

Von der Garage zur globalen Größe als unsichtbarer Held



Foto: Hirschmann Automotive

Kleine Signale können in der Industrie Großes bewirken. Das Unternehmen Hirschmann Automotive beherrscht die Verbindung in Form von dichten Steckverbindern, auch für kleine Signale.

Richard Hirschmann gründet 1959 die Richard Hirschmann GesmbH in Rankweil, Österreich. Die Firma startete mit der Entwicklung und Produktion von nachrichtentechnischen Geräten, wie Sendern, Empfängern und Antennen (1 Die Kraft der Chancen).

In den 1970er und 1980er Jahren wurde der Einstieg in die Steckverbindungstechnik vollzogen, insbesondere mit mehrpoligen Steckverbindungen für die Kommunikationstechnik. Das Unternehmen startete auch die Entwicklung von Lautsprecherkabeln für die Automobilindustrie (2 Innovationskultur fördern).

Das Produkt-Portfolio wurde in den 1990er Jahren erheblich erweitert z. B. mit Leitungssätzen für Pkw-Systeme (3 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Hirschmann gründete ein Joint-Venture mit dem tschechischen Unternehmen Trend-V im Jahr 1993 (4 Kooperation und Netzwerke).

Im Jahr 1997 wurde Hirschmann ein Teil der Rheinmetall AG und setzte weiterhin auf Innovation und Qualität.

Die globale Expansion begann in den 2000er Jahren. Außerdem erweiterte Hirschmann Automotive das Produktspektrum um Sensoren und kreierte innovative Lösungen für die Automobilbranche (5 Internationaler Vertrieb, 3 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Im Jahr 2003 wurde Hirschmann durch die F&R Industriebeteiligungen GmbH übernommen und bekam seinen heutigen Namen.

Der Geschäftsbereich Erneuerbare Energien wurde in den 2010er Jahren gegründet. Gleichzeitig fand der Aufbau ein neues Kompetenzzentrum für Stanz- und Biegetechnologie statt (6 Fokus auf Nachhaltigkeit).

In den 2020er Jahren wurde der neue Geschäftsbereich E-JOYN geschaffen. Dieser hat einen starken Fokus auf die Zukunftstechnologien Robotik, autonomes Fahren und E-Mobilität (2 Innovationskultur fördern).

Hirschmann Automotive treibt die konsequente Digitalisierung seines gesamten Wertschöpfungs-systems voran. Das Unternehmen setzte sich für das Engineering das Ziel, einen durchgängigen digitalen Produktentstehungsprozess einzurichten (7 Digitalisierung).

Die direkten Emissionen aller Standorte und die indirekten Emissionen aus eingekaufter Energie wurden Ende 2022 um 28 % reduziert (6 Fokus auf Nachhaltigkeit).

Die Hirschmann Automotive GmbH erreichte im Jahr 2022 einen Umsatz von 530 Mio. € mit ca. 7600 Mitarbeitern an 7 Standorten.

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

#Automobilindustrie #Erfolgsgeschichte #Innovation

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 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.

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 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 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.

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](#)