

## Der heiße Rhythmus des Fortschritts



Foto: Pixabay

Hohe Temperaturen werden seit jeher zum Schmelzen von Metallen genutzt. Ein Unternehmen ist darin sehr erfolgreich, die Firma Ersä.

Ernst Sachs, der Firmengründer von Ersä, patentierte im Jahr 1921 einen elektrisch betriebenen LötKolben. Die Anfangsjahre der Berliner Firma waren geprägt von der Entwicklung von Lötwerkzeugen und -maschinen, die den Bedarf an effizienteren Lötprozessen deckten (1 Die Kraft der Chancen).

Nach dem 2. Weltkrieg wurde Ersä von Ernst Sachs erneut am neuen Standort Wertheim aufgebaut. Dabei half ihm die erarbeitete Anerkennung von Kunden und Lieferanten. Ersä etablierte sich bis in die 1960er Jahre als führender Hersteller von Löttechnik in Deutschland. Das Unternehmen spielte eine große Rolle bei der Versorgung der Elektronik- und Elektroindustrie mit Lötgeräten (2 Markenimage).

Ersä konzentrierte sich auf technologische Innovationen in der Löttechnik in den 1970er und 1980er Jahren. Computergesteuerte Lötstationen setzten neue Maßstäbe für Präzision und Effizienz in der Elektronikfertigung. Dies führte zu einer starken Marktdurchdringung im In- und Ausland (3 Innovationskultur fördern, 4 Digitalisierung).

Seit den 2000er Jahren hat Ersä seine internationale Präsenz weiter ausgebaut. Das Unternehmen begann, Niederlassungen und Partnerschaften weltweit zu gründen, um den steigenden globalen Bedarf an qualitativ hochwertiger Löttechnik zu decken (5 Internationaler Vertrieb).

Ersä hat auch begonnen, sein Produktsortiment zu diversifizieren, indem es Lösungen für verschiedene Branchen anbietet, darunter Automotive, Elektronik, Luftfahrt und Medizintechnik (6 Kundenbedürfnisse im Fokus).

In den letzten Jahren hat Ersä den Fokus auf Nachhaltigkeit und die Integration von Industrie 4.0-Prinzipien in seine Produkte gelegt, so mit fortschrittlichen energieeffizienten Löttechnologien, die den ökologischen Fußabdruck reduzieren. Außerdem wurden smarte Lösungen zur Optimierung von Fertigungsprozessen und Qualität eingeführt (7 Fokus auf Nachhaltigkeit).

Seit 1993 gehört Ersä zur Kurtz-Gruppe und es feierte im Jahr 2021 sein 100-jähriges Bestehen (8 Kooperation und Netzwerke).

#ErsäErfolgsgeschichte #LöttechnikInnovation #DigitaleInnovation #Marktführerschaft  
#Elektronikfertigung #Kundenorientierung #EcoFriendlySoldering

### **So geht's: Maßnahmen für Innovation und Kundenorientierung im Mittelstand**

- 1 Die Kraft der Chancen:** Die Entdeckung der Chancen ist der Schlüssel zum Erfolg. In einer schnelllebigen und sich ständig verändernden Wirtschaftswelt ist es unerlässlich, offen für neue Möglichkeiten und für vorausschauende Produktentwicklung zu sein. Scannen sie immer vielversprechende Chancen in neuen Technologien oder in Nischenmärkten.
- 2 Markenimage:** Ein positives Markenimage schafft Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Loyalität bei den Kunden. Es ermöglicht, sich von Mitbewerbern abzuheben und eine emotionale Bindung zu den Kunden herzustellen. Kunden bevorzugen Produkte oder Dienstleistungen von Marken mit einem positiven Image. Sie sind auch bereit, dafür einen Premium-Preis zu zahlen.
- 3 Innovationskultur fördern:** Schaffen sie eine Kultur, die Mitarbeiter ermutigt, Ideen einzubringen und kreative Lösungen zu entwickeln. Eine offene Atmosphäre schafft Raum für Experimente und fördert internen Unternehmergeist. Dafür können Innovationsworkshops und Brainstorming-Sitzungen ein erster Schritt sein.
- 4 Digitalisierung:** Neue Technologien, wie künstliche Intelligenz, Internet of Things (IoT) und Big Data bieten neue Möglichkeiten. Nutzen bzw. integrieren sie diese Technologien, um innovative, vernetzte Produkte und Dienstleistungen anzubieten.
- 5 Internationaler Vertrieb:** Internationale Märkte können das Umsatzpotenzial erheblich steigern und die Abhängigkeit von einzelnen Märkten verringern. Er bietet auch den Zugang zu Ressourcen, Talenten und Innovationen aus verschiedenen Teilen der Welt. Gut geschulte Mitarbeiter und eine klare strategische Ausrichtung sind dabei von essenzieller Bedeutung.
- 6 Kundenbedürfnisse im Fokus:** Setzen sie auf die enge Zusammenarbeit mit den Kunden. Damit verstehen sie die tatsächlichen Bedürfnisse und Herausforderungen der Zielgruppe. Diese direkte Kommunikation hilft maßgeschneiderte Produkte mit Mehrwert für die Kunden zu entwickeln und langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen.
- 7 Fokus auf Nachhaltigkeit:** Nicht nur die Qualität der Produkte zählt, sondern auch Aspekte der Nachhaltigkeit. Wenn sie ökologische und soziale Verantwortung in ihre Unternehmensphilosophie integrieren, können sie damit einen aktuellen Wettbewerbsvorteil erreichen und das Image des Unternehmens bei den Kunden stärken.
- 8 Kooperation und Netzwerke:** Partnerschaften und Kooperationen bereichern die Produktentwicklung und eröffnen neue Perspektiven. Sie verschaffen Zugang zu frischen Ideen und neuesten Technologien. Die Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen, Startups oder anderen Unternehmen ermöglicht außerdem den Zugang zu neuem Know-how und externen Ressourcen.
- 9 Frühzeitige Markttests:** Frühzeitiges Feedback und Markttests erhöhen die Erfolgchancen eines Produkts in beträchtlichem Maße. Sammeln sie wertvolles Kundenfeedback mit Pilotprojekten oder Testläufen. Mit den Ergebnissen daraus lässt sich ein Produkt entsprechend optimieren und kundenfreundlicher gestalten.

**10 Influencer-Marketing für B2C:** Influencer haben in ihrer Nische eine starke Anhängerschaft. Sie können damit eine neue Zielgruppe erschließen und auch wertvolles Feedback und Einsichten liefern. Sie ermöglichen die direkte Interaktion mit potenziellen Käufern. Das stärkt die Kundenorientierung, fördert die Bindung an die Marke und steigert die Sichtbarkeit bzw. Reichweite des Unternehmens.

Diese innovativen und kundenorientierten Maßnahmen verbinden Tradition mit Innovation. Sie steigern die Wettbewerbsfähigkeit. Damit gelangen sie auf einen langfristigen Erfolgskurs.

**Hilfreiche Literatur:**

[Geschäftsmodelle und Strategien im Mittelstand](#)