



Foto: Sulzer

Unternehmen, die schon so lange existieren, haben viele Herausforderungen gemeistert. Die Firma Sulzer hat es geschafft.

Die Gebrüder Johann Jakob und Salomon Sulzer gründeten im Jahr 1834 die Firma Gebrüder Sulzer, Gießer im schweizerischen Winterthur mit Dreher- und Schlosserwerkstatt (1 Die Kraft der Chancen).

Die erste Sulzer-Dampfmaschine wurde 1854 ausgeliefert. Sie war entscheidend für erste Erfolge und das Wachstum des Unternehmens. (2 Innovationskultur fördern).

Das erste ausländische Verkaufsbüro wurde im Jahr 1860 in Turin eröffnet (3 Internationaler Vertrieb).

Sulzer steigt im Jahr 1880 in den Bau von Kältemaschinen ein. Bis zur Jahrhundertwende steigt die Zahl der Mitarbeiter auf über 3000.

Sulzer arbeitete mit Rudolf Diesel zusammen. Daraus entstand 1898 der erste Sulzer-Dieselmotor. Dieser löste allmählich die dominierende Dampfmaschine ab (4 Kooperation und Netzwerke, 5 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Die Weltwirtschaftskrise 1930 bis 1937 verursacht einen einschneidenden Personalabbau, weil die Produktion auf 40 Prozent absank.

Ab dem Jahr 1945 begann eine Phase des Wachstums und dem Ausbau der Auslandaktivitäten (3 Internationaler Vertrieb).

Sulzer übernahm 1961 die Schweizerische Lokomotiv- und Maschinenfabrik in Winterthur. Es begann der Siegeszug des Großdieselmotors, auch von Sulzer.

1968 verstärkte Sulzer sein Engagement für die Materialtechnologie. Diese wurde die Grundlage für Produkte der Medizintechnik. Damit startete auch die Transformation vom Maschinenbauer zum Technologiekonzern.

Sulzer übernahm 1985 die Plasma Technik AG. Die Werkstoff- und Oberflächentechnik passten perfekt zu den bestehenden Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten (2 Innovationskultur fördern).

Der Konzern startete im Jahr 1999 einer Reorganisation mit der Etablierung eigenständiger Bereiche, mit Verkäufen, einem Joint Venture und einer neuen Geschäftseinheit. Im Jahr 2002 hatte Sulzer noch vier Divisionen Pumps, Metco, Chemtech und Turbo Services.

Im Jahr 2004 veröffentlicht Sulzer erstmals einen Nachhaltigkeitsbericht, der positives Echo auslöste (6 Fokus auf Nachhaltigkeit).

Die KI-Lösung BLUE BOX von Sulzer wurde 2018 bei den Swiss Digital Economy Awards mit dem Goldzertifikat Industrie 4.0 ausgezeichnet. Sie nutzt maschinelles Lernen zur Auswertung der Pumpen-Betriebsdaten in Echtzeit (7 Digitalisierung).

Sulzer bildete im Jahr 2020 mit H&M eine Partnerschaft, um das Start-up Worn Again zu fördern, ein Unternehmen der Textilrecycling-Technologie (6 Fokus auf Nachhaltigkeit).

Die CO₂-Emissionen wurden im Jahr 2021 um 25% reduziert und der Einsatz von dekarbonisierter Energie verfünffacht (6 Fokus auf Nachhaltigkeit).

Sulzer ist heute ein Pump-, Rühr-, Misch-, Trenn- und Applikations-Spezialist für Flüssigkeiten aller Art mit einem Umsatz von 3,3 Milliarden CHF und ca. 13.000 Mitarbeitern weltweit.

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

#Erfolgsgeschichte #Sulzer #Innovation #FluidEngineering

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 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.

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 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.

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 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 Erfolgschancen 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](#)

