

TITEL



# Innovationen - Antriebskraft in eine sichere Zukunft

Wer nichts ändert, kommt nicht voran! Innovationen sind nicht einfach, aber sie schaffen die Veränderungen, die es braucht, um zukunftsfähig zu bleiben. Im Technischen Handel gibt es zahlreiche Innovatoren, beispielsweise die Hydraulik Schmitz Siegen GmbH, die nach der Auszeichnung mit dem Innovationspreis der Branche richtig durchstartete.



Quelle: Bilder: LeitnerR / Fotolia.com und alphaspirit / Fotolia.com, Riegler

## Damit aus Ideen Innovationen werden können, muss ein Innovationsprozess durchlaufen werden

**O**ft heißt es „Warum das Rad neu erfinden?“ und man greift lieber auf Bewährtes zurück. Es macht fast immer Sinn, etwas was gut funktioniert weiterzuentwickeln und an die Bedürfnisse anzupassen. Doch manchmal hilft das nicht weiter. Das Rad etwa, um beim Ausgangsbeispiel zu bleiben, das als Inbegriff des technischen Fortschritts gilt, lässt sich objektiv betrachtet als suboptimale Erfindung bezeichnen. Denn beispielsweise ist es mit einem angetriebenen Rad unmöglich ein Hindernis zu überwinden, das höher ist, als der Radius des Rades. Schon bei kleineren Höhen ist das schwierig, Rollstuhlfahrer können ein Lied davon singen. So ist es nicht überraschend, dass es in der Natur das Rad nicht gibt. Manchmal ist es doch besser, komplett anders zu denken, ausgetretene Pfade mutig zu verlassen und mit einer gehörigen Portion Kreativität, viel Hirnschmalz und etwas Glück ist der erste Schritt zu der Innovation gegangen, die man sich erhofft hat.

Um im Wettbewerb der Marktwirtschaft bestehen zu können, braucht es Innovationen. Das sind mehr als Erfindungen oder Ideen. Erst wenn diese zu Produkten, Dienstleistungen oder Verfahren umgesetzt werden und dann auch tatsächlich Anwendung finden, wird daraus eine Innovation. Es zählt nicht nur die Neuartigkeit. Vielmehr muss auch einen Bedarf gedeckt werden. „Innovation ist wenn der Markt ‚Hurra‘ schreit“, hat mal jemand gesagt.

### Mitarbeitern Freiheiten geben und Vertrauen schenken

Vor gut 100 Jahren wurde der Begriff der Innovation in der Wirtschaftswissenschaft eingeführt. Aber natürlich gab es schon früher das Phänomen. Historisch betrachtet ist festzustellen, dass es insbesondere in schwierigen Zeiten Schübe an Neuerungen gab. Daher rührt auch die Aussage „Not macht erfinderisch“. Doch das eigene Innovationspotenzial verstärkt für die Eroberung neuen Marktterrains in die Waagschale werfen, neue, intelligente Lösungen entwickeln, um die Wettbewerber hinter sich zu lassen, sollte für ein zukunftsorientiertes Unternehmen eigentlich immer auf der Tagesordnung stehen. Doch für Innovationen braucht es Mindestanforderungen, damit sich Einfallsreichtum, Eigeninitiative, Hingabe und Mut entfalten können. Sie stellen sich nicht planmäßig ein. Häufig sind Beharrlichkeit und Geduld unerlässlich, auch in schwierigen Zeiten. So raten denn auch Experten: „Geben Sie Ihren Mitarbeitern die Freiheiten die sie brauchen und

schenken Sie Ihnen Ihr Vertrauen“. Dann werden sich auch die Innovationen einstellen, die jedes Unternehmen benötigt, um zukunftsfähig zu bleiben.

Damit Ideen zu Innovationen verwertet werden können, muss ein Innovationsprozess durchlaufen werden. Gezieltes Innovationsmanagement ist dabei sehr hilfreich. Das Management von Innovationsprozessen wird von vielen Faktoren beeinflusst, sowohl von unternehmensinternen wie das Organisationsklima und -niveau, welches vor allem vom Führungsstil und dem Ausmaß der Kommunikation geprägt wird, als auch von externen Faktoren wie Branche, Marktsegment und Kundenstruktur.

Im Technischen Handel haben Innovationen dann besonders gute Chancen auf Erfolg, wenn Lieferanten und Handel gemeinsam an einem Strang ziehen. Doch der Technische Handel wartet in Sachen Innovationen nicht auf andere sondern agiert in der Regel aus eigenem Antrieb heraus. Es bedarf weder des Lieferanten, der den Händler ans Händchen nimmt noch des Kunden, der nach Neuem ruft, sondern es sind fast immer die kreativen Mitarbeiter in den Handelshäusern selber, die Problembewusstsein beweisen und mit Knowhow, Fantasie und Pfiff immer wieder Ideen austüfteln und neue Wege suchen und finden.

### Eindrucksvoller Beleg für Innovationskraft der Branche

Seit 2004 wird einmal jährlich der „Innovationspreis Technischer Handel“ vergeben. Die mit insgesamt 10.000 EUR dotierte Auszeichnung bietet den rund 300 Mitgliedern des VTH einmal im Jahr eine Plattform, besondere Leistungen in der Öffentlichkeit vorzustellen, und fördert damit auch den Erfahrungsaustausch und die Innovationsbereitschaft in der Branche Technischer Handel insgesamt. Der „Innovationspreis Technischer Handel“ hat manche Erfolgsgeschichte geschrieben, denn mit der Übergabe der Auszeichnung war das Thema beim Preisträger ja niemals abgeschlossen.

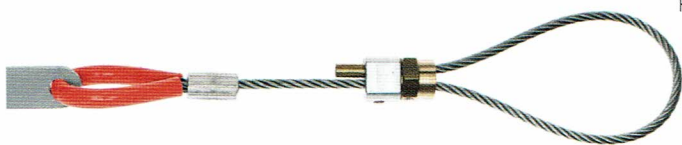
Zu den schönen Erfolgsgeschichten des Wettbewerbs „Innovationspreis Technischer Handel“ gehört die Verleihung der Auszeichnung an die Hydraulik Schmitz Siegen GmbH. Im Jahr 2012 gewann für die Entwicklung der „Cablelock“-Ausreißsicherung für Hydraulikschläuche den begehrten Preis. Der Technische Händler und Hersteller der Sicherungseinrichtung konnte nach nunmehr zweijähriger Markteinführung ein überaus positives Resümee ziehen. Bis heute gab es ausschließlich »



- » positives Feedback von der Anwenderseite. Besonders wird die einfache, durchdachte Handhabung des international zum Patent angemeldeten Drahtseil-Spannschlusses gelobt. „Dieser Erfolg bestärkt uns in der stetigen Weiterentwicklung des Systems“, sagt Geschäftsführer Hartmut Schmitz. Als neueste Variante wurde vor kurzem die Baureihe „Cablelock AS Eco“ auf den Markt gebracht.

„Cablelock AS Professional“ – „das Original“ – zeichnet sich im Wesentlichen durch die Möglichkeit der problemlosen nachträglichen Montage aus, auch wenn die zu schützende Hydraulikschlauchleitung bereits fertig an der Maschine eingebaut ist. Weiterhin lassen sich dank der universellen Schlingenbefestigung mit nur wenige Bauarten Anwendungen bei nahezu allen Schlauch- und Armaturentypen abdecken. Bei der Schlauchfangsicherung (Bild XX) handelt es sich um eine Verschlussvorrichtung für eine Seilschlinge, wobei die Schlinge direkt um den Schlauch und ein zweites Maschinenteil gelegt wird. Die Verschlussvorrichtung besteht aus einer Spannhülse und einer Arretierhülse. Letztere ist mit zwei Bohrungen versehen, durch die das Seil hinein und wieder zurückgeführt werden kann. Durch einen Längsschlitz in der Arretierhülse lässt sich das Sicherungsseil auch seitlich einbringen, was das Anbringen des Fangsicherungssystems auch an einer „endlosen“ Schlauchleitung ermöglicht (hierdurch wird ein Nachrüsten im eingebauten Maschinenzustand machbar).

Die Sicherungen sind einzeln lieferbar (nicht wie beim Wettbewerb in Verkaufseinheiten mit mindestens 10 Stück). Die Baureihe „AS Professional“ wurde mittlerweile durch die Typen „AS5“ erweitert und deckt nun auch in den großen Nennweiten DN32, DN40 und DN50, Druckstufen ab, welche sogar über denen nach DIN 20066 für Schlauchtype 4SH (Superhöchstdruck) geforderten liegen. All diese Vorteile tragen dazu bei, dass sich die Schlauchsicherung in Sachen Handhabung und Universalität von allen anderen auf dem Markt befindlichen Lösungen abhebt.



**Die einfachere Variante der Schlauchsicherung, für Anwendungen ohne Nachrüsten im eingebauten Zustand**



## Drei Buchtipps

- „33 Erfolgsprinzipien der Innovation“, Oliver Gassmann und Sascha Friesike, Carl Hanser Verlag, München, [www.hanser.de](http://www.hanser.de)  
Dieses Werk zeigt ebenso lehrreich wie unterhaltsam **33 erfolgversprechende Innovationsprinzipien**. Zum Beispiel das Ford-Prinzip, das darstellt, wie wichtig Lösungen sind, die nachhaltig begeistern, das Kleine-Schwarze-Prinzip, das auf Produkte verweist, die genau das einhalten, was der Kunde braucht, oder das Aikido-Prinzip, das zeigt, dass es sich lohnt, anders zu denken. „Dieser relativ schmale Band gehört zum Besten, was der Buchmarkt aktuell zu diesem Thema bietet“, heißt es einer Rezension des Hamburger Abendblatts.
- **„Innovationsmanagement** – Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung“, Dietmar Vahs und Alexander Brem, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart, [www.schaeffer-poeschel.de](http://www.schaeffer-poeschel.de)  
Wesentliche Themen sind unter anderem: Erfolgsfaktoren von Innovationen, Innovationsstrategie, Innovationskultur, organisatorische Integration der Innovationsfunktion, Phasen von Innovationsprozessen, Innovationscontrolling, internes und externes Marketing von Innovationen sowie Innovationsschutz. „Das aktuelle Wissen zum Thema: übersichtlich dargestellt und verständlich erklärt“, schreibt der Verlag.
- **„Wo ist das Problem? Design Thinking als neues Management-Paradigma**“, Emmanuel Sauvonnet (Herausgeber) und Markus Blatt (Herausgeber), Books on Demand, [www.wo-ist-das-problem.com](http://www.wo-ist-das-problem.com)  
Design Thinking wird als Denkweise, Methodensammlung und Innovationsprozess verstanden. Die Einzigartigkeit ist hierbei die konsequente Fokussierung auf den Menschen mit seinen spezifischen Bedürfnissen, womit sich Design Thinking gegenüber anderen Kreativitätstechniken maßgeblich unterscheidet. Das Buch liefert umfangreiches Wissen zur Methode des Design Thinkings. Pragmatisch, unterstützt mit handfesten Beispielen, wird der Weg zur Ideengenerierung erläutert. Von der akademischen Methodenbeschreibung und deren Anwendung an Universitäten bis zu Einsatzfeldern in der Praxis. ■

## Konkurrenz zur eigenen Marke?

Bei der jüngsten Entwicklung der Schlauchsicherungsfamilie, der „AS Eco“ stellte sich am Anfang die Frage der „Sinnhaftigkeit“. Premium-Händler waren von der Idee zunächst nicht so sehr begeistert. Es überwog die Ansicht, dass man bei einem so guten Produkt keine Konkurrenz innerhalb der eigenen Marke aufbauen sollte. „Mir war es aber wichtig, auf allen Gebieten den Kunden das passende Produkt anbieten zu können“, berichtet Hartmut Schmitz. Viele Anwender des Wettbewerbsprodukts sahen bislang keinen Grund zum Wechseln, weil sie die Schlauchfangsicherungen bereits in ihren Montageablauf einplanten und während des Einbaus der Schlauchleitungen das Anbringen der Sicherungen vornahmen. Insbesondere in der Erstausrüstung wurden immer wieder die gleichen Sicherungstypen verwendet, womit die Abnahme ganzer VE's gar kein Problem war. Die Argumen-



Bildquelle: Hydraulik Schmitz Siegen



**Arretier- und Spannhülse der Schlauchsicherung**

te der einfacheren Montage und der geringeren Systemabmessungen der „Cablelock“-Sicherung hatten von vornherein kein Gewicht, weil zuvor in der Prioritätenreihe der Preis abgefragt wurde und diesbezüglich das wesentlich einfachere Wettbewerbs-Produkt im Vorteil war.

Was tun in einem solchen Fall? „Die ‚Cablelock AS Eco‘ wäre das richtige Argument gewesen, wenn man sie gehabt hätte“, berichtet Schmitz.

„Also habe ich sie durchgesetzt mit dem Ergebnis, dass man dem oben beschriebenen Kundenkreis nun sogar neue Vorteile zu einem niedrigen Preis bieten kann.“

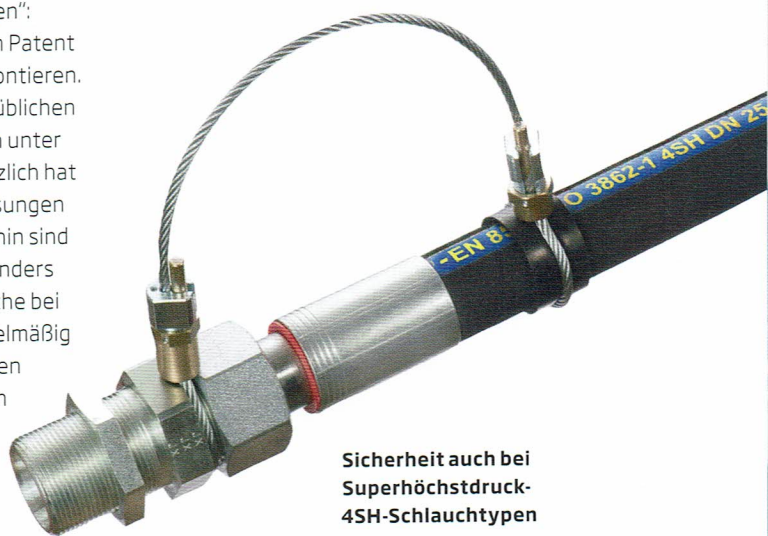
Sofern die Schlauchleitung getrennt ist, so ist die Montagezeit der neuen Schlauchsicherung laut Schmitz „nicht zu schlagen“: Lasche überlegen und das zum international zum Patent angemeldete Spannschloss binnen Sekunden montieren. Die Montagezeit liegt deutlich unter der bislang üblichen Lösung und bei getrennter Leitung auch deutlich unter der Montagezeit für die „AS Professional“. Zusätzlich hat man schlauchseitig sehr geringe Bauteil-Abmessungen und keinerlei scharfe Ecken oder Kanten. Weiterhin sind beide „Cablelock“-Lösungen schlauchseitig besonders kompakt. Es gibt keine losen Verbindungen, welche bei Anlagenvibrationen (wie sie in der Hydraulik regelmäßig vorkommen) Geräuschentwicklungen verursachen und, was viel schlimmer ist, Materialverschleiß an der Sicherung hervorrufen. Was die Lieferform angeht, so hat sich Schmitz entschlossen, die Produktvariante „As Eco“ marktüblich nur in vollen Verkaufseinheiten anzubieten.

Ebenso werden die Sicherungen nicht vollständig vormontiert geliefert, um Herstellungskosten zu sparen.

Übrigens: Die Forderung des Verwendens von „Schlauchfangsicherungen“ wird auch gemäß der brandneuen TRBS 2111 vom 3.6.2014 (Technische Regeln f. Betriebssicherheit) „Mechanische Gefährdungen“ herausgegeben vom Bundesministeriums für Arbeit und Soziales ausdrücklich „zum Sichern von Gefahrquellen“ zum „Verhindern von mechanischen Gefährdungen durch unkontrolliert bewegte Druckschlauchleitungen“ zum „Stand der Technik“ erhoben! ■

**Quelle**

**Hydraulik Schmitz Siegen GmbH, Siegen,  
Fax +49 271 3715 32, E-Mail: mail@schmitzsiegen.de,  
www.schmitzsiegen.de**



**Sicherheit auch bei Superhöchstdruck-4SH-Schlauchtypen**

Customer Value through Innovation



www.normagroup.com

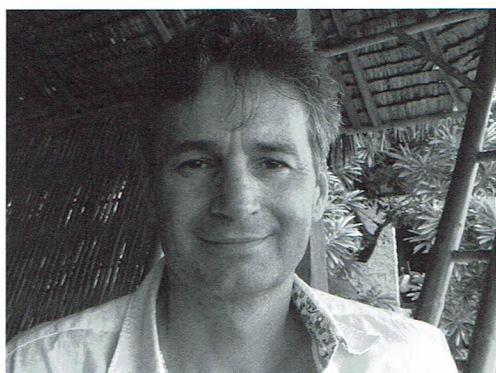
ABA BREZZE NORMA SERFLEX serratub TERRY Torca

NORMA Distribution Center GmbH • Unterm Ohmberg 24 • 34431 Marsberg  
Tel. +49 (2992) 907 - 191 • Fax +49 (2992) 907 - 157 • info.ndc@normagroup.com





## Nachgefragt bei Hartmut Schmitz



### Warum ist es für Sie wichtig, Ihren Kunden innovative Lösungen anzubieten und wenn nötig, auch eigene Innovation zu entwickeln?

Sicherlich wird das Wort „Innovation“ heutzutage sehr stark strapaziert. In unserem Fall war es einfach das Erkennen der Tatsache, dass es immer noch (man kann es kaum glauben) technische Problemstellungen gibt, für die auch ein kleines Unternehmen deutlich verbesserte Lösungsmöglichkeiten finden kann.

### Innovationen voranzutreiben bedeutet in der Regel auch Risiken einzugehen.

#### Wie geht man damit am besten um?

Das Risiko, kostenintensive Innovationen anzugehen, ohne vorab die Chancen und das Marktpotenzial richtig bzw. realistisch einzuschätzen, ist sicherlich hoch. Ebenso muss sicherlich auch die Wettbewerbssituation berücksichtigt werden.

### Welche Strategie würden Sie empfehlen, wenn man mit einer guten Idee erste Erfolge erzielt, um den Zuspruch zu mehren?

Werbung, Werbung, Werbung - und leistungsstarke Partnerfirmen für die eigene Idee begeistern. Letzteres funktioniert natürlich

nur, wenn für alle Partner ein „Nutzen“ erkennbar ist. Es gilt also, eine Strategie zu entwickeln, die auch Potenzial für Wiederverkäufer zulässt. Gleichzeitig sollte man sicherlich auch versuchen, möglichst schnell einen gewissen „Innovations-Vorsprung“ zu erzielen. Dazu muss man die Innovation zügig vorantreiben, bevor andere auf den Zug aufspringen.

### Die 2012 mit dem „Innovationspreis Technischer Handel“ ausgezeichnete „Cablelock“-Schlauchfangsicherung stieß auf ein positives Feedback im Markt. Können Sie den Erfolg beziffern?

Bislang haben wir von 2012 bis heute ca. 50.000 „Cablelock“-Einheiten verkauft. Von 2013 zu 2014 erlebten wir eine Umsatzverdopplung. Ich schätze das Marktpotenzial, sofern alle Hersteller und Betreiber die verbindlichen Sicherheitsvorgaben umsetzen auf bestimmt 150.000 Einheiten pro Jahr.

Für 2015 haben wir uns ganz klar den Export auf die Agenda geschrieben. Auch hierfür suchen wir momentan leistungsfähige Partner. Mittelfristig werden mindestens drei weitere

## „Innovativ sein, hat nichts mit Unternehmensgröße zu tun“

Produktreihen dazu kommen - unter anderem auch eine erneute „Weltneuheit“, von der ich mir auch ein besonderes Potenzial erhoffe. Aber zu viel möchte ich an dieser Stelle noch nicht verraten. Zusammenfassend kann ich aber sicherlich behaupten, dass wir uns zum Ziel gesetzt haben weltweit die Nummer Eins im Markt der Schlauchfangsicherungen zu werden.

*Das Interview wurde gekürzt. Komplett finden Sie es auf TH online unter folgender Adresse: <http://vinc.li/TH-news004>*

**Hartmut Schmitz, Geschäftsführer der Hydraulik Schmitz Siegen GmbH, Siegen, [mail@schmitzsiegen.de](mailto:mail@schmitzsiegen.de), T +49 271 370284, [www.schmitzsiegen.de](http://www.schmitzsiegen.de)**