

Wie ein Familienunternehmen die Automatisierung veränderte

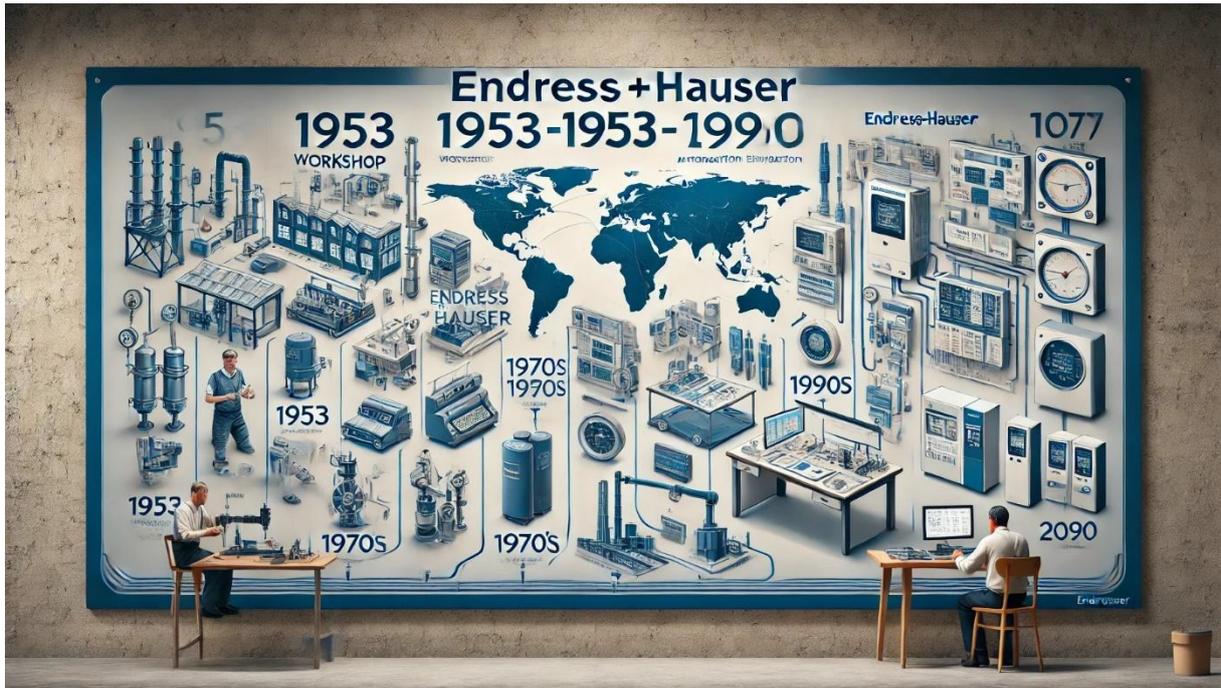


Bild: DALL-E

Die Industrie liebt präzise und zuverlässige Messtechnik. Endress+Hauser steht seit Jahrzehnten für wegweisende Lösungen, die Prozesse effizienter und nachhaltiger machen.

Georg H. Endress und Ludwig Hauser gründeten in einer kleinen Werkstatt in Lörrach das Unternehmen Endress+Hauser im Jahr 1953 mit einem klaren Fokus auf Messtechnik (**1 Die Kraft der Chancen**).

Die Firma expandierte in den 1960er Jahren international. Sie eröffnete erste Niederlassungen in Europa und entwickelte innovative Messinstrumente für die chemische Industrie. Schon damals stand die enge Zusammenarbeit mit Kunden im Mittelpunkt (**2 Internationaler Vertrieb, 3 Kundenbedürfnisse im Fokus**).

Mit Durchflussmessgeräten und automatisierten Lösungen prägte Endress+Hauser eine neue Ära der Prozesstechnik in den 1970er Jahren. Gleichzeitig wurde der Fokus auf Nachhaltigkeit und Energieeffizienz verstärkt (**4 Innovationskultur fördern**).

Endress+Hauser führte die ersten elektronischen Messgeräte in den 1980er Jahre ein und setzt neue Standards in der Branche. Damit nahm die Digitalisierung der Mess- und Automatisierungstechnik Fahrt auf (**5 Digitalisierung**).

Im Jahr 1995 übergab Georg H. Endress die Führung der Gruppe in die Hände seines zweitältesten Sohnes Klaus. Das Unternehmen war inzwischen auf 4.300 Mitarbeiter herangewachsen (**6 Eigentümergeführtes Unternehmen**).

In den 2000er Jahren stärkte Endress+Hauser seinen Fokus auf Umweltlösungen mit der Erweiterung des Portfolios um Wasseranalytik und Abwasserlösungen. Kunden weltweit profitierten von umfassenden Systemlösungen (**7 Fokus auf Nachhaltigkeit**).

Die Analytik Jena AG war bereits im Jahr 2014 Teil der Firmengruppe. Weitere Zukäufe stärkten die Prozessanalyse und die Messung von Qualitätsparametern (**8 Kooperationen, Netzwerke und Firmenkäufe**).

Heute ist Endress+Hauser ein führender Anbieter von Messtechnik, Automatisierungslösungen und Dienstleistungen. Die Firmengruppe hat den Sitz in der Schweiz, bleibt familiengeführt und sie erwirtschaftet 3,7 Milliarden Euro mit über 16.500 Mitarbeitern in mehr als 100 Ländern.

Wie wird sich die Automatisierungstechnik in den nächsten 10 Jahren weiterentwickeln? Ich freue mich auf deine Einschätzung!

#Messtechnik #Prozessautomatisierung #EndressHauser #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 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.

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 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 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.

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 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](#)