

## Luftbehandlung mit Fred und Paul



Foto: Stadler Form AG

Wir möchten schöne und zweckmäßige Produkte in unserer Umgebung. Das Unternehmen Stadler Form befriedigt diese Bedürfnisse und es hat besondere Produktnamen.

Die Geschichte des Unternehmens begann damit, dass Martin Stadler von den verfügbaren Luftbefeuchtern auf dem Markt enttäuscht war. So beschloss er im September 1998, ein besseres Gerät selbst zu entwickeln. Dafür gründete er die Stadler Form AG in Zug in der Schweiz (1 Kundenbedürfnisse im Fokus, 2 Die Kraft der Chancen).

Im Herbst 1999 wurde der Luftbefeuchter Fred erfolgreich eingeführt. Fred hatte eine außergewöhnliche Gestalt vom Designer Matti Walker. Es gewann schnell viele Kunden in der Schweiz und Westeuropa (3 Innovationskultur fördern, 4 Kooperation und Netzwerke).

Der Luftbefeuchter Oskar mit seiner kubischen Form brachte neuen Erfolg im Jahr 2008. Schnell wurde der Verdunster dank seines Designs, seiner intuitiven Bedienung und dem leisen sowie energiesparenden Betrieb zum echten Publikumsliebling (1 Kundenbedürfnisse im Fokus, 5 Fokus auf Nachhaltigkeit).

Die Stadler Form gewann mit den Luftentfeuchtern Albert und Oskar sowie dem Heizlüfter Anna im Jahr 2013 gleich 3 red dot Design Awards für die Gestaltungsqualität ihrer Produkte (6 Markenimage).

Im Jahr 2015 brachte Stadler Form den ersten Heizlüfter mit stufenloser Heizleistung auf den Markt. Paul war weltweit der erste Heizlüfter mit stufenloser Heizleistung und Eignung auch fürs Badezimmer (3 Innovationskultur fördern).

Pünktlich zum 20-jährigen Firmenjubiläum im Jahr 2018 konnte Stadler Form über den internationalen Vertrieb in über 50 Länder berichten (7 Internationaler Vertrieb).

In den folgenden Jahren entwickelte Stadler Form neue Luftbefeuchter, Luftreiniger, Aroma Diffuser, Ventilatoren und brachte diese auf den Markt (3 Innovationskultur fördern).

Außerdem gewann das Unternehmen weitere Preise, so German Design Awards und red dot Design Awards (6 Markenimage).

Einige Produkte lassen sich mit einer App über das Mobiltelefon steuern (8 Digitalisierung).

Die Produkte der Stadler Forma AG sind geschätzt für ihre ästhetischen und technischen Eigenschaften. Das Unternehmen ist weiterhin unter der Leitung vom Gründer Martin Stadler (9 Eigentümergeführtes Unternehmen).

#StadlerFormAG #Erfolgsgeschichte #Innovation #Design #Luftqualität

### **So geht's: Maßnahmen für Innovation und Kundenorientierung – nicht nur im Mittelstand**

**1 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.

**2 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.

**3 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.

**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 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.

**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 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 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 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 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](#)