



Abb.: Pixabay Bru-nO

Ein mittleres Unternehmen produziert keine heiße Luft, aber es nutzt Luft beim Automatisieren. Die Firma Festo prägt seit Jahren die Automatisierungsbranche mit Maschinen und smarten Lösungen.

Albert Fezer und Gottlieb Stoll gründeten 1925 das Unternehmen Festo in Esslingen am Neckar für die Produktion von Holzbearbeitungsmaschinen. Bereits im Jahr 1929 schied Albert Fezer aus (1 Die Kraft der Chancen).

In den 1950er Jahren erkannte Kurt Stoll, der älteste Sohn des Gründers, das Potenzial der Drucklufttechnologie. Festo begann, Zylinder, Ventile und Zubehör für den Maschinenbau herzustellen und im ersten eigenen Katalog zu präsentieren (2 Kundenbedürfnisse im Fokus, 3 Markenimage).

Festo expandierte in den 1960er Jahren international. Auslandsgesellschaften entstanden in den USA, der Schweiz, Frankreich und Österreich. Die Idee dahinter war es, weltweit mit eigenem Vertrieb und Service vertreten zu sein (4 Internationaler Vertrieb).

1965 wurde bei Festo das Geschäftsfeld Lehrmittel und Seminare aufgebaut. In den 1970er Jahren wurde es umbenannt und die Zusammenarbeit mit dem Bundesinstitut für Berufsbildung gestartet. Festo Didactic ist heute Weltmarktführer in der industriellen Aus- und Weiterbildung (5 Kooperation und Netzwerke).

Die Söhne des Gründers, Kurt und Wilfried Stoll, leiteten ab dem Jahr 1971 die Geschäfte des Unternehmens (6 Eigentümergeführtes Unternehmen).

Festo und Festool trennten sich im Jahr 2000. Beide Unternehmen blieben im Besitz der Familie Stoll. Festo konzentrierte sich auf Automatisierungstechnik und setzte auf Innovation, wie smarte

Produkte, sowie technische Grundlagenforschungen, z. B. zum Vogel- oder Libellenflug (6 Eigentümergeführtes Unternehmen, 7 Innovationskultur fördern).

2015 wurde die Schweizer Eichenberger Gruppe als Spezialist für Gewindetriebe übernommen. Festo integrierte damit die Kompetenz zu elektromechanischen Antrieben.

Die Resolto Informatik GmbH wurde im Jahr 2018 übernommen mit dem Ziel, künstliche Intelligenz für Industrieanwendungen zu nutzen (8 Digitalisierung).

Festo setzte sich das Klimaziel, die unternehmenseigenen Emissionen und die Emissionen von zugekaufter Energie bis Ende 2023 CO₂-neutral zu gestalten (9 Fokus auf Nachhaltigkeit).

Heute ist Festo ein Global Player mit dem Fokus auf Forschung, Energieeffizienz und Industrie 4.0., weltweit in 61 Ländern vertreten mit 20.800 Mitarbeitern und einem Umsatz von 3,81 Milliarden Euro.

#Festo #Innovation #Automatisierung #Erfolgsgeschichte #Industrie4.0 #GlobalPlayer

Welche Erfolgsgeschichte eines Unternehmens beeindruckt dich? Teile sie gern in den Kommentaren!

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 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 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.

6 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.

7 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.

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 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.

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](#)