

Wie ein Unternehmen das Raumklima revolutionierte



Foto: Pixabay - natik_1123

Wir schätzen Design und Funktionalität im Wohnbereich. Genau hier setzt die Zehnder Group die Maßstäbe.

Im Jahr 1895 baute Jakob Zehnder im schweizerischen Gränichen ein Wohnhaus mit mechanischer Werkstatt für Reparaturen aller Art (**1 Die Kraft der Chancen**).

Zusammen mit seinen drei Söhnen gründete er die Kollektivgesellschaft J. Zehnder & Söhne (**2 Eigentümergeführtes Unternehmen**).

Die Zehnder-Brüder entwickelten im Jahr 1923 das legendäre Leichtmotorrad "Zehnderli", welches die Schweiz eroberte und in einer Serie von 1000 Stück produziert wurde (**3 Kundenbedürfnisse im Fokus**).

Zehnder spezialisierte sich auf Heiztechnik und stellte im Jahr 1930 den weltweit ersten europäischen Stahlradiator „Charleston“ vor. Er vereinte Komfort und Funktionalität (**4 Innovationskultur fördern, 5 Markenimage**).

Die dritte Zehnder-Generation übernahm die Geschäftsleitung der Firma im Jahr 1959 (**2 Eigentümergeführtes Unternehmen**).

Der Röhrenradiator wurde auch zum Exportschlager und festigte Zehnders Ruf als Pionier in der Heiztechnik. Im Jahr 1964 baute Zehnder ein eigenes Produktionswerk in der Nähe von Freiburg im Breisgau (**6 Internationaler Vertrieb**).

Zehnder bewies im Jahr 1979 seinen Pioniergeist und entwickelte den ersten Badheizkörper. Er ist bis heute ein Erfolgsprodukt (**4 Innovationskultur fördern**).

Hans-Peter Zehnder übernahm 1993 den Vorsitz der Gruppenleitung als Vertreter der vierten Generation (**2 Eigentümergeführtes Unternehmen**).

Im Jahr 1996 trat Zehnder als erstes ausländisches Unternehmen in den chinesischen Heizkörpermarkt ein (**6 Internationaler Vertrieb**).

In den 2000er Jahren stieg das Unternehmen in das Geschäft mit Komfortlüftungen ein. Es eröffnete auch einen weiteren Geschäftsbereich mit Luftreinigungssystemen für Industrie, Logistik sowie Lebensmittel- und Getränkeindustrie (**3 Kundenbedürfnisse im Fokus**).

Zehnder etablierte sich in den 2010er Jahren als führender Anbieter für Raumklimasysteme. Der Fokus auf Nachhaltigkeit und Energieeffizienz wurde mit innovativen Produkten und Systemlösungen unterstrichen (**7 Fokus auf Nachhaltigkeit**).

Im Jahr 2022 übernahm die Gruppe die Firmen Filtech und Airia Brands. Damit trieb sie das Wachstum in der Lüftungsbranche voran und stärkte ihre technologische Kompetenz (**8 Kooperationen, Netzwerke und Firmenkäufe**).

Zehnder stellt seit ein paar Jahren digitale Daten für die Planung von Komfortlüftungssystemen, sowie Datensätze für ausgewählte Profi-Programme zur Heizkörperauswahl, Badplanung und Ausschreibung zur Verfügung (**9 Digitalisierung**).

Heute ist die Zehnder Group ein führender Anbieter für Heizkörper, Lüftungssysteme und Raumklimalösungen und sie gestaltet die Branche aktiv mit. Weltweit gehören nahezu 3.800 Mitarbeiter zur Gruppe und sie erwirtschaften 762 Mio. Euro bei einem zweistelligen EBITDA-Wert.

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

#Raumklima #ZehnderGroup #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 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 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.

5 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.

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 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.

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](#)