

BRANCHEN & BETRIEBE

# „Nicht nur Produktion, sondern neue Geschäftsmodelle“

Der Osnabrücker Wirtschaftsinformatiker Oliver Thomas über Wachstumschancen für Mittelständler in der Industrie 4.0

VON CHRISTIAN SCHAUDWET

**OSNABRÜCK. Modetrend oder tatsächlich eine Revolution? Was steckt drin in der Industrie 4.0? Ein Gespräch mit Prof. Oliver Thomas, dem Leiter des Fachgebiets Informationsmanagement und Wirtschaftsinformatik an der Universität Osnabrück.**

**Herr Professor Thomas, das Schlagwort „Industrie 4.0“ hallt inzwischen seit mehreren Jahren durch die Lande. Wie viel davon ist Hype? Wie viel ist Wirklichkeit?**

Die Wirklichkeit sind die Beispiele. Dort können Sie sehr schnell sehen, ob alter Wein in neuen Schläuchen verkauft wird – etwa klassische computergestützte Fertigung – oder ob es sich um die intelligente Vernetzung von Maschinen und Services zur Unterstützung des Menschen handelt, die nicht nur Effizienz steigert, sondern bis zur Entstehung neuer Geschäftsmodelle reicht.

**Was ist das konkrete Neue?**

Die digitale Vernetzung, die Sensorik, die Integration von Daten, die Veränderungen von Produktionsverläufen in Echtzeit bis hin zur Integration des Kunden in den Wertschöpfungsprozess.

Dabei wird aber noch zu eng in der Dimension Produktion gedacht und zu wenig in der Dimension Service. Denn das, was jetzt entsteht, kann in neue internetbasierte Geschäftsmodelle eingehen. Diese Diskussion muss forciert werden, denn allein mit der Verbesserung der Produktionsautomatisierung wird Deutschland nicht weiterkommen.

**Wieso? Eine Produktivitätssteigerung durch Industrie 4.0 ist doch nicht zu verachten.**

Das wird aber nicht mehr reichen. Unternehmen werden langfristig nur dann einen Vorsprung haben, wenn sie klassische Produkte stärker mit den Services und den ausführenden Menschen vernetzen. Der Gedanke ist, nicht nur auf die Automatisierungstechnik und die Optimierung der Produktion zu setzen, sondern auch auf die darauf aufbauenden Geschäftsmodelle.

**Wie könnte so ein Geschäftsmodell bei einem produzierenden Mittelständler aussehen?**

Viele Maschinen- und Anlagenbauer verdienen ihr Geld nicht nur mit klassischen materiellen Produkten, sondern auch mit technischem Service. Ein Unternehmen setzt nun beispielsweise

mobile Endgeräte für seine Service-Techniker ein, über die sie mit besseren Informationen ausgestattet werden. Es muss aber viel weiter gehen: Von der Service-Seite her gedacht ist es egal, welche Maschine gewartet wird. Ein großer Maschinen- und Anlagenbauer steht draußen beim Kunden vor den gleichen Problemen wie ein kleines Unternehmen aus dem Klima-, Heizungs- und Sanitärfach. Das neue internetbasierte Geschäftsmodell entsteht dort, wo jemand übergreifendes Know-how nutzt und seine Dienste branchen- und plattformneutral zur Verfügung stellt. Er leistet Service nicht nur an Maschinen eigener Herstellung, sondern auch an denen anderer.

**Kann er zu dem Punkt kommen, an dem er selbst gar keine Maschinen mehr herstellt?**

Klar, warum sollte man nicht so weit denken. Die Welt ändert sich. Es gibt Transformationsprozesse, denen man sich nicht entziehen kann. Das ist auch bei den Mittelständlern klar angekommen. Es gibt Produzenten, die bereits heute über 50 Prozent ihres Geschäfts mit Services machen.

**Kann ein kleiner Mittelständler mit begrenzten Res-**



**Sieht Nachhobedarf** bei der Integration von IT in deutschen Unternehmen: Oliver Thomas, Professor für Informationsmanagement und Wirtschaftsinformatik an der Universität Osnabrück. Foto: Jörn Martens

**ourcen das wirklich alles bewältigen? Oder bewegen wir uns mit der Industrie 4.0 in eine Zwei-Klassen-Gesellschaft?**

Egal, wie stark man sich in Richtung von Industrie 4.0 oder auch Smart Services verändert – man muss natürlich seine Kosten-Nutzen-Rechnung beherrschen. Aber wenn für das Unternehmen der Return on Invest-

ment erkennbar ist, hat es sehr viele Möglichkeiten.

**Auf der jüngsten Hannover Messe fiel wieder auf, dass diejenigen am meisten über Industrie 4.0 sprechen, die herstellenden Unternehmen entsprechende Beratungsdienstleistungen verkaufen wollen. Auch Sie leben davon.**

Absolut. Auch zur Wissenschaft gehört Marketing. Schlagworte und Hypes gibt es auch in der Wissenschaft, und Industrie 4.0 ist ein wirklich erstaunliches Beispiel. Aber es ist eben mehr als das, und es ist für mich positiv belegt, weil es aus Deutschland heraus getrieben und international aufgegriffen wird.

**Ragt Deutschland beim Thema Industrie 4.0 oder Smart Industry wirklich heraus? Oder verkennen wir, dass andere längst genauso weit oder weiter sind?**

Industrielle Prozesse werden auch anderswo sehr gut beherrscht. Aber wir haben mit den kleinen und mittleren Unternehmen und den Hidden Champions gute Voraussetzungen und Stärken, die wir uns zunutze machen sollten. Wir haben aber Schwächen bei der Integration von Informationstechnologie, die häufig vernachlässigt wird. Die Rolle von IT hat sich verändert. Sie ist heute mehr als nur die Integration von Information – IT ist heute selbstverständlicher Bestandteil von Geschäftsmodellen. Einige wenige Unternehmen auch in unserer Region haben dies bereits erkannt: der CIO und IT-Leiter sitzt hier bereits in der Geschäftsleitung.

ELA Container GmbH • Zoppellinstr. 19-21 • 48723 Haren (Ems) • Deutschland • Tel. +49 5922 / 506-0 • Fax +49 5982 / 506-10 • info@container.de • www.container.de



**ela[container]**

ANZEIGE

## Perspektive digitales Marketing

Profitieren Sie vom digitalen Wandel



Digitales Marketing ist mittlerweile ein fester Bestandteil der Kundenansprache. Eine mobil-optimierte Website und gezielte Online-Marketing Maßnahmen sind keine Kür mehr, sondern Pflicht. Denn als Unternehmen müssen Sie sich dort optimal präsentieren, wo Ihre Kunden sind und das ist zweifelsohne das digitale Zeitalter.

Ob im Büro, zuhause oder unterwegs: Ihre Zielgruppe sucht, vergleicht und findet Sie im Internet.

Dies geschieht heute mehr denn je über mobile Endgeräte. Smartphones und Tablets sind unsere ständigen Begleiter im Alltag. Gerade auch für regional tätige Unternehmen verbirgt sich hier oft ungenutztes Potenzial. Um dieses für Sie und Ihre Ziele optimal zu aktivieren, gilt es zu verstehen, wie Sie sich im mobilen Internet bestmöglich präsentieren und potenzielle Neukunden erreichen.

Im Rahmen der Veranstaltungsreihe „Fachwissen Wirtschaftspraxis“ präsentieren Ihnen zwei regionale Experten für IT und Online-Marketing am 21. Mai, wie Sie sich im stetigen Wandel der Mediennutzung in unserem mobil bestimmten Alltag optimal positionieren.

### Die optimale Präsenz im mobilen Internet

Die Basis für jegliche Online-Aktivitäten ist der eigene Internetauftritt. Um Ihre Kunden hier bestmöglich zu bedienen und Potenziale zu nutzen, die sich aus dem „Suchen, Vergleichen und Finden“ ergeben, ist eine optimale Positionierung und Darstellung Ihrer Webseite im mobilen Internet heute Pflicht. Welche unterschiedlichen Möglichkeiten Sie dabei haben, was Sie beachten sollten, und für wen Mobile Apps eine sinnvolle Alternative darstellen können, erläutert Manuel Wortmann, Geschäftsführer der basecom GmbH & Co. KG, anhand aktueller Praxisbeispiele.

### Google: Ihr Schlüssel zum digitalen Erfolg

Welche Möglichkeiten gibt es, um bei Google präsent zu sein? Wie funktioniert die Suche? Und warum ist Google für regionale Unternehmen so wichtig? Mittels Landingpages, Telefon-Tracking und Webanalysetools lässt sich der Erfolg der Marketing Maßnahmen nicht nur genauestens analysieren, er lässt sich vor allem auch mit weiteren Aktivitäten effizient verbinden. Wie Sie eine zielichere Onlinedarstellung über Google erreichen und Ihr Neukundenpotential bestmöglich erschließen, erklärt Ihnen Mario Rose, Head of Business Development der MSO Digital GmbH & Co. KG.



FACHWISSEN WIRTSCHAFTSPRAXIS

## Perspektive digitales Marketing

Profitieren Sie vom mobilen Wandel!

21. MAI 2015 | 18.00 UHR  
NOZ Medienzentrum | Eingang Erich-Maria-Remarque-Ring

Präsentiert von



Anmeldung

Bitte melden Sie sich bis zum 15. Mai an unter: [wirtschaftspraxis@mso-digital.de](mailto:wirtschaftspraxis@mso-digital.de)

Anmeldung online: [wirtschaftspraxis.mso-digital.de](http://wirtschaftspraxis.mso-digital.de)

Die Teilnahme an der Veranstaltung ist kostenfrei.

