

# Strategie und Ergebnisse einer Netzwerkbildung am Beispiel des Unternehmensverbundes „AGASEN – innovative Abgassensorik“

Konferenz

**Sensorik aus Thüringen**

**- Zukunft und Wachstum durch Kooperation und Innovation**

Ilmenau, den 14.10.2005

Frank Schnellhardt

INNOMAN GmbH, Am Vogelherd 50, 98693 Ilmenau

[www.innoman.de](http://www.innoman.de)

- Beratungsgesellschaft für externes Innovationsmanagement
- 2001 als Ausgründung aus der Thüringer Agentur für Technologietransfer und Innovationsmanagement GmbH (THATI), Geschäftsstelle Suhl entstanden.
- 4 Innovationsmanager betreuen heute mehr als 50 Kunden im Süden und Westen Thüringens
- Beauftragte Gesellschaft des Bundeswirtschaftsministeriums zur Beratung Kleiner Unternehmen bei der Durchführung von Innovationsvorhaben unter Nutzung des Förderprogramms „Innovationsmanagement“
- Kooperationspartner der PATON-PVA Ilmenau zur Verwertung von Forschungsergebnissen aus Thüringer Hoch- und Fachschulen sowie außeruniversitären Forschungseinrichtungen
- Mitglied im Verband innovativer Technologieberatungsorganisationen Deutschland (VITO) e. V. – Deutschlands führender Interessenvertreter der Innovationsberatungs- und Technologietransferorganisationen

- **Externes Innovationsmanagement** – Beratung und Begleitung von der Entwicklung bis zur Einführung neuer Produkte und Technologien
- **Marktforschung, Marktanalyse und Kundenzufriedenheitsanalyse** unter Nutzung innovativer Forschungsmethoden wie dem Conjoint Measurement
- **Marketing und Vertrieb innovativer Produkte** unter Verwendung neuer Methoden der Marktkommunikation, des Online-Marketing sowie Telekommunikations-Marketing
- **Management innovativer Unternehmensverbände** (Netzwerkmanagement und Kooperationsmanagement) für Entwicklungs- und Vermarktungsk Kooperationen
- **Patentverwertung** insbesondere für Forschungsergebnisse aus Thüringer Hoch- und Fachschulen sowie Forschungseinrichtungen (Zugriff auf alle zur Verwertung freie Patente aus deutschen Forschungseinrichtungen)

# Strategie und Ergebnisse einer Netzwerkbildung am Beispiel



AGGASEN  
NETZWERK

# Netzwerkbildung am Beispiel AGASEN

## AGASEN - Netzwerkentstehung



- Im September 2004 als Kooperation von sechs Südthüringer Unternehmen gegründet!
- Entstehungshintergrund war die Erweiterung einer erfolgreichen Kooperation der Firmen Anton Gensler GmbH, FCT Ingenieurkeramik GmbH und UST Umweltsensortechnik GmbH
- Gemeinsames Ziel ist der Einstieg in das Marktsegment „Abgassensorik im Kraftfahrzeug“
- Ansatz: Entwicklung und Herstellung innovativer sensorischer Lösungen für die Automobilindustrie in den Bereichen
  - Abgastemperaturmessung mit neuartigen Hochtemperaturfühlern,
  - Abgasanalyse mit neuen Lösungen für Schadstoffe und Abgaskomponenten sowie
  - Feuchtesensorik und Luftgütesensorik.
- Partner: Anton Gensler GmbH; Consens GmbH; Entec Gesellschaft für Umweltmesstechnik GmbH; FCT Ingenieurkeramik GmbH, IL Metronic Sensortechnik GmbH; UST Umweltsensortechnik GmbH
- Netzwerkdaten 2004: gesamt 16 Mio. € Umsatz bei insgesamt 202 Mitarbeitern in Dtl.

# Netzwerkbildung am Beispiel AGASEN

## AGASEN – Netzwerkziele und -strategie



### Einstieg in ein neues Marktsegment - Positionierung als Systemlieferant

#### Strategien:

- (1) Kooperation mehrerer Unternehmen  
Ziel: Sicherung der erforderlichen Kompetenzen und Kapazitäten  
(Technologisch, Fertigungstechnisch und Vertriebstechnisch)
- (2) Kooperation mit Experten im vorhandenen Markt  
Ziel: Informationssammlung und Schaffung von Marktzugängen/-kontakten
- (3) Konzentration auf neuartige Lösungen;  
Ziel: Besetzen von neuen Marktsegmenten (Nischen)  
Profilierung als innovativer Anbieter - Attraktivität als Newcomer  
Vermeidung einer Kostenkonkurrenz mit bestehenden/etablierten Anbietern
- (4) Gemeinsame Marktbearbeitung  
Ziel: Kompetenz; Stabilität und Leistungsfähigkeit kommunizieren, obwohl das/die Einzelunternehmen für diesen Markt sehr klein sind  
Reduzierung der Marketingkosten durch Verteilung der Aufwände  
Reduzierung der Markteintrittsrisiken durch Risikoteilung

# Netzwerkbildung am Beispiel AGASEN

## AGASEN – Ergebnisse des 1. Jahres



### Strategisch

- Aufbau erster Marktbeziehungen und Ableitung konkreter Marktbedürfnisse
- Identifizierung von kurz-, mittel- und langfristigen zu bearbeitenden Marktnischen
- Aufbau/Festigung der Kooperationsbeziehungen zwischen den Partnern

### Operativ:

- erfolgreicher Abschluss eines durch das TMWFK unterstützten Forschungsprojektes zur Entwicklung eines Hochtemperatursensors zur Messung im Abgas und erste Markterfolge geplanter Serienstart des neuartigen Hochtemperaturfühler ab 2007
- Entwicklung von 5 Produktideen die in den kommenden zwei Jahren bis zum Prototypen entwickelt werden sollen, bspw. zur
  - Russpartikelmessung
  - Kontrolle des Kohlendioxidgehaltes im Fahrzeuginnenraum zur Verhinderung von Ermüdungserscheinungen durch verbrauchte Luft
  - Neuartige Teillösungen für neue Abgasnachbehandlungsstrategien etc.

- ⇒ Gewinn des Wettbewerbes „Netzwerkmanagement – Ost (NEMO)“ im September 2004 ermöglichte einen systematischen und intensiven Netzwerkaufbau
- ⇒ Netzwerkstrategie: Focus auf innovative Nischen und Präsentation als innovativer Anbieter erhöhte die Attraktivität und erleichterte den Aufbau von Marktbeziehungen
- ⇒ Operativer Ansatz: konkrete Projekte und langfristige Strategie zeitlich parallel zu verfolgen, sicherte einerseits die konsequente Marktorientierung und andererseits die Nutzenorientierung der Netzwerkarbeit
- ⇒ Risikoteilung bei der Marktbearbeitung und Intensität der Kooperation ließen sich nur langsam realisieren, da Erfahrungen und Kapazitäten heterogen verteilt sind und der Beziehungsaufbau Zeit benötigt

# Netzwerkbildung am Beispiel AGASEN

## Erfolgsfaktoren Netzwerkarbeit



- ⇒ Gemeinsames Interesse
- ⇒ Klares Netzwerkziel
- ⇒ Konsequente Marktorientierung
- ⇒ klare Nutzenorientierung für die Netzwerkpartner
- ⇒ Investitions- und Kooperationsbereitschaft
- ⇒ Zeitnahe Klärung der rechtlichen Form der Zusammenarbeit

## Konferenzdiskussion

# „Möglichkeiten einer Kooperation Thüringer Unternehmen der Sensortechnik“

Moderation: Frank Schnellhardt (INNOMAN)

### Ideen/Ansätze:

- Technologietrends – Information und Austausch
- Gemeinsame Erschließung neuer Marktsegmente
- Entwicklungskooperationen
- Fertigungskooperationen
- Gemeinsame Nutzung von Marktzugängen