

Chefsache Digital Manufacturing:

Es braucht einen Masterplan für die digitale Transformation

Executives der österreichischen Industrie tauschten sich in der PALFINGER WORLD über globale Digitalisierungstrends und deren praktische Herausforderungen aus

Wohin geht der „Digital Transformation Journey“ in der Industrie? Was braucht es in der Praxis, um digitale Geschäftsmodelle und digitale Services erfolgreich implementieren und umsetzen zu können? Auf Einladung von PALFINGER, Capgemini Österreich sowie der Melzer PR Group tauschten sich Eigentümer, Vorstände und Geschäftsführer von heimischen Industrie-Unternehmen wie z.B. Mondi, Rosenbauer, Hagleitner, Banner Batterien, Quehenberger oder Rabmer bei der „Chefsache Digital Manufacturing“ in der PALFINGER WORLD in Lengau/OÖ in informellem Rahmen aus.

„Die digitale Transformation hilft uns, näher beim Kunden zu sein und in Lösungen zu denken“, betonte **Martin Zehnder**, COO der PALFINGER AG, in seiner Begrüßungs-Keynote. „Die Herausforderung für Unternehmen ist es, die Digitalisierung holistisch zu sehen, umzusetzen und in allen Bereichen zu integrieren. Es braucht also einen Masterplan. Außerdem müssen wir uns von dem Gedanken verabschieden, in allen Bereichen vorne sein zu müssen. Kooperationen mit den richtigen Partnern sind eine Bereicherung für alle beteiligten Unternehmen.“ – Bei PALFINGER habe man deshalb auch ein Startup gegründet, PALFINGER 21st, um Digitalisierungsthemen schneller umsetzen zu können. „Wir brauchen die Kultur von Startups, um Dinge ausprobieren zu können, ohne langwierige Prozesse durchlaufen zu müssen, und mit externen Partnern zusammenzuarbeiten. Durch PALFINGER 21st gelingt es uns, Prozesse zu digitalisieren und zu verfeinern.“

Wie als CEO den Überblick bewahren?

Und genau darin liegt die Kunst, so der zweite Keynote-Speaker des Tages, **Pascal Brosset**, CTO der Digital Manufacturing Einheit bei Capgemini: „Viele Unternehmen haben mittlerweile digitale Use Cases in ihren Betrieben pilotiert. Eine datenbasierte Management-Kultur zu implementieren, ist nicht einfach. Denn einerseits sehen die CEOs die Notwendigkeit der Digitalisierung, um Prozesse zu beschleunigen und wettbewerbsfähig zu bleiben und andererseits ist die Fülle an Ideen und Konzepten für sie unüberschaubar und erschweren schlussendlich die Investitionsentscheidung.“

Neues Geschäftsmodell mit digitalem Brücken-Zwilling

Das unterstreicht Zehnder auch aus Unternehmenssicht: „Durch die Digitalisierung ergeben sich plötzlich viele Möglichkeiten, Services zu verkaufen. Hier ist unternehmerisches Denken gefragt, um die richtige Entscheidung zu treffen. Wir haben nichts Neues erfunden, wir haben nur die richtigen Leute zusammengebracht und daraus neue Geschäftsmodelle entwickelt.“

So ist zum Beispiel das **Bridge Maintenance System** von PALFINGER entstanden. Durch den kombinierten Einsatz von Drohnen, multispektraler Sensorik, künstlicher Intelligenz und dreidimensionaler Datenverarbeitung kann die Überprüfung des Zustandes einer Brücke in wesentlich kürzerer Zeit erfolgen als bisher. Dafür wird ein digitaler Zwilling der Brücke erstellt, um Veränderungen und Schadenstellen leichter überprüfen zu können.

„Unsere Kunden bekommen beim Kauf auch einen digitalen Zwilling des Produktes. Das heißt, sie können schon vorab durch die VR-Brille auf der Plattform stehen und den Kran bedienen. Es können die einzelnen Bauteile angesehen und herausgenommen werden. So kann der Kunde das Produkt besser begreifen und die Einschulung wird leichter“, so Zehnder über die Vorteile der neuen Technologien.

Start small, aim high, scale fast: Chancen und Risiken von Digital Manufacturing

In diesem Zusammenhang betonte Pascal Brosset den Stellenwert eines guten Produkts: „Es stimmt, dass durch die Digitalisierung weitere Geschäftsmodelle entstehen und die Versuchung groß ist, Services zu verkaufen. Aber damit das funktioniert, muss das Produkt gut sein. Ein schlechtes Produkt kann auch durch gute, digitale Services nicht gut gemacht werden.“

Hier sieht Brosset auch das *größte Risiko von Digital Manufacturing*: Dass sich die Unternehmen in den digitalen Services verlieren, sich nicht mehr auf das Produkt an sich konzentrieren und so das Leadership in ihrem Produktsegment verlieren. Es sei eine Gratwanderung, durch mangelndes Wissen und fehlende Business Cases möglicherweise die falschen Prioritäten zu setzen und so langfristig nicht mehr wettbewerbsfähig produzieren zu können. „Ich sehe vor allem zwei Fehler, die Unternehmen hier machen: Erstens der Glaube, *alle* neuen Technologien und Softwares implementieren zu müssen und zweitens glauben Entscheidungsträger, sie müssten Basistechnologien wiedererfinden, anstatt an den Applikationen zu arbeiten.“

Auf die richtige, individuell passende Integration kommt es an

Damit Manufacturing 4.0 funktionieren kann, sei die richtige, individuell passende Integration der Einzelkomponenten ein wesentlicher Bestandteil, so Brosset. „Integration heißt, auf der einen Seite die richtigen Technologien auszuwählen und auf der anderen Seite, diese sinnvoll miteinander zu kombinieren, um die bestmöglichen Synergiepotenziale auszuschöpfen.“

Konkrete Ansätze

Beim anschließenden Networking in der PALFINGER WORLD diskutierten Firmeneigentümer, Vorstände und Geschäftsführer unter der Moderation von Chefsache-Initiator **Rudolf J. Melzer** konkrete Ansätze in verschiedenen Branchen. Mit dabei unter anderem **Christian Fürstaller**, Eigentümer und CEO von Quehenberger, **Ulrike Rabmer-Koller**, Eigentümerin und CEO der Rabmer Gruppe sowie Vizepräsidentin der Wirtschaftskammer Österreich, **Christian Knill**, Eigentümer und CEO der Knill Energy Holding sowie Obmann des Fachverbandes Metalltechnische Industrie in der WKO, **Sigmar Mielacher**, CFO der Prinzhorn-Tochter Hamburg Containerboard, **Daniel Tomaschko**, CTO der Rosenbauer AG, **Matthias Unger**, Geschäftsführer von Unger Stahlbau, **Christian Ott**, CIO von Banner Batterien, **Günter Holleis**, CEO der Linsinger Eisenbahntechnik, **Eric-Jan Kaak**, CIO von EMCO-TEST, Hagleitner-Geschäftsführer **Ernst Brunner**, Mondi-CIO **Rainer Steffl**, **Claus Hofmann**, General Manager der Bossard-Tochter Effilio, sowie der Vorstandsvorsitzende von Capgemini in Österreich, **Bernd Bugelnig** und der Geschäftsführer von Fraunhofer in Österreich sowie „geistiger Vater“ des Executive-Formates „Chefsache“, Univ.-Prof. **Wilfried Sihm**.

Kurzinfo zum Executive-Format „Chefsache“:

Anfang 2014 als informelle Expertenplattform „Chefsache Industrie 4.0“ von der Melzer PR Group gemeinsam mit Wirtschaftswissenschaftlern, z.B. Fraunhofer Austria Research, und CEOs diverser betroffener Unternehmen gegründet, war das ursprüngliche Ziel, das Thema „Industrie 4.0“ bzw. „Internet der Dinge“ (IoT) in Österreich noch stärker zu einer „Chefsache“ zu machen. Mittlerweile ist das Thema „Digitalisierung“ in allen Wirtschaftsbereichen angekommen und die informellen Executive-Runden beschäftigen sich mit konkreten Anwendungen in verschiedenen Branchen sowie langfristigen strategischen Ansätzen.

Teilnehmende Unternehmen bis dato unter anderem: A1 Digital, Andritz, BANNER Batterien, BECOM, Bossard, Capgemini, EMCO-TEST, Fraunhofer Research Austria, GGW Gruber, Jungheinrich, Linsinger, KBA Mödling, Mondi, NTT DATA, OMV, PALFINGER, Prinzhorn, Rosenbauer, SAP, SCA, Schaeffler, Semperit, TTCControl, Unger Stahlbau, Vienna Insurance Group, und andere mehr.

Nähere Informationen:

Melzer PR Group
+43/1/526 89 08-0
office@melzer-pr.com

Weitere Infos unter: <http://www.melzer-pr.com/de/newsroom/nach-kunden/chefsache-industrie-4-0>