25. JAHRGANG · NR. 1/2019

DAS MAGAZIN FÜR INDUSTRIE, FACHGROSSHANDEL & HANDWERK

PROFIBÖRSE

Die neue CC-GRIND-STRONG von PFERD

- **Dreifache Standzeit* durch mitschleifenden Tragteller und drei Schleifmittellagen**, die nacheinander abgearbeitet werden können.
- **Schnellster Arbeitsfortschritt** durch hochaggressives Schleifmittel.
- **Deutlich ergonomischer als eine Schruppscheibe:** Lärm und Vibrationen werden um 50 % verringert, Staub um 70 %.

(* im Vergleich zu herkömmlichen Schruppscheiben)

Informationen zu unseren innovativen Produkten und Dienstleistungen finden Sie auf unserer Webseite.

PFERD

www.pferd.com

▶ SCHWERPUNKT

Oberflächen bearbeiten

▶ ROUND TABLE

CAS: Konsequentes System

▶ KOMPETENZFELD

Schraubenanzug – aber richtig

NWS hat einen klaren Anspruch: „Wir entwickeln optimale Werkzeuge „Made in Germany" für typische und individuelle Anforderungen." (Fotos: NWS)

NWS IM WANDEL DER MÄRKTE

Eine zupackende Erfolgsgeschichte

Es ist eine typische Geschichte, typisch für Werkzeughersteller im Raum Remscheid und Solingen. In dieser Region, in der die meisten Handwerkzeuge „Made in Germany" ihre Wiege haben, spielt Tradition eine große Rolle, ebenso wie viele Automatismen im Wettbewerb, die sich über die Jahre entwickelt haben. Mittendrin agiert der Hersteller NWS aus Solingen, dessen Geschichte vom Start 1973 bis heute eng mit der Lebensgeschichte des Gründers Willibald Nöthen verbunden ist. Wir sprachen über die Situation des Unternehmens mit Michael Adam, Prokurist und Marketingleiter bei NWS.

Der Familienbetrieb ist erfolgreich und steht gut da. Allerdings fließen die bewährten Strukturen des Marktes in ein schnelleres, kurzlebiges Gefüge mit neuen Herausforderungen, denen sich Familienunternehmen wie NWS stellen müssen, um sich langfristig am Markt behaupten zu können.

ProfiBörse: NWS wurde im Jahre 1973 von Herrn Nöthen gegründet. Vor welchen Herausforderungen stand er damals?

Willibald Nöthen (Firmengründer, geb.: 1928, re., mit Prokurist und Marketingleiter Michael Adam) kam das Unternehmertum während seiner Jugend gar nicht in den Sinn. Bis 1949 folgte er seiner musischen Begabung, wollte Organist werden. Später sattelte er auf eine kaufmännische Lehre um und arbeitete als Dekorateur. Werbung und Design wurden für ihn ein großes Thema. Später, also 1954 - ging Willibald Nöthen zur Solinger Gesenkschmiede und Werkzeugfabrik Walter Gott und brachte es dort bis zum Verkaufsleiter für den Werkzeugbereich. „Industrie lag mir also und Werkzeug auch. Leider ging Walter Gott im November 1973 in Konkurs und vier Tage später gründete ich NWS."

Adam: Angesichts des starken Wettbewerbs war damals mit Standardartikeln nicht viel zu holen. Also entwickelten wir neue Produkte, die Funktion, Qualität und Design kombinierten. Unsere Werkzeuge sind aufgrund ihrer Ergonomie, zusätzlicher Funktionen und vieler weiterer Leistungsmerkmale weltweit erfolgreich. Auch heute entwickeln wir neue Werkzeuge und verbessern die Alten an drei Standorten in Deutschland.

Das bewährte Made in Germany spielt für NWS demnach eine große Rolle.

Wenn Sie langjährige NWS-Mitarbeiter fragen, was bei uns stets das Wichtigste ist, lautet ihre Antwort meistens ´die Qualität`. Unser Motto lautet: Nichts ist so gut, dass es nicht verbessert werden könnte. Deshalb sind Kreativität und Innovation wesentliche Bausteine für unsere erfolgreiche Zukunft. Wir streben nach Perfektion in allen Unternehmensbereichen und durch unser Qualitätsmanagementsystem (QMS) sind wir stets auf dem Weg zur Verbesserung. Genau dafür steht Made in Germany weltweit und ist ein Gütezeichen für deutsche Produkte.

Also ist NWS ein traditionelles und zugleich zukunftsorientiertes Unternehmen.

Das stimmt, aber wenn wir in die Zukunft blicken, ist das erst der Anfang. Die Wirtschaft wird sich verändern, vielleicht auch größeren Schwankungen unterworfen und wir denken darüber nach, wie wir uns in Zukunft am Markt behaupten wollen. Die Kommunikation wird immer wichtiger und die Veränderungen im digitalen Markt werden uns neue Absatzbereiche bescheren. Die direkte Ansprache der Kernzielgruppen wird für uns immer wichtiger. Das Smartphone, der schnelle Zugriff auf Informationen, neue Order- und Einkaufsverhalten werden uns als Hersteller und unsere Handelspartner noch stärker fordern. Ich denke, dass wir uns enger vernetzen, stärker auf gegenseitiges Vertrauen setzen und auch unter den Herstellern einen fairen Umgang auf den Märkten pflegen müssen. Unsere Kernbranchen ´Elektro`, ´Sanitär`, ´Bau` und ´Automotive` behalten wir fest im Auge, fördern den Dialog mit den Händlern und Anwendern, um neue Branchenanforderungen zu erkennen und Anwenderprobleme lösen zu können. Ich bin auch überzeugt, dass gerade die Anwender unsere Produktentwicklung und den Vertrieb offensiver beeinflussen werden. Das wird auf jeden Fall spannend!

Michael Adam: „NWS wird häufig als „Ideenschmiede" bezeichnet. Kreativität, Innovation und vor allem die Qualität sind wesentliche Bausteine für unsere erfolgreiche Zukunft."

Einige Wirtschaftsexperten prognostizieren eine neue Wirtschaftskrise, die schon bald akut werden könnte. Kann man sich heutzutage überhaupt auf zukünftige Krisen vorbereiten?

Ich denke schon, dass das möglich ist. Die letzte Wirtschaftskrise hat viele kalt erwischt, weil es keine Vorbilder gab. Es fehlte einfach allen die Erfahrung. Ich hoffe nur, dass man aus dieser Misere damals etwas gelernt hat, obwohl diese Ankündigung einer Krise auf ähnliche Entwicklungen hinweist, die auch zur letzten Krise geführt haben. Sicher braucht man dann Durchhaltevermögen, Substanz und einen soliden Vertrieb, möglichst mit mehreren Standbeinen, die dem Unternehmen Stabilität verleihen. Die absolute Sicherheit gibt es natürlich nicht. Vielleicht würden wir als Familienunternehmen leichte Vorteile haben, weil wir aus persönlichen Beweggründen für das Weiterbestehen des Unternehmens agieren.

Ein wichtiges Thema der vergangenen Jahre ist die Rationalisierung. Ist das für NWS noch ein Thema?

Mit einem grundlegend arbeitssparenden technischen Fortschritt ist in unserer Branche kaum zu rechnen. Allerdings wird mehr Flexibilität in der Produktion notwendig und die zeitlichen Anforderungen werden steigen.

Wie begegnen Sie der zunehmenden Digitalisierung in Unternehmen?

Vielleicht überrascht es Sie, dass ich mich in meiner Antwort zuerst auf unsere Produkte beziehe. Eine Fachzeitschrift hat NWS vor kurzem als Ideenschmiede bezeichnet. Solange wir Gutes bewahren und anbieten können, also gute Ideen und Produkte, werden wir weiter bestehen. Die zweite ebenso wichtige Säule im Unternehmen sind unsere Mitarbeiter. Natürlich werden sich Unternehmensstrukturen und Arbeitsabläufe durch den veränderten Umgang mit Daten im Zuge der Digitalisierung ändern. Man muss aber bedenken, dass wir schon viele Entscheidungen im Interesse einer schlankeren Unternehmensorganisation geleistet haben. Inwieweit die Digitalisierung NWS in seiner Entwicklung beeinflusst, wird sich zeigen, es ist ein fließender Prozess, der uns, wie auch unsere Wettbewerber sicher weiter beschäftigen wird.

In der Werkzeugbranche läuft es derzeit gut. Wie viel Wachstum ist in den kommenden Jahren möglich?

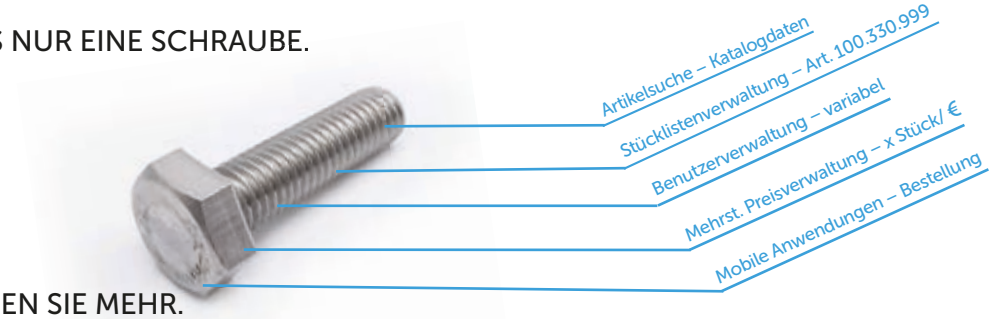
Ich bin optimistisch, aber eine Prognose werde ich nicht abgeben. Durch den technischen Fortschritt und stetiges Wachstum konnten die Branchenbetriebe in den letzten Jahrzehnten über die knappen Margen ihrer Produktbereiche hinaus Gewinne erzielen. Dieses Entwicklungsmodell wird jedoch belastet, weil das quantitative Wachstum aufgrund der sehr positiven Konjunktur und der damit verbundenen Kapazitätenauslastung zurzeit stagniert. Künftig werden die Unternehmer mit den an ihren Standorten vorhandenen Ressourcen auskommen müssen. Sie werden, um quantitativ wachsen zu können, den Automatisierungsgrad weiter erhöhen, Kapazitäten von anderen übernehmen, stärker auf externe Zuarbeit und deren spezielles, zeitgemäßes Know-how setzen müssen.

Spielen die internationalen Märkte zukünftig eine größere Rolle für NWS?

Wir agieren seit vielen Jahren international und haben weltweit einen guten Ruf für unsere Produkte aufgebaut. Das „Made in Germany" spielt nach wie vor eine große Rolle. Aber das, was ich anfangs sagte, dass man flexibel auf Veränderungen im kurzlebigen Markt reagieren muss, dass die direkte Ansprache der Kunden an Wert gewinnt, dass Produkte schnell erreichbar und erhältlich sein müssen, das spüren wir international wesentlich intensiver. Man muss eben gewisse Claims frühzeitig abstecken, gewinnbringend mit einem internationalen Netzwerk agieren und ebenso professionell wie flexibel in Märkten kommunizieren. ■

Gelebte Partnerschaft steht für NWS an vorderster Stelle. Das wird auch beim Besuch auf dem Messestand deutlich.

FÜR MANCHE IST ES NUR EINE SCHRAUBE.



MIT GEVIS ERP WISSEN SIE MEHR.

Seit über 25 Jahren entwickeln wir maßgeschneiderte Software-Lösungen, die Durchblick in jede Branche bringen.

www.gws.ms | www.erpsystem.de

GWS Warenwirtschaft mit System