


DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR DEN RHEINISCH-BERGISCHEN KREIS

punkt **RBW**

NR. 72 4.2017

Elektrotechnik in Rhein-Berg

Der Innovation immer einen Schritt voraus



Vor 50 Jahren wurde BÄRO mit einer Idee gegründet: Lebensmittel so zu beleuchten, dass man ihnen Frische und Qualität ansieht. Heute ist BÄRO nach wie vor ein inhabergeführtes Unternehmen – Geschäftsführer sind das Ehepaar Dr. Sandra von Möller (IHK Vizepräsidentin) und J. Manuel von Möller.

FOTO: BÄRO



BÄRO
Retail
Lighting

Elektrotechnik

Der Innovation immer einen Schritt voraus

Die Bedeutung der Elektrotechnik für das tägliche Leben wird am schnellsten mit der Vorstellung eines vierwöchigen globalen Stromausfalls klar. Die Welt, wie wir sie kennen, wäre eine andere. Elektrizität ist unsichtbar, aber beinahe überall. Die Elektroindustrie ist dementsprechend vielfältig – auch im Rheinisch-Bergischen Kreis. Was die Unternehmen eint, sind höchste Innovationsfähigkeit, Flexibilität, Qualitätsanspruch und Erfahrung. Auch im Elektrohandwerk geht es um weit mehr als um Kabel und Steckdosen.

Innovationsfähigkeit als Geschäftsmodell

Unternehmen der Elektroindustrie positionieren sich erfolgreich in einem schwierigen Markt

Die Standardfrage vorweg: Welche Bedeutung hat die Digitalisierung für die Elektroindustrie? Natürlich eine sehr hohe. Die Antworten der Geschäftsführer klingen jedoch gelassen. „Die Digitalisierung war die Idee hinter unserer Gründung“, sagt Claudia Zimmer, Vorsitzende der Delphin Technology AG. Die Gründung liegt immerhin 37 Jahre zurück. Keines der rheinisch-bergischen Unternehmen der Elektroindustrie erschrickt angesichts der Digitalisierung. „Der technische Fortschritt, die ständige Weiterentwicklung, das ist doch das, was uns antreibt“, sagt Zimmer. Die Chancen technologischer Veränderungen zu nutzen, liegt der Elektroindustrie quasi in der DNA. Eine aktuelle Studie des Zentralverbands Elektrotechnik und Elektroindustrie (ZVEI) sieht sie gar als „Leitbranche und Impulsgeber für die Digitalisierung“.

Voraussetzung dafür ist, das hohe Tempo mitzugehen. „Die größte Herausforderung ist, im sich schnell weiterentwickelnden Gebiet der Elektronik up to date zu bleiben“, sagt Andreas Köster, Geschäftsführer der W-IE-NE-R Power Electronics GmbH. „Die Anforderungen der Kunden ändern sich laufend, daher ist die Entwicklung neuer Produkte und Technologien für uns sehr wichtig.“ Rund 20 Prozent der Mitarbeiter bei Wiener arbeiten im Bereich Forschung und Entwicklung. Bei Delphin ist es sogar ein Drittel. Deutschlandweit ist die Elektroindustrie die Branche mit den zweithöchsten Aufwendungen für F&E.

„Acht Prozent unseres Umsatzes fließen in den Entwicklungsbereich“, sagt auch Herbert Strobel, Geschäftsführer der ASTRO Stobel Kommunikationssysteme GmbH. Das Unternehmen entwickelt und produziert insbesondere Kopfstellen, Ver-

stärker und Verteilmaterial. Diese haben laienhaft ausgedrückt die Funktion, Satellitensignale aufzunehmen und über ein Breitbandkabelnetz an den Endanwender zu verteilen, damit dieser Bild und Ton an seinen Ausgabegeräten erhält.

Die rasante Entwicklung der Technologie, der ASTRO kontinuierlich einen Schritt voraus war, kann jeder in seinem Wohnzimmer nachvollziehen: Aus Schwarz-Weiß wurde Farbe, aus drei TV-Programmen Tausende, aus analog digital. Die Auflösung wird immer höher und derzeit steigt die Nachfrage nach Video-on-Demand-Diensten wie Netflix explosionsartig. Menge und Übertragungsgeschwindigkeit der Daten steigen massiv. „Die Technik für 48 TV-Programme brauchte 1997 noch eine Schrankwand an Komponenten. Heute läuft ein Vielfaches an Daten über eine kleine Box“, sagt Strobel. „Die Anforderungen kommen vom Markt – immer mehr und immer schneller.“

Auch für BÄRO GmbH & Co. KG ist Innovationsfähigkeit das A und O. Mit einer sehr frühen Umstellung auf LED erfüllte der Beleuchtungsexperte die Anforderung der Kunden, Energie sparen zu wollen. Im eigenen Labor werden zum Beispiel Farbspektren und Reflexion hinsichtlich ihrer Wirkung auf die beleuchtete Ware systematisch erforscht. Fleisch wird anders ins rechte Licht gesetzt als Gemüse. Durch die fortschreitende Gebäudeautomation wird Licht zunehmend entscheidender Teil eines digitalen Infrastruktur-Netzwerks. „Daher können wir uns damit beschäftigen, den Kunden Services anzubieten, die ursprünglich mit Beleuchtung gar nichts zu tun hatten“, sagt J. Manuel von Möller.



FOTO: ASTRO

Mit über 130 Mitarbeitern und einem Umsatz von 27 Millionen Euro entwickelt und produziert ASTRO am Standort Bensberg-Frankenforst

Alle Unternehmen der Elektroindustrie gehen mit immer kürzeren Entwicklungszyklen um, vor allem aber mit immer mehr Daten – und sie entwickeln gleichzeitig immer kleinere Geräte mit immer mehr Funktionen. Dazu kommen höhere Anforderungen an die Qualität, insbesondere die Ausfallsicherheit. Jede Telekom-IP-Kopf-stelle, die bei ASTRO das Haus verlässt, hat 2.436 Messungen hinter sich.

Spezialist für Messungen ist wiederum die Delphin AG. Mit ihren Messgeräten wird etwa die Lebensdauer von Backofen-türen getestet, aber auch der Betrieb ge-waltiger Wasserkraftturbinen überwacht. „Fällt das Kraftwerk aus, wird es für den Betreiber sehr teuer“, sagt Claudia Zimmer, „und der Strom ist weg.“ Predictive Maintenance – die vorausschauende War-tung mithilfe von Messwerten – kann enorme Kosten sparen, weil im laufenden Betrieb gewartet werden kann. Je teurer die Maschinen, je komplexer die Prozesse und je anspruchsvoller die Kunden, desto mehr wird Risikominimierung zum Aus-wahlkriterium von Technik. Diesem An-spruch werden auch die Netzteile von Wiener und die Kopfstellen von ASTRO gerecht, da sie neben der hohen Qualität auch aus der Ferne gewartet beziehungs-weise gesteuert werden können.

Ein ganz anderes Problem mit der Digi-talisierung haben die BÄRO-Kunden des Lebensmitteleinzelhandels. Sie begegnen dem Druck zunehmender Online-Angebo-te mit Investitionen in Erlebniswelten, die der Einkäufer online nicht hat – zum Bei-spiel mit Gastronomie, die ins Ladenlokal integriert ist. Dabei entstehen neue Anfor-derungen wie zum Beispiel die Reinigung der Küchenabluft. BÄRO begegnete den neuen Anforderungen mit einem neuen Geschäftszweig: Clean Air Technologies. Ozon bildende UV-C-Strahler, Licht im nicht sichtbaren Bereich, beseitigen Fett. PlasmaStream-Technik, die mittels Hoch-

ASTRO Strobel Kommunikationssysteme GmbH, Bergisch Gladbach

Der Systemintegrator für Kabelnetzbetreiber ist Marktführer für digitale und IP-Kopfstellen in Deutschland. Das Unternehmen entwickelt seine Produkte der Empfangs- und Verteiltechnologie in Kooperation mit al-len großen Netzbetreibern und vertreibt sie weltweit. Geschäftsführer Herbert Strobel ist Vorsitzender des ZVEI-Fachverbands Satellit & Ka-bel.



www.astro-kom.de

BÄRO GmbH & Co. KG, Leichlingen

Der weltweit aktive Spezialist in den Bereichen Retail Lighting und Clean Air Technologies hat sehr früh komplett auf LED gesetzt. Als Systemlie-ferant innovativer Lichtlösungen setzt BÄRO Waren aller Art im Handel ins rechte Licht. Das Familienunternehmen mit rund 130 Mitarbeitern wird vom Ehepaar Dr. Sandra von Möller und J. Manuel von Möller ge-führt.



www.baero.de

Delphin Technology AG, Bergisch Gladbach

Das Unternehmen entwickelt und produziert innovative Hard- und Soft-wareprodukte für die industrielle Mess- und Prüftechnik. Ob für Verfah-renstechnik, Maschinenbau, Chemie, Pharma oder Energie – die Produk-te werden weltweit von Mittelstand, Industriekonzernen, Behörden und Forschungslaboren eingesetzt. Das Unternehmen wird geleitet von Claudia Zimmer.



www.delphin.de

W-IE-NE-R Power Electronics GmbH, Burscheid

Das Hightech-Unternehmen entwickelt Produkte zur Stromversorgung (Netzteile) für Forschung und Industrie. Durch eine Spezialisierung auf den Betrieb in starken Magnetfeldern und in radioaktiver Strahlung ge-hören Großforschungseinrichtungen wie der Teilchenbeschleuniger CERN in Genf zu den Anwendern. Geschäftsführer ist Andreas Köster.



www.wiener-d.com

spannung Moleküle aufspaltet, minimiert Gerüche. „Wir lösen so für unsere Kunden ein Riesenproblem“, sagt von Möller. Was für die Kunden Problemlösung bedeutet, bedeutet für BÄRO Kundenbindung und Neukundengewinnung.

Doch der technische Fortschritt ist nur eine der Rahmenbedingungen, mit denen die mittelständischen Betriebe der Elektroindustrie umgehen müssen. Weitere sind insbesondere: Markt- und Konkurrenzsituation, Komplexität und Infrastruktur.

„Das Hauptproblem ist der zunehmende internationale Wettbewerb“, sagt Herbert Strobel. Bei Receivern wäre ASTRO gegen die Fernost-Konkurrenz chancenlos – bei Kopfstellen sind sie seit zehn Jahren Marktführer in Deutschland. „Wir können in unserer Branche nicht führen, aber wir können überraschen. Flexibilität, Individualität und Servicebereitschaft gleichen manche Größennachteile aus“, beschreibt J. Manuel von Möller die Chance der KMU in einem Wettbewerb, der von Globalisierung und Großunternehmen geprägt ist.

Das Quartett, mit dem sich alle vier Unternehmen erfolgreich im Markt positionieren, lautet: Flexibilität, Erfahrung, Qualität und Service. „Wir suchen die Nische“, sagt Claudia Zimmer. „Dort können wir schneller Lösungen anbieten oder Anpassungen vornehmen als die große Konkurrenz.“ Auch Andreas Köster sieht die Flexibilität als entscheidend an: „Wir können auch auf Kundenanfragen reagieren, die nicht in eine Großserie passen.“

Dem bewegten Markt begegnen die Unternehmen allem voran mit ihrer Erfahrung und Qualität. „Wir kennen uns in den Fällen aus, wo es schwierig wird“, sagt Strobel. Das Anbieten von kundenindividuellen Komplettlösungen, ein beratender Vertrieb und eine partnerschaftliche Zusammenarbeit kennzeichnen die Geschäftsmodelle. „Wir verkaufen keine Produkte, sondern Lösungen“, fasst Claudia Zimmer zusammen, was für alle gilt. Dieses Know-how ist es, was die Kunden schätzen und was den rheinisch-bergischen Unternehmen ihre Marktposition sichert, und zwar längst nicht nur in Deutschland.



Die Elektroindustrie im Kreis bestätigt den deutschlandweiten Trend, „Vorreiter der Digitalisierung“ zu sein – mit hoher Qualität und Exportstärke

„Vor 25 Jahren war unser Markt NRW und Exportland Holland“, sagt Herbert Strobel. Heute liefern die Unternehmen in alle Welt. Delphin liefert nach Brasilien, Europa, Asien und in die USA. BÄRO exportiert über 30 Prozent seiner Produkte, Wiener gar 75 Prozent. Das entspricht dem Branchentrend. Der Anteil an den gesamtwirtschaftlichen Exporten ist bei der

Elektroindustrie deutschlandweit mehr als viermal so hoch wie an der Produktion.

Die wachsende Komplexität und Verflechtung von Branchen und Technologien macht zudem die Kooperation mit Zulieferern, Partnern und Kunden wichtiger als je zuvor. Know-how-Transfer läuft in alle Richtungen. „Wenn sich nicht alle Seiten öffnen, kriegen Sie die Lösung nicht hin“,



FOTOS: ASTRO/BÄRO/LAWRENZ

sagt Zimmer. Auch für BÄRO, die nicht selbst produzieren, sondern in deutschen Manufakturen fertigen lassen, sind die Technologiepartner entscheidend. „Auch die Partner haben sich verändert“, sagt von Möller. „Man sucht nach strategischen Gemeinsamkeiten und sieht Allianzen, die es früher so gar nicht gab. Branchen, Ideen, alles wächst enger zusammen.“



„Unsere Stärke ist unser großer Erfahrungsschatz.“

Claudia Zimmer
Delphin



„Der Wettbewerb wird immer härter.“

Herbert Strobel
ASTRO Strobel



„Jede Technologie bietet neue Optionen.“

J. Manuel von Möller
BÄRO

Auch im eigenen Unternehmen wachsen Bereiche zusammen. „Die Grenze zwischen Hard- und Software wird immer fließender“, sagt Claudia Zimmer. Ebenfalls die Zusammenarbeit zwischen Entwicklung und Vertrieb. Alle Geschäftsführer betonen explizit die Erfahrungheit ihrer Mannschaft. Hoch qualifizierte Ingenieure und auch immer mehr Informatiker arbeiten in der Entwicklung, aber auch im Vertrieb, um die komplexe Technik in kundenindividuelle Umgebungen integrieren zu können. Die Anstellung von Spezialisten hat dementsprechend eine hohe Relevanz – mit derzeit unterschiedlichen Erfahrungen. Während Zimmer von „leergefegtem Markt“ spricht, sagt Strobel: „Wir haben bislang Glück gehabt.“

Bleibt die Infrastruktur, insbesondere der Breitbandausbau. Für ASTRO Strobel ist er Basis des Geschäfts. Bei anderen bestimmt er Kosten oder Strategie. „Da wir auf bestimmte Anwendungen remote zugreifen, reicht die normale DSL-Versorgung für uns nicht aus“, sagt Andreas Köster. Wiener mietet von der Telekom eine spezielle Leitung. Kosten: mehrere Tausend Euro pro Jahr. Für Delphin stellt sich zum Beispiel die Frage, wie in Zukunft mit webbasierter Software und Cloud-Technologie umzugehen ist. Messdaten, die von überall zugänglich sind, könnten beim Kunden, bei Delphin oder bei Fremdanbietern gespeichert werden. Wohin der Weg geht, wird von mehreren Faktoren abhängig sein – aber auch von Übertragungsgeschwindigkeiten.

Für Geschäftsführer in der Elektroindustrie hat die Zukunft weniger mit Visionen als mit irgendwann eintretender Realität zu tun. In heimische Wohnzimmer werden irgendwann Hologramme und Virtual Reality übertragen werden. Und die Leuchten im Supermarkt werden schon bald über Sensoren und Kameras mit den Handys der Kunden kommunizieren können und ihnen abhängig von ihrem Einkaufszettel den Weg durch den Laden weisen. Wie auch immer: Die rheinisch-bergische Elektroindustrie wird vorbereitet sein auf die Zukunft.

Karin Grunewald