

Industrie 4.0

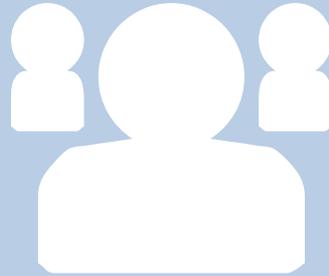
„Chancen und Risiken für produzierende Mittelständler in NRW“



DTO Research



Märkte erschaffen und verstehen



Wer wir sind

Das Marktforschungsinstitut DTO Research.

Über DTO Research

Über uns



International tätiges Marktforschungsunternehmen im Industriebereich

Anzahl Mitarbeiter: 14

Unternehmenssitz: Düsseldorf (NRW)

Jahr der Gründung: 2008

Industrieschwerpunkte



Industrie, Maschinenbau, Bau- und Nutzmaschinen & Reinigungsbranche

Interviewsprachen



Deutsch, Englisch, Spanisch, Portugiesisch, Französisch, Russisch, Türkisch, Japanisch und Mandarin

Projektansatz



Generierung von Marktinformationen in intransparenten Märkten über Experteninterviews



Über DTO Research

Hier sind wir tätig



Auszug Referenzen





Ergebnisse Kurzbefragung

„Industrie 4.0 - Chancen und Risiken für produzierende
Mittelständler in NRW.“

Wer wurde befragt?

10 Produzierende Mittelständler aus den Bereichen



Nahrungsmittel



Chemie



Maschinenbau



Automation



Zuliefererindustrie
und Werkstoffe

Verständnis Industrie 4.0

„Was verstehen Sie unter Industrie 4.0?“

„Digitalisierung von Wertschöpfungsketten.“

„Intelligente Prozesse zwischen Mensch und Maschine.“

„Vernetzung und Optimierung der Fertigung.“

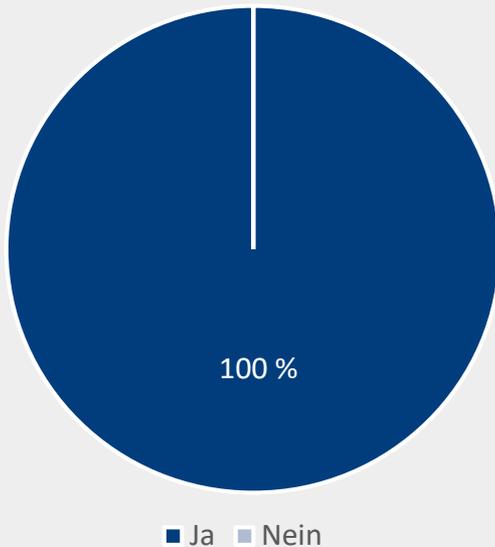
„Veränderungen von Produktionsprozessen in Richtung Automation. Kann leicht mit Digitalisierung verwechselt werden.“

„Digitalisierung von Unternehmensprozessen.“

„Weiterentwicklung der Produktion in Richtung Automatisierung.“

Auseinandersetzung mit dem Thema

„Haben Sie sich mit dem Thema schon einmal beschäftigt?“



- Alle Befragten haben sich mit dem Thema „Industrie 4.0“ schon einmal beschäftigt.
- Der Grad der Thematisierung ist aber sehr unterschiedlich.
- Nur 2 von 10 Unternehmen planen konkrete Maßnahmen obwohl 7 eine akute Notwendigkeit erkannt haben.
- Oft haben tagesaktuelle Themen eine höhere Priorität.

Zitate aus den Interviews

„Industrie 4.0 an sich ist aus meiner Sicht erst einmal eine Marketingblase, hinter der sich Vieles verbergen kann. Wir wollten uns damit beschäftigen, haben es aber aufgrund von Themen mit einer höheren Priorität erst einmal nach hinten gestellt.“

(Geschäftsführer, Hersteller Antriebstechnik)

„Das Thema ist für uns sehr wichtig. Der Druck sich damit auseinanderzusetzen entsteht auch durch die Anforderungen der Kunden. Dies sind vor allem Produktionsbetriebe, die mit steigender Komplexität und Vernetzung ihre Anlagen verstärkt schützen wollen.“

(Leiter Produktmanagement, Elektrotechnik)

„Wir haben uns schon sehr mit dem Thema beschäftigt und es ist durchaus aktuell. Jedoch müssen wir für uns noch primär definieren, was diese Entwicklung für uns bedeutet.“

(Leiter Controlling, Zulieferer Industrieprodukte)

„Auch wenn wir wissen, dass das Thema sehr wichtig ist, haben wir uns damit noch nicht auseinandergesetzt.“

(Produktmanager, Abdichtungstechnik)

„Wir haben uns mit dem Thema bereits auseinandergesetzt. Man muss aber bei dem Begriff Industrie 4.0 aufpassen, dass man sich nicht in der Fülle von Informationen verliert und die für das eigene Unternehmen relevanten Informationen findet und nutzbar machen kann.“

(Leiter Softwareentwicklung, Maschinenbauer)

Informationsquellen

„Was sind die Hauptinformationsquellen für Sie?“



Erstinformationen:

- Internet (Eigenrecherche), Zeitschriften, informelle Gespräche

Weiterführende Informationen:

- Fachverbände, Veranstaltungen, Workshops, Benchmarks

„Welche Rolle spielen hierbei IHKs und Wirtschaftsverbände?“

Weiterführende
Informationen



Erstinformationen



Branchen und
Fachverbände



Zitate aus den Interviews

„Vor allem der VDMA ist für uns relevant.“

(Produktionsleiter, Keramikhersteller)

„Für uns spielen vor allem Veranstaltungen und Publikationen der Fachverbände und Messen wie die Hannover Messe eine wichtige informative Rolle.“

(Leiter Produktmanagement, Elektrotechnik)

„Insbesondere der VDMA und die IHKs wären Anlaufstellen für uns.“

(Geschäftsführer, Hersteller Antriebstechnik)

„Die IHKs und deren Veranstaltungen sind da die ersten Anlaufstellen für uns.“

(Marketingmanager, Nahrungsmittelproduzent)

„Universitäten, Forschungseinrichtungen und das BMWI. IHKs spielen eine eher untergeordnete Rolle.“

(Marketingleiter, Lasertechnik)

„Momentan ist das Thema bei uns noch in der Findungsphase. Persönlich informiert man sich eher zufällig, wenn man z.B. in der Zeitschrift im Flugzeug oder im Wirtschaftsteil der Tageszeitung einen Artikel findet.“

(Leiter Controlling, Zulieferer Industrieprodukte)

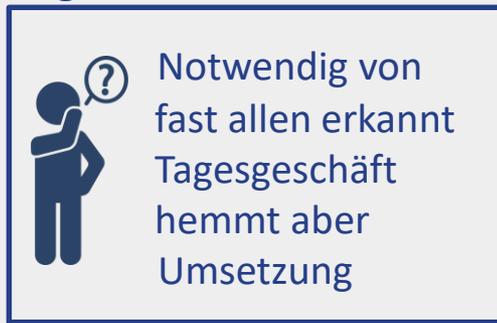
Veränderungsprozess

„Wie glauben Sie wird sich der Mittelstand verändern?“

- Produktion wird effizienter
- Vernetzung mit Kunden und Lieferanten wird stark zunehmen
- Facharbeiter in der Produktion werden weniger
- Datenerhebung und Datennutzung werden zunehmen (insb. Diagnose und Monitoring)
- Es wird einfacher werden, Unterstützungsprozesse auszulagern (z.B. Buchhaltung)

„Was glauben Sie, wie lange der Veränderungsprozess andauern wird?“

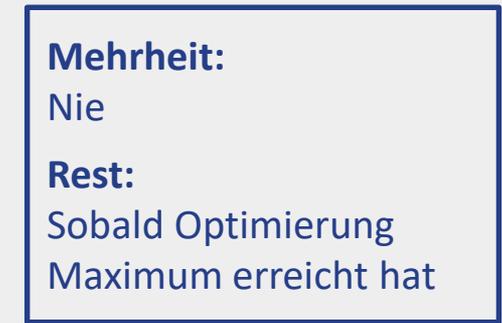
Beginn



Dauer



Ende



Zitate aus den Interviews

„Der Prozess, der mit der Automatisierung und Digitalisierung einhergeht, wird massive Auswirkungen auf den Mittelstand haben. Gerade Monitoring und Diagnose werden sich stark verbessern.“

(Leiter Produktmanagement, Elektrotechnik)

„Industrie 4.0 wird als Buzz-Word nicht für immer anhalten. Die digitale Transformation ist meiner Meinung nach aber ein nicht endender Prozess, da ständig neue und bessere Lösungen auf den Markt kommen werden. Digitalisierungs-Verweigerer werden aber nicht überleben.“

(Marketingleiter, Lasertechnik)

„Unterschiedliche Branchen und Unternehmen haben sehr unterschiedliche Interpretationsweisen von Industrie 4.0, je nach den eigenen Betätigungsfeldern. Dies geht von Digitalisierung der Kunden-/Lieferantenprozesse bis hin zu innovativen Produktionssystemen (Smart Factory).“

(Marketingleiter, Lasertechnik)

„Die Vernetzung innerhalb der Wertschöpfungskette wird stark steigen.“

(Geschäftsführer, Elektrotechnik)

„Der Mittelstand agiert eher flexibel. Die Diskussion um Industrie 4.0 schafft eine gewisse Sensibilisierung, um notwendige Schritte in der Automation einzuleiten. Eine Automatisierung wie wir sie in der Großindustrie haben, wird aber nicht stattfinden.“

(Key-Account Manager, Chemiehersteller)



Internationale Wettbewerbsfähigkeit

„Welchen Einfluss wird dies auf die internationale Wettbewerbsfähigkeit haben?“

- Produkt Know-how und Spezialisierung werden Wettbewerbsvorteile bleiben
- Gerade im Commodity-Bereich entsteht ein Handlungsdruck
- Wettbewerbsfähigkeit wird steigen, sobald die Umsetzungsquote steigt
- 9 von 10 Befragten sehen eher Chancen als Risiken für die Wettbewerbsfähigkeit

*„Haben aus Ihrer Sicht Unternehmen in anderen Ländern schon einen Vorsprung?
Wenn ja, welche?“*

Länderfokus:

- Länder mit stärkerer Digitalisierung
- Branchenspezifika
- Sonst eher keine Gefahr



Zitate aus den Interviews

„Industrie 4.0 hat zwangsläufig einen Einfluss auf die Wettbewerbsfähigkeit. Nämlich dann, wenn man den Trend nicht mitgeht. Wir spüren z.B. einen starken Druck aus Osteuropa. Gerade Polen und Tschechien sind im Bereich Bau stark am aufholen.“

(Produktmanager, Abdichtungstechnik)

„Der Automatisierungsprozess hat begonnen. Deutsche Mittelständler müssen aufpassen, dass sie nicht abgehängt werden. Im Bereich der Datennutzung sind die USA z.B. weit vorne. Auch Länder wie Belgien oder die Niederlande sollte man auf der Rechnung haben. Chancen und Risiken halten sich aber die Waage.“

(Leiter Softwareentwicklung, Maschinenbauer)

„Die USA haben sicher einen Vorsprung im Bereich Big Data und Software. Meiner Meinung nach kann sich Deutschland sehr gut auf die Kernkompetenz der Fertigung fokussieren.“

(Marketingleiter, Lasertechnik)

„Deutschland ist im Bereich der Digitalisierung und Automation nicht so weit wie andere Länder. Hier gibt es auf jeden Fall Nachholbedarf.“

(Geschäftsführer, Elektrotechnik)

„Bei Herstellern im Commodity Bereich geht es ums nackte Überleben. Es muss aufgepasst werden, dass man nach wie vor effizient produziert. Bei Unternehmen, die sehr spezielle Produkte haben, welche schwer zu kopieren sind, mögen die Auswirkungen geringer sein.“

(Key-Account Manager, Chemiehersteller)



Chancen und Risiken

„Wo sehen Sie bei diesem Thema die größten Risiken und Chancen für Ihr Unternehmen?“



- Effizienz- und Transparenzsteigerung gerade in den IT-Bereichen
- Neue Kundengruppen zu erreichen
- Steigende Flexibilisierung und Komplexitätsminderung in der Produktion und sonstigen Unternehmensprozessen
- Senkung der Personalkosten
- Beseitigung von Fehlerquellen
- Einen wichtigen Trend zu verpassen
- Sich in der Breite des Themas zu verlieren
- Hohe Investitionsrisiken gerade für den Mittelstand
- Gleichzeitige Anpassung von Vision, Mission und Strategie
- Sinkendes Mitarbeiter Commitment

Zitate aus den Interviews

„Risiken sehen wir für uns momentan keine. Da wir sehr spezialisiert sind und die Produkte nicht leicht zu kopieren sind, ist der Handlungsdruck eher gering.“

(Produktionsleiter, Keramikhersteller)

„Die Risiken liegen ganz klar in der Breite der Thematik. Es kann manchmal schwierig sein, sich bei der Fülle an Informationen und Maßnahmen wiederzufinden. Die Chancen sehe ich ganz klar in der Schaffung von neuem Vertriebspotential für uns.“

(Geschäftsführer, Elektrotechnik)

„Effizienzsteigerung und Geschwindigkeit in allen Prozessen. Risiken stellen die Auswahl und Implementierung wirtschaftlich sinnvoller Lösungen dar und die Gefahr nicht alle Mitarbeiter in dem Prozess „mitnehmen“ zu können.“

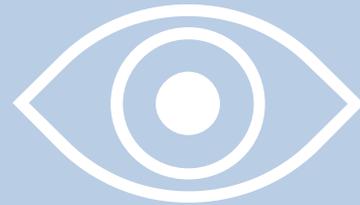
(Marketingleiter, Lasertechnik)

„Wenn man das Thema ernst nimmt, ergeben sich hieraus Wettbewerbsvorteile.“

(Leiter Produktmanagement, Elektrotechnik)

„Wir sehen für uns keine Risiken. Im Bereich der Lebensmittelproduktion gibt es eher einen Trend zu lokaler/regionaler Produktion. Es gibt eher neue Chancen für Optimierungspotentiale wie Outsourcing von Unterstützungsprozessen wie Buchhaltung, Instandhaltung etc.“

(Marketingmanager, Nahrungsmittelproduzent)



Fazit und Ausblick

Fazit und Ausblick

- Von den meisten der Befragten wird das Thema „Industrie 4.0“ eher als Marketinghülse verstanden, die in der Praxis viele verschiedene Ausprägungen haben kann.
- Die fortschreitende Digitalisierung und Automation im Mittelstand wird künftig immer mehr an Bedeutung gewinnen.
- Jedoch ist diese Entwicklung im Mittelstand als eher heterogen anzusehen.
- Die Notwendigkeit sich mit dem Thema zu befassen wurde von allen Befragten erkannt, doch ist die Priorisierung im Vergleich mit anderen Themen sehr unterschiedlich.
- Auch der Handlungsdruck wird als unterschiedlich beschrieben. Während etwa zwei Drittel der Unternehmen nur einen geringen Handlungsdruck auf ihre Wettbewerbsfähigkeit verspüren, haben andere einen deutlich höheren Handlungsdruck.
- Produkt-Know-how und eine entsprechende Spezialisierung werden als dauerhafter Wettbewerbsvorteil des deutschen Mittelstands gesehen, der nicht von heute auf morgen durch Automation und Digitalisierung wettgemacht werden kann.





Sichere Orientierung, dank perfekter Ortung

Unsere Koordinaten

DTO Research – eine eingetragene Marke der DTO Consulting GmbH
Benrather Schloßallee 33
40597 Düsseldorf

+49 211 / 179 660-0
info@dto-research.de
www.dto-research.de

DTO Research



Märkte erschaffen und verstehen