

70 Jahre Pionierarbeit für unsere Getränke



Foto: Pixabay - manfredrichter

Viele lieben das Trinken aus Flaschen. Das Befüllen und auch das Etikettieren hat die Krones AG perfektioniert.

Hermann Kronseder gründete im Jahr 1951 die Firma für selbst konstruierte Etikettier-Maschinen in Neutraubling (1 Die Kraft der Chancen).

In den 1950er Jahren wurden die Maschinen für größeren Durchsatz weiterentwickelt. Die Flaschen wurden jetzt erstmals stehend und damit vollautomatisch etikettiert (2 Innovationskultur fördern).

Der Ein- bzw. Auspacker von Flaschen stellte eine clevere Lösung von Krones für einen anderen Bereich im Getränkebetrieb dar und entlastete die Lagerarbeiter (3 Kundenbedürfnisse im Fokus).

In den 1960er Jahren wurde mit den japanischen Partnern eine Lizenzfertigung vereinbart. Außerdem wurden Vertretungen in USA und Frankreich eröffnet (4 Kooperation und Netzwerke, 5 Internationaler Vertrieb).

Im Jahr 1980 wurde die Krones GmbH & Co KG in eine Aktiengesellschaft umgewandelt, was das Vertrauen im internationalen Handel stärkte. (5 Internationaler Vertrieb).

Das Unternehmen wuchs und etablierte sich als führender Anbieter in der Getränkeindustrie. Schulungen für Kunden wurden mit Krones Seminaren 1986 eingeführt (6 Markenimage).

In den frühen 1990er Jahren wurden Füllsysteme mit elektronischer Steuerung ausgerüstet. Außerdem dokumentierte ein Prozessleitsystem alle Prozesse und Betriebsdaten (7 Digitalisierung).

Mit Übernahmen wurde Krones in der Mitte der 1990er Jahre Gesamtanbieter für Brauerei-Technologie (3 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Volker Kronseder übernimmt den Vorstandsvorsitz von Hermann Kronseder im Jahr 1996 (8 Eigentümergeführtes Unternehmen).

In den Jahren 1998 und 1999 wurden Systeme mit dem Umweltpreis ausgezeichnet (9 Fokus auf Nachhaltigkeit).

Im Jahr 2004 lieferte Krones die aseptische Abfülltechnologie und die Anlage zur Produktion der PET-Flaschen (2 Innovationskultur fördern).

Der Teleservice zur Störungsanalyse und Parameter-Überprüfung wurde im Jahr 2005 eingeführt (7 Digitalisierung).

Das enviro-Programm wurde 2008 gestartet, um einen Industriestandard für energie- und umweltverträgliche Maschinen zu schaffen (9 Fokus auf Nachhaltigkeit).

Der Software-Baukasten von Krones für eine integrierte Produktion wurde 2012 etabliert (7 Digitalisierung).

Im Jahr 2016 schied Volker Kronseder aus dem Vorstand aus und wurde zum neuen Vorsitzenden des Aufsichtsrats gewählt (8 Eigentümergeführtes Unternehmen).

2019 wurde die Krones Akademie mit 16 Schulungsräumen und 1500 m² Hallenfläche für das praxisnahe Training von Kunden eröffnet (10 Frühzeitige Markttests).

Im Jahr 2021 erreichte die Krones AG im Ranking der klimabewussten Unternehmen Deutschlands den Platz 48 der Top 100 (9 Fokus auf Nachhaltigkeit).

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

#KronesSuccessStory #70YearsOfInnovation #BeverageTechnology

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 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.

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 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.

7 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.

8 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.

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](#)