



Foto: Pixabay - Paul Brennan

Wir mögen Tageslicht in Gebäuden und in der Fahrzeugindustrie sind robuste und leichtgewichtige Komponenten beliebt. Die Produkte von LAMILUX stehen für diese Zwecke.

Zimmerermeister Heinrich Strunz gründete das Unternehmen als Sägewerk in Rehau / Oberfranken im Jahr 1909 (**1 Die Kraft der Chancen**).

Schon im Jahr 1918 nahm er die Produktion montagefertiger Holzbauten auf. Außerdem meldete er zahlreiche Patente für diese neuen Konstruktionen an (**2 Innovationskultur fördern**).

Der Sohn, Rudolf Strunz, übernahm die Geschäftsleitung im Jahr 1941 und er machte einen industriellen Betrieb daraus (**3 Eigentümergeführtes Unternehmen**).

Im Jahr 1955 startete das Unternehmen die Herstellung von Produkten mit glasfaserverstärkten Kunststoffen (GFK). Ab diesem Jahr wurden GFK-Wellbahnen und Lichtkuppeln unter der Markenbezeichnung LAMILUX produziert (**4 Markenimage**).

LAMILUX-Lichtkuppeln wurden in den 1960er und 1970er Jahren auf vielen Sport- und Industriehallen angebracht. Transparente LAMILUX-Wellbahnen überdachen Pergolas und dienten als Sichtschutz auf Balkonen (**5 Kundenbedürfnisse im Fokus**).

Heinrich Strunz wurde geschäftsführender Gesellschafter der 3. Generation des Familienunternehmens im Jahr 1985 (**3 Eigentümergeführtes Unternehmen**).

Im Jahr 2011 übernahm LAMILUX die Firma Pecolit in Schifferstadt (**6 Kooperationen, Netzwerke und Firmenkäufe**).

LAMILUX entwickelte im Jahr 2013 als erster Hersteller energieeffiziente Oberlichter für Passivhäuser und brachte diese erfolgreich auf den Markt. In diesem Jahr erreichte die Exportquote auch mehr als 60 Prozent (**7 Fokus auf Nachhaltigkeit, 8 Internationaler Vertrieb**).

Das Unternehmen, die Produkte und die Familienunternehmer erhielten seit den 2010er Jahren zahlreiche Preise (**7 Fokus auf Nachhaltigkeit, 2 Innovationskultur fördern**).

Seit Anfang 2018 wurden auch die roda Licht- und Lufttechnik GmbH sowie die E.M.B. Products AG in die LAMILUX Gruppe eingegliedert (**6 Kooperationen, Netzwerke und Firmenkäufe**).

Im Jahr 2019 stiegen Johanna und Alexander Strunz als vierte Familiengeneration in die Geschäftsführung ein (**3 Eigentümergeführtes Unternehmen**).

LAMILUX gewann mit seinem neuem Building Information Modeling- und Produkt-Konfigurator im Jahr 2021 in der Kategorie „Digitales Kundenerlebnis“ den Digital Champions Award. Außerdem veröffentlichte das Unternehmen in 2021 den virtuellen Showroom LAMILUX World (**9 Digitalisierung**).

110 Jahre nach seiner Gründung ist LAMILUX ein führender Anbieter von Tageslichtsystemen und glasfaserverstärkten Kunststoffen. Die Firmengruppe erreichte im Jahr 2023 einen Umsatz von 354 Mio. Euro mit 1.300 Mitarbeitern. LAMILUX gehört zu den besten 5 % der Arbeitgeber auf der Bewertungsplattform kununu und wurde mit dem Top Company Award 2024 ausgezeichnet.

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

#Lichtarchitektur #Lamilux #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 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 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.

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 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.

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 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 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.

9 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.

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](#)