

# Wie kann ein Industrieunternehmen konkret von der Digitalen Transformation profitieren?

10 Dezember 2015 | **Internet of Things** | [Tim Holleman](#), [Sibylle Kammer](#)

**Lesezeit:** 4 Minutes

## **Internet of Things, Industrie 4.0, und die Smart Factory sind drei beliebte Marketingbegriffe oder Modeworte - doch wie kann ein Industrieunternehmen konkret von der Digitalen Transformation profitieren?**

Fasst man Statements von Industrieverbänden und internationalen Consultingfirmen zusammen, lässt sich relativ schnell eine eigene Vision von der Smart Factory formulieren:

*„Die Smart Factory ist Teil eines vernetzten Ökosystems aus Firmen, Maschinen und Menschen, wobei der Produktionsprozess vom Endverbraucher angestoßen wird. Jede Maschine weiss genau, was sie zu tun hat, wo sich welches Bauteil in welchem Zustand befindet und welche anderen Maschinen freie Kapazitäten haben. Die Geschwindigkeit der Produktion wird jederzeit an die Auftragslage und an das optimale Verhältnis Strombedarf/-kosten angepasst. Mithilfe von eingebauten Sensoren werden wertvolle Daten gewonnen, auf deren Basis Maschinen selbständig dazulernen und Unternehmer Entscheidungen treffen können. Mittelfristig lassen sich dank der Smart Factory komplett neue Geschäftsfelder erschliessen.“*

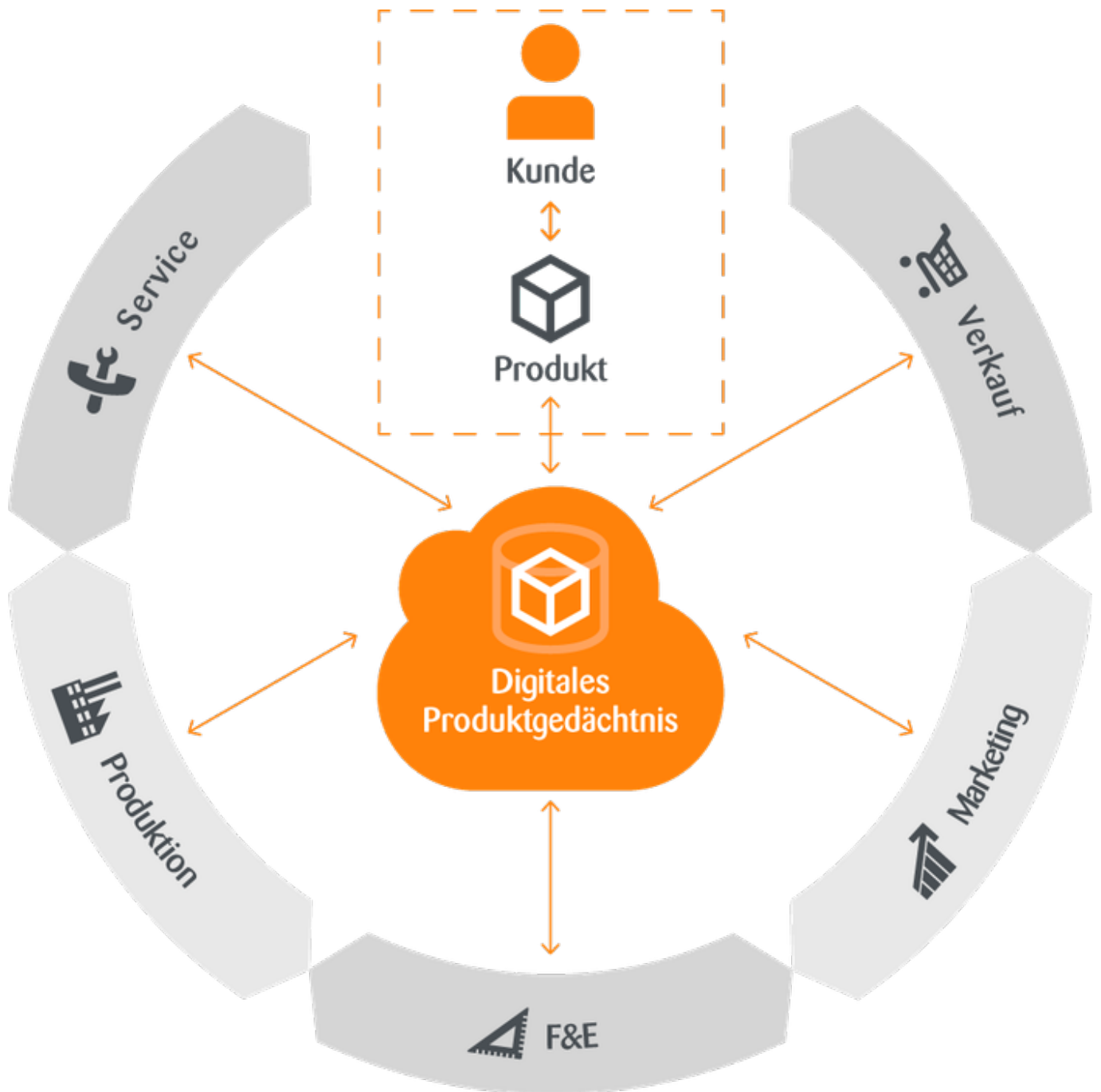
Diese Vision mag bei internationalen Industriegrößen auf offene Ohren stossen. Für mittelständische Industrieunternehmen scheint der Weg zur Smart Factory aufgrund hoher Investitionskosten, technologischer Komplexität und Datenschutzbedenken noch sehr lang zu sein.

„Fakt ist, viele Industrieunternehmen wissen nicht, was mit ihrer Maschine passiert sobald sie die eigene Unternehmung verlassen hat“

Die [Digitale Transformation](#) ist für jedes Unternehmen Pflichtprogramm. Die internationale Konkurrenz, die Frankenstärke sowie das schrumpfende Kerngeschäft verlangen nach Differenzierung und neuen Ertragsfeldern. Die Industrieunternehmen sollten sich nicht von den perfekt inszenierten Bestrebungen der Industriegiganten abschrecken lassen, sondern basierend auf den Bedürfnissen ihrer Kunden eine eigene Vision formulieren, wie die Digitale Transformation ihr Business erweitern kann. Diese übergreifende Vision darf sehr ambitioniert sein, denn schon während des Prozesses lassen sich mit einzelnen Initiativen Effizienzgewinne erzielen und neue Ertragsfelder erschliessen. Der Weg ist also das Ziel.

Beispielsweise hat [REMA TIP TOP](#) – ein Anbieter für Wartung und Unterhalt von Förderanlagen in einem ersten Schritt ihre papierbasierten Prozesse digitalisiert. Inspektoren können vor Ort ihre Ergebnisse über eine App ins Backoffice zurückspielen, so dass Projektleiter diese validieren und wenn nötig ergänzen können. Somit wird der Prozess effizienter, die Datenqualität verbessert und können historische Daten gesammelt werden. Dies ist ein erster, wichtiger Schritt in Richtung Smart Factory da REMA TIP TOP die Integration von Maschinen, Menschen und Things mit ihrem Business vorantreibt. [Liebherr](#) – ein internationaler Anbieter von Baumaschinen – ging einen Schritt weiter und nutzte die Digitale Transformation, um ihr Geschäftsmodell zu erweitern. Ausgehend von dem Bedürfnis ihrer Endkunden („wir wollen keinen Bagger kaufen sondern eine Strasse bauen“) führte sie ein „Pay-per-use“-Ertragsmodell ein – unterstützt durch eine Lösung die Maschinenbediener, Besitzer, Vermieter, Service-Techniker und Liebherr selbst vernetzt. Jede Partei kann zudem auf eine individualisierte Plattform zugreifen welche benutzerrelevante Daten und Aktivitäten bietet.

Industrieunternehmen sind unterschiedlich weit fortgeschritten im Prozess der Digitalen Transformation. Während einige den Kontakt zu ihrem Produkt verlieren sobald es die Fabrik verlässt, hat Liebherr mithilfe der Vernetzung seinen Einflussbereich in der Wertschöpfungskette ausgedehnt und gleichzeitig die Kosten im Kundendienst substantiell gesenkt. Die Key Message ist, dass sämtliche Industrieunternehmen die Digitale Transformation nutzen sollten, um ihre Prozesse zu optimieren und mittel- bis langfristig neue Ertragsfelder zu erschliessen. Dabei sollten Industrieunternehmen sich mit den Bedürfnissen ihrer Anwender auseinandersetzen und rund um ihre Produkte neue Lösungen kreieren, um das Benutzererlebnis und die Einfachheit der Nutzung zu verbessern.



### Digitales Produktgedächtnis

Jedes Industrieunternehmen – egal in welchem Stadium – sollte sich daher regelmässig die folgenden Fragen stellen:

- Wie sieht meine Wertschöpfungskette heute aus?
- Wer benutzt an welcher Stelle mein Produkt?
- Wie kann ich Endverbraucher, Kunden, Lieferanten oder Partnerfirmen bei ihren Tätigkeiten

unterstützen?

- Welche Daten haben wir bereits zur Verfügung?
- Wie können wir den Datenrückfluss erhöhen?
- Welche neuen Services können wir mithilfe dieser Daten anbieten?

Diese Erkenntnisse sollen in eine unternehmensspezifische Vision fließen, welche als Ankerpunkt des Digitalen Transformationsprozesses dient. Diese gilt es mit interdisziplinären Teams schrittweise umzusetzen. Die Teams sollten abgesondert vom Tagesgeschäft agieren. Nur so erzielen sie ihre volle Wirkungskraft. Der agile, iterative Prozess empfiehlt sich, um die technologischen Unsicherheiten und Compliance Anforderungen abzufedern und den Kundennutzen kontinuierlich zu überprüfen. Letzteres ist besonders wichtig, denn nur wertvermehrende Services können die Datenschutzbedenken der Nutzer verschwinden lassen.

Industrieunternehmen, die es schaffen Menschen und Maschinen sinnvoll mit ihrem Business zu verknüpfen, werden mit ihren innovativen Geschäftsmodellen Erfolg haben. Erst dann ist die [Digitale Transformation](#) der Produktion vollzogen.