

11.05.2015 Vorarlberg Elektronik

Alge Electronic mit höchstem Umsatz seit Bestehen

Im Vorjahr wurde das Geschäftsvolumen um 16 Prozent auf mehr als sieben Millionen Euro gesteigert - verantwortlich dafür ist der Fokus auf integrierte Systempartnerschaften - die nächste Generation in dem Familienunternehmen arbeitet ab Juni mit

Lustenau (Wirtschaftspresseagentur.com) - Die Alge Electronic GmbH hat im Geschäftsjahr 2014 einen Umsatz von deutlich mehr als sieben Millionen Euro erzielt. Das sei ein Plus von rund 16 Prozent gegenüber dem Geschäftsjahr 2013, wie der geschäftsführende Gesellschafter Dietmar Alge im Gespräch mit der Wirtschaftspresseagentur.com erklärte. Bei diesem Geschäftsvolumen handle es sich um den höchsten Umsatz seit Bestehen des Unternehmens, das 1970 gegründet wurde. Die Ertragssituation bezeichnete Alge als "zufriedenstellend positiv". Detailzahlen wurden nicht genannt.

Integrierte Systempartnerschaft mit langjährigen Kunden

Als Hauptursache für diese Entwicklung der "elektronischen Maßschneiderei" (O-Ton Alge) bezeichnete Dietmar Alge neben einer "geschickten Investitionstätigkeit" vor allem den Fokus auf eine so bezeichnete integrierte Systempartnerschaft mit den Kunden. Mit dieser Geschäftsstrategie habe Alge Electronic vor rund sechs Jahren begonnen. Im Kern gehe es darum, für Kunden der letzterverantwortliche Generalunternehmer für komplette, betriebsfertige Geräte zu sein. "Wir bieten ein Susi-Sorglos-Paket, wenn man so will", sagte Alge. Dabei bekomme Alge Electronic in vielen Fällen oft nur das Pflichtenheft vom Kunden und kümmere sich dann um sämtliche weiteren Schritte, von der Prototypen-Entwicklung bis hin zur Nullserie und der Serienlieferung. Mittlerweile entfallen rund 50 Prozent des Geschäftsvolumens auf diesen Bereich. Zu den Kunden gehören nach Angaben von Alge viele namhafte Unternehmen aus Industrie und Gewerbe aus Vorarlberg und dem deutschsprachigen Mitteleuropa. Namen dürfe man aufgrund von Vertragsvereinbarungen nicht nennen, denn auf den hergestellten Produkten stehe der Name "Alge Electronic" niemals drauf. "Das verkauft der Kunde unter seinem Namen."

Größere Wertschöpfungstiefe

Diese integrierte Systempartnerschaft habe die Wertschöpfungstiefe bei Alge Electronic "dramatisch erhöht", so Alge. Unterstützt werde das Modell von einer völligen (Kalkulations-)Transparenz gegenüber den Kunden, mit denen zumeist langjährige Geschäftsbeziehungen gelebt werden. Dadurch sei es auch möglich, dem ständigen Wettbewerbsdruck ein wenig auszuweichen, denn das Gesamtprodukt sei in der Regel weniger preissensitiv als die einzelnen Produktionsschritte. Deshalb sei es auch das Ziel, die integrierten Systempartnerschaften weiter auszubauen.

Grundauslastung mit klassischem Bestückungsgeschäft

Die anderen 50 Prozent des Umsatzes erzielt Alge Electronic mit dem klassischen Bestückungsgeschäft im Elektronik-Bereich, das äußerst preissensibel sei. Damit erziele man bislang noch die Grundauslastung im Unternehmen. Erfolgreich sein könne man dabei nur mit "allerhöchster Qualität in der Produktion, einer Termintreue von 98 Prozent und überragender Kommunikation", sagte Alge. Doch diese Punkte seien über weite Strecken auch dem Wettbewerb bewusst, weshalb die klare Differenzierung gegenüber dem Kunden nicht so leicht hervorzuheben sei wie bei den integrierten Systempartnerschaften.

Keine Massenprodukte, um Preisdruck aus Asien auszuweichen

Grundsätzlich produziert Alge Electronic keine Massenprodukte. Die Losgrößen bewegen sich zwischen 500 und 5.000 Stück pro Jahr für die einzelnen Bauteilgruppen. In dieser Größenordnung müsse man sich noch nicht allzu sehr mit dem Preisdruck von asiatischen Mitbewerbern auseinandersetzen, die sich vor allem auf Losgrößen in Millionenhöhe konzentrieren. Der Exportanteil des 50-Mitarbeiter-Unternehmens beläuft sich auf rund 40 Prozent, wobei insbesondere nach Deutschland und in die Schweiz geliefert wird. Kunden gebe es allerdings auch in England oder Malaysia.

Zwischen September 2014 und Ende 2015 wird Alge Electronic schlussendlich rund 500.000 Euro am Stammsitz in Lustenau investiert haben. Ein Teil fließe in eine kleine Gebäudeerweiterung, ein anderer Teil in eine nochmalige Erhöhung der Produktionsqualität, so Alge.

Nächste Generation kommt an Bord

In dem Familienunternehmen ist bald auch die nächste Generation tätig. Denn am 1. Juni 2015 beginnt Marc Alge (Jg. 1986), der Sohn von Dietmar Alge, als Assistent der Geschäftsleitung im kaufmännischen Bereich. Er studiert derzeit Internationale Betriebswirtschaftslehre an der FH Dornbirn und hat auch schon berufliche Praxis in anderen Vorarlberger Unternehmen gesammelt. (gübi)

Hinweis:

Die redaktionellen Meldungen von Wirtschaftspresseagentur.com sind kostenpflichtig und Business-Leserabonnenten, Beziehern von Grundpaketen und Medienunternehmen vorbehalten, die eine entsprechende Vereinbarung mit Wirtschaftspresseagentur.com besitzen. Die Weiterleitung der redaktionellen Meldungen an Dritte ist nicht zulässig.

Sie haben noch kein Business-Leserabo und möchten die redaktionellen Meldungen von Wirtschaftspresseagentur.com aus Tirol und Vorarlberg vollständig und regelmäßig lesen? Dann bestellen Sie ein Business-Leserabo um nur 10,- Euro netto monatlich – alle Informationen dazu auf Wirtschaftspresseagentur.com.

Medienunternehmen und freischaffende Journalisten wenden sich zwecks Vereinbarung bitte an die Redaktion (redaktion@wirtschaftspresseagentur.com; Telefon: +43-5574-58333).

Gedruckt am 22.06.2015 um 16:07 Uhr | IP-Adresse: 212.186.85.82