

Im Umfeld der berührungslosen Temperaturmessung ist Optris mit seinen 15 Jahren ein noch recht junges Unternehmen. Ulrich Kienitz, geschäftsführender Gesellschafter, erklärt uns im Interview, warum es Optris trotzdem geschafft hat, sich einen Namen zu machen und gegenüber dem Wettbewerb zu bestehen.



„Man muss einen langen Atem

Im kommenden Jahr mischt Optris 15 Jahre am Markt mit. Wir haben

Welche Ereignisse aus den vergangenen 15 Jahren haben einen bleibenden Eindruck bei Ihnen hinterlassen?

Ulrich Kienitz: Ein Start-up-Unternehmen, wie wir es im Jahre 2003 waren, setzt immer eine gehörige Portion Langmut im besten Sinne des Wortes voraus. Wenn man sowohl die Produktlinien als auch den Vertriebskanal entwickeln muss, kostet das zunächst eine Menge Geld und die ersten vier Jahre der Geschäftsentwicklung waren – wie geplant – mit negativen Profitabilitäts-Kennzahlen verbunden. Mit dem Anwachsen der Stückzahlen bei unseren portablen wie auch stationären Infrarothermometern trat auch eine wirtschaftliche Gesundung ein, sodass man heute kontinuierlich in eine regionale wie auch produkttechnische Erweiterung des Geschäfts investieren kann. Seit der Gründung nutzen wir die Fünf-Jahres-Jubiläen, um zurückliegende Entwicklungen zu rekapitulieren und gelegentlich auch zu hinterfragen. Das Wachstum der Mitarbeiterzahl von anfänglich 11 auf nunmehr fast 100 zeugt allerdings von Kontinuität und Stabilität unserer wirtschaftlichen Entwicklung.

Und welche Entwicklungen sind es in der nun bald 15-jährigen Unternehmensgeschichte von Optris, die Sie am meisten beeindruckt haben?

Ulrich Kienitz: Anfänglich haben wir eher traditionelle Punktmesstechnik, also Pyrometer, mit sehr gutem Preis-Leistungsverhältnis

zur Marktreife gebracht. Bei diesen Entwicklungen haben wir eher auf evolutionär verbesserte Produkteigenschaften Wert gelegt. Ab 2010 ergänzen eigene Infrarotkamera-Designs das Produktportfolio. Die einzelnen Bildpunkte derartiger Sensorchips erreichten schon damals eine spezifische Detektivität, die um eine Größenordnung über der bei Infrarothermometern üblicherweise eingesetzten thermischen Einzelsensoren lag. Gleichzeitig wurde diese Technologie in Richtung massenmarktkompatibler Preisbereiche entwickelt, sodass hier ein erhebliches Innovationspotenzial für die berührungslose Temperaturmesstechnik vorlag. Optris hat diese Chance durch Etablierung einer für die Automatisierungstechnik und den F&E-Einsatz geeigneten Thermografie-Produktlinie genutzt und generiert inzwischen einen erheblichen Anteil des Gesamtumsatzes mit dieser Technik.

Und auf welche Leistung sind Sie besonders stolz und welche Entscheidung hat Ihnen bislang am meisten Kopfzerbrechen bereitet?

Ulrich Kienitz: Produktentwicklungen allein reichen in unserer modernen Welt nicht aus, um erfolgreich zu sein. Die Etablierung eines international leistungsfähigen Vertriebssystems, das in der Lage ist, Neuentwicklungen kurzfristig zu vermarkten und auch erklärungsintensive Produkte weltweit zu vertreiben, ist wesentlich für die Entwicklung einer Technologiefirma. Optris kann heute auf einen Ex-

portanteil von 71 Prozent verweisen, alleine in Asien werden fast ein Drittel aller Produkte umgesetzt – und darauf bin ich schon sehr stolz.

Nachdenklich hingegen stimmt, dass wir verbunden mit dem Trend der Migration industrieller Anwendungen nach Asien natürlich auch die Schwerpunkte unserer Kunden- und Applikationsentwicklung verlagern mussten und müssen. Unser heimischer Markt wird dadurch weniger wichtig und unser traditioneller Heimvorteil muss durch internationale Kompetenz weltweit tätiger Mitarbeiter und verstärkte Kooperationen im asiatischen Raum ergänzt werden.

Auf Ihrer Homepage beschreiben Sie Optris als junges Technikunternehmen, das sich im Laufe der vergangenen 14 Jahre im Bereich der berührungslosen Temperaturmesstechnik einen Namen gemacht hat. War es schwierig, sich neben dem „älteren“ Wettbewerb zu etablieren?

Ulrich Kienitz: Wie sagt man im Englischen so schön: Never change a running system – und das Motto gilt natürlich auch bei vielen Maschinenbauern und Automobilzulieferern, die seit Jahren Temperaturmesstechnik einsetzen. Doch nur bei neuen Installationen und mit neuen verbesserten Produkteigenschaften kann man heutzutage signifikante Marktanteile gewinnen. Jegliche Geschäftsentwicklung ist unabhängig von der Region gerade im Investitionsgüterbereich mit ei-



“
 Die Etablierung eines international leistungsfähigen Vertriebssystems, das in der Lage ist, Neuentwicklungen kurzfristig zu vermarkten und auch erklärungsintensive Produkte weltweit zu vertreiben, ist wesentlich für die Entwicklung einer Technologiefirma.
 “

haben und erheblich investieren“

nachgefragt, welche Hürden es zu nehmen und welche Erfolge es zu feiern gab.

ner relativ langen Phase geringen Umsatzes und geringen Wachstums verbunden, ehe sich neue Messprinzipien bzw. neue Anwendungen durchsetzen. Man muss also einen langen Atem haben und erheblich in das jeweilige Vertriebsgebiet investieren. Der Erfolg stellt sich dann eher nach Jahren und nicht schon nach wenigen Quartalen ein.

Wo sehen Sie Ihren USP?

Ulrich Kienitz: Wir versuchen sowohl bei den Wärmebildkameras als auch bei den Pyrometern den sogenannten Sweet Spot im Preis-Leistungsverhältnis der Produkte zu besetzen. Dabei spielen Robustheit, thermische Beständigkeit und Einsatzfähigkeit unter widrigen Industriebedingungen eine große Rolle. Wir haben Sensoren, die aufgrund ihrer maximalen Betriebstemperatur von bis zu 240 °C keinerlei Kühlung mehr benötigen, und wir haben Wärmebildkameras, die selbst 28 µm große Messflecken thermometrisch richtig erfassen. Sie sehen, es gibt eine ganze Spannweite von herausragenden Produktparametern, die für unterschiedliche Anwendungen fallspezifisch essentiell sind.

Und in welchen Branchen ist Optris zuhause?

Ulrich Kienitz: Das Unternehmen beschäftigt sich ausschließlich mit berührungsloser Temperaturmesstechnik. Uns kommt dabei zu Gute, dass die Temperatur nach der Zeit die

am zweithäufigsten gemessene physikalische Größe ist. Daher haben wir im industriellen Bereich einen fast unbegrenzten Markt, der von der Hauttemperaturmessung im Life-Science-Bereich, über die Messung der Schmelztemperatur im Stahlwerk bis hin zum Einsatz bei neuesten Fertigungstechnologien wie Additive Manufacturing reicht.

Inwieweit unterstützen Sie Ihre Kunden bei der Umsetzung Ihrer Projekte?

Ulrich Kienitz: Der Einsatz der Sensoren bedarf einerseits einer kompetenten Beratung, um Messfehler zu minimieren. Andererseits verlangen Kunden oftmals eine Komplettlösung, die die gesamte Prozesskette aus Messung, Bewertung und Steuerung beinhaltet. Diesen Support geben wir in Einzelfällen bei strategisch wichtigen Applikationen, wir versuchen dann allerdings recht schnell das Systemgeschäft an unsere lokalen Distributionsfirmen weiterzugeben. Die Betreuung, der Service und die Weiterentwicklung von Systemlösungen müssen unseres Erachtens am besten lokal vor Ort erfolgen. Als Firma versuchen wir, uns technologisch vor allem auf die Sensorik zu konzentrieren.

Wie lautet denn Ihre Zielstellung für die kommenden drei Jahre?

Ulrich Kienitz: Die Erhöhung eines signifikanteren weltweiten Marktanteils ist ein we-

sentliches Ziel, das wohl noch viele Jahre in Anspruch nehmen wird. Um unser Geschäft vor Krisen abzusichern, streben wir auf den drei großen Märkten – Asien, Amerika und Europa – eine gleichmäßige Umsatzverteilung an.

Und jetzt eine abschließende Frage, wo doch die SPS IPC Drives naht: Warum sollten die Leser der mestec drives Automation in Nürnberg bei Optris vorbeischaun?

Ulrich Kienitz: Wie sagt man so schön: Wir haben da etwas Neues. In diesem Fall sind es zwei neue Wärmebildkameras mit elektrooptischem Fokus und teilweise autonomen Betriebsmodus. Diese neue Art von Kamera mit pyrometrischen Ausgangssignal kann zukünftig unzulässige Erwärmungen an Oberflächen automatisch detektieren bzw. durch deren sensorinterne Bildverarbeitung Temperatur-Inhomogenitäten als Prozesssignal direkt darstellen. (agry)



SPS IPC Drives
 Halle 4A · Stand 126

Kontakt

Optris GmbH, Berlin
 Tel.: +49 30 500 197 0 · www.optris.de