

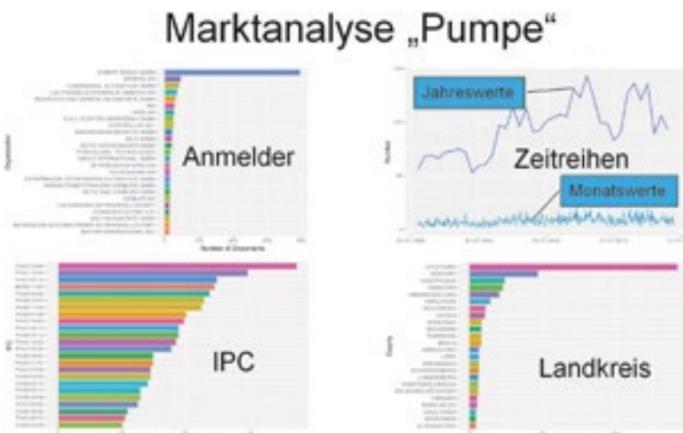
# Cross Industry Innovation, oder: was wissen sie, was wir nicht wissen?

Viele gute Entwicklungen sind so entstanden: durch nachmachen. Natürlich im besten Sinn und alles ganz legal. Das Prinzip geht so: 1. Das eigene Produkt oder die eigene Dienstleistung analysieren. 2. Den Markt analysieren. 3. Den Unterschied zwischen 1. und 2. darstellen und analysieren. 4. Den Kunden des Produktes/der Dienstleistung analysieren. 5. Über den Tellerrand hinausschauen, und dort nach Lösungen für diese Kundenbedürfnisse suchen.

Viele Unternehmen schmoren im eigenen Saft. Sie kennen ihren Markt, ihre Kunden, ihre Wettbewerber, und holen sich Anregungen für Verbesserungen aus genau diesem Umfeld: ihrem Markt, ihren Kunden und ihren Wettbewerbern. Dass es auch anders geht zeigen die Beispiele, die man im Internet findet (suchen Sie nach den Stichworten: „Cross Industry Innovation Example“). Die Frage, die sich stellt, lautet: wie geht man vor? Der prinzipielle Weg ist natürlich bereits skizziert (vgl. Punkte 1. bis 5.); aber wie sieht eine praktische Anwendung dazu aus? Der Kulmbacher Datenspezialist Dr. Wolfgang Grond bietet mit seiner Firma NUMBERLAND seit beinahe 20 Jahren solche Dienstleistungen für Unternehmen an, die sich mit Innovationen positionieren wollen.

## Rechnen mit Worten

Daten, um Antworten für den ersten Schritt zu finden, sind in jedem Unternehmen vorhanden: Produktkataloge incl. Handbücher



„Marktanalyse Pumpe“: Ergebnisdarstellung einer Patentanalyse „Pumpe“ mit Verteilung nach Anmeldern, Zeitreihe der Anmeldungen, Verteilung nach IPC-Klassen und Verteilung nach Landkreisen.

(enthalten den eigenen Stand der Technik), die das Produkt an sich beschreiben, sowie Vertriebs- (warum haben wir einen Auftrag erhalten/nicht erhalten), Produktions- (wo hat es Fehler gegeben, und welche waren es) und Wartungsberichte (welches Produkt hat unter welchen Umständen welchen Fehlerstatus erzeugt, und wie ist er vom Service behoben worden). Alle Dokumente zusammen ergeben ein ziemlich vollständiges Bild davon, wie die interne Situation eines Produkts unter technischen Aspekten einzuschätzen ist. Weil diese Daten in Form von Dokumenten vorliegen (sie sind von Menschen für Menschen geschrieben) sind sie jedoch eher unstrukturiert in dem Sinn, dass frei formatierter Text verwendet wird, um Sachverhalte zu beschreiben. Um Fließtext so zu analysieren, wie man es von Zahlen ge-

wohnt ist, wird Text im ersten Schritt in einzelne Strings (Zeichenfolgen) zerlegt. Strings können im einfachsten Fall ein Wort im umgangssprachlichen Sinn sein, aber natürlich auch Messgrößen (5,2 kg), DIN Normen (DIN EN ISO 216), chemische Formeln ((NH<sub>4</sub>)<sub>2</sub>S), Reaktionsgleichungen (2 H<sub>2</sub> + O<sub>2</sub> -> 2 H<sub>2</sub>O) oder mathematische Gleichungen.

Im zweiten Schritt wendet man sich externen Dokumenten zu, wobei die Analysemethoden, die zum Einsatz kommen, gleich bleiben. Schritt drei, der „was wissen sie, was wir nicht wissen“-Schritt, findet die Unterschiede zwischen dem internen und dem externen Wissen heraus, und stellt sie grafisch dar. Schritt vier beinhaltet das, was man unter dem Begriff „Design Thinking“ überall nachlesen kann: man muss sich mög-

lichst gut in einen Anwender hineinversetzen, und seine Bedürfnisse im Umgang mit dem Produkt/der Dienstleistung verstehen, wenn man Erfolg haben will. Der fünfte und letzte Schritt beinhaltet wieder eine Dokumentanalyse. Diesmal sucht man jedoch nicht im eigenen Umfeld (= nicht im eigenen Saft schmoren). Man wendet sich vielmehr ganz gezielt anderen Branchen zu, um dort Lösungen zu finden, die sich übertragen lassen. Die Dokumente, die für die Schritte zwei, drei und fünf benutzt werden können, sind vielfältig: Patente, Gebrauchsmuster, technische Publikationen, Webseiten – eben alles, was Text in jeglicher Form enthält.

## Dokumentanalyse am Beispiel eines Pumpenherstellers

Für die Positionsbestimmung eines Pumpenherstellers kann der eigene Produktkatalog als Ausgangspunkt für den ersten Schritt dienen. Im zweiten Schritt werden externe Dokumente, die z.B. den Begriff „Pumpe“ enthalten, herangezogen. Aus beiden Bereichen werden die Dokumente in Worte zerlegt, wobei entweder alle Worte (Bild 1, aus Platzgründen nur online), oder vielleicht auch nur Substantive verwendet werden (Bild 2, nur online). Um Teilbild D (Bild 3, nur online) – das „was wissen sie, was wir nicht wissen“-Ergebnis – zu verstehen – und eines der Hauptziele der Analyse zu erreichen – muss man sich an die Mengenlehre in der Schule erinnern: Hat man zwei Mengen A (= der Markt) und B (= die eigene Organi-

sation), so zeigt die Schnittmenge „A nicht B“ die Teilmenge, die alle Begriffe enthält, die zwar im Markt „Pumpe“ vorkommen, in den eigenen Dokumenten jedoch nicht verwendet werden. Auf sehr nachvollziehbare Weise ist so eine Stärken-Schwächen Analyse erstellt worden, die natürlich bei Bedarf weiter verfeinert werden kann. Außerdem lässt sich mit wenig Aufwand eine Marktanalyse zum Thema „Pumpe“ erstellen (Bild 4, hier gezeigt).

Der vierte Schritt – sich in den Kunden hineinzuversetzen – braucht an dieser Stelle nicht beschrieben werden; die einschlägige Literatur dazu ist sehr vielfältig. Die Ergebnisdarstellung des fünften Schritts ist weggelassen. In ihm wird gezeigt, was es in anderen Branchen für die Themen an Lösungsansätzen gibt, die mit Hilfe von Design Thinking und dem Ergebnis von Schritt drei gefunden worden sind.

## Über Numberland

Dr. Wolfgang Grond betreibt mit seinem Ingenieurbüro Numberland die TextanalyticsFactory. Kunden sind Unternehmen und Forschungseinrichtungen, die z.B. im Rahmen von F&E-Vorhaben den Inhalt technischer Dokumente erschließen und besser zugänglich machen wollen.

mehr zum Thema   
[www.numberland.com](http://www.numberland.com)

## EUREGIO Egrensis

# Stabwechsel von Dr. Seelbinder zu Landrat Peter Berek



Auf der diesjährigen Mitgliederversammlung der Bayerischen Arbeitsgemeinschaft der EUREGIO Egrensis wurde die langjährige Präsidentin Dr. Birgit Seelbinder (2. v. li.) von Regierungspräsidentin Heidrun Piwernetz (re.) feierlich verabschiedet. Neuer Präsident ist der Wunsiedler Landrat Peter Berek (li.), sein erster Stellvertreter Landrat Roland Grillmeier aus Tirschenreuth (2. v. re.). Der zweite Stellvertreter Klaus Peter Söllner, Landrat des Landkreises Kulmbach, wurde in Abwesenheit wiedergewählt (Foto: Herbert Scharf).

28 Jahre lang war sie die Seele der EUREGIO Egrensis – Dr. Birgit Seelbinder. Jetzt gab sie ihr Amt in jüngere Hände. „Eine Frau mit europäischem Herzen“ nannte sie Regierungspräsidentin Heidrun Piwernetz auf der Mitgliederversammlung der Bayerischen Arbeitsgemeinschaft am 30. Oktober 2020 im Egerland-Kulturhaus in Marktredwitz.

Die ehemalige Marktredwitzer Oberbürgermeisterin hat einen wesentlichen Anteil an der Gründung der EUREGIO im Jahr 1992 und war bis zur Neuwahl die Präsidentin der Bayerischen Arbeitsgemeinschaft. Immer im Mittelpunkt ihrer Arbeit stand die Pflege gutnachbarlicher Beziehungen insbesondere zu Tschechien, aber auch zu Sachsen und Thüringen.

Viele erfolgreiche Projekte tragen die Handschrift des Teams der Geschäftsstelle der bayerischen EUREGIO Egrensis, so das Bayerisch-Tschechische Gastschuljahr, die „Infotage“, eine Veranstaltungsreihe, die sich seit 2017 Themen der Entwicklung des bayerisch-tschechischen Grenzraumes widmet, zahlreiche Städtepartnerschaften und Sprachkurse oder der „Dispositionsfonds“, über den aus dem EU-Förderprogramm INTERREG grenzüberschreitende Kleinprojekte unterstützt werden können. Für unsere IHK ist die EUREGIO seit ihrer Gründung ein wichtiger Ansprechpartner für Fragen der Entwicklung der Beziehungen zum Nachbarbezirk Karlsbad, zum Beispiel im Einsatz für den Ausbau der grenzüberschreitenden Infrastruktur.

## Energieeffizienz-Netzwerk Franken II

# Treffen bei IREKS in Kulmbach

Was können Unternehmen tun, um Energie effizienter zu nutzen? Unter dem Motto „Franken vernetzt sich II“ haben sich 19 Firmen des E.ON Energieeffizienz-Netzwerkes unter Einhaltung aller durch Corona notwendigen Hygienemaßnahmen bei der IREKS GmbH in Kulmbach erneut getroffen, um zu diesem Thema die gemeinsam formulierten Zielvereinbarungen zu unterzeichnen.

Darin ist ganz konkret festgelegt, wie Energie in diesen Betrieben sinnvoller eingesetzt werden kann und wie viel CO<sub>2</sub> durch entsprechende Maßnahmen eingespart werden soll. Klaus Peter Söllner, Landrat des Landkreises Kulmbach, übergab die Urkunden und bedankte sich bei den Teilnehmern für ihr Engagement in Sachen Energieeffizienz und Klimaschutz. Bei IREKS hat das Thema Energieeffizienz innerhalb der Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens einen hohen Stellenwert. Deshalb freuten sich Geschäftsführer Dr. Mathias Warwel und das Energiemanagement-Team unter Gastgeber Andreas Klumpp besonders, die Teilnehmer trotz der Corona-Pandemie bei IREKS begrüßen zu dürfen, um dieses wichtige Thema voranzubringen. Der Hersteller von Backzutaten und Braumalzen setzt auf ein elfköpfiges Energiemanagement-Team, das den Energieverbrauch konstant überprüft, Verbesserungen anregt und Ziele zur Verringerung des Energieverbrauchs bzw. zur effizienteren Nutzung setzt. Durch die Umsetzung von mehr als 120 Maßnahmen konnte IREKS das eigene 10-Jahres-Ziel für 2020 bereits 2019 übertreffen und

so pro Jahr 4.570 t CO<sub>2</sub> sparen. „Bis zum Jahr 2025 haben wir uns bereits neue Ziele gesetzt. Die Impulse des Energieeffizienz-Netzwerk-Treffens sind sicher ein wichtiger Baustein für ihre Erfüllung“, sagte Andreas Klumpp.

Die am Energieeffizienz-Netzwerk beteiligten Firmen möchten ihr Know-how gemeinsam weiter ausbauen und im Betriebsalltag Einsparpotenziale optimal ausschöpfen. Konkret wurde in Kulmbach erarbeitet, wie es Betrieben gelingen kann, sich zu einem klimaneutralen Unternehmen zu entwickeln. In Vorträgen und Workshops zeigten Fachleute der Forschungsgesellschaft für Energiewirtschaft mbH (FFE), wie man eine individuelle Klimastrategie entwickelt und den eigenen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck möglichst klein hält. Das untermauerten die Experten auch mit Beispielen aus der Praxis.

„Der Austausch mit Gleichgesinnten und Energieexperten bringt neue Impulse, Anregungen und Ideen. Diese können dann im betrieblichen Alltag umgesetzt werden. E.ON als umfassender Energie- und Lösungsanbieter unterstützt Kunden auch in diesem Forum dabei, sich im Bereich Energieeffizienz optimal aufzustellen“, sagt Jörg Meier, Energie-Experte bei E.ON. Er betreut als Moderator das Netzwerk Franken II. Das Energieeffizienz-Netzwerk Franken II wird von E.ON Energie Deutschland getragen. Die beiden weiteren Konzerngesellschaften Bayernwerk Natur und E.ON Business Solutions bringen zusätzliche Expertise ein. Für die energietechnische Beratung ist die Münchner FFE mit an Bord. Sie nimmt in den Betrieben vor Ort den Status quo unter die Lupe, berät die Unternehmen und erarbeitet gemeinsam mit ihnen Effizienzverbesserungen.



Landrat Klaus Peter Söllner bei seiner Begrüßung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer Energieeffizienz-Netzwerk Franken II.