

Vogelsang

Gut aufgestellt für 2021

Umsatz übertrifft Vorjahresniveau – Weitere digitale Ausrichtung des Unternehmens geplant



© *Vogelsang*

Blicken positiv ins neue Jahr: die Geschäftsführer Harald Vogelsang, David Guidez und Hugo Vogelsang (v.l.n.r.).

Die Vogelsang GmbH & Co. KG konnte ihren Umsatz 2020 mit 134 Millionen Euro um etwa sieben Prozent gegenüber dem Vorjahresniveau steigern. Damit gelang es dem Maschinenbauunternehmen trotz erschwelter Bedingungen infolge der COVID-19-Pandemie, den Umsatz im In- und Ausland zu erhöhen. Starke Umsatztreiber waren vor allem die Segmente Agrartechnik und Biogas. Mit der Einführung neuer Produkte wie dem Zerkleinerer XRipper XRG für Abwasserkanäle sowie dem Universalgestänge UniSpread und den größeren Arbeitsbreiten beim Schleppschuhgestänge BlackBird im Agrarbereich reagierte Vogelsang zudem auf die hohe Nachfrage des Marktes nach innovativen und passgenauen Lösungen. In diesem Sinne wurde das Familienunternehmen 2020 zum zweiten Mal in Folge vom Wirtschaftsforschungsinstitut Prognos AG als „Deutschlands Innovationsführer“ ausgezeichnet.

Darüber hinaus hat sich Vogelsang auch international breiter aufgestellt und seine Vertriebsstrukturen ausgebaut. Neben der Eröffnung eines Sales Office in Ungarn gründete Vogelsang 2020 eine Tochtergesellschaft in Griechenland und stellte in mehreren Niederlassungen neue Mitarbeiter im Bereich Vertrieb ein.

Um standort- und länderübergreifend gleichbleibend hohe Qualitätsstandards sicherzustellen, hat sich Vogelsang in den ISO-Normen Umwelt (45001), Arbeits- und Gesundheitsschutz (14001) und Qualität (9001) zertifizieren lassen.

In Kooperation mit der dänischen Firma BioCover hat Vogelsang sein Portfolio um das System SyreN erweitert, das Ammoniakverluste bei der Gülleausbringung durch die Zugabe von Schwefelsäure um bis zu 70 Prozent reduziert.

2020 hat Vogelsang seine Online Events ausgebaut und Webinare zu Zerkleinerungslösungen im Abwasserbereich umgesetzt. Daran knüpft das mittelständische Maschinenbauunternehmen nun an und erweitert sein digitales Angebot um einen virtuellen 360-Grad-Showroom.