

MM Innovationstag "Vernetzte Maschinen in KMUs"

Wettbewerbsfähigkeit heißt für KMUs insbesondere neue Quellen für Produktivitätssteigerungen zu identifizieren. Verknüpft mit der Digitalen Transformation ergeben sich viele Chancen und Wettbewerbsvorteile. Dazu zählen Umsatzsteigerung durch neue digitale Produkte und Services, Verbesserung des Kundenerlebnisses und damit Erhöhung der Kundenbindung sowie Kostenreduktion und Effizienzsteigerung im Betrieb.

Als To-do gelten für die Unternehmen:

Operative Strategien im Unternehmen definieren: Das Bewusstsein für die digitale Transformation muss von den Mitarbeitern gelebt werden, die in der Unternehmensstrategie verankert ist. Stellen Sie Ihre Strategie auf den Prüfstand und betrachten diese durch eine digitale Brille!

Know-how-Transfer gewährleisten: Eine schnelle, transparente interne Kommunikation sowie der Wissenstransfer sind der Schlüssel dazu. Die Mechanismen zu verstehen und IT-Expertise weiterzugeben, ist die Basis einer digitalen Transformation.

IT-Expertise auf- oder ausbauen: Im Fokus der Transformation ist die IT-Kompetenz, denn eine moderne IT-Infrastruktur öffnet Unternehmen die Tür zum digitalen Wandel. Personelle Ressourcen aufstocken sowie Fachexpertisen von außen sind die Maßnahmen, um den digitalen Wandel umzusetzen.

Lernen von digitalen Marktführern: Sein eigenes, digitales Bewusstsein entwickeln – das ist ein Ziel vom MM Innovationstag. Zu sehen, wie es andere – gleich große – Unternehmen anpacken und zu begreifen, wie man aus solchen Benchmarks auf das eigene Unternehmen projizieren kann. Zwei Leuchttürme signalisieren zu Beginn der Veranstaltung den Weg und die Richtung.

Leuchtturm 1: Eine smarte Produktion für intelligente Messgeräte

Zunehmende Digitalisierung der Wasserversorgung ist ganz im Sinne von Smart Home. Die Vereinfachung der Ablesung durch Funkübertragung eröffnet zudem ganz neue Aspekte für die Lorenz GmbH und Co. KG, deren Zukunft diese Smart Meters sind.

Die digitale Transformation definiert man wie folgt: Digitale Technologien machen etwa 10 – 20 % aus, der Rest ist Transformation, also 80 – 90 %. Hier geht es um einen Wandlungsprozess eines Unternehmens und dessen Metamorphose – inklusive Problemstellungen und Stolperfallen. Es geht darum, die Verhaltensmuster einer Organisation, ihrer Führungskräfte und Mitarbeiter, deren Fähigkeiten und ihre Art zu arbeiten anzupassen und zu verändern.

Zeitgleich zur alten, manuellen Produktion eine Smart Factory aufzubauen und auch klassische wie auch intelligente Wasserzähler weiter zu produzieren bedarf einer Bereitschaft im Unternehmen, angefangen beim Restrukturieren der Datenwelten über ein neues Engineering bis hin zu neuen Arbeitswelten.

Leuchtturm 2: Intelligente Produktionsstätte für Produkte von morgen

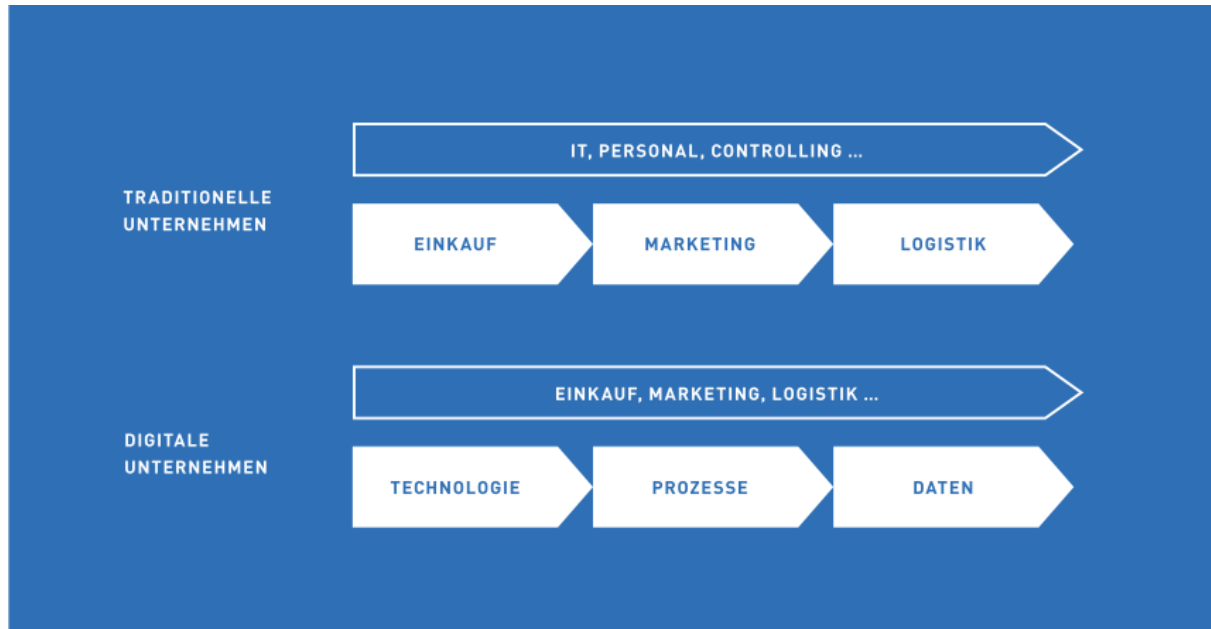
Als zweite Steilvorlage zeigt die Präsentation von RF Plast und RS Consulting die Vernetzungs- und Digitalisierungsstrategien eines Unternehmens in der Kunststoffverarbeitung, startend bei der ersten

Integration eines noch verdrahteten Industrieroboters vor etwa zehn Jahren. Jede neue Integration bedeutete auch einen Schritt, die Digitalisierung mehr und mehr für die Produktionseffizienz zu nutzen. Der Weg als Ziel offeriert neue Chancen, mit der Vernetzung der Maschinen einen Mehrwert zu schaffen, der zugleich Offenheit für Losgröße, Varianz und neue Produkten bietet.

Mittel- und langfristig plant RF Plast weitere Schritte zu einer Smart Factory, in der anstatt manueller Prozesse und Rüstarbeiten die vernetzten Maschinen, Roboter, Anlagen und AGV's (Automated Guided Vehicles) dominieren. Autonom werden sie ihre Aufgabe erledigen und melden per einheitlichem, semantischem OPC UA-Protokoll in die Cloud bzw. über eine schnellere Edge Cloud in Echtzeit den Status. Kurze Prozesse und Wertschöpfungsketten sind die Praxis, ob online direkt zur Bearbeitung von individuellen Bauteilen oder offline zur Lackieranlage, einer platzsparenden Einlagerung, zur Modul-, Insel- und Ersatzteilerfertigung.

MM Innovationstag als Lernkurve!

Mit der Veranstaltung appelliert die Vogel Communications Group an den Mittelstand, die Zeit zu nutzen und den dynamischen Prozesswandel einer digitalen Transformation zu starten – auch wenn kein klares Zielbild vorherrscht, so gilt die alte Devise: Zeit ist Geld! Wer bei der Digitalisierung seines Geschäftsmodells, Leistungsportfolios und seiner Marktbearbeitung zu lange intern im Unternehmen taktiert und bei wesentlichen strategischen Entscheidungen hadert, begibt sich in die Gefahr, mittel- bis langfristig von neuen agilen innovativen Playern im Markt verdrängt zu werden.



Quelle: Brand Logic

Autor: Paul Kho