

Der erfolgreiche Wegweiser in der Verkehrstechnik



Foto: privat

Anstatt der Eigeninitiative von Bahn-Mitarbeitern gibt es auch professionelle Hersteller von wegweisender Technik. Scheidt & Bachmann ist ein solches Unternehmen mit erfolgreicher Geschichte von über 150 Jahren.

Im Jahr 1872 gründeten Friedrich Wilhelm Scheidt und Carl Bachmann in Mönchengladbach eine mechanische Werkstatt. Mit 8 Mitarbeitern produzierten sie Textilmaschinen, Transmissionen und kleine Dampfmaschinen (1 Die Kraft der Chancen).

Das Unternehmen begann schon im Jahr 1879 mit der Konstruktion von mechanischer Signaltechnik für die Expansion der Eisenbahn (2 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Das erste Patent erhielt Scheidt & Bachmann im Jahr 1896 für eine Antriebsvorrichtung für Wegschranken (3 Innovationskultur fördern).

In den 1930er Jahren nutzte Scheidt & Bachmann die schwache Marktsituation für Zapfsäulen und übernahm einen Hersteller sowie dessen Absatzmarkt, womit ein weiterer Geschäftsbereich für Tankstellen entstand (4 Kooperation, Netzwerke und Firmenkäufe).

Der Einstieg in die Elektronik meisterte das Unternehmen im Jahr 1961 mit elektronisch gesteuerten Schrankenanlagen und elektromechanischen Zapfsäulen-Automaten (3 Innovationskultur fördern).

In den 1960er Jahren betrat Scheidt & Bachmann das dritte Geschäftsfeld die Parkraum-Bewirtschaftung mit Schrankenantrieben, Lichtzeichenregelungen und Parkautomaten (2 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Erste mit Mikroprozessor gesteuerte Produkte brachte das Unternehmen Anfang der 1970er Jahre in den Bereichen Tank- und Parkhaus-Anlagen auf den Markt (5 Digitalisierung).

Für die Rationalisierung im Verkauf von Fahrausweisen wurde im Jahr 1978 eine Münzverarbeitung entwickelt und europaweit patentiert, was auch zum vierten Geschäftsfeld Systeme für Fahrgeldmanagement führte (2 Kundenbedürfnisse im Fokus).

In den 1990er Jahren gründete Scheidt & Bachmann Niederlassungen in der Slowakei und in den USA und erstellte das erste digitale Fahrgeldmanagementsystem (6 Internationaler Vertrieb, 5 Digitalisierung).

Das neue Jahrtausend forcierte den digitalen Wandel. Das Unternehmen trieb die Integration von Verkehrs- und Parksystemen voran (3 Innovationskultur fördern, 5 Digitalisierung).

In den 2010er Jahren wurde Nachhaltigkeit ein zentrales Thema. Scheidt & Bachmann investierte in umweltfreundliche Technologien und trieb die Entwicklung von Lösungen für die E-Mobilität voran (7 Fokus auf Nachhaltigkeit).

Heute ist Scheidt & Bachmann ein Vorreiter der Digitalisierung und des Internets der Dinge (IoT). Das familiengeführte Unternehmen in der 5. Generation ist ein Symbol für Beständigkeit und stetige Innovation. Es erwirtschaftet einen Umsatz von etwa 450 Mio. Euro mit ca. 3.500 Mitarbeitern und rund 30 Tochtergesellschaften (8 Eigentümergeführtes Unternehmen).

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

#Mobilität #Scheidt&Bachmann #Erfolgsgeschichte

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 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.

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, 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.

5 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.

6 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.

7 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.

8 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.

9 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.

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](#)