



Das österreichische
Beratungsunternehmen
SYNGROUP initiierte
einen Round Table zur
INDUSTRIE 4.0 beim
neuen Wirtschafts-
minister. Thema: Digi-
talisierung ist weit mehr
als Automatisierung.

Die digitale Transformation ist als Thema mitten in der Gesellschaft angekommen. Politische Antworten auf die Digitalisierung werden auch im bevorstehenden Wahlkampf hierzulande eine wesentliche Rolle spielen. Sowohl Bundeskanzler Christian Kern als auch der neue ÖVP-Frontman, Sebastian Kurz, haben Berater geholt, die ihnen mit Expertise auf drängende Fragen zur Seite stehen: Welche Rahmenbedingungen brauchen die Unternehmen in Europa? Wie können Jobs ersetzt werden, die verloren gehen? Wie sehen die Auswirkungen auf die Sozialsysteme aus?

Für die österreichischen Produktionsunternehmen ist die Anpassung ihrer Abläufe an die digitale Entwicklung schon länger eine tagtägliche Notwendigkeit. Unter dem Schlagwort Industrie 4.0 beschäftigen sich große Konzerne genauso wie Familienbetriebe und KMU mit der Vernetzung ihrer Produktionsprozesse und ihrer Verbindungen zu den Kunden. Das Problem dabei – neben den oft erheblichen Investitionen: In den wenigsten Branchen ist

jetzt schon klar, wohin die Entwicklung führen wird.

Zum zweiten Mal schon fand auf Initiative der Syngroup, eines spezialisierten Consultants, der die Regierung auch bei ihrer „Digital Roadmap“ unterstützt, im Wirtschaftsministerium ein Round Table zu Industrie 4.0 statt. Tenor: Digitalisierung beschränkt sich nicht auf die Produktion, sondern verändert die Kundenbeziehungen, den Markt und damit das Geschäftsmodell.

In diesem Punkt waren sich die sechs Teilnehmer des vom trend moderierten Round Tables einig.



**ANETTE KLINGER,
IFN HOLDING (INTERNORM)**



Innovationsmanagement ist speziell für Familienbetriebe eine Herausforderung. Die Art der Entscheidungsfindung muss angepasst werden, damit sich Ideen entwickeln können. Es ist nicht so leicht, Vorhandenes zu beenden und ganz Neues umzu-

setzen. Zumeist stehen ja begrenzte Mittel für die Finanzierung zur Verfügung, und der Unternehmer muss das Risiko tragen, dass er nicht genau weiß, welche technologische Systeme sich durchsetzen oder welche Daten er letztlich wirklich braucht. Der Prozess ist nutzergetrieben. Familienbetriebe haben aber den Vorteil, dass die Unternehmer über ihr eigenes Geld entscheiden und keine Aktionäre zufriedenstellen müssen, und sei es mit Scheinerfolgen.

Unternehmen müssen eine Kultur schaffen, um die Köpfe der Mitarbeiter offen und interessiert an Neuem zu halten. Das ist keine Frage des Alters, sondern der Grundeinstellung. Wir arbeiten permanent daran, die richtigen Leute zu bekommen, sie zu integrieren – und vor allem zu halten. Denn die Generation Y will nicht mehr 40 Jahre lang im gleichen Unternehmen bleiben.

**HEINZ MARX,
SYNGROUP**



Die österreichischen Unternehmen sind bei Smart Automation relativ weit, stehen aber in allen anderen Bereichen der digitalen Transformation größtenteils noch ganz am Anfang. Sie befassen

sich mit der Automatisierung, vernachlässigen aber die Chancen und Risiken durch Industrie 4.0 für Produkte und Geschäftsmodelle. Das ist ein schlechtes Zeichen. Denn es führt dazu, dass Österreich im Vergleich mit Deutschland an Terrain verliert. Die Unternehmen müssen rasch beginnen, die Digitalisierung auch als strategische Aufgabenstellung zu begreifen. Auch die Innovationskultur ist in Österreich noch zu sehr von der Produktion getrieben und schaut zu wenig darauf, was der Markt macht.

Wer nur Smart Factory macht, verdient mit seinem alten Geschäftsmodell vielleicht noch länger als die anderen Geld, ist aber trotzdem weg, wenn es sich auflöst. IBM zum Beispiel hat von Schreibmaschinen auf Computer umgeschwenkt, Olivetti nicht. Die starken Veränderungen in vielen Branchen sind ähnlich dem Popcorn-Prozess. Wer das Aufgehen der ersten Körner übersieht, wird überrascht, wenn sehr viele Körner gleichzeitig aufpoppen.

**HARALD MAHRER,
WIRTSCHAFTSMINISTER**



Europa steht vor der Herausforderung, zwischen größtmöglicher Freiheit der Datennutzung und dem Schutz der Daten von Bürgern intelligent abzuwägen. Auf der einen Seite steht das

Grundrecht der Menschen auf Datensouveränität. Auf der anderen Seite wird vollautomatisierte Datentransformationstechnologie in der Zukunft eine Menge neuer Geschäftsmodelle bringen. Wir haben die Situation, dass es in Asien kaum Regulierung gibt und europäische Unternehmen deswegen nicht mithalten können. Der Wettbewerbsrat auf EU-Ebene diskutiert das bereits sehr intensiv. Österreich drängt auf einheitliche Lösungen und hat eine Reihe von Verbündeten. Der neue französische Staatspräsident gehört dazu.

Bei vielen Dingen, die wir tun müssen, sind wir zu wenig ambitioniert. Die Unternehmen brauchen im Daten- und IT-Bereich jetzt dringend qualifizierte Mitarbeiter. Die gibt es nirgendwo in Europa. Unsere Kinder müssten schon in den Volksschulen beginnen, eine Programmiersprache zu lernen.

**ALEXANDER BAUMGARTNER,
CONSTANTIA FLEXIBLES**



Für mich geht es beim Thema Industrie 4.0 vor allem um das Antizipieren. Die Möglichkeiten, die Smartphones heute bieten, hätte man noch vor ein paar Jahren kaum vorhersehen können.

Wir haben heute gute Möglichkeiten, konkrete Abläufe zu antizipieren – zum Beispiel Maschinenstillstände oder Auslastungskurven. Aber wohin die Reise führt, kann niemand wirklich sagen. Bei einer Diskussion der deutschen Süßwarenindustrie haben alle Hersteller artikuliert, dass sie Angst vor branchenfremden Mitbewerbern, vor Private Labels wie Amazon haben. Für uns als Verpackungshersteller ist die Herausforderung, wie die Verpackung künftig aussehen wird müssen, wenn sich die Vertriebswege ändern. Heute nutzen

wir die Möglichkeiten der Digitalisierung, um in der Produktion besser und schneller zu werden. Die zweite Welle kommt erst noch: Was heißt das für das Geschäftsmodell?

**GÜNTHER LEHNER,
ALPLA GROUP**



Für unseren Wertschöpfungsprozess ist sehr wichtig, mit den Kunden so viele Daten wie möglich austauschen zu können, weil wir neuen Geschäftsmodellen auf Kundenseite mit hoher

Flexibilität begegnen müssen. Transparenz wird aus diesem Grund ein zunehmend wichtiger Faktor. Die Informationen, die in Fülle vorhanden sind, müssen genutzt werden, um mit dem Kunden besser zusammenzuarbeiten. Wenn ein Unternehmen so wie unseres eine gewisse Größe hat, ist das schon ein Vorteil. Man kann die eigenen Innovationsgruppen auf die sich verändernden Bedürfnisse des Marktes sehr schnell „loslassen“. Die Erwartungshaltung der Kunden ist eine andere geworden. Die Umsetzungen neuer Ideen muss viel schneller implementiert werden.

**REINHARD NOWAK,
LINEMETRICS**



Die politischen Rahmenbedingungen sind wichtig für die digitale Transformation, aber der Erfolg hängt weniger von den Regularien ab als von den handelnden Personen. Ich sehe

eine gute Chance für Europa und für Österreich: Wir haben die besten Ingenieure, auch wenn es derzeit zu wenige sind. Bei den digitalen Basistechnologien sind die Amerikaner führend, aber bei deren Anwendung haben die Europäer die besten Möglichkeiten. Wir trauen uns nur zu wenig zu. Wir müssen mehr probieren. Wobei zu sagen ist, dass sich in Österreich in den letzten Jahren sehr viel Positives getan hat.

Zentral ist konsequente Nutzenorientierung, nicht die Technik. Die Kernfrage lautet: Was und wie mache ich das Leben für den Kunden einfacher. **T**