

PRESSEMITTEILUNG

Aktuelles / Management

Digitalisierung als Chance 4 Tipps wie der digitale Wandel glückt

Moers, 09. September 2015 – In vielen Filmen aus den 80er oder 90er Jahren wurde das Jahr 2015 als DAS Zukunftsjahr schlechthin präsentiert. Fliegende Autos, Hologramme oder auch Uhren mit denen man telefonieren kann, gehörten zum absoluten Standard in den Zukunftsvisionen. Aber wo stehen deutsche Firmen in Sachen Digitalisierung wirklich? Prof. Dr. Martin Wolf, aus dem Fachbereich Elektrotechnik und Informationstechnik (Lehrgebiet: Management von Informationstechnologie) von der FH Aachen, erläutert die Chancen und Herausforderungen, die der digitale Wandel für Deutschland einnimmt.

So weit weg von den Vorstellungen aus den 80er sind wir nicht. Wearables, Smart TVs aber auch vernetzte Zahnbürsten sind nur eine kleine Auswahl der smarten Produkte, die bereits täglich genutzt werden. Dabei verbinden sich immer mehr Waren mit dem Internet. Bis dato sind es bereits etwa 15 Milliarden Produkte weltweit. Im Jahr 2020 sollen es schon bis zu 30 Milliarden Geräte sein. ¹

Niedrige Investitionen in die deutsche Digitalisierung

Deutsche Unternehmen begreifen die neue Industrie häufig noch als Risiko. Rund 40 Prozent der Firmen fühlen sich auf das Thema Digitalisierung nicht gut vorbereitet. ² Auch die Investitionen in diesem Bereich spiegeln die generelle Zurückhaltung. Deutsche Unternehmen investieren nur 14 Prozent ihres Forschungsetats in die Industrie 4.0 relevanten Themen. International wird mehr als das Doppelte ausgegeben. Doch was ist der Grund dafür? Welche Herausforderungen warten auf die Unternehmen? Denn eins ist allen klar; die Digitalisierung wird die vorherrschenden Produktionsprozesse verändern und nicht aufzuhalten sein.

¹ Förderprogramm „Smart Service Welt“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie

² McKinsey & Company, Studie „Industry 4.0 –How to navigate digitization of the manufacturing sector“.

Herausforderungen für deutsche Unternehmen:

- Datenmengen

„Ein wichtiger Bestandteil von intelligenten Produkten und Services, ist die explodierende Menge an Daten, die gesammelt und analysiert werden muss. Die sogenannten Big Data sind wohl mit einer der wichtigsten Rohstoffe des 21. Jahrhunderts. Wer nachhaltig seine Effizienz steigern will, muss einen Weg finden, gezielt auf diese Daten zugreifen zu können“ erläutert Prof. Martin Wolf.

- Die Mitarbeiter miteinbeziehen

Der Experte erklärt: „Die schwierigste Aufgabe ist es, die jeweiligen Mitarbeiter auf den Wandel vorzubereiten und die Veränderungen zu begleiten. In vielen Bereichen werden Zuständigkeiten wechseln und der Aufbau von neuen Fähigkeiten notwendig sein. Unternehmen sollten sich bereits jetzt darum bemühen, ihre Mitarbeiter auf diese Veränderungen vorzubereiten.“

- Kundenzugang

„Bei vernetzten Produkten und Services ist vor allem die Berücksichtigung von Kundenwünschen wichtig. Zukünftig wird daher die Art des Zugangs zu den Kundenanforderungen einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil ausmachen. Unternehmen sollten festlegen, welche Produkteigenschaften sie selber beeinflussen möchten und welchen Stellenwert der Kunde einnimmt. Besonders die Unternehmen, die sich früh über intelligente Dienstleistungen Gedanken machen, können Vorteile herausarbeiten und ihren Kunden einen entscheidenden Mehrwert bieten“ rät Prof. Dr. Wolf.

- Umdenken in den Chefetagen

Prof. Wolf beurteilt die aktuelle Situation in den Unternehmen so: „Viele Geschäftsführer, vor allem von Mittelständischen Unternehmen, begreifen die Digitalisierung häufig noch als Risiko und nicht als Chance, das aktuelle Geschäft zu erweitern. Unternehmen unterschätzen dabei die Kraft von neuen Geschäftsmodellen, auch für traditionelle Unternehmenszweige. Mit ihrer Qualität und Exportorientierung hat die deutsche Wirtschaft nämlich exzellente Möglichkeiten, auch in Sachen Digitalisierung führend zu werden.“