

## Eiserner Erfolg – eine atemberaubende Metamorphose

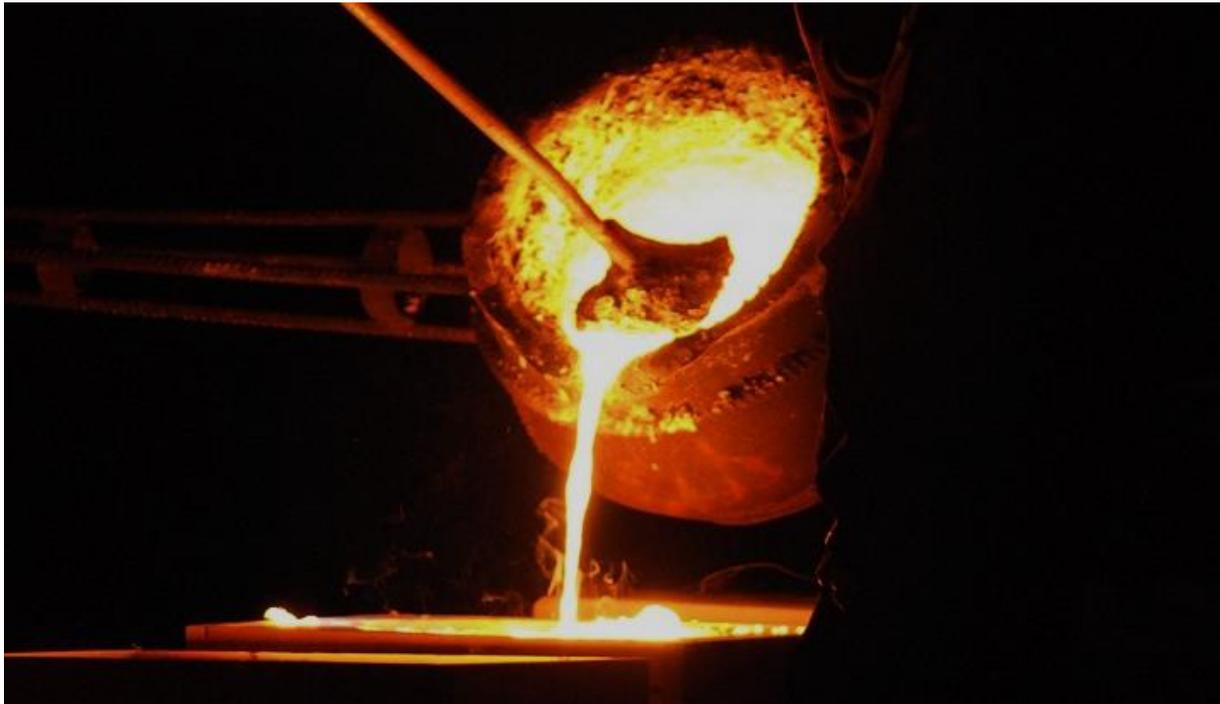


Foto: Pixabay - Enlightening Images

Der Wandel ist notwendig für die langjährige Existenz von Unternehmen. Die Andritz AG ist durch ständige Innovation und internationale Expansion geprägt.

Die Wurzeln der Andritz AG reichen zurück bis ins Jahr 1852. Josef Körösi gründete damals in Graz eine Eisengießerei. Bis 1900 wurden bereits auch Investitionsgüter wie Kräne, Pumpen, Wasserturbinen, Brücken, Dampfkessel und Bergbauausrüstungen hergestellt (1 Die Kraft der Chancen, 2 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Die beiden Weltkriege sowie die Wirtschaftskrise Anfang der 1930er-Jahre schränkten die Produktion zeitweise bis zum Stillstand ein. Nach mehreren Fusionen und Umstrukturierungen wurde die heutige Andritz AG gegründet (3 Markenimage).

Ab 1949 hat Andritz das Produktprogramm überarbeitet. Dampfmaschinen und Luftkompressoren wurde eingestellt. Stattdessen produzierte das Unternehmen Wasserturbinen, Kreiselpumpen, Kräne und Stahlbauten (2 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Zusammen mit Escher Wyss nimmt Andritz 1951 die Produktion von kompletten Papiermaschinen auf (4 Kooperation und Netzwerke).

Andritz startete in den 1960er Jahren die internationale Expansion, insbesondere in Schwellenländer. Das Unternehmen konnte damit den Umsatz und die Exportquote stark ausbauen (5 Internationaler Vertrieb).

In den 1970er Jahren wurden die Anstrengungen im Forschungsbereich intensiviert. Die Maschinenfabrik startet die Produktion von elektrochemischen und metallurgischen Anlagen (6 Innovationskultur fördern).

Das Unternehmen etablierte sich in den 1980er Jahren als bedeutender Akteur im globalen Markt für Anlagen und Ausrüstungen der Papier- und Zellstoffindustrie, rutscht jedoch auch in die Krise. Mit einer strategischen Neuausrichtung schafft Andritz den Schritt zu einem führenden Anbieter von Hightech-Produktionssystemen.

Andritz erweiterte in den 1990er Jahren das Produkt-Portfolio um Umwelttechnologien und die Energieerzeugung. Außerdem starteten nationale / internationale Firmen-Übernahmen und Beteiligungen in dieser Firmenperiode (7 Fokus auf Nachhaltigkeit).

In den 2000er Jahren stieg das Unternehmen zum weltweit führenden Anbieter elektromechanischer Ausrüstungen für Wasserkraftanlagen auf. Damit wurde ein Fokus auf erneuerbare Energien und umweltfreundliche Technologien erreicht (7 Fokus auf Nachhaltigkeit).

Andritz verstärkt in den 2010er Jahren die Forschung und Innovation, zum Beispiel große Anlagen für die Produktion von Biomassepellets.

Das Unternehmen ist durch ständige Anpassung an neue Technologien und Märkte geprägt. Es ist heute in den Bereichen Wasserkraft, Metallurgie, Umwelttechnologien und Fütterungstechnologien tätig. Unter der Marke Metris werden außerdem Produkte und Dienstleistungen im Bereich Industrial Internet of Things angeboten (8 Digitalisierung).

#AndritzErfolg #InnovationÖsterreich #AndritzHistory #AndritzMachinery  
#AndritzIndustrialEquipment #SustainableSolutions #GlobalExpansionJourney

### **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 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.

**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 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.

**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 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.

**9 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.

**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](#)