Was macht den Erfolg von Wiesmann aus?

Wiesmann baut unverwechselbare Autos, die bei Automobilfreaks starke Emotionen auslösen. Professor Franz-Rudolf Esch erklärt, was genau den Erfolg der Marke ausmacht.

Eine klare Vision

Die Gründer wollten ihr Ideal von einem Sportwagen Realität werden lassen.

Leidenschaft und ein langer Atem

Die Passion, in einer Manufaktur Sportwagen zu bauen, muss begleitet werden von einem starken Willen, einer großen Leidensfähigkeit und der Bereitschaft, viel Geld in ein zunächst ungewisses Abenteuer zu investieren. Kleinstmanufakturen sind anfälliger für Krisen und Marktveränderungen als große Produzenten. Das setzt Mut, Selbstvertrauen sowie große Marktkenntnisse voraus.

Bodenhaftung und den Blick für das Machbare

Westfalen sind bodenständige Menschen. Sie heben nicht so leicht ab. Für Wiesmann ist jedoch ebenfalls kriegsentscheidend, dass man über eigene Händlerbetriebe zu Beginn für eine Grunddistribution der Fahrzeuge gesorgt hat und zur Senkung von Entwicklungs- und Produktionskosten bei BMW Produktionsteile, wie beispielsweise Motoren, einkaufen kann. Ins Blaue hinein wirtschaften bringt nichts, es muss ein klares Konzept vorliegen.

Eine Marke mit einer starken Identität

Das Logo von Wiesmann bringt zum Ausdruck, dass man maximale Bodenhaftung mit starker Leistung, handgefertigter Verarbeitung und einem unverwechselbaren Design vermählen möchte. Jedes Auto ist ein Unikat und gleichzeitig durch bewährte BMW-Technik höchst alltagstauglich. Dadurch schafft man eine maximale Differenzierung zu Wettbewerbern..

Begehrlichkeit wecken und halten

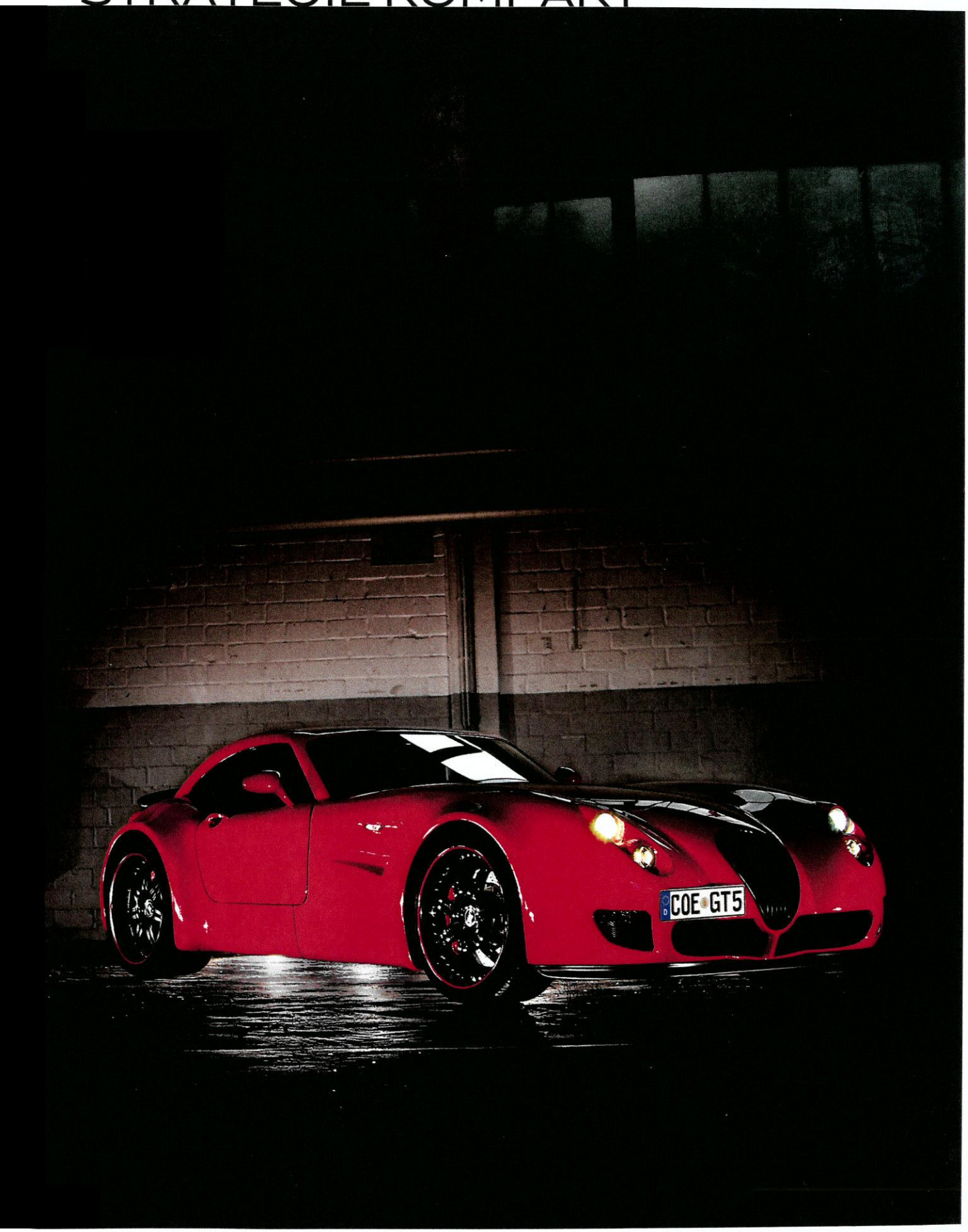
Luxus ist die Differenz zwischen Begehrlichkeit und Erreichbarkeit. Je größer dieser Unterschied, umso größer ist der Luxus, den sich Menschen gönnen, um sich selbst zu belohnen, sich von bestimmten Gruppen maximal zu differenzieren und gleichzeitig zu anderen Bezugsgruppen zu gehören. Die kleinen Auflagen tragen dazu bei. Zudem ist Wiesmann bei Automobilfans längst ein Begriff. Doch auch hier hebt man nicht ab: Ein Wiesmann ist im Vergleich zu vielen besonders stark glänzenden Marken noch ein erreichbarer Traum.

Konsequentes Übersetzen der Markenidentität in wirkungsvolle Maßnahmen bei kleinstem Budget

Originalität hilft hier, durch Mund-zu-Mund-Propaganda relevante Zielgruppen auf sich aufmerksam zu machen: Sei es durch die Manufaktur selbst, die dem Logo nachempfunden wurde und wo man Wiesmann erleben kann, oder durch das Wiesmann-Auto, das auf der IAA live zusammengebaut wurde und dessen filmische Dokumentation eine immense Verbreitung im Internet gefunden hat.

Den Drang, immer besser zu werden

Wiesmann verfolgt hartnäckig die Strategie, nicht nur an den richtigen Stellschrauben zu drehen, sondern auch ständig an den Details zu feilen. Dabei bleibt man allerdings immer der Marke und ihren Werten treu.

Analysiert von Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch Gründer von ESCH. The Brand Consultants, Saarlouis und Direktor des Instituts für Marken- und Kommunikationsforschung an der EBS Business School, Oestrich-Winkel.

STRATEGIE KOMPAKT