

Grenzenlose Energie über 75 Jahre



Abb.: Pixabay - schuetz-mediendesign

Der Energie-Nachschub ist wichtig für Anwendungen und für Unternehmen. Das Unternehmen Fronius leistet einen wertvollen Beitrag dazu.

Im Juni 1945 gründete Günter Fronius im österreichischen Pettenbach eine Fach-Reparaturwerkstätte für Radio- und Elektrotechnik. Bereits nach einem Jahr verkauft Fronius die ersten selbst hergestellten Ladegeräte (1 Die Kraft der Chancen, 2 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Fronius spezialisierte sich in den 1950er Jahren auf Elektrotechnik und begann mit der Entwicklung von Schweißtechnologien. Die erste eigene Schweißmaschine wurde entwickelt (3 Innovationskultur fördern).

In den 1960er Jahren wurde das eigene Schutzgas-Schweißgerät auf den Markt gebracht. Eine erste Inverter-Stromquelle fürs Schweißen stellte Fronius in den 1980er Jahren vor (3 Innovationskultur fördern).

Außerdem wurde 1980 die Geschäftsleitung an die nächste Generation übergeben. Das leitet einen Wachstums- und Internationalisierungskurs ein. Es entstehen zahlreiche Tochtergesellschaften rund um die Welt (4 Eigentümergeführtes Unternehmen, 5 Internationaler Vertrieb).

Im Jahr 1990 gründet Fronius in einem Joint Venture mit der Firma Fackel die erste internationale Tochter in der Ukraine (6 Kooperation und Netzwerke).

Fronius erweitert in den 1990er Jahren seine Geschäftsfelder um das Thema Sonnenenergie als Investition in die Zukunft (7 Fokus auf Nachhaltigkeit).

2001 bringt Fronius den ersten Wechselrichter mit Hochfrequenz-Trafo und mehr servicefreundlichen Steckverbindungen auf den Markt. Das Unternehmen trug damit maßgeblich zur Verbreitung von Solaranlagen bei (8 Digitalisierung).

In den 2000er Jahren wurde das Cold Metal Transfer-Verfahren (CMT) etabliert, womit sich dünne Materialien problemlos schweißen lassen. Es war ein Alleinstellungsmerkmal für einige Jahre (3 Innovationskultur fördern).

Im Jahr 2012 übernimmt die Enkelin des Firmengründers die Geschicke des Unternehmens (4 Eigentümergeführtes Unternehmen).

Fronius hat inzwischen mehr als 8.000 Fachkräfte in über 30 Ländern. In den letzten Jahren hat es sich verstärkt auf die Bereiche E-Mobilität und Energiespeicherung konzentriert. Das Unternehmen prägt mit hochmodernen Batteriespeichern und Ladelösungen die Zukunft der nachhaltigen Energieversorgung, wie z. B. mit einem Wasserstoff-Knotenpunkt (9 Markenimage).

#FroniusPettenbach #Erfolgsgeschichte #InnovationLeadership #SolarEnergy #PerfectWelding #PerfectCharging #CleanEnergyPioneer

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 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 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.

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 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.

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 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.

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](#)