

Vom Rüttler zum etabliertem Branchen-Akteur



Foto: Pixabay - KRiPPS_medien

Tätigkeiten auf dem Bau sind typischerweise ein Knochenjob. Maschinen-Unterstützung kommt von Wacker Neuson, einem führenden Hersteller von Baugeräten und Kompaktmaschinen.

Im Jahr 1848 gründete Christian Wacker eine Schmiede in Dresden. Das Unternehmen begann 1875 mit der industriellen Produktion (1 Die Kraft der Chancen).

Hermann Wacker erfand 1930 den weltweit ersten elektrischen Rüttler für die Beton- und Bodenverdichtung. Die Arbeit mit Gerät wird auf den Baustellen auch „Wacken“ genannt (2 Innovationskultur fördern).

Im 2. Weltkrieg erlitt das Unternehmen einen Totalverlust der Produktionsstätte in Dresden. Ein Neustart erfolgte im Jahr 1945 in Kulmbach. Im Jahr 1951 wurde der Unternehmenssitz nach München verlegt.

Wacker ermöglichte seinen Kunden ab 1952 mit einem Stampfer mit Verbrennungsmotor den Produkt-Einsatz auch auf Baustellen ohne Stromversorgung (3 Kundenbedürfnisse im Fokus).

Bereits im Jahr 1957 eröffnete Wacker ein Produktionswerk in den USA (4 Internationaler Vertrieb).

Im oberbayrischen Reichertshofen wurde im Jahr 1964 auch ein Produktionswerk errichtet. Es bedient die Nachfrage nach hochwertigen Baugeräten für professionelle Anwender (5 Markenimage).

Ein Produkt-Meilenstein wurde mit der ersten reversierbaren Vibrationsplatte im Jahr 1973 erreicht (2 Innovationskultur fördern).

Im Jahr 1981 erfolgte die Gründung der Neuson Hydraulik GmbH, die ab 1984 erste Hydraulik-Minibagger auf den Markt brachte (1 Die Kraft der Chancen).

In den 2000er Jahren wurde mit Fusionen und Käufen die Wacker Neuson AG gebildet, welche die Kompetenzen zu kleineren und Kompakt-Baumaschinen sowie Anwendungen in der Landwirtschaft vereinte (6 Kooperation und Netzwerke).

Die Wacker Neuson Group präsentierte 2014 ihre zero emission Serie. Das sind akkubetriebene Baugeräte und vollelektrische Baumaschinen (7 Fokus auf Nachhaltigkeit).

Im Jahr 2018 eröffnete das Unternehmen ein Produktionswerk in China, das den asiatisch-pazifischen Markt bedient. (4 Internationaler Vertrieb).

Wacker Neuson lancierte im Jahr 2022 das Produkt ConcreTec, ein datenbasiertes Assistenzsystem für die Betonverdichtung (8 Digitalisierung).

Das Unternehmen entwickelt zunehmend intelligente Baumaschinen und investiert in umweltfreundliche Technologien. Mit einem klaren Fokus auf Kundenzufriedenheit, Qualität und Nachhaltigkeit will Wacker Neuson auch in Zukunft ein Vorreiter in der Baubranche bleiben.

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

#WackerNeuson #Erfolgsgeschichte #Baumaschinen

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 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.

6 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.

7 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.

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 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.

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](#)