



Foto: pixabay - Vietnamtourin

Wer möchte nicht über Berge oder durch Städte dahinschweben, um neue Horizonte zu entdecken? Die Doppelmayr/Garaventa-Gruppe aus Österreich produziert Seilbahnen und Erlebnisbahnen.

Konrad Doppelmayr übernahm im Jahr 1893 die Schmiede in Wolfurt, Österreich. Reparaturen wurden erledigt und Maschinen für die Landwirtschaft hergestellt (1 Die Kraft der Chancen).

Karl Garaventa gründete im Jahr 1928 ein Unternehmen zum Bau kleinerer Material- und Personenseilbahnen in Immensee, Schweiz (1 Die Kraft der Chancen).

Anton Frech gründete 1939 die Carosserie-Werke Aarburg - CWA (1 Die Kraft der Chancen).

Emil Doppelmayr, der Sohn des Gründers, übernahm 1928 die Geschäftsleitung des Unternehmens (2 Eigentümergeführtes Unternehmen).

1937 errichtete die Firma Doppelmayr ihren ersten Skilift im Skiort Zürs am Arlberg, Österreich (3 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Mit zwei Skiliften in Kanada positionierte sich Doppelmayr im Jahr 1953 auch in Übersee als Seilbahnen-Experte (4 Internationaler Vertrieb).

1964 eröffnete Garaventa die 1. große konzessionierte Seilbahn in der Schweiz. Sie führte von Jakobsbad auf den Kronberg (3 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Garaventa baute 1967 die damals größte Luftseilbahn der Welt in Palisades Tahoe, Kalifornien (4 Internationaler Vertrieb).

CWA baute im Jahr 1956 die erste Seilbahnkabine in Aluminium-Leichtbau (5 Innovationskultur fördern).

1974 gewann CWA den Wettbewerb für die Luftseilbahn-Anlage in New York City als öffentliches Verkehrsmittel (4 Internationaler Vertrieb).

Im Jahr 2001 verkaufte die Familie Frech ihr Unternehmen CWA an die Doppelmayr Gruppe. Die Hersteller Doppelmayr und Garaventa fusionierten im Jahr 2002 zur Doppelmayr/Garaventa Gruppe (6 Kooperation, Netzwerke und Firmenkäufe).

In den folgenden Jahren baute die Gruppe innovative und einzigartige Seilbahnen in vielen Ländern und realisierte auch urbane Projekte in Metropolen wie London und La Paz (5 Innovationskultur fördern).

Die Gruppe bildet auch das Dach für 8 eigene Marken, vor allem für Seilbahnen, aber auch für Intralogistik-Komplettlösungen (7 Markenimage).

Mit der neuen Resort Management Software clair bot die Gruppe im Jahr 2021 den Betreibern von Tourismus-Resorts die perfekte Übersicht über ihre Anlagen und Systeme (8 Digitalisierung).

Die Gruppe stellte 2023 das Energiespeichersystem ESFOR für Seilbahnen vor. Der Dieselmotor für den Notantrieb wurde damit überflüssig. Beim Ausfall der Hauptenergie wird die Seilbahn mit Strom aus dem Energiespeicher zurückgeführt (9 Fokus auf Nachhaltigkeit).

Die Gruppe ist Weltmarktführer im Seilbahnbau. Sie erwirtschaftet heute einen Umsatz von 946 Mio. Euro mit ca. 3300 Mitarbeitern und Tochterunternehmen oder Vertretungen in 50 Ländern.

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

#Doppelmayr #Garaventa #Erfolgsgeschichte #Seilbahnen

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 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.

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 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.

5 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.

6 Kooperation, Netzwerke und Firmenkäufe: 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.

7 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.

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 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](#)