

7 „Kenntnis der Geschichte ist Voraussetzung für das Verständnis der Gegenwart“
Firmengeschichte bei Würth

16 1 | **Wie alles anfang** | 1945 bis 1954

Eine „Eintagsfliege“? – Die Gründung der Firma Würth 1945 | Schwieriger Start in der Nachkriegswirtschaft | Von der Zwangsbewirtschaftung zum Wiederaufbauboom | Adolf Würth setzt auf die Automobilbranche | Reinhold Würth nimmt die Herausforderung an

27 2 | **Familiäre Wurzeln** | Reinhold Würth und seine Familie

34 3 | **Reinhold Würth übernimmt das Unternehmen** | 1954 bis 1960

Die „silbernen“ 50er Jahre | Reinhold Würths Start als Unternehmer | Erste Mitarbeiter | Ein entscheidender Schritt: Der Aufbau eines Außendienstes | Eine Firmenkultur entsteht | Erfolgsprinzip Multiplikation – Das Unternehmen wächst

47 4 | **Würth und die Region** | Eine baden-württembergische Erfolgsgeschichte

Hohenlohe – was ist das? | Die Agrarregion Hohenlohe – einst Kornkammer Württembergs | Menschen und Mentalitäten | Vom Armenhaus zur Musterregion – Hohenlohes Entwicklung nach dem Zweiten Weltkrieg | Die Wachstumsregion Heilbronn-Franken | Die Würth-Gruppe – Global Player aus Hohenlohe | Vor- und Nachteile des ländlichen Standorts | Würth expandiert und diversifiziert in die Region | Würth setzt Akzente in der regionalen Gastronomie | Ehrenbürger der Stadt Künzelsau: Carmen Würth und Reinhold Würth | Hermersberg – ein Schloss als Unternehmerwohnsitz | Reinhold Würth – globaler Unternehmer aus Baden-Württemberg | Bürgerinitiative Pro Region Heilbronn-Franken

72 5 | **Stürmisches Wachstum** | Die sechziger Jahre

Zwischen Wirtschaftswunder und Rezession | Der Schritt über die Grenzen | Von der unternehmerischen Überlebenstaktik zur strategischen Planung | Internes Management und externe Berater | Verkaufen – Die Entwicklung des Außendienstes in den sechziger Jahren | Preise, Provisionen und Mustertafeln – Geschichten aus dem Verkauf | Der Ausbau der Firmenzentrale

93 6 | **50 Prozent des Erfolgs** | Würth und die Welt

Die Anfänge der Internationalisierung | Die ersten Gründungen – Niederlande, Österreich und die Schweiz | Der Star unter den Neugründungen – Italien | Frankreich | Erfolge im Norden – Würth in Skandinavien | Spanien und Portugal | „Ein Netz von Vertriebsgesellschaften“ – Die Öffnung des Ostens | Go West – Würth in den USA | Südamerika und Südostasien | Afrika und der Rest der Welt | Die Koordination der ausländischen Aktivitäten | Gründerregeln | Der Konzern und die Adolf Würth GmbH & Co. KG

118 7 | **Wachstum braucht Struktur** | Die siebziger Jahre

„Ölkrise“, Umweltbewusstsein und Entspannungspolitik | Würth trotz der Wirtschaftskrise | „Organisation so viel wie nötig ...“ – Reinhold Würth stellt die Weichen für eine Konzernstruktur | Ein „effizientes Regulatorium“ – Unternehmensbeirat, Firmenphilosophie und Regelwerke | Geschäftsleitung, FÜKO und Koordinationskonferenz – Eine Führungsstruktur entsteht | Neue Kräfte im Management | Die „Hüter des Fortschritts“ – Neue Strukturen im Außendienst | Ein neues Preis- und Provisionssystem | Information und Leistungsanreiz – Mitarbeitermotivation | Ein weiterer Meilenstein zum Erfolg: Die Vertriebszweigtrennung | Logistik, EDV und Marketing – der Ausbau von Verwaltung und Vertrieb | Das neue Vertriebszentrum | „Würth schafft Verbindungen“ – Marketingkonzeption und Produktpolitik | „Im Einkauf liegt der Gewinn“ | Erfolge und neue Visionen

8 Von Computern, Netzen und Feuervögeln Die Geschichte der EDV bei Würth „Countdown zu einer neuen Zeit“ Anfänge mit Hindernissen Logistik und neue Leitung Der neue EDV- Chef Einkaufen und Verkaufen mit Rechnerhilfe Verkäufer mit Laptop „Zehn Tage Krieg“ World Wide Würth Die eigenen Ressourcen nutzen – Würth Software Würth Phoenix „EDV so viel wie nötig, aber auch keinen Pieps mehr!“	145
9 Die Würth-Idee der achtziger Jahre: Zufriedene Mitarbeiter! Die achtziger Jahre „Wende“ und Kontinuitäten – Wirtschaft und Politik in den achtziger Jahren Das Unternehmen „Die Schnel- len fressen die Langsamen“ „Happy Days“ Produkte und Kunden Personal im Mittelpunkt – Zufriedene Mitarbeiter Wachstum durch Diversifikation Schraubenwerk Gaisbach Würth Elektronik Management mit Visionen Freiheitsgrade Marketingpreis für Würth Die Nachfolge rechtzeitig geregelt – Die Famili- enstiftungen	168
10 Im Mittelpunkt der Mensch Arbeiten bei Würth Personalentwicklung 1955 bis 2005 Der Außendienst – Das Fundament der Firma Gute Verkäufer brauchen gute Führung Guter Lohn für gute Arbeit Strukturen im Außendienst Verkauf, Verwaltung, Vertrieb – Wege eines Würth-Auftrags Unternehmenskultur und Mitarbeiterbeteiligung Im Dienst der Kollegen – Die Ver- trauensräte Lebenslanges Lernen – Bildung und Ausbildung bei Würth Synergien zwischen Schule und Betrieb Qualifizierung und Karriere Ein firmeneigener Campus – Die Akademie Würth	193
11 Der Chef ist halt immer noch der Chef Die neunziger Jahre Wiedervereinigungsboom und Sozialer Wandel – Deutschland in den neunziger Jahren Langsamer Start und ein Ende mit Rekorden – die neunziger Jahre bei Würth Die neuen Länder – Würth goes east Expan- sion und Kundenbindung Kompetent und professionell – Service bei Würth Die Gläserne Firma – Das Würth-Informationssystem Ein Familienunternehmen geht an den Kapitalmarkt Beratung durch McKinsey – Strukturen im Fluss Divisionalisierung Reinhold Würth wird Beiratsvorsitzender Neue Auf- gaben für Reinhold Würth	220
12 Reinhold Würth Der Unternehmer und sein gesellschaftliches Wirken Der Kaufmann als Sammler Der Sammler als Kaufmann Öffentlich zugänglich – Die Sammlung Würth Das Museum Würth in Künzelsau Die Kunsthalle Würth in Schwäbisch Hall Die Hirschwirtscheuer in Künzelsau Museum für Schrauben und Gewinde Die Sammlung Würth in internationalen Würth Nieder- lassungen Die Sammlung Würth auf Reisen Kunstförderung im Rahmen der Stiftung Würt Der Swiridoff Verlag „Die öffentlichste Art der Schönen Künste“ – Architektur bei Würth Entrepreneurship in Theorie und Praxis – Der Unternehmer auf dem Weg zum Professor Ehrendoktor der Universität Tübingen Pro- fessor für Entrepreneurship an der Universität Karlsruhe Lehrplan eines Unternehmers Anregungen zur Selbständigkeit	245
13 Zu neuen Ufern Würth im neuen Jahrtausend Bewegte Zeiten – Die ersten Jahre im neuen Jahrhundert Eine Vision wird wahr – Das neue Jahrtausend bei Würth Der Beiratsvorsitzende an der Basis Neue Konzernstrukturen Risikomanagement Neue Ver- kaufsformen – Regionalisierung und Kundensegmentierung Zu neuen Ufern: Würth diversifiziert „Bonus oder Malus“? – Diversifikation bei Würth Würth wohin?	280
„Ich wollte immer voran, vorwärts, aufwärts“ Interview mit Reinhold Würth	297
Anmerkungen	318
Personenregister	332