

Alles muss sich drehen, aber nach welchem Maßstab?



Foto: blickpixel

Werkzeuge sind unerlässlich in Unternehmen. Kritisch wird es, wenn außergewöhnliche Typen davon fehlen. Ein kleinerer Spezialist für Gewindewerkzeuge ist die Lubero GmbH.

Gustav Schwebinghaus und Paul Lusbrink gründeten 1926 die Lusbrink & Schwebinghaus oHG. Sie produzierten zunächst nur Haltewerkzeuge für verschiedene Zerspanungswerkzeuge (1 Die Kraft der Chancen).

Am Anfang der 30er Jahre begannen sie die Herstellung von runden und Sechskantschneideisen aus Werkzeugstahl und später auch aus High Speed Steel (2 Innovationskultur fördern).

1954 begann Alfred Schwebinghaus, der Sohn eines Gründers, die Produktion von Hand- und danach auch Maschinen-Gewindebohrern für die häufigsten Gewindearten und -formen (3 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Die Unternehmensgewinne wurden konsequent in die Weiterentwicklung von Produkten und Fertigungsverfahren investiert. Damit wurde auch die hohe Qualität der LUBERO-Werkzeuge abgesichert (4 Markenimage).

Im Jahr 1980 trat Gerd Schwebinghaus nach dem Maschinenbaustudium in das Unternehmen ein. Er führt es seit 1996 allein (5 Eigentümergeführtes Unternehmen).

In den 80er Jahren führte LUBERO ein Farbringsystem am Schaft seiner Maschinen-Gewindebohrer ein. Jede der sechs möglichen Farben steht für einen bestimmten Anwendungsbereich mit spezifischen Werkstoffen (3 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Das Unternehmen konzentrierte sich in den vergangenen 20 Jahren auf die Konstruktion von Sonder-Gewindewerkzeugen neben der Fertigung zahlreicher Standardartikel (3 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Lubero betreibt einen zweisprachigen Onlineshop für seine Produkte. Im Lager geführte Artikel werden in der Regel innerhalb von 24 Stunden geliefert (6 Digitalisierung, 7 Internationaler Vertrieb).

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

#Erfolgsgeschichte #Lubero #Gewindewerkzeuge

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 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.

5 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.

6 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.

7 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.

8 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.

9 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.

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](#)