

**WIR FINDEN FÜR  
JEDEN KUNDEN  
NUR EINE LÖSUNG:  
DIE BESTE**



**CCP**  
**CONGRESSCENTRUM  
PFORZHEIM**

Am Waisenhausplatz 1-3  
75172 Pforzheim  
Tel 07231 14545-0  
info@pkm.de  
www.pkm.de

**PKM**  
Pforzheim Kongress-  
und Marketing GmbH



## Machen Sie Ihre Werbung zur Chefsache!

Werben Sie in Deutschlands entscheidendem Wirtschaftsmagazin.

Weitere Informationen:  
Telefon 0211 887-3355

[www.iqm.de/wiwo](http://www.iqm.de/wiwo)

**Wirtschafts  
Woche**

So verstehen wir Wirtschaft.

etwa die Softwarevariante Medical Invoice Suite bei der Bearbeitung von Kundenbelegen ein. Längst sind aber auch Unternehmen anderer Branchen hinzugekommen, etwa der Lkw-Bauer MAN und die Handelskette Edeka. Für diese ist etwa die Order Suite interessant, die Bestellvorgänge im Handel bis hin zur Auslieferung automatisiert.

### Annäherung an das menschliche Gehirn

Größere Kunden betreut Insiders meist direkt und bindet sie in die Entwicklung der Produkte von Anfang an ein. Daneben setzt das Unternehmen im Vertrieb auf Partner, die Lizenzen und Beratung für seine Software verkaufen. Sie helfen vor allem auf Märkten, bei denen sprachliche und kulturelle Barrieren einen direkten Eintritt erschweren. 2011 wurden Produkte von Insiders so erstmals für Dokumente auf Koreanisch, Japanisch und Chinesisch eingesetzt.

Neben der Expansion ins Ausland sollen vor allem neue Produkte für weiteres Wachstum sorgen. Eine heiße Idee, der sich ein Team in Kaiserslautern widmet, ist das Konzept der Neuronalen Netze. „Damit können wir Programme so gestalten, dass sie in einer großen Menge von Bildern wiederkehrende Muster erkennen“, sagt Mitarbeiter Markus Ebbecke. Damit funktioniert das Programm letztlich ähnlich wie das menschliche Gehirn.

Ein im Büro von Ebbecke entwickelter App-Prototyp kann zum Beispiel Gegenstände auf Fotos identifizieren. Interessant wäre das etwa für Versicherungen: So könnten etwa Smartphones in wenigen Jahren zum Beispiel vor dem Abschluss einer Hausversicherungsversicherung leicht Listen der Wohnungseinrichtung erstellen. Diese und ähnliche Neuheiten sollen in den kommenden Jahren aus Kaiserslautern heraus die Unternehmen noch digitaler und damit effizienter machen. Eine kleine Abweichung von der Heimattreue hat sich das Unternehmen in jüngster Zeit aber doch gestattet. Eine Handvoll Mitarbeiter sitzt inzwischen in einem Büro in Berlin. „Gute Designer, etwa für Benutzeroberflächen“, begründet Geschäftsführer Weiss den Schritt, „findet man einfach eher in der Hauptstadt.“

[nandor.hulverscheidt@wiwo.de](mailto:nandor.hulverscheidt@wiwo.de)

WirtschaftsWoche 47/11.11.2016

## Erfinden, bis die Schwarte kracht

### MAJA

Der Mittelständler hat sich auf Maschinen für die Fleischindustrie spezialisiert. Er profitiert von einer eigenen Ideenwerkstatt.

Klatschend fällt das rosafarbene Stück Fleisch aufs Fließband, ruckelt rasch weiter und verschwindet zwischen elf geriffelten Zähnen im sogenannten „Schlund“. Sekunden später springt es auf der anderen Seite unversehrt heraus, nur um ein paar Gramm leichter. Ein hauchdünnes Messer hat die Schwarte abgetrennt, die wie ein weißer Lappen nach unten fällt. Was klingt wie der Albtraum einer sensiblen Veganerseele, ist der alltägliche Job der Maschinen von Maja. Sie entschwarzen, entfetten und zerteilen. Dabei sehen die Automaten überhaupt nicht grobschlächtig, sondern filigran aus, und tatsächlich stecken sie voller ausgeklügelter Technik. 110 Patente im In- und Ausland hat das Familienunternehmen Maja aus dem badischen Kehl aktuell angemeldet. Mit ihnen baut der Mittelständler effizientere, sicherere und hygienischere Maschinen für Fleischereien.

### Automatische Fettschichterkennung

Trotz der Dauerkritik von Tierschützern und des Trends zu bewusster Ernährung schreitet die Automatisierung der Branche unaufhaltsam voran. Die Fleischproduzenten stehen unter Druck, die Preise sollen immer weiter sinken, gleichzeitig fehlen ihnen günstige Fachkräfte. Da können viele nicht mehr mithalten: Vor zehn Jahren gab es in Deutschland noch rund 17 000 Metzgereien, heute sind es noch etwas mehr als 10 000. Mit den Maja-Erzeugnissen können die effizienter arbeiten. Eine neuere Maschine erkennt zum Beispiel mithilfe einer Kamera die Fettschicht auf dem Fleisch und schneidet sie automatisch ab. Die Produktion muss aber nicht nur schneller, sondern auch sicherer werden. Deshalb haben immer mehr Maja-Maschinen einen Schutzmechanismus, der erkennt, wenn ihnen ein Mensch zu nahe kommt, und dann automatisch abschaltet. Auch die Anforderung an Hygiene steigen. Deshalb hat Maja etwa den Scherbeneiserzeuger, der scherbenartige Kühlmittel für den Fleisch- und Fischtransport produziert, neu konzipiert: Nun

sind alle Teile zerlegbar und einfacher zu reinigen.

Forschung und Entwicklung seien Kern des Geschäftsmodells von Maja, meint Geschäftsführer Joachim Schill. Deutlichstes Indiz dafür ist die vor 14 Jahren gegründete Tochterfirma Majatronic. Sie hat heute 16 Mitarbeiter und fungiert als eigenständige Ideenwerkstatt für Innovationen in der Automatisierung. „Wir können uns auf diese Weise ganz auf neue Ideen fokussieren, abseits des Tagesgeschäfts“, erklärt Schill.

Die Freiheit nutzen die Mitarbeiter von Majatronic, um neue Modelle in der Robotermechanik zu entwickeln. Ein großer Erfolg ist die „autonox 24“-Serie. Die filigranen Roboter sind um einiges leichter und schneller als ihre Vorgänger. „Wichtig ist aber vor allem die Flexibilität“, sagt Hartmut Ilch, Chef von Majatronic. Die Modelle laufen auf bis zu sechs Achsen, Produkte auf dem Fließband wickeln sie dadurch perfekt ein. Da sie zudem aus flexiblen Ausgangsmodellen bestehen, die Kunden beliebig für ihren jeweiligen Bedarf anpassen können, sind die Roboter auch für Kunden aus anderen Branchen interessant. Autonox-Roboter sind bei Coca-Cola, L'Oréal und Nespresso im Einsatz. In den vergangenen zwei Jahren haben

# 2000

### Maschinen

werden jährlich von der Maja-Fabrik im badischen Kehl in 130 Länder exportiert

sie die Verkaufszahlen von Majatronic um fast 30 Prozent gesteigert.

Wie bei vielen Mittelständlern hat das Bekennnis zur Innovation auch bei Maja Tradition und ist dadurch tief in der Firmenkultur verankert. Als Hermann Schill das Unternehmen 1955 gründete, baute er ähnlich wie viele Wettbewerber erst mal Eisfräsen und Knochenkreissägen. Die Finanzspritze für den Start kam von seiner Tante Maja – die so zur Namensgeberin des Unternehmens wurde. Drei Jahre später gelang Schill mit einer Innovation der Durchbruch: Die weltweit erste Entschwartungsmaschine erwies sich als große Hilfe für Metzger, die zähen Streifen von Hand abzutrennen ist anstrengend und gefährlich. 1963 brachte Maja den ersten Scherbeneiserzeuger auf den Markt, dessen Gefrorenes deutlich besser

kühlt als herkömmliche Würfel. 1971 übergab Hermann Schill die Geschäfte an seine drei Söhne, seit 1997 stehen die Enkel Joachim und Reinhard an der Spitze.

Am Hauptsitz nahe der französischen Grenze beschäftigen sie 180 Mitarbeiter, dazu kommen acht am Standort Entzheim im Elsass und zehn im US-Bundesstaat Nebraska. Insgesamt liefert das Unternehmen seine Automaten heute in 130 Länder weltweit. Maja-Maschinen stehen unter anderem auf Kuba und in Thailand, eine Eismaschine hat es sogar in den Vatikan geschafft. Der Umsatz des Unternehmens lag zuletzt bei 25 Millionen Euro im Jahr.

Und wird vermutlich weiter wachsen. Schon jetzt kann Maja die derzeit rund 2000 Maschinen pro Jahr kaum noch in den alten Gebäuden produzieren, deshalb sollen die bald weichen. Aktuell plant das Unternehmen 6500 Quadratmeter neue Fläche mit Montagehallen, Büros und einem Vorführraum. Irgendwo wird es dann sicher auch ein Plätzchen für die Eismaschine geben, an der sich die Mitarbeiter Eis für ihre Getränke zapfen können. Sie stammt dann – natürlich – aus der eigenen Produktion.

[nina.baerschneider@wiwo.de](mailto:nina.baerschneider@wiwo.de)

## IHR PLUS: PARTNERSCHAFT FÜR DEN ERFOLG.

Die Firmenversicherungen von R+V.

**Für Sie, Ihr Unternehmen, Ihre Mitarbeiter und Ihre Kunden.** R+V bietet Ihnen als verlässlicher Partner die Erfahrung und Finanzstärke eines soliden Firmenversicherers, der Sie ganzheitlich und bedarfsgerecht berät. Erfahren Sie mehr in den Volksbanken Raiffeisenbanken, R+V-Agenturen oder auf [www.ruv.de/firmenkunden](http://www.ruv.de/firmenkunden)

**R+V** Genossenschaftliche FinanzGruppe  
Volksbanken Raiffeisenbanken

**R+V** DIE VERSICHERUNG  
MIT DEM PLUS.