



# Neue Höchstleistungen

**Wandel meistern Sie und ich jeden Tag. Doch große Entscheidungen brauchen Zeit. Zeit zum Denken. Immer wieder denken – nicht nur schaffen. Denn schlussendlich ist es spannender zu verändern als verändert zu werden.** Von Mathias Haas

DER TRENDBEOBACHTER ist durcheinander: Ist jetzt »Happy Hour« oder brennt schon der Baum? Was kommt nach der aktuellen Euro-Abwertung, die flutartig Aufträge in die Orderbücher spült? Und über all dem schwebt die »Industrie 4.0 – der große Selbstbetrug«? So jedenfalls titelte unlängst das Manager Magazin. Der Spiegel war mit »Mehr als ein Hirn-ge-spinst« da etwas optimistischer. Man sieht: Es scheiden sich die Geister.

Was mancherorts jedoch ersichtlich wird: Die Wirtschaftselite – egal ob Global Player, Hidden Champion oder Local Hero – steckt in einem »Innovations-Dilemma«. Allesamt arbeiten sie inmitten einer legitimierten »digitalen Phobie«, denn sie agieren in Deutschland. Wir sind nach Japan das älteste Land der Welt (Quelle: statista)! Unsere 80,62 Millionen Menschen sind überwiegend »alt« und damit tendenziell risikoscheu sowie mit altem Wissen ausgestattet. Die letzte Schulbank wurde vor sehr vielen Jahren gedrückt. Parallel zu diesem Massenphänomen geht es uns wirtschaftlich gut – durch große Erbmasse, Währung und höchst präzise Arbeit.

## Warum die digitale Fabrik? Weil sie möglich ist!

Neues Verhalten, kombiniert mit neuen (technischen) Möglichkeiten, nennen wir Trends oder gar Megatrends. Genauso eine Überschrift ist »Industrie 4.0«, und wie viele Trends wird sie vermutlich in ein paar Jahren kein Trend mehr sein, sondern völlig normal.

Folglich müssen Entscheider differenziert bewerten, ob Sie diese Entwicklung auslassen oder selbst mit befeuern wollen. Damit einher geht die Frage nach der eigenen digitalen Rolle zwischen Fertigung, Produkt und Kommunikation. Das Spannungsfeld liegt zwischen hohem anfänglichen Lehrgeld, dem

Infragestellen des eigenen traditionellen Geschäftsmodells und dessen ggf. drohenden Totalverlusts. Plötzlich wird die Suche nach dem richtigen Zeitpunkt zum Schlüsselvorgang.

## Wie sieht Ihre digitale Strategie aus?

Sowohl Märkte als auch Prozesse durchlaufen in vielen Bereichen eine regelrechte digitale Transformation – ob wir mitmachen oder nicht. Es ist daher eindeutig, dass jeder einzelne Maschinen- und Anlagenbauer – egal wie groß – eine eigene digitale Strategie benötigt. Und zwar getragen und getrieben von der Geschäftsleitung. Womit übrigens nicht die Anwesenheit von Tablet-Computern in Sitzungen und Meetings gemeint ist. Denn schließlich müssen radikale Fragen beantwortet werden. Zum Beispiel solche: Inwieweit geht Schnelligkeit vor Gründlichkeit? Wird Datenkultur wichtiger als Unternehmenskultur? Sollen wir neue Ausbildungsberufe forcieren oder gleich die Investition in eigene Start-ups?



Die Fragen werden deutlich extremer werden, denn Automatisierung, Robotertechnik und künstliche Intelligenz formieren sich und laufen gerade erst los. Scheinbar philosophische Fragen stehen schon bald an. Wenn Roboter auf die Umwelt reagieren und sich in der Wahrnehmung und Beweglichkeit wie ein einjähriges Kind verhalten – können sie dann alles lernen? Sind wir auch in 15 Jahren noch die intelligentesten Wesen auf der Erde und wer berichtet dann an wen? Werden wir Menschen der Automatisierung mehr vertrauen als dem Kollegen?

Die letzte dieser Fragen hat das Massachusetts Institute of Technology, kurz MIT, in einem Experiment beantwortet: Zwei Menschen und ein Roboter haben im Team Kleinteile montiert und die Supervisor-Rolle rotieren lassen. Einmal Kollege A, dann B und schließlich die Maschine. Das Ergebnis war, dass bei der Anleitung durch den Roboter die Ergebnisse effizienter und bei den Menschen beliebter waren.

#### Alles schon da oder Zukunftsmusik? Ja und Ja.

Die digitale Veredlung, die Losgröße 1 und die Echtzeit werden weder zur menschenleeren Fabrik führen noch werden sie vollautomatisch die identischen Gewinner produzieren. Der Kampf um die Schätze aus den neuen und angepassten Wertschöpfungsketten hat bereits begonnen. Branchenfremde Unternehmen übernehmen Teile des eigenen Marktes – und zwar nicht nur im Bankwesen oder im Handel!

Die Zukunft ist eigentlich gar nicht so kompliziert, jedoch wird Höchstleistung neu definiert. Deshalb muss jedes Unternehmen über die eigene Bereitschaft entscheiden, ob es Auslöser einer dynamischen Lawine sein, im immer größer werdenden Pulk mitrollen oder vielleicht einfach plattgewalzt werden will.



Mathias Haas ist DER TRENDBEOBACHTER und damit kein klassischer Trend- oder Zukunftsforscher. Er und sein Team machen Unternehmen, Verbände und öffentliche Träger zukunftsfit und nutzen dafür den gesunden Menschenverstand, Infotainment genauso wie pragmatische Beratung. Haas ist auch Macher der PLAY SERIOUS AKADEMIE.