

Durchbruch bei fortlaufender Analyse von Prozessen

J & M Analytik AG entwickelt während des Messprozesses reinigbare Sonde und wird am 31. März mit dem VR-Innovationspreis in Stuttgart ausgezeichnet

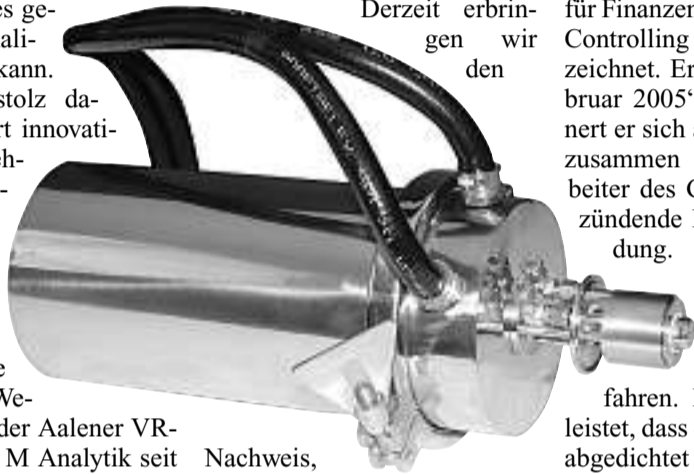
Sascha Kurz

Essingen. Die J & M Analytik AG, ein 1987 in Aalen gegründetes, innovatives Unternehmen aus dem Bereich der Labor- und Prozessanalytik, erhält den mit 25 000 Euro dotierten „VR-Innovationspreis Mittelstand 2008“. Der Preis wird jährlich ausgelobt und wird am 31. März in Stuttgart auf dem Wirtschaftstag der Volks- und Raiffeisenbanken des Landes von Ministerpräsident Günther Oettinger überreicht. Insgesamt ist die Preisserie mit jährlich 50 000 Euro dotiert. Den Preis erhält die Firma mit derzeit 22 Mitarbeitern für die Entwicklung einer Mess-Sonde, die während eines Prozesses gereinigt und kalibriert werden kann.

„Wir sind stolz darauf, ein derart innovatives Unternehmen unter unseren Kunden und in unserem Wirkungskreis ansässig zu haben“, sagte Hans-Peter Weber, Vorstand der Aalener VR-Bank, die J & M Analytik seit Jahren als Hausbank betreut. Die drei Vorstände des Unternehmens, Joachim Mannhardt, Harald Nitsche und Dr. Dag Kubin, erläuterten die Entwicklung sowie die Funktionsweise der Sonde, die seit gut einem Jahr in der Chemie- wie auch der Pharmaindustrie zum

Einsatz kommt. Sie stellt sicher, dass über spektrale oder photometrische Analyseeinheiten, die ebenfalls von J & M entwickelt und gebaut werden, jederzeit, fortlaufend und ohne Unterbrechen des Prozesses Messungen von Parametern möglich werden. „Uns ist mit der Erfindung der Sondentechnik, die sich Lighthouse Probe nennt, der Durchbruch bei der Erschließung neuer Anwendungen für unsere Analysetechniken gelungen“, bringt es Joachim Mannhardt, der das Unternehmen 1987 mitgegründet hatte, auf den Punkt.

Über 30 Jahre habe die Industrie nach einer Lösung für diese Problematik gesucht. „J & M kann sie nun liefern. Derzeit erbringen wir den



Nachweis, dass unsere Entwicklung in vielfältigen Anwendungen benutzt werden kann und sicher funktioniert“, erklärt Harald Nitsche, Vorstand für die Bereiche Technik und Produktion. An der Sonde namens Lighthouse Probe würden zehn Patente hängen, er-



Halten an ihrer Erfindung fest: Harald Nitsche, Joachim Mannhardt und Dr. Dag Kubin (v. li.) mit einer Lighthouse Probe sowie Hans-Peter Weber (re.). (Foto: sk)

gänzte Mannhardt, der Feinwerktechnik-Ingenieur ist und für Finanzen, Organisation und Controlling verantwortlich zeichnet. Er hatte „am 16. Februar 2005“ – so genau erinnert er sich an den Zeitpunkt – zusammen mit einem Mitarbeiter des GEA-Konzerns die zündende Idee für die Erfindung.

Die entwickelte Sonde lässt sich aus dem Prozessraum herausfahren. Dabei ist gewährleistet, dass der Raum jederzeit abgedichtet ist. In einer Waschkammer werden die Sondenfenster gereinigt und die Sonde an einem Referenzring rekaliert, ehe sie wieder im Prozessraum ihren Dienst verrichtet. „Die Sonde samt Bewegungsmechanismus und Reinigungseinrichtung kostet 70 000 Euro. Dank ihres Auf-

baus können mit ihr verschiedene Mess- und Analysemethoden gleichzeitig angewendet werden“, sagt Nitsche.

Die J & M Analytik AG kooperiert mit dem Anlagebauer GEA, der einen Jahresumsatz von 4,8 Mrd. Euro mit 20 000 Mitarbeitern generiert. GEA rüstet die Chemie-, Pharma- und Lebensmittelindustrie mit Mischern, Trocknern und ähnlichen Anlagen aus. GEA bildet in vielen Anwendungsbereichen den Türöffner für J & M. „Ohne den starken Partner GEA könnten wir unsere Produkte bei großen Konzernen nur schlecht anbieten“, erklärt Joachim Mannhardt die Symbiose, die die beiden ungleichen Firmen eingegangen sind. Die Hälfte der bei J & M Beschäftigten sind Ingenieure, Physiker oder Chemiker.

Die Auszeichnung mache sichtbar, dass J & M zu den in-

novationsfreudigsten mittelständischen Unternehmen in Baden-Württemberg gehört, betonte Bankvorstand Hans-Peter Weber. „Nur wer schnellere, bessere und intelligentere Lösungen als andere anbietet, kann sich im Wettbewerb behaupten.“ Dazu gehöre Mut und unternehmerische Leidenschaft, würdigte er den Preisträger. Als regional tätige Bank sei es nicht immer einfach, sich auf dem Grat zu bewegen, der solche Erfindungen finanziere, meinte Weber. „Man muss den Wissenschaftlern Vertrauen entgegenbringen. „Fünf Prozent einer Innovation entfallen auf die Idee, zu 95 Prozent muss der Markt Hurra schreien und sie wollen“, sagte Mannhardt. Das sei bei J & M der Fall.

„Die Volks- und Raiffeisenbanken wollen sich mit dem Ideenwettbewerb zur besonde-

ren Verantwortung für den Mittelstand bekennen, die sie als regional agierende Banken haben“, sagte Weber. „Wir als Bank sind nur erfolgreich, wenn die Wirtschaft prosperiert“, ergänzte Hans-Peter Weber, der als Kundenbetreuer der VR-Bank das nun preisgekrönte Unternehmen in seiner Entwicklung begleitet. Der Preis wurde 2008 zum achten Mal ausgeschrieben. „Ist in diesem Jahr wieder eine Ausschreibung des Preises?“, fragte Dr. Dag Kubin, promovierter Chemiker und bei J & M für den Vertrieb zuständig, „wir haben bereits die nächste Erfindung auf Lager.“

J & M Analytik AG

Die Firma besteht seit 1987. Der Kundenkreis umfasst die Top 20 der Pharma- und Chemieindustrie. Hauptgeschäftsfelder sind die Spektroskopie, die Mikroskop-Spektroskopie, die Prozessanalytik mittels Spektroskopie sowie die Photometrie. 2008 zog J & M nach Essingen ins interkommunale Gewerbegebiet Dauerwang um. Zudem wurde 2008 in eine Aktiengesellschaft umfirmiert. Die Technologieschmiede erhielt 2008 den Innovationspreis „Talente und Patente Ostwürttemberg“ für eines der Patente, die aus der Erfindung der Lighthouse Probe herrühren. J & M beschäftigt 22 Mitarbeiter. Geleitet wird die Firma von Joachim Mannhardt, Harald Nitsche und Dr. Dag Kubin. Der Jahresumsatz 2008 lag bei 3,2 Mio. Euro.

Gute Ideen sind der Anfang jeder Maßnahme

Aalener Beratungsgesellschaft VB-consult stellt Methode zur Ideenfindung und deren Weiterentwicklung vor

Thomas Braun

Gute Ideen sind in Zeiten gesättigter und krisenbehafteter Märkte nicht nur notwendig, sondern entscheidend für die Zukunft eines Unternehmens. Dass der „Erfolg oft nur eine Idee entfernt ist“, kann jeder Unternehmer beim persönlichen Rückblick bestätigen. Jedoch hapert es oft an guten, umsetzbaren Ideen. Aus der Beratungs-Erfahrung von VB-consult wissen wir, dass Mitarbeiter Ideen haben. Seien es Produktverbesserungen, Prozessvereinfachungen oder Vertriebsansätze. Zwar geben sie in Brain-Storming-Meetings die eine oder andere Idee preis, oft halten sie sich zurück.

Hinzu kommt, dass mancher eine Idee nur ablehnt, weil sie nicht von ihm ist. Machtgelahe, Profilierungsstreben, Eigennutz, Scham, Unsicherheit lassen Ideen leider oft im Keim ersticken oder gar nicht erst

aufkommen. Eine Möglichkeit, dies zu umgehen und „Ideen-Meetings“ effektiver zu gestalten, bietet die so genannte „635-Methode“. Dabei handelt es sich um eine schriftliche Variante des klassischen Brain-Stormings, bei der sechs Personen, jeweils drei Ideen im Fünf-Minuten-Takt notieren.

Pragmatische Technik

Die Methode eignet sich am besten für abgegrenzte Problem- bzw. Aufgabenstellungen:

1. Problem definieren: Das zu lösende Problem wird vorgestellt, genau beleuchtet und in einem klaren Satz gemeinsam schriftlich fixiert.
2. Formular vorbereiten: Jeder Teilnehmer erhält ein Arbeitsformular, das lediglich eine Tabelle aus drei Spalten und sechs Zeilen enthält. Darüber schreibt jeder die definierte Problem- bzw. Aufgabenstellung.
3. Ideen erzeugen: Die erste Ideenrunde beginnt, indem jeder Teilnehmer in jede Zelle der ersten Zeile jeweils eine Idee einträgt. Dieser Schritt dauert 5 Minuten.
4. Formular weitergeben: Nun wird das Formular an den Nachbarn weitergegeben. Ihm stehen die drei Kästen der zweiten Zeile zur Verfügung. Darin entwickelt er die Ideen seines Vorgängers weiter, ergänzt sie oder fügt eine gänz-

Aufgabe/Problem: Persönliche Betreuung optimieren			
Teilnehmer 1	Idea 1: Kundenvertretungen/Service regelmäßig durchlöchern	Idea 2: Virtuelle, zumassige Gesprächsbeziehungen mit Kunden treffen	Idea 3: Alle „betreuungsrelevanten“ Kunden kontaktieren (systematisch und definieren)
Teilnehmer 2	1. Ergänzungsidee: nach Alter und Kundenstatus (-interaktion) in Klein-Gruppensitzungen	1. Ergänzungsidee: keine Anleihenentgelte ohne konkretes Ergebnis	1. Ergänzungsidee: Phase I statistische Erhebung über einzelne Kunden → Erträge konkret definieren
Teilnehmer 3	2. Ergänzungsidee: - Verkaufsprognosen - Reine Service für Kunden ohne direkten Vertriebscharakter	2. Ergänzungsidee: Wiederholende durch Serviceprozesse, Terminierung durch Assistenten	2. Ergänzungsidee: Informations und Ergebnisse in Zeit-Wünsche - Model festhalten und auswerten
Teilnehmer 4	3. Ergänzungsidee: Nach Vorstellung Kunden telefonisch um Feedback bitten a) Verkaufsprognose: Interaktion am Produkt? b) Serviceleistung: Hat es Ihnen gefallen?	3. Ergänzungsidee: Kunde z.B. bei positiver Entwicklung einer bestimmten Produktlinie parafest	3. Ergänzungsidee: Anforderung gezielt für einzelne Maßnahmen verknüpfen
Teilnehmer 5	4. Ergänzungsidee: keine Vorstellung ohne Auslastung / S. bei Inanspruchnahme - Zielvereinbarung bei Verantwortlichkeitserklärung	4. Ergänzungsidee: auch Betreuungskontakte ohne konkreten Erfolg / S. Kunden ist sehr wichtig!	4. Ergänzungsidee: nicht nur auf Betreuungswillen konzentrieren sondern auch auf Betreuungspotential
Teilnehmer 6	5. Ergänzungsidee: Aus Erfahrungen anderer lernen	5. Ergänzungsidee: Legitimationen einholen für einen bestimmten Zeitpunkt später Kontakt aufnehmen zu dürfen	5. Ergänzungsidee: Auch im Hinblick auf Wunschkunden selektieren

Formular, mit dem die „635-Methode“ angewendet wird.

lich neue Idee hinzu. Nach weiteren fünf Minuten wird das Formular wieder weitergereicht. Die Weiterentwicklung der Formulare und damit die Weiterentwicklung der Ideen erfolgt so oft, bis jeder Teilnehmer jedes Formular bearbeitet hat. Damit wurden bei sechs Teilnehmern binnen 30 Minuten maximal 108 Ideen erzeugt

und gleichzeitig das Ideenprotokoll erstellt (siehe Abbildung).

Hinweise und Tipps

Für eine erfolgreiche Durchführung empfiehlt es sich, folgende Aspekte zu berücksichtigen:

- Kollektive Klarheit über Problem bzw. Aufgabe

- Moderator bestimmen, der Ablauf und Zeiten überwacht
- Ruhe, keine Zwischengespräche
- Verständliche Formulierungen, die keine Rückfragen benötigen
- Gut leserliche Schrift
- Keine kritischen oder bewertenden Kommentare
- Kein Dogmatismus: Wenn ein Teilnehmer bei einem Durchgang keine Ideen hat, einfach weitermachen.
- Spätere Runden können aufgrund des Zeitbedarfs zum Durchlesen auf acht Minuten ausgedehnt werden.



Der Autor Thomas Braun ist Projektleiter der Mittelstandsberatung bei der VB-consult Beratungsgesellschaft mbH in Aalen.

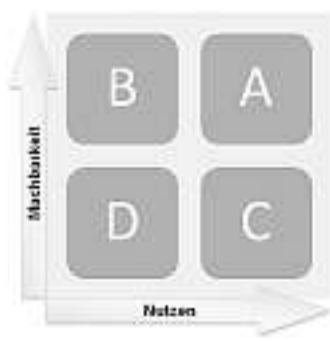
Um dieses Sammelsurium an Ideen auszuwerten, gibt es verschiedene Möglichkeiten:

1. Jeder Teilnehmer erhält einen kopierten Satz der ausgefüllten Formulare.
2. Es werden zwei Kriterien zur Bewertung der Ideen aufgestellt (z. B. Machbarkeit und Nutzen, siehe Abbildung).
3. Jeder Teilnehmer selektiert drei bis vier Ideen bzw. Ideenkomplexe, die für ihn in die Sparten A bis C der Bewertungsmatrix fallen und notiert diese auf Metaplan-Karten.
4. Diese werden von jedem Teilnehmer an eine Metaplanwand in die von ihm eingestufte Sparte geheftet.
5. Daraufhin werden primär die A- und B-Sparten im Plenum diskutiert und die darin enthaltenen Ideen kombiniert,

ergänzt, weiterentwickelt, selektiert, so dass eine reduzierte Anzahl an Ideenkomplexen übrig bleibt.

Mit dieser Brain-Writing-Methode können wesentliche Vorteile genutzt werden. Vielredner können gebändigt und stille Analytiker gut eingebunden werden. Killerphrasen, Zerreden und Ausuferungen haben keine Chance, Ideen bekommen die Chance zu wachsen – selbst solche, die auf den ersten Blick absurd erscheinen. Oder um es mit den Worten von Albert Einstein zu sagen: „Wenn eine Idee nicht zuerst absurd erscheint, taugt sie nichts.“

www.vb-consult.de



Nutzen-Machbarkeits-Matrix