

Die Zukunft formen



Foto: Pixabay - Life-Of-Pix

Schon gestern begann das Formen von Morgen. Das Unternehmen Schuler hat eine lange und erfolgreiche Geschichte in der Herstellung von Pressen und Umformtechnologie.

Louis Schuler startete eine Schlosserwerkstatt in Göppingen im Jahr 1839. Damit legte er den Grundstein für das Unternehmen (1 Die Kraft der Chancen).

Schuler war schon früh ein Vorreiter in der metallverarbeitenden Industrie. Er fertigte in den 1850er Jahren Obstmühlen und Mostpressen, aber auch Feuerspritzen (2 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Das Unternehmen spezialisierte sich in den 1900er Jahren auf die Herstellung von Pressen und es begann, internationale Märkte zu erschließen (3 Internationaler Vertrieb).

1930 führte Schuler hydraulische Pressen ein. Das was ein Meilenstein in der Umformtechnologie (4 Innovationskultur fördern).

In der Nachkriegszeit wurden Pressen mit integriertem Automationsprozess entwickelt (4 Innovationskultur fördern).

Schuler expandierte in den 1970er Jahren global und eröffnete Produktionsstätten in Nordamerika und Asien (3 Internationaler Vertrieb).

In den 1980er-Jahren führte Schuler die ersten CAD-Systeme ein. 1988 revolutionierte Schuler die Fertigungstechnologie mit der computergesteuerten Presse (5 Digitalisierung).

Schuler fokussierte sich in den 2000er Jahren auf die Digitalisierung u. a. mit der ServoDirekt Technologie für Pressen und auf die vernetzte Produktion (5 Digitalisierung).

Die ANDRITZ AG übernahm Schuler im Jahr 2013, womit auch die internationale Präsenz gestärkt wurde (3 Internationaler Vertrieb).

Heute ist Schuler ein Vorreiter in der Umformtechnologie. Das Unternehmen setzt auf nachhaltige und energieeffiziente Lösungen (6 Fokus auf Nachhaltigkeit).

#SchulerErfolg #MetalFormingLeader #SchulerHistory #GlobalPressingPower #SchulerInnovates
#DigitalManufacturing #SustainableManufacturing

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 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.

4 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.

5 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.

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 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.

8 Frühzeitige Markttests: Frühzeitiges Feedback und Markttests erhöhen die Erfolgschancen 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.

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

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](#)