

Ingenieurskunst von Österreich in die Welt

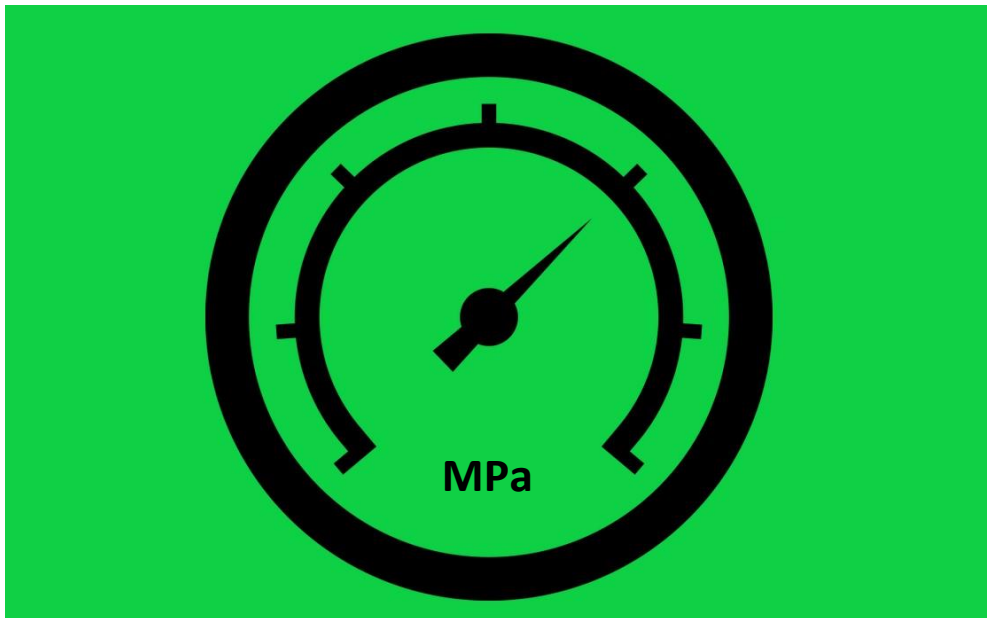


Abb.: Pixabay – OpenClipart-Vectors

Druck ist nicht schlecht, wenn man etwas Neues formen möchte. Ein Spezialist dafür ist das österreichische Unternehmen Engel.

Die Engel Austria GmbH wurde 1945 von Ludwig Engel in Schwertberg (Österreich) als Schlosserei gegründet. In den Anfangsjahren wurden auch Stanzmaschinen zur Verarbeitung von Leder und anderen Werkstoffen hergestellt (1 Die Kraft der Chancen).

In den 1950er Jahren wurde die erste Spritzgießmaschine mit Handhebel-Schließeinheit gebaut. Engel präsentierte 1955 die erste selbst entwickelte Kunststoffspritzgießmaschine auf der Hannover Messe. Schließlich wird ein eigenes Spritzgießmaschinen Programm auf den Markt gebracht (2 Markenimage).

Engel führte 1968 die elektronische Steuerung als Standard für seine Maschinen ein (3 Innovationskultur fördern).

Das Unternehmen begann früh seine Produkte und Dienstleistungen international zu vermarkten. Die Tochter des Gründers und ihr Ehemann trieben die Internationalisierung des Unternehmens voran. In den 1970er Jahren wurden erste Auslandsniederlassungen und ein erstes Produktionswerk im Ausland eröffnet (4 Internationaler Vertrieb).

Das Unternehmen erweiterte in den 1980er Jahren sein Produktportfolio, um sich wandelnden Markt-Anforderungen zu stellen. Engel entwickelte und fertigte Linearroboter für Automatisierungslösungen (5 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Nach und nach wurden auch weitere Werke im Ausland eröffnet. Der Schwiegersohn von Gründer-Tochter Irene und ihrem Mann forcierte die Expansion des Unternehmens nach Asien mit dortigen Produktionsstandorten (4 Internationaler Vertrieb).

In den letzten Jahren hat sich Engel auf Nachhaltigkeit fokussiert. Das Unternehmen entwickelte ressourcenschonende Technologien und setzt auf Kreislaufwirtschaft (6 Fokus auf Nachhaltigkeit).

Die digitale Transformation spielte eine entscheidende Rolle, und Engel integrierte fortschrittliche IoT-Lösungen in seine Maschinen (7 Digitalisierung).

Seit seiner Gründung 1945 ist Engel Austria vollständig in Familienbesitz. Damit konnte das Unternehmen seine Unabhängigkeit bewahren und seine Geschäftsstrategie langfristig ausrichten (8 Eigentümergeführtes Unternehmen).

#EngelSuccessStory #InnovationLeadership #PlasticInjectionPioneer #GlobalManufacturing
#SustainableTechnology #DigitalTransformation

So geht's: Maßnahmen für Innovation und Kundenorientierung – nicht nur 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 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.

5 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.

6 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.

7 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.

8 Eigentümergeführtes Unternehmen: Der Erfolg von eigentümergeführten Unternehmen liegt in der klaren Fokussierung auf ihr Kerngeschäft. Sie sind sehr flexibel und treffen ohne lange Sitzungsmarathons schnelle Entscheidungen. Diese Eigentümer setzen auf den langfristigen Erfolg des Unternehmens und nicht auf kurzfristige Renditen, wie es häufig bei managergeführten Gesellschaften vorkommt.

9 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.

10 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.

11 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](#)