



ZHAW-KONFERENZ „PERSPEKTIVEN MIT INDUSTRIE 4.0“

Plattformen und Kooperationen für den Service der Zukunft

Digitalisierung und Industrie 4.0 sind eine Herausforderung für den Schweizer Mittelstand – gleichzeitig liegen hier riesige Chancen. Smarte Produkte eröffnen neue Märkte und ermöglichen neue und innovative Geschäftsmodelle, oft in Form von neuen Services. Welche das sein könnten, thematisierte die Konferenz „Perspektiven mit Industrie 4.0“ der Züricher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW). Anhand von konkreten Umsetzungen zeigten Vertreter von Firmen und Hochschulen, was heute möglich ist, und berichteten über ihre Erfahrungen. **SERVICETODAY**-Redakteur **Michael Braun** war vor Ort und dokumentiert die Diskussionen.

Speziell im Fokus der Konferenz stand die Frage, wie man in einer digitalisierten Welt neue Produkte und Services entwickeln kann. Wir beleuchten Erfolgsfaktoren wie Produktentwicklung von smarten Produkten und deren Produktion, Service-Design, Geschäftsmodell-Entwicklung, Technologie-Einsatz und Organisation.

Dr. Jürg Meierhofer von der Swiss Alliance for Data-Intensive Services und Mitgründer des Schweizer Kundendienst Verband (SKDV) stellte Perspektiven für neue Service-Modelle mit Blick auf die Industrie 4.0 vor. Er fragte: „Können wir die Industrie als Service-System betrachten?“ Im Mittelpunkt stehe nicht mehr das Produkt, sondern der Service. Digitalisiert würden Prozesse (Smart Factory) oder Produkte (Smart Services / Products). „Doch nur von Smart Services bemerkt der Kunde etwas“, sagte Dr. Jürg Meierhofer und fragte, wie Kunden den Servicegedanken vorantreiben könnten. Denn er sieht zwar Technologie und Business als Treiber, aber auch der Kunde wünsche sich mehr Service.

„Wer mehr Service bieten möchte, muss im Unternehmen umdenken, gerade in der Industrie. Der Wert eines Produktes entsteht heute erst in der Kundeninteraktion. Produkte sind

nur noch Träger für Serviceleistungen“, erklärte er. Co-Creation und Co-Production werden seiner Ansicht nach immer wichtiger, da die Kompetenzen vielfach auch beim Kunden lägen. Er sieht einen Trend zu New Services: Consulting und Customization, Condition Monitoring, Predictive Maintenance und Performance Optimization. „Unternehmen müssen eine Transformation von alten zu neuen Services vorantreiben.“ Um das zu erreichen, bräuchten Unternehmen Ressourcen für Service Design und Data Analytics.

„Darüber verfügen sie aber oft nicht, das fällt gerade bei kleinen und mittelständischen Betrieben auf. KMU haben auch selten Datenzugriffe.“ Meierhofers Idee: KMU könnten sich untereinander vernetzen und gemeinsame Infrastruktur nutzen, um neue Services anbieten zu können.

Was will ich mit Industrie 4.0?

Peter Qvist-Sörensen von der ZHAW School of Management and Law versuchte sich über einen Komplex an Fragen dem Thema Industrie 4.0 zu nähern. Diese Fragen müsse man zunächst beantworten, wenn man in dem Themenkomplex aktiv werden wolle:

- Was will ich mit Industrie 4.0? Ist das ein Effizienz-Thema? Oder geht es um mehr Profit?
- Will ich meine Kunden einbinden? Oder sehe ich auch neue Kunden?
- Auf welche Daten setze ich? Geht es um Big Data, oder um AI?
- Wie gehe ich mit den Daten um? Wie setze ich analog in digital um?
- Setze ich auf Produkt-Services oder



SKDV-Präsident Roger Berliat präsentierte auf der Konferenz sein Ecosystem-Konzept, das er bei der swisscom entwickelt hat.

auf Services, die sich am Kunden orientieren?

Data Sources sind die Basis

Michael Vössing vom Karlsruhe Service Research Institute (KSRI) sprach über Smart Services for Field Service Management. Er ging der Frage nach, wie sich eine Organisation durch die Digitalisierung und Serviceorientierung verändert. „Viele Unternehmen investieren in IT und Technologien, gehen aber nicht oder nur unzureichend der Frage nach, wie man dann den Sprung der digitalen Transformation schafft, um neue Geschäftsmodelle zu entwickeln.“ Er sieht Data Sources als Basis, wichtig seien aber die nachgelagerten Prozesse. „Die Frage ist dann: Wie stelle ich mich anders auf durch die Daten?“ Hilfreich dabei seien Fragestellungen danach, ob datengetriebene Entscheidungen getroffen werden können oder ob ein Automatisierungspotenzial vorhanden ist. Die Ausgangsfrage ist: Wo stehe ich gerade?

In diesem Zusammenhang sieht er zwei Trends:

1. Die Kundenbedürfnisse ändern sich: die Maschine wird nicht mehr gekauft, sondern die Dienstleistung;
2. Maschinen werden immer intelligenter.

Das eröffnet über Tools wie Condition Monitoring in der Predictive Maintenance und Planning Preparation neue Möglichkeiten. In der Praxis bedeute das: Hat der Kunde Zeit? Welche Services zu welchen Zeiten sind bei Serviceeinsätzen möglich? „Antizipierende Planung ist das Ziel“, sagte er.

Smart Service Engineering Zyklus

Marco Husmann vom KVD-Partner FIR e. V. an der RWTH Aachen stellte Erfolgsfaktoren für die Entwicklung datenbasierter Dienstleistungen vor und nannte Key Learnings verschiedener Successful-Practice-Unternehmen. Seiner Ansicht nach braucht es interdisziplinäre Projektteams zur Entwicklung datenbasierter Dienstleistungen. „Es macht Sinn, frühzeitig strategische Partnerschaften zu entwickeln, um so die Stärken von Partnern zusammenzuführen“, erklärte er. Husmann plädiert

te für erfolgsorientierte Erlösmodelle: Eine nutzenorientierte Preisbildung könne als Vertrauensmaßnahme fungieren. Er empfahl zudem eine breite Datenbasis für das Training statistischer Analysemodelle: „Die Qualität der Vorhersagen steigt mit der Vielzahl der Daten an“, sagte er. In seinem Vortrag empfahl er, einkaufbare Module zu definieren: „Denken Sie über eine Zerlegung der datenbasierten Dienstleistung in Teilkomponenten nach.“ Schnelligkeit und Kundenorientierung

Anzeige

The advertisement is a rectangular graphic with a white background. At the top, the text 'BILDER sagen mehr als WÖRTE' is written in a bold, sans-serif font. Below this text is a large QR code. Underneath the QR code, the words 'PRAXIS-VIDEO' are written in a bold, sans-serif font. At the bottom of the graphic, there is a black bar with white text that reads 'Die Spezialisten für Service' and 'www.me-weiterbildung.de'.

ließen sich durch agile und stabile Systemwelten entwickeln.

Am FIR wurde dazu ein Vorgehensmodell entwickelt: Der Smart Service Engineering Zyklus zur Entwicklung von Smart Services hilft dabei, Strategien zu entwickeln, Prototypen zu realisieren und Märkte zu erschließen.

Ecosystem mit diversen Partnern

Roger Berliat, Head of IoT Partnerships bei der Swisscom und Mitgründer des SKDV, plädierte für neue Denkweisen bei den Formen der Zusammenarbeit. Nur so könne man zu smarten Produkten auch neue Service-Modelle entwickeln. „Es wird ein Ecosystem benötigt, damit neues Business mit neuen Ansätzen funktionieren kann“, sagte er. „Neue Geschäftsmodelle bedingen gelebte Partnerschaften innerhalb des Ecosystems.“ In Organisationen müsse die Erkenntnis reifen, dass man nicht alles selber machen könne.

„Deswegen sind Partnerschaften wichtig. Die Swisscom fokussiert sich auf Enabling IoT Business, stellt also eine

Plattform Industrie 4.0

Durch die intelligente Vernetzung von Anlagen, Produkten und Menschen entstehen neue Prozesse, Geschäftsmodelle und Services. Die Plattform der Züricher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW) unterstützt Unternehmen umfassend bei der Transformation zu Industrie 4.0.

Die ZHAW School of Engineering hat ihre Expertise im Bereich Industrie 4.0 gebündelt und kombiniert Know-how auf verschiedenen Gebieten zu einer ganzheitlichen Anwendung.

Die Plattform Industrie 4.0 kombiniert Know-how auf den Gebieten:

- Embedded Systems
- Low Power Wireless
- Automation
- Supply Chain Management
- Cloud Computing
- Data Analytics and Risikomanagement
- Services and Business Model Transformation
- Process Design

Kontakt:

Dr. Jürg Meierhofer
ZHAW School of Engineering
 Forschungsschwerpunkt
 Business Engineering and
 Operations Management
 Rosenstrasse 3
 CH-8400 Winterthur
 Tel.: +41 (0) 58 934 40 52
 E-Mail: juerg.meierhofer@zhaw.ch
 Internet: www.zhaw.ch/de/
 engineering/forschung/
 plattformen/industrie-40/

Plattform zur Verfügung. Partner bauen darauf mit Lösungen auf“, beschrieb er das aktuelle Angebot. Die Kompetenzerweiterung sieht er dabei als Highlight an. Priorität habe deswegen für ihn die Ausbildung und Weiterentwicklung des IoT Partnership Teams sowie die Etablierung einer Kompetenzstelle für IoT Partner.