

PRESSEMITTEILUNG

2016: Sechs digitale Trends für die Fertigungsindustrie

- Das Jahr 2016 – Jahr des Wandels, der Chancen und Unwägbarkeiten
- Das Internet der Dinge bringt neue Geschäftsmodelle hervor
- Fokus auf Visibilität – erfolgversprechender Ansatz für übersättigte Märkte

Darmstadt, 1. Februar 2016 – Für das Jahr 2016 gibt die Software AG Prognosen für die Fertigungs- und Supply Chain-Branche ab.

Sean Riley, verantwortlich für Global Manufacturing und Supply Chain Solutions, fasst das Jahr 2016 wie folgt zusammen: „Dieses Jahr wird eine Fülle an Chancen und Unwägbarkeiten mit sich bringen. Nur eines ist sicher: Die Hersteller werden sich darum bemühen, ihre Geschäftspraktiken, Wertschöpfungsketten und Kundenangebote flexibler und agiler zu gestalten. Ihre Kunden und Märkte befinden sich in einem Transformationsprozess, denn die Geschäftsprozesse weltweit verändern sich in atemberaubendem Tempo. Dabei zeichnen sich sechs digitale Trends ab, auf die sich Hersteller 2016 einstellen müssen, um erfolgreich zu bleiben.“

1. Digitale Transformation: Motor für Wachstum und Gewinn

Hersteller werden in diesem Jahr neue Technologien einsetzen, um operative Strukturen zu verändern und Prozesse, Ereignisse, Maßnahmen, interne Akteure und externe Partner digital zu vernetzen. Auf diese Weise werden globale Standards geschaffen, die sich flexibel an unterschiedliche Regionen, Kunden oder Produkte anpassen lassen.

Außerdem werden Daten über Produktverwendung, Produktionskapazitäten, Kunden- und Marktanforderungen schneller als je zuvor erfasst, analysiert und bereitgestellt. Mit der Transformation zu einem digitalen Unternehmen schöpfen Hersteller nicht nur die Produktivität ihrer Partner vollständig aus, sondern nutzen und verbreiten deren Wissen im gesamten Unternehmen. Auf dieser Grundlage werden die Fertigungsstrategie und alle wesentlichen Initiativen aufbauen, denn der Erfolg der digitalen Transformation wird direkt daran gemessen, wie sie sich auf das Geschäftsergebnis auswirkt.

2. Konsequente Kundenorientierung: Triebkraft für Innovationen

Auch die Wertschöpfungskette der Fertigungsindustrie wird zunehmend von den Anforderungen der Kunden geprägt und anhand ihrer schon bekannten und noch unbekannt Bedürfnisse umgestaltet. Aus diesem Grund werden die Hersteller schneller als erwartet neue Kapazitäten wie die kundenspezifische Massenfertigung schaffen, um Unternehmens- und Privatkunden differenzierte Produkte anbieten können. Diese verstärkte Kundenorientierung geht Hand in Hand mit der Ausbreitung von Mikrologistiknetzwerken, die das fertige Produkt direkt zum Verbraucher bringen und unmittelbar auf die Kundennachfrage reagieren können.

3. Das Internet der Dinge: eine neue Umsatzquelle

Das Internet der Dinge beschleunigt den Übergang zu Geschäftsmodellen, bei denen nicht der Erwerb einer Ware oder Dienstleistung, sondern ihre Nutzung in Rechnung gestellt wird. Die Hersteller werden 2016 verstärkt Preismodelle für Geräte und Produkte anbieten, die auf dokumentierten Ergebnissen basieren. Einzelne Branchen werden davon besonders stark betroffen sein, beispielsweise Industriegerätehersteller, Kraftwerksbetreiber und Anbieter von Heizungs-, Lüftungs- und Klimaanlage. Durch eine genaue Abstimmung auf den Bedarf des Kunden wirken diese Preismodelle der Stagnation und dem Druck auf die Gewinnmargen entgegen. Die Hersteller von Industriegeräten beispielsweise werden ihre Preise anhand der Produktionsmenge, der Verfügbarkeit und der Laufzeiten von Maschinen berechnen, denn sie werden in der Lage sein, die Anlagenleistung genau zu überwachen und die noch verbleibende Lebensdauer von Maschinen und Teilen dynamisch vorzuberechnen. Auf diese Weise wird gewährleistet, dass die Anlagen effektiv instandgehalten und verwendet werden, ohne dass es zu Ausfällen oder nicht geplanten Wartungsunterbrechungen kommt.

4. Immer auf dem Laufenden: Was befindet sich wann wo?

Die optimale Nutzung des Lagerbestands setzt voraus, dass Hersteller über genaue und aktuelle Daten zu allen Beständen verfügen. Dazu kann das Internet der Dinge beitragen. Dauerhafter Bestand ist genau zu erfassen, und Transitbestand muss wertsteigernd eingesetzt und in Echtzeit nachverfolgt werden. Nicht weniger wichtig ist es für Hersteller, für Ausnahmen und Störungen gewappnet zu sein. So können sie auf kurzfristige Prognosen verzichten und unmittelbar auf die Nachfrage reagieren, eine Fähigkeit, die heute als „Resilienz“ bezeichnet wird.

Die wesentlichen Bausteine der Resilienz, nämlich das Risikomanagement für die Lieferkette und das Qualitätsmanagement für das Unternehmen, werden 2016 durch den 3-D-Druck ergänzt. Diese Technik lässt sich für eine innovative Verzögerungsstrategie nutzen, indem nachgefragte Produkte so spät wie möglich hergestellt werden, was letztendlich den Gesamtwert der Lagerhaltung steigert.

5. Innovation durch Kooperation – Partner mit Bedacht einbinden

Bei der Qualität von Dienstleistungen setzen Hersteller bereits seit geraumer Zeit auf ihre Zulieferer. Von 2016 an werden sie ihre Partner einsetzen, um auch Innovationen für Produkte und Services zu entwickeln, mit denen die Kundenorientierung verstärkt, der operative Betrieb verbessert und die Lieferkette stabilisiert wird. Voraussetzung hierfür ist nicht nur ein tieferes strategisches Verständnis der Alleinstellungsmerkmale und der Kapazitäten, sondern auch die Erkenntnis, welche Aufgaben eine Gruppe aus Partnern und das Unternehmen gemeinsam schultern können.

Auf diesem Wege werden Hersteller ihre Lieferketten in Liefernetze verwandeln, deren Partner eng miteinander verwoben sind, gemeinsam Innovationen entwickeln und sowohl auf taktischer als auch auf strategischer Ebene zusammenarbeiten, um gemeinsam Werte zu schaffen und zu verteilen.

6. Schutz des Eigentums

Wie aus einer Analyse des Online-Markenschutzspezialisten [Netnames](#) hervorgeht, nehmen Produktfälschungen Jahr für Jahr um 15 Prozent zu und kosten Hersteller bereits heute nicht weniger als 1,8 Billionen Dollar (ca. 1,67 Mrd. Euro) in Form entgangener Einnahmen. Gegenüber früheren Jahren wird der Schutz geistigen und sachlichen Eigentums im Jahr 2016 überragende Bedeutung gewinnen, denn die digitale Vernetzung der Hersteller und ihrer Partner nimmt zu. Erfolgreiche Zusammenarbeit setzt den Austausch von Daten voraus. Doch viele Hersteller werden vor extrem schwierige Entscheidungen gestellt werden, um Pläne und technologische Erfindungen vor Produktpiraterie oder Diebstahl seitens der Lieferanten zu schützen.

Die Hersteller werden Maßnahmen ergreifen, um die Produktion sowie die Teile- und Materialbestellungen ihrer Partner zu überwachen, und sie werden sich gemeinsam um die Nachverfolgbarkeit zertifizierter Produkte bemühen, um die Herkunft gefälschter Produkte rasch aufzudecken. Bislang hat es kaum ernsthafte Bemühungen in diese Richtung gegeben.

„Der digitale Wandel ist in der gesamten Fertigungsbranche erkennbar, und die neuen Initiativen und Auswirkungen dieser Veränderung werden 2016 oberste Priorität erlangen“, so Rileys Bilanz.

###

Über [Software AG](#)

Software AG ermöglicht ihren Kunden, in der digitalen Welt zu den innovativen Gewinnern zu gehören. Die Produkte helfen Unternehmen, bestehende IT-Systeme in einer einzigen Plattform zusammenzuführen, ob in der Cloud oder in der eigenen IT-Umgebung, und damit das Geschäft zu optimieren. Die Kombination aus Prozess-, Integrations- und Echtzeit-Analyse-Software in einer umfassenden *Digital Business Platform* ermöglicht es den Kunden, die Effizienz ihres operativen Geschäfts zu steigern, Systeme zu modernisieren und Prozesse zu optimieren, um intelligente Entscheidungen zu treffen und einen erstklassigen Service zu bieten. Seit mehr als 45 Jahren steht die Software AG für kundenorientierte Innovation und ist führend in vielen innovativen IT-Marktkategorien. Die Software AG beschäftigt über 4.300 Mitarbeiter in 70 Ländern und erzielte im Jahr 2015 einen Umsatz von 873 Millionen Euro.

Mehr unter www.softwareag.com/de

Software AG | Umlandstraße 12 | 64297 Darmstadt | Deutschland

Ausführliche Presse-Informationen zur Software AG sowie eine Bild- und Multimedia-Datenbank finden Sie online unter:
www.softwareag.com/de/press

Folgen Sie uns auf Twitter 

[Software AG Germany](#)

Kontakt:

Bärbel Strothmann

<baerbel.strothmann@softwareag.com>

Senior Manager Media Relations

Tel.: +49 (0) 6151 92-1502

Byung-Hun Park

byung-hun.park@softwareag.com

Head of Global Corporate Communications

Tel.: +49(0) 6151 92-2070