



Foto: Hilti AG

Das Fürstentum Liechtenstein ist klein, hat aber mindestens ein Unternehmen, das Spitzenleistungen auf den Markt bringt. Die Firma Hilti hat sich zu einem globalen Vorreiter in der Bauindustrie entwickelt.

Der Ingenieur Martin Hilti und sein Bruder Eugen gründeten im Jahr 1941 die Hilti Maschinenbau OHG in Schaan, Liechtenstein. Die Produktion von z. B. Bestandteilen für Panzermotoren startete mit sechs Mitarbeitern (1 Die Kraft der Chancen).

Im Jahr 1957 präsentierte Hilti das weltweit erste bolzensetzende Werkzeug. Es war ein technologischer Durchbruch, der die Befestigungstechnik revolutionierte und den Grundstein für den Erfolg von Hilti legte (2 Innovationskultur fördern).

In den 1960er Jahren expandierte Hilti weltweit mit seinem Direktvertrieb, arbeitete dabei mit den Kunden zusammen und war bereits in rund 30 Ländern aktiv (3 Frühzeitige Markttests, 4 Internationaler Vertrieb).

Hilti führte den elektropneumatischen Bohrhammer und das erste mechanischen Ankersystem im Jahr 1967 in den Markt ein und festigte damit seine Position als Innovator (5 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Hilti eröffnete in den 1970er Jahren internationale Produktionsstätten in Österreich, Deutschland, China und Mexiko. Die globale Präsenz ermöglichte auch eine schnelle Lieferung. Außerdem wurde das Produktportfolio um Schraub- und Dübel-Systeme erweitert (4 Internationaler Vertrieb).

Hilti etablierte sich als Synonym für Qualität und Zuverlässigkeit in der Bauindustrie in den 1980er Jahren (6 Markenimage).

Im Jahr 1990 übernahm der Sohn Michael den Vorstandsvorsitz vom Firmengründer Martin Hilti. Er war bereits seit 1982 stellvertretender Vorstandsvorsitzender. Martin Hilti selbst blieb Präsident des Verwaltungsrats (7 Eigentümergeführtes Unternehmen).

Global einheitliche Geschäftsprozesse und Daten realisierte Hilti ab dem Jahr 2002 mit IT, um damit Effizienz- und Produktivitätsgewinne zu erreichen (8 Digitalisierung).

Im Jahr 2020 präsentierte Hilti in Zusammenarbeit mit dem Medizintechnik-Unternehmen Ottobock ein Exoskelett für die Bauindustrie. Das Exoskelett leistet einen Beitrag zum Gesundheitsschutz, besonders bei Überkopf-Arbeiten (9 Kooperation und Netzwerke).

Die Hilti Gruppe verpflichtete sich im Jahr 2022 zur „Science Based Targets Initiative“, die eine Reduktion der CO₂-Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette beinhaltet. Ende 2023 erreichte die Hilti Gruppe die geplante CO₂-Neutralität der eigenen Geschäftstätigkeit (10 Fokus auf Nachhaltigkeit).

Die Hilti AG erwirtschaftet heute einen Umsatz von 6,35 Mrd. Schweizer Franken und beschäftigt rund 33.000 Personen. Sie ist Vorreiter in der digitalen Bauindustrie und treibt die Entwicklung von Smart Construction voran.

#HiltiSuccessStory #80YearsOfInnovation #Bauindustrie #HiltiAG #GlobalLeader #BuildingTheFuture

Welche Erfolgsgeschichte eines Unternehmens beeindruckt dich? Teile sie gern in den Kommentaren!

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 Unternehmmergeist. Dafür können Innovationsworkshops und Brainstorming-Sitzungen ein erster Schritt sein.

3 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.

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 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.

6 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.

7 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.

8 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.

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 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.

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](#)