



Foto: Pixabay

Energieeffizienz umfasst auch die Kühlung von Räumen und damit den Schutz vor zu viel Sonneneinstrahlung. Die Warema Gruppe ist dafür ein erfahrener und erfolgreicher Spezialist.

Karl-Friedrich **Wagner** und Hans-Wilhelm **Renkhoff** gründeten in **Marktheidenfeld** (Unterfranken) die Firma Warema im Jahr 1955, welche Leichtmetall-Jalousien produzierte. Nach dem Tod von Wagner im Jahr 1958 führte Renkhoff das Geschäft allein weiter (**1 Die Kraft der Chancen**).

Schon Anfang der 1960er Jahre wurden auch Rollos und Aluminium-Rollläden hergestellt. Das Rollladen-Fertigelement entwickelte sich zum Verkaufsschlager und die Fertigungsstätten in der Innenstadt wurden zu eng. 1961 erfolgte der Umzug in den Außenbereich der Stadt (**2 Kundenbedürfnisse im Fokus**).

In den 1970er Jahren wurden Markisen, Vertikal-Jalousien und Verdunkelungsanlagen als neue Produkte ins Programm aufgenommen (**3 Innovationskultur fördern**).

Anfang der 1990er Jahre gründete Warema eine Produktionsgesellschaft in Limbach-Oberfrohna (Sachsen), auch um die dort zur Verfügung stehenden Fachkräfte zu nutzen. Im Westen gab es zu dieser Zeit einen Fachkräftemangel.

Angelique Renkhoff-Mücke, die Tochter des Firmengründers, übernahm im Jahr 2001 den Vorstandsvorsitz der Warema Gruppe (**4 Eigentümergeführtes Unternehmen**).

Im Jahr 2004 wurde die Warema International GmbH und im Jahr 2005 ein Tochterunternehmen in China gegründet. Es folgten 5 weitere Tochterunternehmen im Ausland (**5 Internationaler Vertrieb**).

Warema übernahm die Plastic Technology Hungary Kft. bei Budapest im Jahr 2011 und den polnischen Sonnenschutzherstellers Anwis in 2019 (**6 Kooperation, Netzwerke und Firmenkäufe**).

Die Digitalisierung umfasst bei Warema schon seit 2017 die komplette Wertschöpfungskette von der Produktentwicklung, über die Fertigung und Logistik bis zu Bestellabwicklung. Das Unternehmen ist auch Gründungsmitglied der Innovationsplattform BE5 zur digitalen Weiterentwicklung der Baubranche (**7 Digitalisierung**).

Das Unternehmen hält 5 anerkannte Marken, welche die Firmenkompetenzen und die Produktkategorien als Marken schützen (**8 Markenimage**).

Es ist Teil der Nachhaltigkeitsstrategie 2030 des Unternehmens, den eigenen Energieverbrauch von fossilen Brennstoffen und Strom um mindestens 42% der Emissionen zu verringern (**9 Fokus auf Nachhaltigkeit**).

Heute ist das Unternehmen in einer führenden Marktposition für Sonnenschutz- und Wetterschutz-Lösungen. Im Jahr 2022 erwirtschaftete die Gruppe mit rund 5.300 Mitarbeitern einen Umsatz von rund 750 Mio. Euro.

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

 #Sonnenschutz #Warema #Erfolgsgeschichte

### **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 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.

**3 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.

**4 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.

**5 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.

**6 Kooperation, Netzwerke und Firmenkäufe:** 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 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.

**8 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.

**9 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.

**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](#)