



Foto: Pixabay - s-wloczyk2

Wir lieben warme Räume, speziell in diesen kühlen Monaten. Viessmann steht für effiziente Heizungs-Lösungen, schon seit Generationen.

Der Schlossermeister Johann Viessmann gründete 1917 eine kleine Werkstatt im bayrischen Hof (**1 Die Kraft der Chancen**).

Der Familienbetrieb begann im Jahr 1928 mit der Herstellung von Heizkesseln, zunächst für Gärtner (**2 Kundenbedürfnisse im Fokus**).

Der Firmengründer erwarb Schutzrechte, Gebrauchsmuster und Patente für seine Stahlheizkessel (**3 Innovationskultur fördern**).

Um das Unternehmen breiter aufstellen zu können, folgte im Jahr 1937 ein Umzug nach Allendorf / Eder in Hessen (**1 Die Kraft der Chancen**).

1947 übernahm der Sohn, Hans Viessmann, den Betrieb mit 35 Beschäftigten. Er setzte gleich auf moderne Maschinen und steigerte die Belegschaft enorm (**4 Eigentümergeführtes Unternehmen**).

In den 1950er Jahren entwickelte das Unternehmen Heizkessel für den neuen Brennstoff Heizöl. Die Belegschaft wuchs auf ca. 350 Mitarbeiter (**3 Innovationskultur fördern**).

Viessmann stellte im Jahr 1960er Jahren erste Durchlauferhitzer und kombinierte Öl-/Gas-Spezialheizkessel vor. Inzwischen wurden jährlich 40.000 Heizkessel von 1.400 Mitarbeitern produziert (**3 Innovationskultur fördern**).

Seit 1965 steht der Namenszug mit dem Doppel-S für die Marke Viessmann (**5 Markenimage**).

1972 eröffnete das Unternehmen ein Werk im französischen Faulquemont. Es folgten noch viele ausländische Standorte in den folgenden Jahrzehnten (**6 Internationaler Vertrieb**).

Während der Ölkrise in der 1970er Jahren arbeitete das Unternehmen an neuen, sparsamen Produkten und ersten Systemen zur Nutzung erneuerbarer Energien. Viessmann fertigte schon ab 1976 Solarkollektoren (**7 Fokus auf Nachhaltigkeit**).

Anfang der 1980er-Jahre begann die Ära der Niedertemperatur-Warmwasserheizung. 1988 verkauft Viessmann den millionsten Vitola-Kessel (**3 Innovationskultur fördern**).

Zum Jahreswechsel 1991/1992 übernimmt der Enkel des Gründers, Martin Viessmann, die alleinige Leitung des Unternehmens (**4 Eigentümergeführtes Unternehmen**).

Viessmann übernahm 2006/2007 mit zwei österreichischen Holzfeuerungspezialisten, Mawera und Köb, aus dem Bereich erneuerbare Energien (**8 Kooperationen, Netzwerke und Firmenkäufe**).

Maximilian Viessmann übernimmt als 4. Generation die Funktion des Co-CEO an der Seite von Joachim Janssen (**4 Eigentümergeführtes Unternehmen**).

Das Berliner Start-up WATTx wurde 2015 gegründet. Es ist Teil der Viessmann Digitalisierungsstrategie und entwickelt diesbezügliche Geschäftsideen (**9 Digitalisierung**).

Das Kerngeschäft von Viessmann, Heizungen und Wärmepumpen, sind seit 2023 Teil des börsennotierten US-Konzerns Carrier. Weltweit gehören 14.500 Mitarbeiter zur Viessmann Gruppe und sie erwirtschaften 4 Milliarden Euro.

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

#HeiztechnikInnovation #Viessmann #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 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 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.

**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 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.

**9 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.

**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](#)