

Innovativ und umweltfreundlich - Ein Wegbereiter für Fortschritt!



Abb.: Pixabay - Leuchtturm81

Alle Lebewesen brauchen Lebensmittel, so auch der Mensch. Das Unternehmen Bühler AG (Schweiz) prägt seit über 160 Jahren die Welt der Verarbeitungstechnologien für Lebensmittel.

Adolf Bühler gründet im Jahr 1860 ein Unternehmen für Mühlenbau in Uzwil (1 Die Kraft der Chancen).

Bereits 10 Jahre später wurden die ersten Gusswalzen hergestellt (2 Innovationskultur fördern).

In einer weiteren mechanischen Werkstatt wurden Teile für Stickmaschinen produziert. Dann stellten sich auch erste Erfolge in der Getreideverarbeitung ein, bis Bühler schließlich eigene Getreidemühlen auslieferte (3 Kundenbedürfnisse im Fokus).

In den 1890er Jahren gründete Bühler die erste Tochterfirma in Paris, später auch in Mailand sowie Neapel und es wurde ein Verkaufsbüro in Barcelona eröffnet. Der Sohn des Gründers, Adolf Bühler Junior, leitete jetzt das Unternehmen (4 Internationaler Vertrieb, 5 Eigentümergeführtes Unternehmen).

Im Jahr 1900 hatte Bühler rund 800 Mitarbeiter. Inzwischen wurden auch Maschinen für die Produktion von Teigwaren und von Malz für Bier produziert (3 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Während des Ersten Weltkrieges agierte Bühler erfolgreich im Getreidemühlenbau trotz der Herausforderungen. 1930 erfolgte die erste Auslieferung einer eigenen Druckgussmaschine an den Kunden (2 Innovationskultur fördern).

In den 1950er-1960er Jahren diversifizierte sich Bühler in die weiteren Industriebereiche Getreide-, Lebensmittel- und Kunststofftechnik (3 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Die Einführung computergesteuerter Systeme in die Produktion erfolgte im Jahr 1981 (6 Digitalisierung).

1986 wurde der Urenkel des Gründers, René Bühler, der Geschäftsführer der Firma (5 Eigentümergeführtes Unternehmen).

Bühler legte in den 1980er und 1990er Jahren den Fokus auf Technologien für die Lebensmittelverarbeitung. Außerdem wurde die Präsenz in Asien verstärkt (4 Internationaler Vertrieb).

In den 2000er Jahren trieb Bühler die Digitalisierung der Produktion und moderne Technologien voran (6 Digitalisierung).

In den letzten Jahren intensiviert Bühler seine Bemühungen, den Abfall sowie den Energie- und Wasserverbrauch in den Wertschöpfungsketten der Kunden zu senken (7 Fokus auf Nachhaltigkeit).

Das Unternehmen bleibt in der 5. Generation in den Händen der Familie Bühler (5 Eigentümergeführtes Unternehmen).

Heute ist das Unternehmen weltweit führend in der Entwicklung und Herstellung von Anlagen und Maschinen für die Nahrungsmittelindustrie. Es hat sich als Pionier und Wegbereiter in verschiedenen Branchen etabliert und in seiner Geschichte 7000 Erfindungen patentieren lassen. Weitere erfolgreiche Sparten des Unternehmens sind die Druckgusstechnologie und die chemische Verfahrenstechnik.

#BühlerUzwil #Erfolgsgeschichte #InnovationLeadership #FoodProcessingExcellence
#DigitalTransformation #SustainabilityLeader

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 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.

3 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.

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 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.

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 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 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.

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](#)