



# INDUSTRIAL MANAGEMENT NEWS

# INDUSTRIE 4.0

TECHNIK // ARBEITSWELT // GESELLSCHAFT

- Weitere Themen:**
- Millennial Survey 2018 S. 3
  - I4.0 gemeinsam gestalten S. 4
  - Digitale Kommunikation S. 6
  - Potenziale von CRM S. 7

**Digitale Reife: Unternehmen driften auseinander** Seite 5

**Plattformen als neues Geschäftsmodell** Seite 8

**IT-Support für Kleinunternehmen** Seite 10

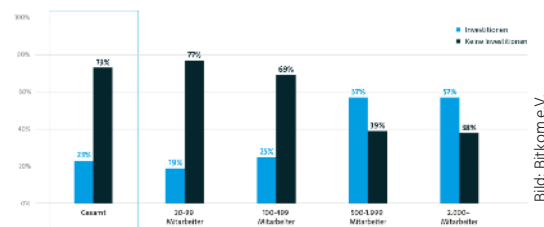
## Digitalisierung kommt voran

### Mehrheit der Unternehmen hat eine Strategie

**Vier von fünf Unternehmen haben inzwischen eine Digitalstrategie, jedoch würde laut einer Bitkom-Befragung nur jedes vierte der befragten Unternehmen in digitale Geschäftsmodelle investieren.**

Eine wachsende Anzahl von Unternehmen verfolgt eine Digitalstrategie und reagiert auf veränderte Marktbedingungen durch die Digitalisierung. Das geht aus einer Umfrage zum Stand der Digitalisierung der deutschen Wirtschaft unter 604 Unternehmen ab 20 Mitarbeitern im Auftrag des Bitkom hervor. Demnach zeigt sich die deutsche Wirtschaft der Digitalisierung gegenüber grundsätzlich offen: 89 Prozent sehen sie eher als Chance für das eigene Unternehmen, nur acht Prozent nehmen sie überwiegend als Risiko wahr. Vor allem in der Industrie werden fast ausschließlich die Chancen gesehen (99 Prozent). Verglichen mit dem Vorjahr würden zudem mehr Unternehmen eine Digitalstrategie verfolgen. Dies führe

**Kleinere Unternehmen investieren selten ins digitale Geschäft**  
Investier: Ihr Unternehmen in diesem Jahr gezielt in die Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle?



dazu, dass Unternehmen auf veränderte Marktbedingungen reagieren – etwa Produkte vom Markt nehmen oder neue Produkte anbieten. Die Mehrheit der Unternehmen sehe sich dennoch bei der Digitalisierung als Nachzügler (58 Prozent), nur 35 Prozent bezeichnet sich selbst als Vorreiter. Dabei gilt: Je kleiner das Unternehmen, desto größer wird der eigene Nachholbedarf eingeschätzt. Zudem sehen laut Umfrage nur noch 25 Prozent der Unternehmen Deutschland bei der Digitalisierung weltweit in der Spitzengruppe (2016: 36 Prozent). Weitere Ergebnisse der Studie finden Sie durch Klick auf den [Link](#). **mst//Bitkom e.V.**

### Randnotiz...



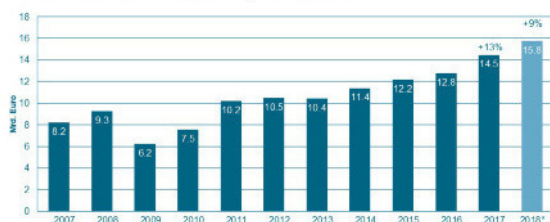
**Marco Steber, Redaktion**

### Die Wahrheit liegt auf dem Platz

Seit heute rollt der Ball bei der WM in Russland und Deutschland macht sich auf, den Titel zu verteidigen. Was war das ein Fest vor vier Jahren – der Finalsieg gegen Argentinien, das unbeschreibliche 7:1 gegen Brasilien, bei dem die klassischen Daten für sich sprachen: 18 zu 14 Torschüsse und 52 Prozent Ballbesitz – für Brasilien. Richtig, rein statistisch war die Seleção nicht so schlecht. Andere Daten sprechen aber eine andere Sprache, denn die deutsche Mannschaft verstand es besser, mit einer Offensivaktion möglichst viele Brasilianer zu überspielen und so aus dem Spiel zu nehmen (packing), was für den Torerfolg nicht unerheblich ist. Am Ende ist jedoch nur ein Spieler, den man möglichst oft überspielen muss, um zu gewinnen – den gegnerischen Torwart.

## Robotik und Automation: Neuer Umsatzrekord

Robotik und Automation Deutschland Umsatz gesamt 2007 - 2018\*



\*Prognose

Bild: VDMA e.V.

Die Robotik und Automation in Deutschland hat 2017 das Rekord-Umsatzvolumen von 14,5 Milliarden Euro erzielt, was einem Plus von 13 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Für 2018 prog-

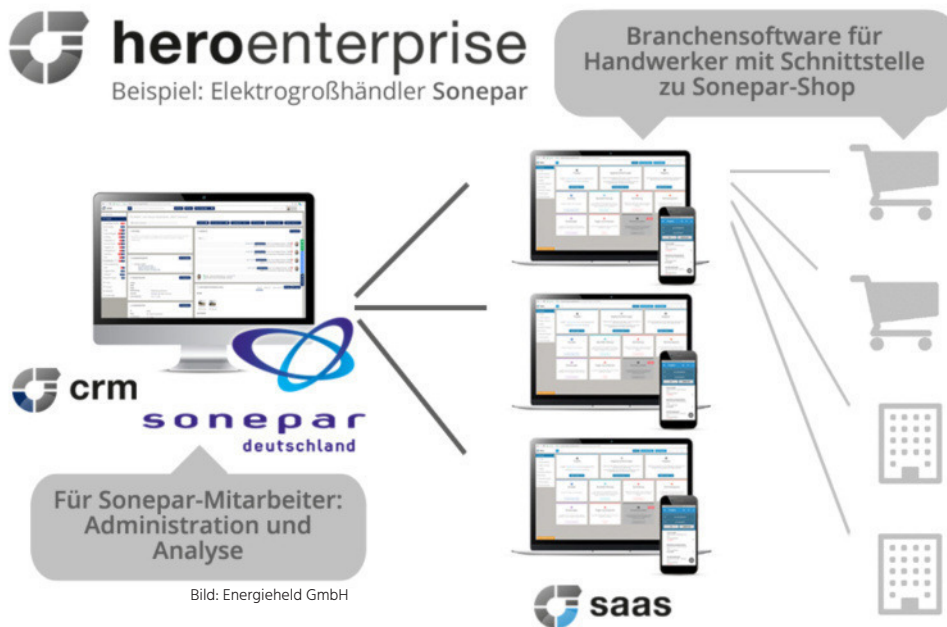
nostiziert VDMA Robotik+Automation ein Branchenwachstum von neun Prozent auf 15,8 Milliarden Euro. „2017 war für unsere Industrie ein sehr starkes Jahr“, berichtet Dr. Norbert Stein, Vorstandsvorsitzender beim VDMA Robotik+Automation. „Schon im Jahresverlauf erhöhten wir unsere Prognose deutlich. Dass unsere Erwartungen nun erneut übertroffen wurden, zeugt von der außerordentlichen Marktdynamik in der Automatisierung. Zwischen 2010 und 2017 wuchs die Branche im Durchschnitt um zehn Prozent jährlich und verdoppelte in diesem Zeitraum nahezu

ihren Umsatz.“ Hauptwachstumstreiber im Jahr 2017 war laut VDMA der Export – insbesondere nach Asien. Der Exportumsatz nach China wuchs um rund 60 Prozent gegenüber 2016. Damit baute China seine Stellung als wichtigster Markt für die Robotik und Automation deutlich aus. Die Exporte in alle anderen asiatischen Länder wuchsen mit rund 20 Prozent ebenfalls überdurchschnittlich. Zudem setzte sich das dynamische Wachstum in Nordamerika fort. Exporte in die anderen europäischen Länder erhöhten sich nur moderat – machten aber immer noch den größten Anteil innerhalb der Regionen aus. Die Exportquote stieg von 57 (2016) auf 60 Prozent (2017). **mst/VDMA e.V.**

# Neue Geschäftsmodelle

## *Wer braucht eine digitale Plattform?*

**Potentielle Kunden recherchieren und kaufen online – Airbnb und Co. wissen das schon lange: Zwischen 50 und 70 Prozent der deutschen Verbraucher informieren sich laut einer Bertelsmann-Studie im Internet über Produkte und Dienstleistungen, bevor sie kaufen oder den Auftrag erteilen. Digitale Plattformen bieten aber auch für klassische Hersteller und Händler großes Potential.**



Die einzelnen Komponenten sind individuell kombinierbar

Auf einer digitalen Plattform treffen Auftraggeber auf die passenden Auftragnehmer und kommen, im besten Fall, ins Geschäft. Es gibt Plattformbetreiber, die auf reichweitenoptimierten Websites ihre Kunden erst umfassend über ihr Produkt oder die Dienstleistung informieren, und dann ein Anfrageformular bereitstellen. Diese sogenannten Leads werden aufbereitet und an die entsprechenden Hersteller oder Dienstleister weitergeleitet, welche wiederum feste Partner des Plattformbetreibers sind. Andere Plattformbetreiber haben einen festen Kundenstamm, der ihre Produkte bezieht, weiterverarbeitet oder als Teil ihrer eigenen Dienstleistung anbietet. Durch die Digitalisierung der Geschäftsprozesse, in diesem Fall die erleichterte Bestellung und Weiterverkauf durch den Kunden, kann der Betreiber seinen Verkauf optimieren. Dank der Verknüpfung mit einer Softwarelösung bietet er seinem Kunden außerdem einen zusätzlichen Service an, wie z.B. digitale Projektierung. Wer in Sachen Industrie 4.0 unterwegs ist, ist mit den Begrifflichkeiten für solche Produkte vertraut: CRM, SaaS und PaaS. So werden Angebot und Nachfrage optimal miteinander verknüpft. Die Vorteile: Optimieren, Skalieren, Nachsteuern und genaue Analyse der Ge-

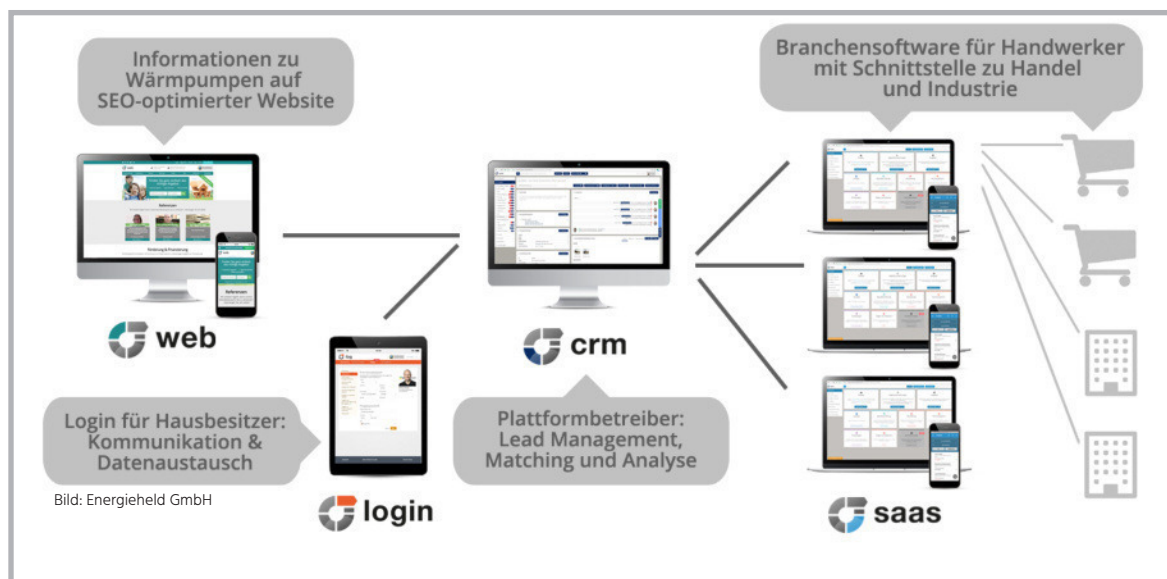
schäftsprozesse. Die cloudbasierte Plattform Hero Enterprise bietet beispielsweise CRM (Customer Relationship Management) zur Verwaltung des Partnernetzwerks, Website, Kunden-Login und angeschlossene SaaS-Lösung als White Label – branchenübergreifend und herstellerunabhängig. Richtig umgesetzt können Unternehmen so Zeit und Geld sparen, die Customer Journey verbessern und sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren.

### Vielfältig und individuell abgestimmt

Ein Wärmepumpenhersteller, ein Energieversorgungsunternehmen und ein Elektrogroßhändler – alle drei nutzen eine digitale Plattform, um ihr Geschäftsmodell zu digitalisieren. Obwohl die Unternehmen auf den ersten Blick sehr unterschiedlich sind, haben sie sehr ähnliche Bedürfnisse: Sichtbarkeit gegenüber dem Kunden, effektivere Geschäftsprozesse und verbesserte Analyse. So hat der marktführende Elektrogroßhändler Sonepar die Chancen für sein Produktsortiment erkannt, und bietet seinen Handwerkskunden die SaaS-Lösung an – alle Artikel und Leistungen sind darin integriert. Bei der Angebotserstellung oder Projek-

tierung können die Handwerker auf ihr bisheriges Produktsortiment bei Sonepar zugreifen und direkt in ihre kaufmännischen Prozesse übertragen. Darüber hinaus bildet die Software den gesamten Umsetzungsprozess ab, von der ersten Anfrage bis zur Fertigstellung. Die dazugehörige App synchronisiert automatisch über die Cloud. Geschäftsführer, Monteure und Büroangestellte sind so immer auf dem aktuellen Stand. Sonepar bietet seinem Handwerksnetzwerk somit ein hilfreiches Produkt, welches das Warensortiment des Elektrogroßhändlers optimal integriert und den Verkauf erleichtert. Von den Vorteilen profitieren der Händler und die Handwerker gleichermaßen. Sonepar nutzt also einen Teilbereich des Plattformangebots, nämlich eine CRM- und SaaS-Lösung. Möglich ist jedoch jede Kombination der vier zuvor genannten Komponenten. Diese können zudem individuell auf den Nutzer abgestimmt und gebrandet werden. Andere Nutzer entscheiden sich für das Gesamtpaket, wollen also auch eine Website, die Kunden im Internet leicht finden und ihre Aufträge dort direkt einreichen, beispielsweise ein großer Wärmepumpenhersteller, der sein Produkt besser anbieten möchte. Wenn ein Hausbesitzer sich über ökologische und energieeffiziente Heizsysteme im Internet informiert, landet er schnell bei der Wärmepumpe. Nutzt der Wärmepumpenhersteller Hero Enterprise, wird seine Website SEO-optimiert (SEO – Search Engine Optimization), sodass ein besseres Google-Ranking erzielt werden und von Hausbesitzern schnell gefunden werden kann. Auf der Website findet er alle wichtigen Informationen zu Wärmepumpen und stellt dort eine Anfrage zur Beratung. Im Online-Formular wird die genaue Größe seines Hauses, Wärmebedarf usw. aufgenommen und für den Kunden in seinem Login-Bereich hinterlegt. Dort kann er Informationen ergänzen und zusätzliche Dateien hochladen. Der Wärmepumpenhersteller prüft die Anfrage und vermittelt sie mithilfe des CRM an den passenden Handwerker aus seinem Partner-Netzwerk, der über eine integrierte SaaS-Lösung mit der Plattform verknüpft ist. Durch das cloudbasierte System kann der Handwerksbetrieb jederzeit mit allen mobilen Endgeräten auf die Daten zugreifen und seine Arbeit effi-

zient planen. Die Wärmepumpe wird vor Ort beim Hausbesitzer eingebaut und das Projekt abgeschlossen. Eine digitale Plattform ist also vielfältig einsetzbar, immer individuell auf die Bedürfnisse des Betreibers ausgerichtet und in die bereits bestehende IT-Infrastruktur des Unternehmens integriert. Dank Schnittstellen zu Datev, Dynamics und Co. und den Austauschformaten BMEcat und OpenTrans, sind Daten- und Informationsübertragung möglich.



Ein Wärmepumpenhersteller nutzt Hero Enterprise als Gesamtpaket.

## Worauf müssen Unternehmen achten?

Wer sich für eine digitale Plattform entscheidet, sollte genau prüfen, welche Plattformlösung am besten zu den Bedürfnissen des Unternehmens passt. Gut ausgestattete Plattformen sollten cloudbasiert sein und auf allen Endgeräten funktionieren. So können Nutzer jederzeit im Büro oder mobil per App auf die Daten und Funktionen zugreifen. Ist das gegeben, greifen die Effekte einer digitalen Plattformlösung: Produkte und Leistungen können besser nachverfolgt werden, das Zusammenführen von Anbieter und Abnehmer erfolgt schneller und die Geschäftsprozesse sind leichter zu steuern. Das hilft wiederum bei der Analyse, sodass die Abläufe im Unternehmen einfacher zu optimieren sind. Ein Unternehmen, das seine Geschäftsprozesse auf einer digitalen Plattform abbildet, kann somit präziser wirtschaften und leichter planen. Passen Firma und Plattformlösung gut zusammen, wird im nächsten Schritt die IT-Infrastruktur des Unternehmens geprüft. Eine digitale Plattform wird nicht nur standortunabhängig genutzt, sondern auch vom Betreiber gewartet. Alle Updates und Softwareanpassungen werden vom Plattformanbieter ausgeführt. Das Gleiche gilt beim Thema Datenschutz: Die sensiblen Geschäftsdaten des Plattformnutzers werden vom Anbieter komplett DSGVO-konform verarbeitet und auf externen Servern aufbewahrt, welche dort wiederum geschützt sind. Ein Firmennetzwerk, das mit On-Premise-Software arbeitet, benötigt ein aufwendiges und komplexes Sicherheitskonzept, das regelmäßig aktualisiert werden muss. Im Zweifel ist dieses Unternehmen bei Datenmissbrauch haftbar – bei Plattformnutzern trägt der Anbieter die

Verantwortung. Als Plattformnutzer spart man somit eigene IT-Kosten und kann, durch optimierte Geschäftsprozesse, im besten Fall seinen Gewinn steigern. Wichtig zu beachten ist, dass alle zentralen Schnittstellen für ihren Betrieb vorhanden sind oder gebaut werden können, sonst ist die Effektivität schnell wieder dahin. Viele Unternehmen fürchten die Umstellung der Abläufe und Reaktion der Mitarbeiter. Digitale Prozesse können einschüchtern oder die Sorge verstärken, nicht mehr gebraucht zu werden. Kommunikation, Verständnis und richtiges Schulen sind hier zentral. Wenn Firmen auf ihre Mitarbeiter zugehen, die Prozesse erklären und Vorteile aufzeigen, wird die Entscheidung für die Digitalisierung der Geschäftsabläufe verständlich und leichter nachvollziehbar.

## Welche Unternehmen profitieren?

Für viele Unternehmen ist der Druck zu digitalisieren groß und die Gefahr zum Schnellschuss besteht. Deshalb ist es wichtig vorab zu prüfen, ob eine digitale Plattform grundsätzlich zum eigenen Geschäftsmodell passt. Um eine Fehlentscheidung zu vermeiden, gilt es, das eigene Unternehmen genau zu kennen. Die Vorteile einer digitalen Plattform greifen dann am besten, wenn Geschäftsprozesse effektiver werden sollen. Die meiste Zeit und Ressourcen fließen in Kundenakquise, Kontaktherstellung, Daten- und Informationsaustausch und Betreuung. Eine Plattformlösung digitalisiert jeden dieser Schritte, damit die Abwicklung effektiver und planbarer wird, sodass der gesamte Geschäftsprozess optimiert und verschlankt wird. Plattformlösungen sind also dann sinnvoll, wenn Unternehmen für sich

einen klaren Vorteil daraus identifizieren können. Wer für sich keinen eindeutigen Nutzen erkennen kann, hat entweder noch nicht den richtigen Anbieter gefunden – oftmals ergibt sich der Mehrwert für ein Unternehmen erst im Gespräch – oder benötigt einfach keine digitale Plattform.

## Das Unternehmen im Vordergrund

Mit einer Plattformlösung können Unternehmen ihre Geschäftsprozesse ohne In-house-Entwicklung und hohe IT-Kosten digitalisieren. Dabei steht das Unternehmen immer im Vordergrund. Die vorhandenen Strukturen werden digital übertragen und können leichter und unkomplizierter angepasst und verbessert werden. Gute digitale Plattformen sind für ganz unterschiedliche Anwendungsbereiche einsetzbar. Ein Start-up kann seine neue Idee schnell und gewinnbringend umsetzen, etablierte Hersteller müssen nicht ihren Vertrieb auf den Kopf stellen und Großhändler können ihren Kunden leicht neue Services anbieten. Für jeden dieser und noch weiterer Bereiche sind Plattformlösungen sinnvoll einsetzbar. Wichtig ist dabei nicht irgendeine Lizenz zu kaufen, sondern den richtigen Anbieter zu nutzen. Dieser geht auf das Unternehmen ein, optimiert das System für den Geschäftsbereich und steht als Ansprechpartner zur Seite. ■

Firma: **Energieheld GmbH**  
www.hero-enterprise.software