

Sieben Jahrzehnte Erfolg durch Ingenieurskunst und Weitblick



Bild: DALL-E

Innovationen, die ganze Branchen prägen – Seit Generationen steht Liebherr für Qualität und technologischen Fortschritt.

Hans Liebherr gründete das Unternehmen im süddeutschen Kirchdorf an der Iller im Jahr 1949. Sein erstes Produkt war ein mobiler Turmdrehkran, der die Bauindustrie revolutionierte (**1 Die Kraft der Chancen, 2 Innovationskultur fördern**).

In den 1950er Jahren präsentierte Liebherr den ersten Hydraulikbagger Europas. Im süddeutschen Ochsenhausen fertigte das Unternehmen seinen ersten Kühlschrank und nach einem Jahr begann dort die Serienproduktion (**2 Innovationskultur fördern, 3 Kundenbedürfnisse im Fokus**).

Ende der 1950er Jahre errichtete Liebherr eine Produktionsstätte im irischen Killarney für den britischen / nordamerikanischen Markt. Die erste Gesellschaft außerhalb Europas entstand in Südafrika in den 1960er Jahren (**4 Internationaler Vertrieb**).

Weltweit expandierte das Unternehmen vor allem in den 1970er Jahren mit der Liebherr-America Inc., Gesellschaften in Brasilien und Kanada sowie Produktionsstätten in Österreich und der Schweiz (**4 Internationaler Vertrieb**).

Im Jahr 1983 wurde die Liebherr-International AG mit Sitz in Bulle (Schweiz) als Zentrale der Firmengruppe etabliert. Bis heute sind die Aktionäre die Mitglieder der Familie Liebherr (**5 Eigentümergeführtes Unternehmen**).

Im Jahr 1993 verstarb Firmengründer Hans Liebherr. Er trug die Verantwortung für die Firmengruppe bis zuletzt. Seine Kinder übernahmen das Unternehmen mit 46 Gesellschaften, 15.000 Beschäftigten und dem Umsatz von über 4 Mrd. DM (**5 Eigentümergeführtes Unternehmen**).

Die Liebherr-Elektronik GmbH startete den Betrieb in Lindau im Jahr 2001. Dort werden Elektronik-Baugruppen und -Systeme für Baumaschinen, Maritime Krane, Flugzeuge und Schienenfahrzeuge gefertigt (**6 Digitalisierung**).

Liebherr-Aerospace und Rolls-Royce gründeten im Jahr 2015 das Joint Venture Aerospace Transmission Technologies GmbH in Friedrichshafen für die Herstellung von Komponenten, so für das neue „UltraFan“- Triebwerk von Rolls-Royce (**7 Kooperationen, Netzwerke und Firmenkäufe**).

Die völlig ohne chemische Kältemittel funktionierende Klimaanlage „Eco-Clim“ von Liebherr bewährte sich im Jahr 2018 in einem Regionalzug der französischen Eisenbahngesellschaft SNCF. Im Jahr 2020 wurden erste vollelektrischen Fahrmischer für den Betontransport auf kurzen Strecken sowie batteriebetriebene Raupenkräne präsentiert (**8 Fokus auf Nachhaltigkeit**).

Heute ist Liebherr ein führendes Unternehmen in den Bereichen Baumaschinen, Kranbau, Luftfahrttechnik und Haushaltsgeräte. Die Gruppe erwirtschaftet 14 Mrd. Euro mit über 53.000 Mitarbeitern und mehr als 150 Gesellschaften in vielen Ländern.

Was denkst du – wie geht es weiter mit der Bau- und Maschinenindustrie in den nächsten Jahrzehnten? Teile deine Meinung!

#Maschinenbau #Baumaschinen #Liebherr #Ingenieurskunst #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 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 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 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.

6 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.

7 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.

8 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.

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](#)