

PRISMA

Das Magazin der
WILD Gruppe

LEAN MANAGEMENT

EFFIZIENZ LIEGT
UNS IM BLUT

▼ WILD
▼ PHOTONIC

Allroundtalent Hybrid-
Kaltplasma-Technologie

3

Lean Management
garantiert schlanke
Produktionsprozesse

4

PHOTONIC als
Top-Arbeitgeber prämiert

8

PRISMA | AUSGABE 2 • 2024

DO MORE WITH LESS.



Christian Rabitsch
Managing Director
WILD GmbH

Die WILD Gruppe ist seit jeher geleitet von der Vision einer verschwendungsfreien Organisation. Wir hinterfragen bei jedem Schritt, den wir tun: Hat dies einen Wert für unseren Kunden? Wenn das nicht mit einem klaren JA beantwortet wird, passen wir selbst kleinste Abläufe an oder eliminieren sie komplett. Dieses Streben nach Null-Stillständen, Null-Fehlern und Null-Unfällen zeichnet uns aus. Denn es durchdringt alle Hierarchiestufen, alle Abteilungen und ist getragen von jedem einzelnen Mitarbeitenden.

an Kundenzufriedenheit, organisatorischen Freiheiten, Produktivität und Erfolg. Konkrete Maßnahmen, die WILD ergreift, um dies zu erreichen, präsentieren wir Ihnen in dieser PRISMA-Ausgabe.

Wie unsere Kunden von unserer Operational Excellence profitieren, erfahren Sie am Beispiel von Synergotron. Das Unternehmen hat eine innovative Hybrid-Kaltplasma-Technologie entwickelt und möchte nun mit unserer Fertigungskompetenz international durchstarten.



Matthias Ghetta
Head of Assembly
WILD

Unsere Teams sind die treibende Kraft hinter der Optimierung aller Prozesse und Systeme entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Zentraler Leitgedanke in ihrem Denken und Handeln ist die Lean-Philosophie. In ihrem Kern ist das Ziel „do more with less“. Denn weniger Ausschuss, weniger Lagerbestand, kürzere Warte- und Durchlaufzeiten, eine sorgfältige Lieferantenauswahl sowie weniger Verwaltungsaufwand bedeuten ein „Mehr“

Auch das Thema „Nachhaltigkeit“ gehen wir systematisch an, wie Sie auf Seite 7 nachlesen können. Abschließend eine besonders erfreuliche Nachricht: die PHOTONIC wurde als einer der besten Arbeitgeber Österreichs ausgezeichnet! GRATULATION an Stefan Zotter und sein Team!

Ihr Christian Rabitsch & Matthias Ghetta



3 Innovation trifft Fertigungsexpertise.

4-6 Im Team Veränderung vorantreiben.

7 Dialog als Schlüssel zur Nachhaltigkeit.

8 PHOTONIC im Rampenlicht.

INNOVATION TRIFFT FERTIGUNGSEXPERTISE.

Als handliches Wellness-Device ist Healeex auf dem besten Weg, mit seiner innovativen Hybrid-Kaltplasma-Technologie eine Vielzahl von Anwendungsbereichen zu erobern. WILD unterstützt als Fertigungspartner.



Der Ansatz ist innovativ. Das nicht-invasive, tragbare Gerät ist ein wahres Allroundtalent. Die Auszeichnung zum „besten Start-up des Jahres“ beim Med-Tech World Summit 2023 in Malta und das große Interesse auf der Arab Health 2024 in Dubai unterstreichen das enorme Potenzial von Healeex. Entwickelt haben es die visionären Köpfe Domagoj Prebeg und Emil Barić von Synergotron: „Unser Ziel ist es, Lücken in der Geweberegeneration, der Schmerzlinderung und der steigenden Bedrohung durch antibiotikaresistente Bakterien zu schließen.“

HYBRID-KALTPLASMA-TECHNOLOGIE

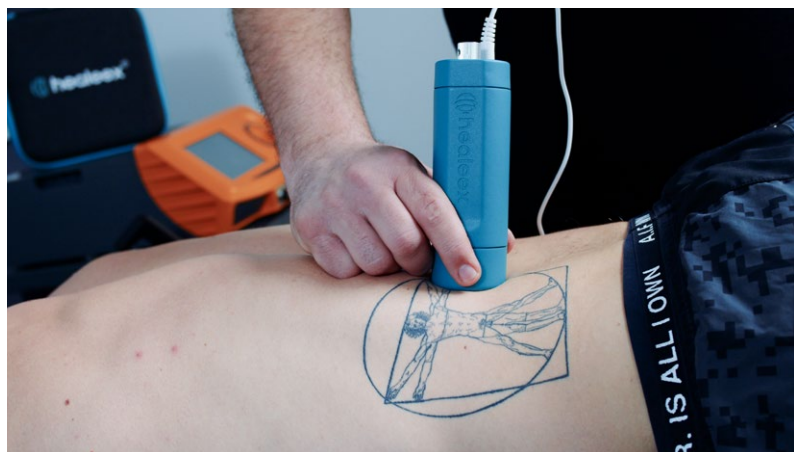
Ausgestattet mit Fachwissen in den Bereichen Biomedizin, Elektrotechnik, Maschinenbau und Gesundheitstechnologie starteten die beiden mit der Entwicklung einer innovativen Hybrid-Plasmatechnologie und kombinierten diese mit fünf zusätzlichen physikalischen Reizen, darunter Photobiomodulation, Magnetfeldtherapie und Elektrostimulation. „Unsere Steuereinheit ermöglicht die Erzeugung dieser vielfältigen, präzise kalibrierten Reize, die mittels Resonanzelektrode punktgenau weitergeleitet werden. Diese Direktionalität ist es, die unsere Technologie an die Spitze bringt“, erklärt CEO Domagoj Prebeg. Das Ergebnis: Laut Studien verbessert Healeex nachweislich die Durchblutung, reduziert Entzündungen und beschleunigt signifikant die Geweberegeneration.

VIELFÄLTIGE ANWENDUNGSMÖGLICHKEITEN

Die nicht-invasive Anwendung von Healeex ermöglicht den Einsatz in vielen unterschiedlichen Bereichen: von der Sport-

medizin über die Kosmetikindustrie bis hin zur Tiermedizin. Das Produkt ist derzeit als Wellness-Device zugelassen. Um es im klinischen Umfeld einsetzen zu können, ist es das Ziel von Synergotron, das Gerät in der nächsten Generation zum Medizinprodukt weiterzuentwickeln. Das erklärt, warum Synergotron WILD als Fertigungspartner an Bord geholt hat. „Aktuell unterstützen wir unseren Kunden in der Ramp-up-Phase durch die Erstellung eines Montagekonzepts und die Optimierung der Supply Chain. Wir konnten Synergotron überzeugen, weil wir in der Lage sind, bei Bedarf schnell zu skalieren und nach

etablierten, vielfach getesteten Serienprozessen arbeiten“, erklärt Franz Aigner, Head of Business Development der WILD Gruppe. „So gewährleisteten wir eine gleichbleibende Qualität des Produktes und Stabilität in der Lieferverfügbarkeit.“





IM TEAM VERÄNDERUNG VORANTREIBEN.

Die Leidenschaft für schlanke Produktionsprozesse steckt tief in der DNA der WILD Gruppe. Daher versteht man auch Lean Management nicht als eine Sammlung von Methoden und Werkzeugen, sondern als Philosophie, die die gesamte Unternehmenskultur durchdringt.

Effiziente Produktionsdienstleistung steht bei WILD seit eh und je im Fokus. Viele Puzzlesteine, die es für eine erfolgreiche Lean Production braucht, sind seit langem fest in der Unternehmensgruppe etabliert. Darunter eine hohe Transparenz sowie unterschiedlichste Maßnahmen im sichtbaren Bereich, wie etwa Kennzahlentafeln oder Visualisierungselemente.

„Wir sind zuletzt deutlich mehr in die Tiefe gegangen und haben damit die Kultur und die Wurzeln unseres Tuns noch stärker auf die nicht sichtbaren Elemente des Lean Managements ausgerichtet“, erläutert Christian Rabitsch, Managing Director der WILD GmbH. Der Veränderungsprozess ist gelungen, weil wir alle erfolgreich auf diesen Weg mitgenommen haben. Jeder im Team versteht

Es hat sich ein neues Mindset etabliert, das sich mehr und mehr automatisiert.

*Christian Rabitsch,
Managing Director WILD GmbH*

heute besser, warum konkrete Dinge auf eine bestimmte Art und Weise gelöst werden. „In dieser intensiven, direkten Interaktion ist es gelungen, ein neues Mindset zu etablieren, das sich mehr und mehr automatisiert“, freut sich Rabitsch.

Aber wie genau wird Effizienz zur Routine? Für Matthias Ghetta, Head of Assembly, hat unter anderem das Shopfloor Management einen deutlichen Schub in der Verbesserung der Produktionsprozesse gebracht. „Wir gehen täglich direkt in der Produktion eine standardisierte Agenda durch und fragen immer dieselben Themen ab. Dadurch erzielen wir einerseits eine Automatisierung, die dabei unterstützt, Herausforderungen strukturiert zu analysieren und zu lösen, und andererseits eine intensivere

Einbindung der Mitarbeiter:innen sowie einen agileren Informationsfluss.“ Insbesondere im Fall von WILD als Technologiepartner sind diese Punkte zentral. Denn viele Geräte und Baugruppen werden über Jahrzehnte hinweg gefertigt. Die einzelnen Teammitglieder werden zu erfahrenen Expert:innen, die am besten einschätzen können, wo es bei der Montage manchmal „klemmt“. Methodisch auf dieses Know-how zugreifen zu können schafft auch für andere Kunden immense Vorteile.

HOHER MOTIVATIONSGRAD

„Obwohl Lean Management über eine große Toolbox verfügt, sind unsere Mitarbeitenden immer noch die beste Quelle, wenn es darum geht, Verschwendung zu finden und abzustellen. Wir haben das erkannt und werden heute dafür mit einem besonders hohen Motivationsgrad unserer Belegschaft belohnt. Die Teams wissen, dass ihre Ideen wertgeschätzt werden, übernehmen Verantwortung und bleiben beharrlich in der Umsetzung“, betont Ghetta.

Gut abzulesen ist dieser hohe Motivationsgrad zum Beispiel an den hunderten Verbesserungsvorschlägen, die im Rahmen des KVP-Programms eingereicht und umgesetzt werden. Was an Ideen kommt, ist mannigfaltig und macht in Summe enorm viel aus. Deshalb hat WILD unterschiedliche Kategorien geschaffen, unter anderem den Produkt-KVP. „Dabei unterbreiten wir dem Kunden konkrete Umsetzungsvorschläge, um in die validierte und somit ‚eingefrorene‘ Produkt- bzw. Produktionsspezifikation eingreifen zu können. Dadurch gelingt es uns, das Kundenprodukt günstiger, stabiler, nachhaltiger bzw. sicherer zu produzieren“, so Rabitsch. „Ein aktuelles Umsetzungsbeispiel sind Vorschläge zur Spezifikationsänderung auf eine funktionsgerechte Bemaßung,



Die Teams wissen, dass ihre Ideen wertgeschätzt werden, übernehmen Verantwortung und bleiben beharrlich in der Umsetzung.

*Matthias Ghetta,
Head of Assembly WILD*

um der realen Funktion der Bauteile gerecht zu werden. Damit erhöhen wir die Stabilität des Produktionsprozesses, steigern den Qualitätslevel und senken die Prozesskosten.“

Das Feedback der Kunden auf dieses Lean Thinking ist durchgehend positiv. Außerdem werden die besten Verbesserungsvorschläge prämiert. Nicht in Form von finanziellen Prämien, sondern beispielsweise mit dem gefragtesten

Parkplatz in erster Reihe des Unternehmens, über den sich die KVP-Ideengeber:innen des Monats vier Wochen lang freuen dürfen. Das zeigt ganz deutlich: Optimierungen voranzutreiben, ist Teil des Jobs – keine Sonderleistung mit Sondervergütung, sehr wohl aber mit einem hohen Grad an Wertschätzung! Ein Onepager, der zum KVP des Monats in die Runde geschickt und ausgehängt wird, trägt zusätzlich dazu bei, verborgenes Verbesserungspotenzial ins Blickfeld zu rücken.

BEST PRACTICE SHARING

Voneinander lernen steht auch im Zentrum von unterschiedlichen Wissensaustauschformaten wie „Lean Circle“. So treffen sich die Lean Expert:innen von WILD quartalsweise zum Best Practice Sharing mit Gleichgesinnten aus 12 Unternehmen unterschiedlichster Branchen und Größen.

WILD-intern gibt es ein ähnliches Programm. Einmal pro Quartal finden unter anderem Reflexionsworkshops der verschiedenen Fachbereiche zu einem definierten Fokusthema statt. ▶



Bei den „Best Practice Days“ tauscht man sich dreimal jährlich zu bestimmten Themen aus und holt sich bei Gemba Walks neue Ideen und Inputs.

INTENSIVES AUSBILDUNGSPROGRAMM

Dass das Lean Management in der Unternehmensgruppe auf besonders fruchtbaren Boden trifft, zeigt auch das große Engagement der vielen Weiterbildungswilligen. Insgesamt haben gruppenweit bereits 20 Mitarbeitende die Yellow Belt- sowie 50 die Green Belt-Ausbildung erfolgreich abgeschlossen. Bei weiteren zehn Mitarbeiter:innen läuft aktuell die Black Belt-Schulung. Damit verfügen sie über das notwendige Werkzeug, um effiziente Abläufe auch in den Bereichen Fertigung, Montage, strategischer Einkauf, Vertrieb und Engineering voranzutreiben. Das bedeutet noch mehr Freiheiten, um Optimierungen umzusetzen, aber auch mehr Verantwortung.

NEXT STEPS

Schwerpunkte des heurigen Jahres sind die vertiefte Anwendung und Perfektionierung der Shopfloor-Meetings sowie

die Verbesserung der Kennzahlen. „Wir installieren mit Ende des Jahres ein hybrides Shopfloor Board, damit die relevanten Kennzahlen täglich digital zur Verfügung stehen. Parallel dazu wird es weiterhin ein analoges Board geben, damit wir bewusst eine Interaktion im Team auslösen. Darüber hinaus planen wir, das standardisierte Shopfloor Konzept im operativen Geschäft an allen drei Fertigungsstandorten ganzheitlich auf die Bereiche QS und Logistik auszurollen“, gibt Matthias Ghetta einen Ausblick. „2025 werden wir zusätzlich die administrativen Bereiche ins Boot holen, um unserem Zielzustand einer verschwendungsfreien und selbstlernenden Organisation einen weiteren Schritt näherzukommen.“

IHR ANSPRECHPARTNER:

Matthias Ghetta
Mail: matthias.ghetta@wild.at



ENTWICKLUNG | PRODUKTION



DIALOG ALS SCHLÜSSEL ZUR NACHHALTIGKEIT.

Im Zuge der Wesentlichkeitsanalyse hat WILD die Nachhaltigkeitsthemen interner und externer Stakeholder abgefragt, systematisch priorisiert und Schwerpunkte definiert.

Welche Umweltthemen haben für WILD und ihre Interessengruppen die größte Bedeutung? Antworten auf diese Frage und damit eine klare Richtschnur für künftige Maßnahmen gibt die aktuelle Wesentlichkeitsanalyse. Sie unterstützt das Unternehmen dabei, die vielfältigen Handlungsfelder im Bereich Nachhaltigkeit systematisch zu priorisieren und Ressourcen effektiv einzusetzen. Große Überraschungen sind ausgeblieben. „Kernaussage der Analyse ist, dass sich die Themen, die WILD definiert hat, in weiten Teilen mit jenen decken, die für unsere internen und externen Stakeholder relevant sind. Das ist gut so. Schließlich verfolgt eine Wesentlichkeitsanalyse das Ziel, die Anzahl an Nachhaltigkeitsthemen zu verdichten und den Fokus auf die wichtigsten Bereiche zu schärfen. Bei WILD sind diese nun klar definiert“, sagt Mario Oberhauser, Nachhaltigkeitsmanager der WILD Gruppe.

ROADMAP TO SUSTAINABILITY

Bei den Umweltthemen wurden die Abfälle, der Wasserverbrauch und der Bereich Energie als wesentlich identifiziert. „Im sozialen Bereich fokussieren wir uns auf eine angemessene Entlohnung, sichere Beschäftigung und das Thema Arbeitszeit. Und als Governance-Themen rücken die Unternehmenskultur, die Beziehung zu den Lieferanten sowie die Vermeidung und Aufdeckung von Korruption und Bestechung ins Zentrum unserer Bemühungen“, fasst Oberhauser zusammen. „Wir sind auf dem richtigen Weg, haben allerdings noch

Herausforderungen zu bewältigen, um den Erwartungen unserer Interessenvertreter:innen gerecht zu werden.“ Allein die Rücklaufquote der Stakeholderbefragung von über 50 % verdeutlicht, dass die Zukunftspläne von WILD vielen am Herzen liegen und sie auch bereit sind, sich dafür zu engagieren.

„**Wie in unserer Qualitätspolitik verankert, sind Nachhaltigkeit und Agilität Teil unserer Firmen-DNA.**

Arthur Primus, COO WILD Gruppe

Im nächsten Schritt erhebt WILD die Daten zu den identifizierten Themen. Parallel dazu werden eine detaillierte Strategie definiert sowie entsprechende Ziele und Maßnahmen davon abgeleitet. All diese Informationen füllen einen ersten Nachhaltigkeitsbericht mit Leben. „Wie in unserer

Qualitätspolitik verankert, sind Nachhaltigkeit und Agilität Teil unserer Firmen-DNA“, betont COO Arthur Primus. „Bei der Erarbeitung der Wesentlichkeitsmatrix haben wir insbesondere erkannt, dass Nachhaltigkeit für uns weit mehr bedeutet als eine Fokussierung auf Umwelt- und Energiemanagement. Dennoch arbeiten wir gleichzeitig an der Etablierung der ISO 14001-Zertifizierung, um diesen Aspekt ideal in das Nachhaltigkeitsmanagement einzubetten.“

IHR ANSPRECHPARTNER:

Mario Oberhauser

Mail: mario.oberhauser@wild.at





PHOTONIC im Rampenlicht.

Bei der „For All Stars Night“ ließ Great Place To Work® kürzlich die PHOTONIC als einen der Top-Arbeitgeber Österreichs hochleben.

Was aus einem gewöhnlichen Arbeitgeber einen Best Place to Work macht? Gegenseitiges Vertrauen, Glaubwürdigkeit, Respekt, Fairness sowie Stolz und Teamgeist. In all diesen Punkten erreichte die PHOTONIC im Rahmen einer anonymen Mitarbeiter:innen-Befragung besonders hohe Zustimmungswerte und sicherte sich so die Auszeichnung Best Workplaces™ 2024 Austria. Bei der „For All Stars Night“ in Wien hat es der Spezialist für optische Technologien und Beleuchtungstechnik unter die Top 3 geschafft. 100 % (!) Zustimmung gab es seitens des PHOTONIC-Teams etwa zu Aussagen wie: „Ich bin stolz, anderen erzählen zu können, dass ich hier arbeite“. 93 % gaben an, dass die Arbeit für sie mehr als ein „Job“ sei.

Für PHOTONIC-Geschäftsführer Stefan Zotter ist dieses Feedback ein besonderer Vertrauensbeweis. Außerdem ist

es eine Bestätigung dafür, dass man im Unternehmen die Wünsche und Bedürfnisse jedes einzelnen ernst nimmt und sich dafür stark macht, diese zu erfüllen. Bei der Prämierung, an der er gemeinsam mit Vertriebsleiterin Annette Stampfer, Entwicklungsleiter Gerold Aschinger und Qualitätsmanager Wolfgang Hanser teilnahm, bedankte er sich herzlich: „Es freut mich, dass unsere Mitarbeiter:innen ihre Arbeit als sinnstiftend bezeichnen und stolz auf ihr Unternehmen sind. Allein die Tatsache, dass alle an der Befragung teilgenommen haben, zeigt, wie sehr sich jeder einzelne mit der PHOTONIC verbunden fühlt.“ Dieser außergewöhnliche Teamspirit basiert auf viel Freiraum: „Was wir dafür zurückbekommen, ist ein ungeheurer Zusammenhalt sowie voller Fokus und Einsatzbereitschaft für unsere Kunden und ihre Projekte“, so Zotter.

IMPRESSUM

Medieninhaber, Herausgeber, Verleger: WILD GmbH, Wildstraße 4, 9100 Völkermarkt, T +43 4232 2527-0, Fax-DW 218, E-Mail: sales@wild.at

Für den Inhalt verantwortlich: CTO Wolfgang Warum

Redaktion: Pressestelle WILD, Andrea Patterer & Sabine Salcher

Fotos: WILD Gruppe, Michaela Ulbing, Synergotron, C. Gabriel Alarcon - rizar.photo, Adobe Stock, Shutterstock

DIE WILD GRUPPE

Zur WILD Gruppe gehören die Marken WILD mit den österreichischen Standorten Völkermarkt und Wernberg sowie Trnava (Slowakei) und PHOTONIC mit Sitz in Wien. Der Technologiepartner entwickelt und fertigt ausschließlich im Kundenauftrag optomechatronische Produkte für die Medizin- und Industrietechnik sowie optische Technologien. Rund 500 Mitarbeiter:innen sind überall dort gefragt, wo es auf Präzision und Verlässlichkeit ankommt und Innovationen stattfinden.