

150 Jahre Innovationskraft und Fertigungsexzellenz

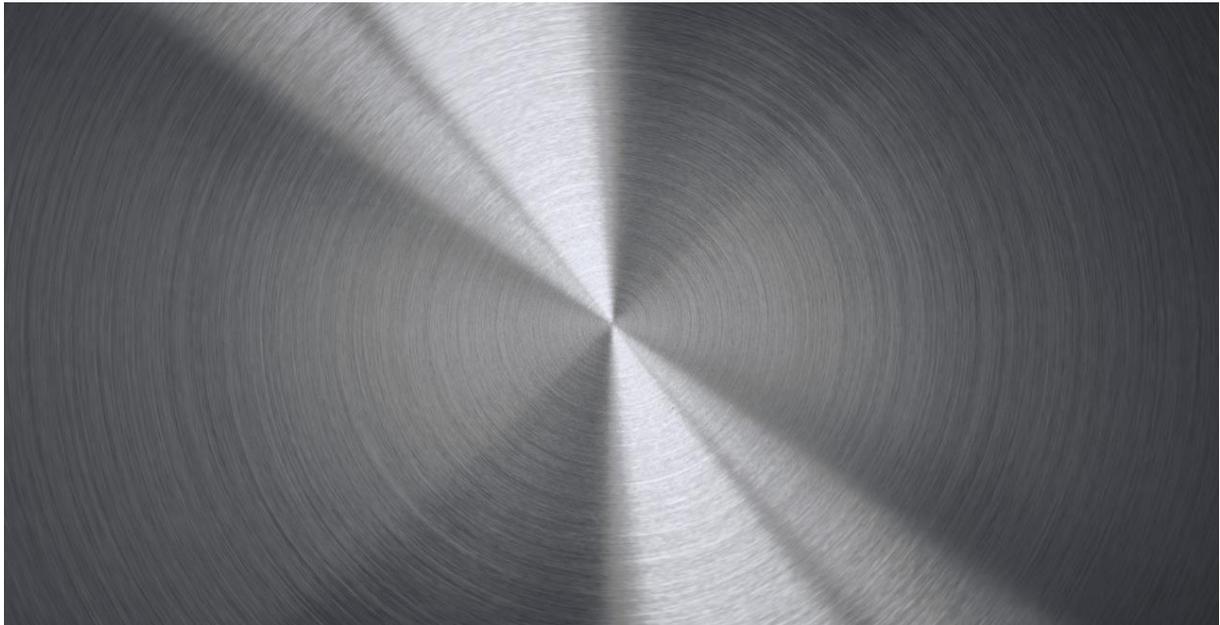


Abb.: Pixabay - jplenio

Unsere Entwicklung ist eng dem Gebrauch von Werkzeugen und Maschinen verbunden. Der Fertigungspionier Gildemeister, heute DMG Mori, hat die Fertigungsbranche nachhaltig gestaltet.

Friedrich Gildemeister gründete zusammen mit Kompagnons im Jahr 1870 eine Werkzeugmaschinenfabrik in Bielefeld (1 Die Kraft der Chancen).

Zunächst wurden in Auftrag Es wurden handwerklich hergestellte gegebene Maschinen und Werkzeuge selbst gefertigt. Das Unternehmen florierte. Am Ende des 19. Jahrhunderts fand die Umwandlung in eine AG statt (2 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Gildemeister erhielt im Jahr 1928 ein Patent für eine neuartige Maschine im Portalformat. Die Weltwirtschaftskrise überstand das Unternehmen ohne unternehmensgefährdende Einbußen (3 Innovationskultur fördern).

Im 2. Weltkrieg wurde die Produktionsstätte komplett zerstört. In der Nachkriegszeit begannen der Nach dem Wiederaufbau erreichte Gildemeister in den 1950er Jahren eine marktführende Stellung in Europa. Neue Maschinen wurden in alle Welt geliefert (4 Internationaler Vertrieb).

Gildemeister übernahm in den 1970er Jahren spezialisierte Unternehmen und präsentierte 1975 die erste Werkzeugmaschine mit CNC–Steuerung (5 Digitalisierung).

Gildemeister kooperierte in den 1990er Jahren mit dem Unternehmen DECKEL MAHO und übernahm dieses schließlich (6 Kooperation und Netzwerke).

Gildemeister installierte 1997 das weltweit erste interaktive Servicenetz in seiner Branche. Zur gleichen Zeit startete die Internet-Präsenz des Unternehmens (5 Digitalisierung).

Im Jahr 2003 wurde der erste Standort mit Produktion außerhalb von Europa in Shanghai eröffnet (4 Internationaler Vertrieb).

Die 2000er Jahre prägte Gildemeister mit seiner Innovationsführerschaft, wofür es einige Preise erhielt (3 Innovationskultur fördern).

Im Jahr 2009 schloss es einen Kooperationsvertrag mit dem japanischen Unternehmen Mori Seiki. 2013 ging Gildemeister in die DMG Mori Seiki auf. Das Branding wurde auf DMG MORI vereint (6 Kooperation und Netzwerke).

Das Unternehmen investierte in den 2010er Jahren verstärkt in die Solar- und Wind-Energie für den Eigenverbrauch (7 Fokus auf Nachhaltigkeit).

Im Jahr 2016 widmete sich ein neu gegründetes Startup dem vollständig vernetzten Produktionsprozess (5 Digitalisierung).

Mit Allianzen und Beteiligungen wurden im Jahr 2019 die Kompetenzen in additiver Fertigung und Künstlicher Intelligenz gestärkt (6 Kooperation und Netzwerke).

Seit 2021 hat DMG Mori einen CO₂-neutralen Footprint (7 Fokus auf Nachhaltigkeit).

DMG Mori ist heute ein führender Hersteller von CNC-gesteuerten Fräs- und Dreh-Maschinen, der auch weltweit präsent ist. Zusätzlich bietet das Unternehmen ganzheitliche Technologie- und Automatisierungslösungen sowie umfangreiche Service-Leistungen an.

#GildemeisterErfolgsgeschichte #PrecisionInInnovation #GlobalLeader #DMGMoriHeritage
#Industry40Innovator #GreenManufacturing

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 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 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 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 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 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](#)