

ENGINEERING

DAS KUNDENMAGAZIN DER BERNER ENGINEERING GMBH

2007

„Mit neuen Ideen voraus“ Unser neuer Auftritt setzt Zeichen am Markt.



Seit vielen Jahren ist Berner als renommierter Entwicklungs- und Konstruktionsspezialist international erfolgreich am Markt. Jetzt dokumentieren wir unseren Erfolg noch besser – mit einem neuen, modernisierten Erscheinungsbild und einem neuen Markenzeichen. Seit der Einführung im April 2007 fällt die Resonanz unserer nationalen und internationalen Kunden bis jetzt durchweg positiv aus. Damit haben wir in unserer Kommunikation und Marktwirkung einen entscheidenden Schritt nach vorne getan und sind für die Zukunft gut positioniert. Die Neuausrichtung war notwendig geworden, um die dynamische Entwicklung, das Leistungsprofil und die in den letzten Jahrzehnten gewachsenen Stärken unseres Unternehmens deutlicher herauszustellen.

Richtungweisendes Erscheinungsbild spiegelt die Wachstumsdynamik

Der Neuauftritt unseres Traditionsunternehmens ist Ausdruck einer lebendigen, wachsenden Unternehmenskultur, die sich von innen heraus erneuert, und bei der unsere Mitarbeiter mit hoher Flexibilität im Sinne unserer Kunden an einem Strang ziehen.

Seit der Gründung im Jahre 1989 ist nicht nur unser Umsatz, sondern auch die Anzahl unserer Mitarbeiter kontinuierlich gestiegen: Am Hauptsitz Pfullingen bei Reutlingen sowie an den drei weiteren Standorten Feldkirchen bei München, Lenzburg (Schweiz) und Gniezno (Polen) sind wir für unsere Kunden mit über 50 hoch motivierten, qualifizierten Mitarbeitern aktiv – vom Entwicklungsingenieur bis zum Maschinenbau-techniker. Allein in den letzten drei Jahren haben wir über zehn neue Mitarbeiter eingestellt. Über die nachhaltig positive Geschäftsentwicklung freuen wir uns besonders.

Ein neuer, dynamischer Markenauftritt

Wir stellen uns den Herausforderungen der Zukunft und haben uns für unsere Kommunikation wichtige Fragen gestellt. Wie können wir komplexes, hochwertiges Engineering sichtbar machen? Wie schaffen wir einen eigenständigen, modernen, dynamischen Auftritt und positionieren uns klar als qualitativ hochwertiger und leistungsfähiger Partner für die Industrie?

Als Antwort auf diese Fragen haben wir mit unserem Agenturpartner Lösungen erarbeitet, die sowohl inhaltlich als auch optisch wegweisend für die Zukunft sind. Dazu gehören das neue Markenzeichen, die eigene Markenfarbe, die in Bild und Sprache eigenständige Markenwelt, der neue Slogan „Mit neuen Ideen voraus“, die Geschäftsausstattung und alle Kommunikationsmittel von Broschüren über Anzeigen bis zum Internetauftritt.

MIT NEUEN IDEEN VORAUSS.

Berner >
ENGINEERING

Das neue Markenzeichen: modern, klar, präzise und dynamisch in Form, Farbe und Aussage. Der neue Slogan erfüllt das Bedürfnis der Kunden, am Markt erfolgreich zu sein und macht den Nutzen deutlich.

Damit setzen wir klare Signale am Markt und können unser innovatives Leistungsspektrum sowie die Kundenorientierung noch deutlicher profilieren. Unser Auftritt symbolisiert eine Entwicklungsdynamik, die auf Bewährtes aufbaut und mit neuen Ideen weiterführt.



Der Internetauftritt: durchgängige Markenoptik auch im Web.



Die Imagebroschüre zeigt Kunden Kompetenz und Leistung auf einen Blick.

Starkes Profil für die Marke

Natürlich standen vor der Entwicklung und Realisierung unseres neuen Markenauftritts weitreichende Vorüberlegungen und Entscheidungen an, die wir im Sinne des Unternehmens und aller Mitarbeiter getroffen haben. Begleitet von unseren Unternehmensberatern wurde deshalb in Workshops mit der Geschäftsführung und den Projektleitern eine Ist-Analyse durchgeführt und das Profil von Berner Engineering klar herausgearbeitet, um daraus sowohl Visionen als auch konkrete Ziele und Maßnahmen für die Zukunftsentwicklung abzuleiten.

Für die Kommunikation war es besonders wichtig, die Markenwerte herauszukristallisieren. Die Frage lautete: „Was macht Berner Engineering besser?“ Als Stärken wurden klar unser Experten-Know-how, unsere Leistungsfähigkeit, Innovationskraft und die zertifizierte Zuverlässigkeit, aber auch das Kostenbewusstsein und die Flexibilität identifiziert. Auf diesem Fundament konnte der Markenauftritt entstehen. Er macht unser modernes Leistungsangebot sofort sichtbar und fühlbar, hebt die Qualität der Leistung hervor, erhöht die Attraktivität, und ermöglicht es, dass wir uns vom Wettbewerb abheben.

Workshop mit begeisterten, engagierten Mitarbeitern

Wir wären nicht so erfolgreich, wenn wir bei unseren Entscheidungen nicht unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einbeziehen würden. Deshalb fand am 20. April 2007 in Reutlingen – bevor der neue Markenauftritt der Öffentlichkeit präsentiert wurde – für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein internationaler Workshop statt. Ziel war es, nicht nur ausführlich über den neuen Auftritt und alle Maßnahmen zu informieren, sondern jeden Mitarbeiter persönlich einzubeziehen. Die spürbare Begeisterung und das Engagement, die zahlreichen Anregungen und intensiven Gespräche zeigten, dass die Richtung stimmt und das Team voll und ganz „mitzieht“. So werden unsere Mitarbeiter die Frische und Dynamik des

neuen Erscheinungsbildes auch in der Unternehmenskultur und in der Zusammenarbeit mit den Kunden lebendig werden lassen.

Für Geschäftsführer Peter Berner haben das „Human Capital“ und die Mitarbeiterförderung eine große Bedeutung für das Unternehmen: „Ein Team aus motivierten, leistungsfähigen Mitarbeitern ist der Motor für unseren Erfolg. Besonders wichtig ist mir, dass sowohl durch unser modernes Engineering-Know-how als auch durch klare Kommunikation intern und in der Zusammenarbeit mit unseren Kunden positive Energien freigesetzt und alle Potenziale für mehr Effizienz genutzt werden. Wir beziehen jeden Mitarbeiter in den Dialog mit ein, jeder soll die Richtung kennen und ein Stück unserer Philosophie für mehr Kundenorientierung leben.“

Neue Ideen für den Erfolg unserer Kunden

Das globale Wettbewerbsumfeld erfordert heute bei der Entwicklung von Maschinen und Anlagen noch effizientere Lösungen in kürzerer Zeit. Wir haben die richtigen Antworten auf diese Herausforderung. Peter Berner: „Mit neuen Ideen voraus zu sein heißt, den Erfolg für unsere Kunden berechenbar zu machen. Deshalb verfolgen wir das Ziel, mit unseren Entwicklungs-Dienstleistungen marktfähige Ideen hocheffizient in verlässlichen, wirtschaftlichen Entwicklungszeiten zur Verfügung zu stellen.“

Diese zielgerichtete Effizienz mit hervorragend qualifizierten Mitarbeitern, modernen Entwicklungstools und dem ständigen Dialog mit Kunden zieht sich durch alle Prozesse und führt schließlich zum Markterfolg. „Unsere Kunden sind Technologietreiber in ihren Branchen. Das bedeutet, wir sind mit unseren Konstruktionsideen der Marktentwicklung immer klar voraus und wissen, was in den jeweiligen Branchen gerade läuft. Davon profitieren alle Kunden.“



Der Workshop begeistert Mitarbeiter für den neuen Markenauftritt.

Maschinenleistung optimieren, Herstellungskosten reduzieren: mit professioneller Wertanalyse

Berner bietet seinen Kunden Re-Engineeringleistungen auf der Basis einer professionellen Wertanalyse an. Darunter versteht man die systematische Anwendung eines Wirksystems zur Verbesserung und Wertsteigerung von bestehenden Produkten und technischen Prozessen, wobei gleichzeitig auch der Aufwand und die Kosten reduziert werden können. Die Funktionen eines bestehenden Produktes werden zum Beispiel so optimiert, dass niedrigere Kosten realisiert werden können, ohne die erforderliche Qualität, Zuverlässigkeit und Marktfähigkeit des Produktes negativ zu beeinflussen.

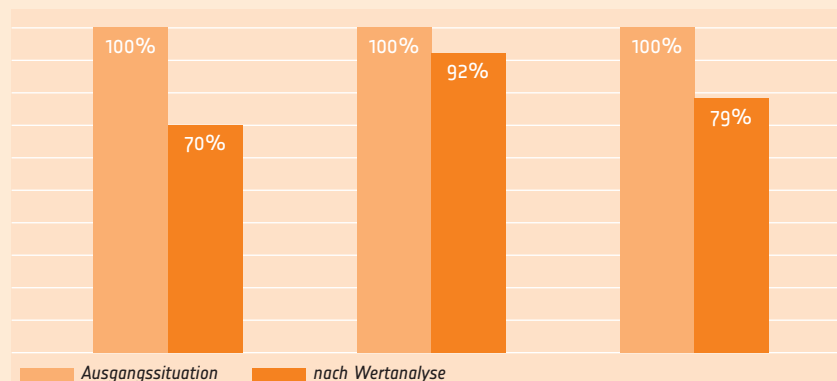
Berner hat für seine Kunden bereits viele Wertanalysen mit großem Nutzen durchgeführt. Da wir die Wünsche unserer Kunden nach Geheimhaltung respektieren, stellen wir hier übergreifend auf Basis konkreter Fälle aus der Praxis dar, welche Einsparpotenziale die Wertanalyse bietet.

Re-Engineering – individuell auf die Anforderungen unserer Kunden abgestimmt

Jede Wertanalyse folgt den individuellen Anforderungen unserer Kunden. Dies kann zum Beispiel der Aspekt Kostensenkung sein. Oder aber die marktgerechte Aktualisierung der Leistung.

Wie lassen sich unnötige Kosten vermeiden? Wie lässt sich die Leistung einer Maschine oder Anlage verbessern? Für Fragestellungen wie diese finden wir mit der Wertanalyse und auf Basis unserer umfangreichen Erfahrung aus vielen Engineering- und Re-Engineeringprojekten systematisch und zielgerichtet Lösungen – zum Beispiel durch bessere Zusammenarbeit, Kooperation, Kommunikation, Beachtung und Optimierung von Produktions-, Montage- und Logistikketten. Selbst wenn ein Kunde Berner nur mit einer Teilaufgabe beauftragt: Wir betrachten und analysieren stets das Gesamtsystem und berücksichtigen auch indirekte Faktoren, die für den Erfolg der Optimierung eine entscheidende Rolle spielen können.

Reduzierung der Produkt-Herstellungskosten mit Wertanalyse-Projekten (Stand 2006)



1. Zweispindel-5-Achsen-Bearbeitungszentrum

- Reduzierung der Fertigungsteile um 60 %
- Reduzierung der Kaufteile um 70 %
- Konzentration auf unbedingt nötige Funktionen
- Zusammenfassung von Funktionen/Bauteilen
- Konsequenter Einsatz von Standard-Kaufteilen

2. Linear-Transfer-Bearbeitungszentrum

- Konsequenter Einsatz von Standard-Kaufteilen
- Zusammenfassung von Teilen zu Integralbauteilen
- Konstruktive Überarbeitung mit Schwerpunkt Funktions-/Leistungsverbesserung

3. Vertikal-Dreh-Bearbeitungszentrum

- Drastische Einsparung von Montagezeiten durch Integralbauteile
- Einsatz vormontierter Baugruppen
- Bildung von Kaufteil-Paketen
- Neues, modulares Kabinenkonzept mit Reduktion der Montagezeiten auf einen Arbeitstag

Praxisbeispiel: Reduktion der Herstellungskosten bis zu ca. 20 %

Ein Kunde beauftragt Berner beispielsweise mit der wertanalytischen Überarbeitung einer Maschinenbaureihe, die seit mehr als 10 Jahren erfolgreich am Markt eingeführt ist. Die Aufgabe lautet: Reduzierung der Herstellungskosten um ca. 20 %. Der erste Step im Rahmen der Wertanalyse ist in diesem Fall eine klassische Kostenanalyse und eine Konzeptphase zur Abschätzung des Einsparpotenzials. Wesentliche Grundvoraussetzung hierfür ist, dass der Kunde Berner alle Daten und Fakten zu den Ist-Kosten jedes Bauteils detailliert zur Verfügung stellt. Berner ermittelt mit der Wertanalyse das richtige Verhältnis zwischen der Bedeutung der Funktion und den dafür investierten Kosten aus Sicht der Kunden. Es wird nach Lösungen gesucht, wie man das Produkt auf den modernsten Stand der Technik bringen kann, welche Komponenten als Alternative zur Verfügung stehen, wo in der Fertigung eingespart werden kann oder wie sich die Montage

durch vormontierte Baugruppen vereinfachen lässt.

Die Ergebnisse der Konzeptphase werden in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden analysiert und besprochen. Vom Ergebnis der Konzeptphase hängt es ab, welcher Ansatz zur Kostensenkung weiterverfolgt wird – oder ob man gegebenenfalls eine Optimierung der Maschinenleistung vornimmt.

Praxisbeispiel: Optimierung der Maschinenleistung bis zu 25 %

Ein Kunde wünscht eine Analyse, wie das Leistungsprofil seiner Maschine – zum Beispiel ein Bearbeitungszentrum zum Drehen, Bohren und Fräsen – erhöht werden kann. Berner untersucht verschiedenste Bearbeitungsoptionen, wie z. B. die Vergrößerung der Achswege, mehr Leistung in der Hauptspindel, Erhöhung der Verfahrgeschwindigkeit, Erweiterung der Magazinplätze, Reduzierung der Nebenzeiten und weitere Optimie-

rungsmöglichkeiten. Im Fokus steht dabei die Frage, wie man den Marktwert des Produktes durch technische Verbesserungen, Modifikationen und Neukonstruktionen steigern kann. Dabei werden auch Bereiche wie Beschaffung, Montage, Design oder Logistik mitberücksichtigt.

Das Ergebnis der Konzeptphase verspricht in diesem Fall eine Leistungssteigerung bis zu 25 %. Berner wird daraufhin mit dem Re-Engineering beauftragt. Alle Baugruppen werden überarbeitet, die Performance durchgängig zwischen 20 und 30 % erhöht und dabei die Montagezeiten noch verkürzt. Die Maschinenverkleidung wird von einem Designer so überarbeitet, dass die Kunden auch vom Erscheinungsbild der Maschine positiv angesprochen werden. Auch die Logistikkette wird im Vergleich zum alten Produkt verbessert. Es werden neue Lieferanten definiert und neue Bauteile bestellt. In der Prototypenphase ist der Projektleiter von Berner dabei ca. über ein halbes Jahr hinweg regelmäßig beim Kunden vor Ort, um den Fortschritt des Projektes zu überwachen und voranzutreiben.

Die Methode der Wertanalyse

Jede Wertanalyse bei Berner hat Methode und führt strukturiert mit vernetztem Engineering-Know-how ans Ziel. Der Arbeitsplan ist nach VDI 2803 (früher DIN-Norm 69910) vorgegeben. Dabei sind Zielvorgaben bezüglich des Termins, der Qualität und der Kosten festgelegte Rahmenbedingungen. Berner arbeitet bereichsübergreifend im Team, ein erfahrener Mitarbeiter übernimmt die Moderation und Leitung. Berner arbeitet nach einem eigenen „Leitfaden zur Durchführung einer Wertanalyse“, der bewährtes, aus der Praxis entstandenes Know-how enthält und damit hohe Prozessqualität sicherstellt. Die Wertanalyse zeichnet sich aus durch:

- Auf Funktion und Kosten gerichtete Betrachtungsweise
- Organisches Zusammenwirken aller Abteilungen, evtl. werden auch externe Spezialisten und Lieferanten hinzugezogen
- Systematisches Vorgehen nach geplantem Arbeitsprogramm
- Kreative Freiheit gegenüber früheren technischen Lösungen und in Bezug auf Kostenfaktoren

Vorgehen bei der Wertanalyse

Vorbereitungsphase	Informationsphase	„Schöpferische“ Phase	Bewertungs- und Entscheidungsphase
<ul style="list-style-type: none"> • Festlegung der Aufgabe/des Untersuchungsgegenstands • Ermittlung der Kostenziele • Sammlung und Bereitstellung der Unterlagen 	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibung der Funktionen • Bewertung durch Vergleich 	<ul style="list-style-type: none"> • Systematische Suche nach bestehenden Alternativen • Systematische Suche nach neuen Lösungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Auswahl der optimalen Lösung • Ermittlung der Kostenersparnis • Genehmigung durch Unternehmensleitung • Umsetzung, ggf. mit Re-Engineering durch Berner

IMPRESSUM

Herausgeber
 Berner Engineering GmbH
 Development + Consulting
 Arbach ob der Straße 14
 D-72793 Pfullingen
 Tel. +49 (0)71 21 / 99 27 - 0
 Fax +49 (0)71 21 / 99 27 99
 mail@berner-engineering.net
 www.berner-engineering.net

Standorte
 D-72793 Pfullingen
 D-85622 Feldkirchen/München
 CH-5600 Lenzburg/Schweiz
 PL-62-200 Gniezno/Polen

Fotografie/Bildnachweis
 Berner Engineering Archiv

Konzeption und Gestaltung
 Lorenz & Company Werbeagentur GmbH
 Nachdruck, auch auszugsweise,
 nur nach vorheriger Absprache und
 Genehmigung durch den Herausgeber.
 © Berner Engineering GmbH, 2007

ENGINEERING INTERVIEW



Michael Kühne,
 Projektleiter
 und QM-Beauftragter,
 Berner Engineering.

Welche Rolle spielen Re-Engineering-Projekte für die Kunden im globalen Wettbewerb?

Der globale Wettbewerbsdruck nimmt weiter zu. Im Gespräch mit uns erkennen immer mehr Kunden, wie viel Potenzial unsere Re-Engineeringleistungen und die Wertanalyse für ihr Unternehmen bietet. Mögliche Leistungssteigerungen oder Kosteneinsparungen von bis zu ca. 20 Prozent möchte heute keiner mehr ungenutzt lassen! In dem Bereich wachsen wir also weiter.

Worauf kommt es bei der Wertanalyse besonders an?

Das Durchleuchten und Optimieren von Kosten und Leistungen braucht natürlich Systemverständnis, Markt-Know-how und entsprechende Anwendungserfahrung. Das kann nicht jeder und genau hier liegen auch unsere Stärken. Wir bieten alles unter einem Dach und vor allem sprechen wir die Sprache unserer Kunden.

Wie gehen Sie vor und welche Vorteile hat der Kunde?

Gemeinsam legen wir die Ziele und die einzelnen Schritte fest. Wir analysieren präzise und decken nutzbare Potenziale auf – zum Beispiel bei der Fertigungstiefe, den Kaufteilen, der Konstruktion, der Integration von Funktionen bis hin zur Montage. So realisieren wir mit modernen Prozess- und Engineering-Tools intelligente Zukunftslösungen, die unseren Kunden technologisch und wirtschaftlich höchsten Nutzen bringen.

MIT NEUEN IDEEN VORAUSS.

Berner >
 ENGINEERING