

Apropos ... Daten

5 Fragen an Prof. Dr.-Ing. Boris Otto zur Schlüsselfähigkeit Datensouveränität im Zeitalter der Digitalisierung

Herr Prof. Otto, international ist Ihre Expertise in puncto Dateninfrastruktur nicht nur in der Industrie, sondern auch der EU gefragt; im Rahmen der Initiative ›Data Framework‹ auch bei Dräger.

1. Vor welcher Situation stehen Unternehmen heute?

Die Rolle der Daten hat sich im Laufe der letzten Jahre verändert. Daten sind nicht mehr ein Nebenprodukt eines mehr oder minder digitalisierten Geschäftsprozesses, sondern vielmehr eine wichtige Ressource für neue digitale Dienste und damit neue Umsatz- und Marktpotenziale. Viele Unternehmen sind dabei in einer sehr guten Ausgangsposition, weil sie über viele wertvolle Daten verfügen, zum Beispiel aus der Produktion oder dem Einsatz ihrer Produkte beim Kunden. Jedoch wird dieser ›Datenschatz‹ bisher nur selten gehoben. Diese bleiben oft ungenutzt.

2. Wie erhalten Unternehmen ihre Zukunftsfähigkeit?

Die Bedeutung digitaler Dienste für den Geschäftserfolg wird weiter steigen. Komplettangebote, die ›as a Service‹ einen vollständigen Kundenprozess von der Bedarfsanalyse bis zur Wartung und zum Support beinhalten, sind nur unter Nutzung und Kombination vielfältiger Daten (z. B. zu Produkten, zu Verträgen, zum Kunden sowie aber auch zur Nutzung von Geräten durch den Kunden vor Ort) möglich. Die digitale Transformation bezeichnet also einen Wandel im Geschäftsmodell, namentlich von einer Fokussierung auf das physische Produkt hin zu einem digitalen Produkt-Service-System. Viele Unternehmen sind sehr gut in der Entwicklung ›klassischer‹ Produkte, aber haben noch nicht den gleichen Reifegrad erreicht, wenn es um die Entwicklung digitaler Dienste geht, die häufig gemeinsam mit dem Kunden und mit Partnern erfolgt.

3. Welche Chancen sehen Sie und welche Risiken?

Die digitale Transformation und die Entwicklung zu digitalen Produkt-Service-Systemen bergen hohes Differenzierungs- und damit langfristiges Wettbewerbspotenzial. Denn digitale Dienste erlauben es Unternehmen, ihr Wissen über die Bedürfnisse des Kunden, über den Kundenprozess sowie aber auch natürlich über das eigene Produkt zu bündeln und zu kombinieren. Dieses fundierte Wissen ist schlecht kopierbar von Wettbewerbern, die über niedrige Lohnstückkosten bei der Fertigung ›klassischer‹ Produkte konkurrieren. Unternehmen in Deutschland müssen die digitale Transformation als Chance sehen, über Innovation konkurrieren zu können und eben nicht über den Preis konkurrieren zu müssen. Als größtes Risiko sehe ich dabei vor allen Dingen die mangelnde Geschwindigkeit. Die Welt schläft nicht und wartet nicht auf uns.

4. Wie gelingt diese Transformation? Gibt es Patentrezepte?

Es gibt sicherlich kein Kochrezept, das garantiert zum Erfolg führt. Dafür sind die einzelnen Geschäftsmodelle von Unternehmen zu unterschiedlich. Aber es bilden sich Erfolgsfaktoren heraus. Dazu gehört, dass Unternehmen ihr internes Datenmanage-



Prof. Dr. Boris Otto ist geschäftsführender Institutsleiter des Fraunhofer Instituts für Software und Systemtechnik ISST und Inhaber des Lehrstuhls Industrielles Informationsmanagement an der TU Dortmund.*

► Digitalisierung – made in Germany – Das Fraunhofer Institut ISST
<https://www.youtube.com/watch?v=GndmGFWfTtU>



ment im Griff haben müssen. Wenn ich jedes Mal überlegen muss, in welchem System in welcher Abteilung nun die richtigen Produktstammdaten liegen und wie ich technisch an sie herankomme, wenn ich einen neuen digitalen Wartungsdienst entwickeln möchte, ist das Projekt unwirtschaftlich, bevor ich das erste Mal dem Kunden den ersten Prototypen zeigen kann. Das Datenmanagement muss genauso effizient und effektiv laufen wie andere Wertschöpfungsprozesse im Unternehmen. Außerdem benötigen Unternehmen einen strategischen Plan für die digitale Transformation. Viele Unternehmen starten diverse ›Proof of Concepts‹ (was per se nicht schlecht ist), verpassen aber zu analysieren, was funktioniert und was dann auch Skaleneffekte erzeugen kann; nur dann stellt sich ein signifikanter Ergebnisbeitrag ein.

5. Wie nehmen Sie die Situation bei Dräger wahr?

Das Fraunhofer ISST und ich selbst haben ja die herausragende Möglichkeit, Dräger bei der strategischen Weiterentwicklung des Datenmanagements und damit der digitalen Transformation zu unterstützen. Nach meiner Einschätzung ist es gelungen, das strategische Datenmanagement sehr gut zu durchdenken und auch so in der Organisation aufzusetzen, wie es optimal zum Unternehmen passt. Die enge Verzahnung zwischen innovativen Datenmanagementansätzen und konkreten Anwendungsfällen mit direktem Geschäftnutzen ist dafür ein gutes Beispiel. Dem Unternehmen kommt zudem zugute, dass Vertrauen und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit den Kunden wesentliche Elemente des Markenkerns von Dräger sind. Das sind große Vorteile bei der digitalen Transformation, weil insbesondere Vertrauen und der Schutz von Kundendaten das A und O für den Markterfolg mit digitalen Diensten sind. Die 5 Fragen stellte Stefanie Moraht-Marx ●

* Die Forschungsschwerpunkte von Prof. Dr. Boris Otto liegen auf den Gebieten des Industriellen Informationsmanagements, der Geschäfts- und Logistiknetzwerke sowie dem Entwurf digitaler Geschäftslösungen. Die universitäre Grundlagenforschung gibt wichtige Impulse für den anwendungsnahen Transfer in die Industrie. Als Leiter des ISST verantwortet er das vom BMBF geförderte Projekt 'International Data Spaces'. Das Ziel: eine sichere Dateninfrastruktur für eine agile, flexible und wettbewerbsfähige Industrie zu errichten.