

Von Visionären gelenkt - Der Aufstieg zum Industriegiganten

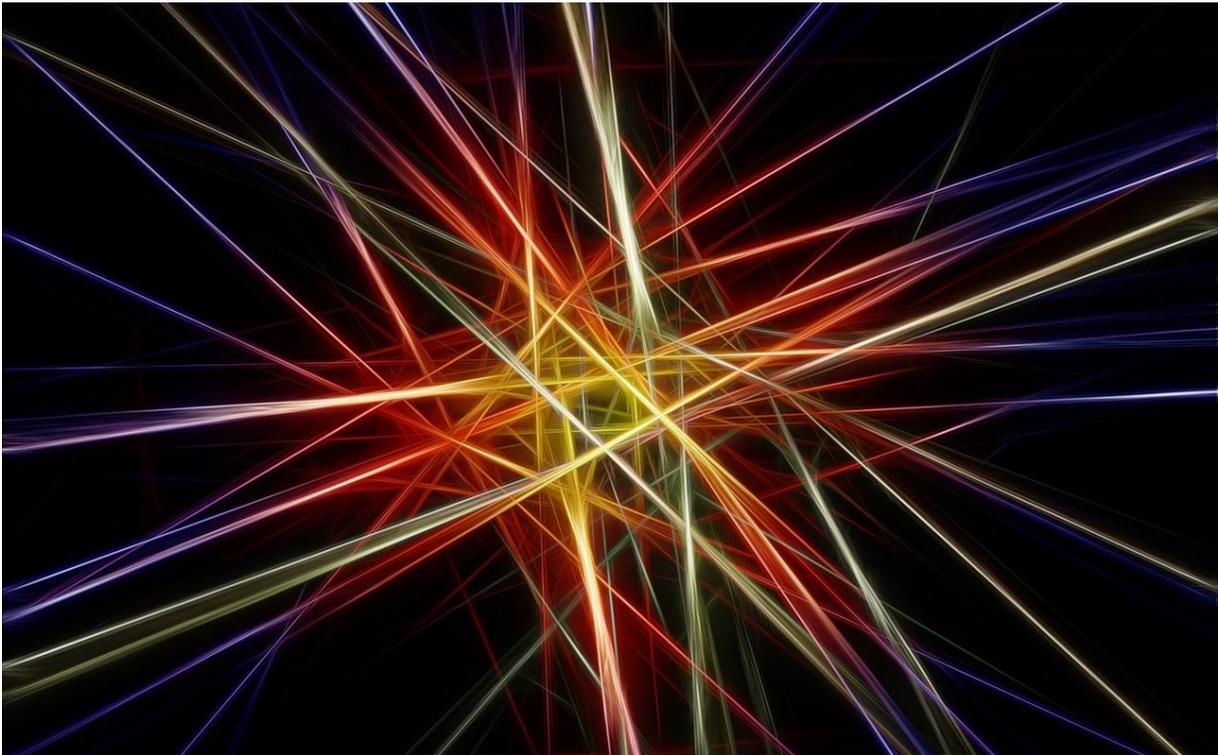


Abb.: Pixabay - geralt

Die Energie zu bündeln, kann einen Handwerksbetrieb zum Branchenführer machen. Die Firma Trumpf kann Energie besonders gut bündeln.

Der Kaufmann Christian Trumpf erwarb im Jahr 1923 die mechanische Werkstätte von Julius Geiger in Stuttgart. Zunächst wurden biegsame Wellen für zahnärztliche Zwecke und für Druckereien gefertigt. Die Firma wächst bis Ende der 1920er Jahre auf 70 Mitarbeiter an (1 Die Kraft der Chancen).

In den 1930er Jahren stellt die Firma ein erste motorbetriebene Handschere zum Schneiden von Blech vor. Daraus wird ein Produktprogramm an Elektro- und Druckluftwerkzeugen abgeleitet. Später wurden auch Fußpumpen für den Flugzeugbau produziert. Die Firma wird in Trumpf & Co. umbenannt (2 Kundenbedürfnisse im Fokus, 3 Markenimage).

Die Umsatzmillion wird im Jahr 1950 überschritten. Neue stationäre Produkte führen zur Vergrößerung des Unternehmens. Es wird ein Werk in Hettingen eröffnet (2 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Trumpf ist jetzt auch auf internationalen Messen präsent und gewinnt einen Kundenstamm im Ausland. Die erste Auslandsgesellschaft wird 1963 in der Schweiz gegründet. Eine weitere folgt 1969 in den USA (4 Internationaler Vertrieb).

1957 patentiert Trumpf die Koordinatenführung von Blechen, welche den Ausgangspunkt für die NC-Steuerung darstellt. Berthold Leibinger wird 1961 Leiter der Konstruktion. Ein „Mobiles Vorführzentrum“ ermöglicht es in den 1960er Jahren, Produkte vor Ort zu zeigen (2 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Trumpf präsentiert 1968 die erste Blechbearbeitungsmaschine mit numerischer Bahnsteuerung auf der Werkzeugmaschinen-Ausstellung in Paris (5 Innovationskultur fördern).

Trumpf verlegt 1972 seinen Standort nach Ditzingen. Berthold Leibinger und Hugo Schwarz erwerben Anteile der Firma und werden später alleinige Firmeneigner. Trumpf entwickelte den ersten CO₂-Laser für die Materialbearbeitung. Das Unternehmen erzielt einen Umsatz von 73 Mio. DM und es hält 100 Patente. Produkte werden in mehr als 100 Länder exportiert (4 Internationaler Vertrieb, 5 Innovationskultur fördern).

in den 1980er und 1990er Jahren etablierte sich das Unternehmen als globaler Anbieter von Werkzeugmaschinen und Lasertechnologie. Trumpf fokussierte sich mit dem Beginn des 21. Jahrhunderts auf Hightech-Lösungen. Die Integration von Software in seine Maschinen steigert so die Fertigungseffizienz (6 Digitalisierung).

In den letzten Jahren arbeitet Trumpf an der konsequenten digitalen Transformation. Das Unternehmen investiert in die Vernetzung seiner Maschinen und die Entwicklung von Industrie-4.0-Lösungen. Das Unternehmen wächst weiter und im Jahr 2023 erreicht es 5,4 Mrd. Euro Umsatz. Heute ist Trumpf ein Weltmarktführer im Bereich Werkzeugmaschinen und Lasertechnologie. Das Unternehmen ist weiterhin im Besitz der Familie Leibinger (6 Digitalisierung, 7 Eigentümergeführtes Unternehmen).

#TrumpfTriumph #GlobalInnovationHub #TrumpfHistorie #LasertechnologyLeader
#FutureofManufacturing #SmartFactorySolutions

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 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.

3 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.

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 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.

6 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.

7 Eigentümergeführtes Unternehmen: Der Erfolg von eigenümergeführten 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.

8 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.

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](#)