

## Wenn Präzision auf Innovation trifft



Foto: Pixabay – Peggy Marco

Die Produktgröße ist nicht entscheidend für den Unternehmenserfolg. Handwerkzeuge sind nicht spektakulär, aber sie haben Wiha zu einem erfolgreichen mittelständischen Unternehmen gemacht.

Wiha wurde 1939 von Willi Hahn in Schonach im Schwarzwald gegründet. Das Unternehmen begann als kleiner Handwerksbetrieb für Schraubendreher / Schraubendreher-Bits (1 Die Kraft der Chancen).

In den 1950er und 1960er Jahren expandierte Wiha. Es diversifizierte sein Produktangebot für verschiedene Branchen und Zielgruppen. Innovative Technologien wurden eingeführt, um die Qualität der Werkzeuge zu verbessern (2 Innovationskultur fördern).

Wiha wurde in den 1970er Jahren international. Das Unternehmen eröffnete Niederlassungen in verschiedenen Ländern, um seinen globalen Kundenstamm besser bedienen zu können (3 Internationaler Vertrieb).

In den 1980er - 1990er Jahren hat Wiha eine starke Markenreputation als Qualitätsanbieter von Handwerkzeugen aufgebaut. Die Marke wird auch mit Zuverlässigkeit, ergonomischem Design und Innovation in Verbindung gebracht. Außerdem wurden neue Produkte und Produktionsverfahren eingeführt (4 Markenimage).

Wiha erhielt in den 2000er Jahren verschiedene Zertifizierungen und Auszeichnungen für seine Qualitäts- und Umweltstandards. Das Unternehmen setzte sich für umweltfreundliche und nachhaltige Produktionsprozesse ein (5 Fokus auf Nachhaltigkeit).

In den 2010er Jahren wurden die Prozesse mit der Digitalisierung weiter verbessert. Wiha integrierte dafür moderne Technologien in seine Fertigung und Verwaltung (6 Digitalisierung).

Wiha versteht die Bedürfnisse seiner Kunden und geht darauf ein. Mit maßgeschneiderten Lösungen wurden starke Kundenbeziehungen aufgebaut (7 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Teilnehmer aus aller Welt waren auch dieses Jahr bei den Wiha Social Media Days. Wiha bot einer Handwerkzeug-begeisterte Crew von 19 bekannten Influencern von Instagram, YouTube und Co. ein vielfältiges Programm rund um Handwerkzeuge (8 Influencer-Marketing für B2C).

#Präzisionswerkzeuge #Mittelstandserfolg #Innovation #WihaTradition #Werkzeugkunst  
#WihaSocialMediaDays

## **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 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.

**4 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.

**5 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.

**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 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.

**8 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.

**9 Kooperation und Netzwerke:** 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.

**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.

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](#)