

PRESSEMITTEILUNG

Industrie 4.0 Index: Deutsche Unternehmen verpassen Chancen digitaler Industrieplattformen

Nicht einmal die Hälfte der deutschen Unternehmen, die sich bereits konkret mit Industrie 4.0 beschäftigen, setzt dabei schon auf industrielle Internetplattformen für den Vertrieb oder die Unterstützung der eigenen Wertschöpfungskette. Und jedes vierte Unternehmen schließt sogar aus, sich damit in nächster Zeit zu befassen. Das zeigt der „Deutsche Industrie 4.0 Index 2017“ der Unternehmensberatung Staufen. Für die Studie haben die Experten von Staufen Digital Neonex rund 400 Industrieunternehmen in Deutschland befragt.

„Unternehmen, die sich digitalen Plattformen verweigern, riskieren damit, erfolgskritische Entwicklungen komplett zu verpassen“, warnt Thomas Rohrbach, Geschäftsführer von Staufen Digital Neonex. „Dass solche Plattformlösungen erheblich an Bedeutung gewinnen werden und Unternehmen mitziehen müssen, um zu überleben, ist nur eine Frage der Zeit.“ Dieser Trend wird von zahlreichen Unternehmen unterschätzt, wie die Studie belegt. Einerseits bestätigen 44 Prozent die hohe Relevanz des Plattformthemas und weitere 38 Prozent erkennen zumindest das Potenzial. Wenn es um die Einschätzung von Entwicklungsgeschwindigkeiten geht, sind die Firmen andererseits noch deutlich im analogen Zeitalter verhaftet: Vier Fünftel bezweifeln, dass industrielle Internetplattformen bereits in den kommenden zwei Jahren spürbare Veränderungen in der eigenen Branche anstoßen könnten. Selbst bezogen auf einen Horizont von fünf Jahren überwiegt bei fast der Hälfte noch Gelassenheit.

„Angesichts der Tatsache, dass solche Angebote derzeit wie Pilze aus dem Boden schießen, muss man ganz klar von einer trügerischen Sicherheit sprechen“, so Digitalisierungs-Experte Rohrbach. „Erst in zehn Jahren erwartet eine klare Mehrheit die Dominanz von industriellen Internetplattformen – im Zeitalter der digitalen Transformation eine Ewigkeit“, so seine Warnung. Während auf der Einkaufsseite zahlreiche Firmen bereits digitale Plattformen nutzen, agiert gerade der Vertrieb oft noch zögerlich. Hier spielt vor allem die – nicht immer unbegründete – Befürchtung eine Rolle, Plattformanbieter könnten

sich zwischen das eigene Unternehmen und die Kunden drängen. Aber auch eine gewisse Sorglosigkeit angesichts derzeit gut gefüllter Auftragsbücher ist zu beobachten. Doch bereits jetzt zeichnet sich ab, wie sich der Kauf von Investitionsgütern selbst auf bestehenden Plattformen etabliert, die man früher eher dem Consumerbereich zugeordnet hatte.

Unternehmen der Investitionsgüterindustrie sollten nicht den Fehler der B2C-Branchen wiederholen, sich dem Digitalisierungstrend in Verkauf und Service zu verweigern. Vielmehr gilt es, die Entwicklung von digitalen Industriepattformen vor allem als Chance zu betrachten. „Blinder Aktionismus ist dabei fehl am Platz. Zunächst muss das eigene Leistungsportfolio grundlegend analysiert werden. Erst auf dieser Basis lassen sich Plattformstrategien und gegebenenfalls neue Geschäftsmodelle entwickeln“, rät Thomas Rohrbach von Staufen Digital Neonex. Ein entscheidender Aspekt ist zudem, in welchem Umfang bestehende Angebote genutzt oder eigene Plattformen entwickelt werden sollten. Unter den Studienteilnehmern mit Industrie-4.0-Erfahrung geht der Trend zu Lösungen aus dem eigenen Haus. „Dieses Bild könnte sich allerdings sehr bald verschieben“, so Rohrbach. „Gerade für den Vertriebsbereich empfiehlt sich eine Diversifizierung. Unternehmen sollten sich hier nicht unnötig beschränken, sondern die Vielzahl der Angebote auch im Sinne der Neukundengewinnung prüfen.“

Deutscher Industrie 4.0 Index 2017

Für den Deutschen Industrie 4.0 Index 2017 befragte die Staufen AG zusammen mit der Staufen Digital Neonex GmbH insgesamt 394 Unternehmen in Deutschland. Mehr als 70 Prozent der befragten Unternehmen entstammen dem Maschinen- und Anlagenbau, der Automobil- und der Elektroindustrie. Die Studie kann unter folgendem Kontakt angefordert werden:
Frau Kathrin Kurz, Marketing Manager, k.kurz@staufen.ag

Pressegrafiken zum Thema Industrie 4.0 finden Sie unter folgendem Link:

<http://www.staufen.ag/presse>

Weitere Informationen:

STAUFEN.AG
Beratung.Akademie.Beteiligung
Kathrin Kurz
Blumenstr. 5 – D-73257 Köngen
Tel: +49 7024 8056 155
Fax: +49 7024 8056 111
k.kurz@staufen.ag
www.staufen.ag

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:

Thöring & Stuhr
Partnerschaft für Kommunikationsberatung
Arne Stuhr
Mittelweg 19 – D-20148 Hamburg
Tel: +49 40 207 6969 83
mobil: +49 177 3055 194
arne.stuhr@corpnewsmedia.de

Über die Staufen AG - www.staufen.ag

In jedem Unternehmen steckt ein noch besseres. Mit dieser Überzeugung berät und qualifiziert die Staufen AG seit über 20 Jahren Unternehmen und Mitarbeiter weltweit. Märkte sind in Bewegung, der Konkurrenzdruck enorm. Staufen hilft, die richtigen Veränderungen schnell in Gang zu bringen, die Produktivität zu erhöhen, die Qualität zu verbessern und die Innovationskraft zu steigern. Die internationale Lean Management Beratung sorgt mit den passenden Strategien und Methoden für schnelle und messbare Erfolge – um die in jedem Unternehmen vorhandenen Potenziale zu heben, etablieren die Staufen-Berater gemeinsam mit Führungskräften und Mitarbeitern eine lebendige und nachhaltige Veränderungskultur. Auf dem Weg in die digitale Transformation begleitet die Staufen-Tochtergesellschaft Staufen Digital Neonex mittelständische Industrieunternehmen. Die Staufen AG bietet mit ihrer Akademie zudem zertifizierte, praxisorientierte Schulungen an. Von den 13 internationalen Standorten betreuen mehr als 260 Mitarbeiter Kunden auf der ganzen Welt. Das Consultinghaus wurde von der „Wirtschaftswoche“ mehrfach mit dem Preis „Best of Consulting“ geehrt. 2017 wurde die Staufen AG bereits zum vierten Mal in Folge von „brand eins Wissen“ als „Beste Berater“ ausgezeichnet.

Über die Staufen Digital Neonex GmbH - www.staufen-neonex.de

Die Staufen Digital Neonex GmbH ist eine Tochtergesellschaft der Staufen AG und berät mittelständische Produzenten während ihrer Digitalen Transformation. Neben pragmatischen Digitalstrategien für den Mittelstand stehen Themen rund um Smart Factory, Data Science und Digitalisierung des Produktprogrammes bzw. Geschäftsmodells auf dem Programm. Die beteiligten Menschen werden bei Staufen Digital Neonex nicht alleine gelassen. Die Unsicherheit und eventuelles Misstrauen werden durch maßgeschneiderte Qualifizierungsprogramme minimiert. Denn für Staufen gilt auch in einer Smart Factory: Der Mensch macht den Unterschied.