **dominant**?

Welke zijn **toetredingsbarrières** in deze markt?