

Pressemitteilung | 07. April 2017

## **werk\_39: B. Braun geht neue Wege bei Service-Innovationen**

**Um seine Innovationskraft noch besser auf Kundenbedürfnisse ausrichten zu können, eröffnet der Medizintechnikspezialist B. Braun ein neues Innovationslabor in Tuttlingen.**

**Melsungen/Tuttlingen.** Für das Familienunternehmen B. Braun war Innovation schon immer Teil seiner Erfolgsgeschichte. Doch im Zeitalter der Digitalisierung werden Neuerungen schneller entwickelt als je zuvor. Im internationalen Wettbewerb ist es unverzichtbar, Leistungen stetig zu optimieren – und zwar auch „beyond the product“, also über die eigentlichen Produkte hinaus.

„Es geht zum Beispiel darum, klinische Prozesse durch digitale Lösungen zu verbessern oder den Kunden Zusatznutzen durch neue Geschäftsmodelle anzubieten“, sagt B. Braun-Vorstandsmitglied Prof. Dr. Hanns-Peter Knaebel, der auch für das Thema Innovationen zuständig ist. Deshalb arbeitet man jetzt verstärkt an Neuerungen im Bereich der Dienstleistungen. Lösungen, Geschäftsmodelle und Vertriebswege sollen möglichst passgenau auf den jeweiligen Kunden zugeschnitten sein.

Ein wichtiger Schritt auf diesem Weg ist das werk\_39, das im April in Tuttlingen seine Arbeit aufnimmt. „Wir bauen hier ein Zentrum auf, in dem wir unsere Kunden und Anwender bereits zu einem sehr frühen Zeitpunkt in die Arbeit einbeziehen. Sie können sozusagen mitentwerfen“, erklärt Sören Lauinger, Director Sales and Service Innovation bei Aesculap, der das werk\_39 leiten wird. Entwickelt werden zunächst so genannte Prototypen, die möglicherweise noch nicht in allen Einzelheiten ausgereift sind, aber bereits bei Kunden zum Einsatz kommen können. Das werk\_39 konzentriert sich dabei vor allem auf OP-nahe Produkte und Dienstleistungen. In enger Zusammenarbeit von Entwicklern, Kunden und Anwendern werden diese Prototypen dann optimiert.

„Das Kundenfeedback ist fester Bestandteil des Entwicklungsprozesses, denn so können wir schnell erkennen, ob wir auf dem richtigen Weg sind und den

Ansprüchen unsere Zielgruppen gerecht werden“, erklärt Lauinger. Neben den fest angestellten Beschäftigten des werk\_39 kommen wechselnde Projektteams hinzu, die jeweils für einige Monate an konkreten Themen arbeiten. Auf diese Weise sollen Ideen möglichst schnell zu einsatzfähigen Lösungen werden.

Auch vor der Eröffnung des werk\_39 hat B. Braun bereits den frühen Austausch und die enge Zusammenarbeit mit Kunden und Anwendern gesucht. Neu ist, dass die Projektteams nun gemeinsam unter einem eigenen Dach arbeiten, abseits der Konzernstrukturen. „Das schafft mehr Spielraum, um Neues zu denken und gemeinsam auszuprobieren“, erläutert Lauinger die dahinter stehende Strategie.

Denn der Name ist Programm: „Werk“ deutet auf einen Ort des Schaffens und Produzierens hin, in dem es um das Ausprobieren und Umsetzen geht. Die Zahl 39 steht für das B. Braun-Gründungsjahr 1839 und verweist auf die lange Tradition des Erfindergeistes im Unternehmen.

Mit dem werk\_39 knüpft der Medizintechnikspezialist an das Konzept der Systempartnerschaft an, das B. Braun verfolgt. Dabei geht es darum, Kunden und Partner, wie beispielsweise Ärzte, Krankenhausmanager und Pflegepersonal, in die Suche nach effizienten und gleichzeitig wirtschaftlichen Lösungen einzubeziehen.

B. Braun wird jetzt an seinen Standorten weltweit zu einem Ideenwettbewerb für die ersten Projekte im werk\_39 aufrufen.

Informationen zu B. Braun finden Sie unter [www.bbraun.de](http://www.bbraun.de).

Unter folgendem Link erreichen Sie die Webseite von werk\_39:  
<http://www.werk39.com>