

Ein Fluss im Namen vom Hidden Champion der Chemie



Foto: Pixabay - Michal Jarmoluk

In vielen Lebensbereichen helfen uns spezielle Chemikalien, wie z. B. Pharmarohstoffe oder Nahrungsergänzungsmittel. Die Alchem Group AG ist ein Unternehmen, das in seinen Produktfeldern zu den Marktführern gehört.

Nach dem erkannten Nutzen von Stickstoff als Düngemittel wurde 1908 die Bayerischen Stickstoffwerke AG mit Sitz in München gegründet (1 Die Kraft der Chancen).

In den Jahren bis 1912 erfolgte der Bau des Kalkstickstoffwerkes Trostberg und des Carbidwerkes Schalchen zur Produktion von Karbid und Stickstoffverbindungen. Weitere Werke folgten bis 1920 in Piesteritz / Brandenburg und Chorzow / Oberschlesien (2 Kundenbedürfnisse im Fokus).

In den 1950er Jahren erlebte das Unternehmen einen starken Aufschwung mit Produktpaletten in den Bereichen Metallurgie und Cyanamid-Chemie (2 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Das Unternehmen stieg in die Bauchemie mit dem Betonfließmittel MELMENT® im Jahr 1968 ein (3 Markenimage).

Der Bau der kanadischen Produktionsstätte in Becancour / Quebec im Jahr 1974 startete die Internationalisierung des Unternehmens (4 Internationaler Vertrieb).

Im Jahr 1981 begann das Unternehmen das Naturstoff-Geschäft mit Hopfenextraktion (5 Fokus auf Nachhaltigkeit).

Mit dem Erwerb der Sanofi Bio-Industries, der Master Builders Technologies und der Goldschmidt AG in den 1990er Jahren erweiterte das Unternehmen die Bereiche Naturstoffe, Bauchemie und Performance-Chemie (6 Kooperation, Netzwerke und Firmenkäufe).

Im neuen Jahrtausend setzte das Unternehmen verstärkt auf Innovation unter anderem entstand Creapure®, ein hochwertiges Kreatinprodukt für die Sporternährung (3 Markenimage).

In den 2000er und 2010er Jahren änderten sich die Eigentumsverhältnisse mehrfach. Im Jahr 2011 wurde das Unternehmen zur Alzchem AG gewandelt.

Alzchem investierte ab 2015 in den Bereich Futtermittelzusätze und baute dafür eine Produktionsanlage auf (7 Innovationskultur fördern).

Zu Beginn 2020er Jahren stand die Digitalisierung im Mittelpunkt. So begann die Alzchem mit der Einführung von Tablets für die Auszubildenden im Fachbereich Chemie noch vor der Corona-Pandemie im Frühjahr 2020 (8 Digitalisierung).

Das Unternehmen erhielt im Jahr 2024 erstmals das Platin-Rating für nachhaltige Unternehmensführung (5 Fokus auf Nachhaltigkeit).

Heute ist die Alzchem Group ein erfolgreicher Akteur für Spezialchemikalien in der Chemiewelt. Im Jahr 2023 erwirtschaftete die Gruppe mit rund 1.700 Mitarbeitern einen Umsatz von 540 Mio. Euro bei einem EBITDA-Gewinn von 81 Mio. Euro.

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

#Spezialchemie # AlzchemGroup #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.

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.

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 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 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 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.

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](#)