

## **Pressemitteilung**

Internet der Dinge:

### **Je innovativer die Kunden, desto mehr Interesse an IoT-basierten Projekten!**

**Hof, 10.03.2021 - Der hohe Stellenwert digital vernetzter Systeme im Internet der Dinge (IoT) ist in Forschung und Unternehmen bereits lange bekannt. Die aus vernetzten Systemen generierten Daten stellen für Hersteller ein neues, virtuelles Serviceprodukt dar, mit dem sich innovative Geschäftsmodelle entwickeln lassen würden – wäre da nicht die Furcht der Kunden vor Überwachung und Datenmissbrauch immer noch so groß. Eine neue Studie von Prof. Dr. Christine Falkenreck (Hochschule Hof) und Prof. Dr. Ralf Wagner (Universität Kassel) geht nun der Frage nach, wie Kunden in neue IoT-Geschäftsmodelle einbezogen und von diesen überzeugt werden können.**

Verwendungsmöglichkeiten für IoT-Geschäftsmodelle gibt es viele. „Hersteller haben ein Interesse an den Daten, um zum Beispiel etwas über die Aus- und Belastung ihrer Maschinen zu lernen. Dies findet dann Eingang in Neuentwicklungen. Auch ist es zukünftig denkbar, dass der Paketbote mit einem Ersatzteil bereits beim Kunden ankommt, bevor dieser überhaupt weiß, dass seine Maschine ein neues Teil benötigt. Dadurch fällt die Maschine weniger lange aus. Auch die Fernwartung ist zum Beispiel über den Einsatz von Virtual-Reality-Brillen im Internet der Dinge möglich“, umreißt Prof. Dr. Christine Falkenreck das weite Spektrum an Einsatzmöglichkeiten der Technik.

Doch was sind die Hürden auf dem Weg, die technischen Möglichkeiten auch wirklich zur Anwendung zu bringen? Ergebnisse einer Befragung, die bei westeuropäischen Kunden im Spezialmaschinenbau erhoben wurde, zeigen: Fundierte Vorkenntnisse zum Thema Digitalisierung und IoT, sowie der Glaube an einen geeigneten Umgang der Hersteller mit den Kundendaten sind der Schlüssel zum Projekterfolg. Wichtig ist auch eine Zufriedenheit mit der Geschäftsbeziehung im Allgemeinen.

#### **Wettbewerbsvorteil und Kostenreduzierung**

Anforderungen der Kunden an IoT-basierte Geschäftsmodelle sind demnach unter anderem die Kostenreduzierung durch vorausschauende Wartung, kürzere Wartungsintervalle und Maschinen-Stillstände, sowie eine daraus resultierende Profitabilitätssteigerung. Der Aufbau von innovativen Service-Fachwissens gilt demnach bereits als neuer Wettbewerbsvorteil.

#### **Seriöser Umgang mit Kundendaten**

Hersteller sollten in der Diskussion mit ihren Kunden über neue, IoT-basierte Geschäftsmodelle vor allem ihren vertrauenswürdigen Umgang mit Kundendaten hervorheben und nachweisen – und sich bei der Auswahl möglicher Partner zunächst auf ihre innovativste Kundengruppe beschränken. Frau Prof. Dr. Falkenreck empfiehlt, erst nach einer erfolgreichen Durchführung so genannter „Leuchtturm-Projekte“ die neuen Service-Konzepte für einen größeren Kundenkreis zugänglich zu machen.

Die komplette Studie wurde gerade im *Journal of Business and Industrial Marketing* unter dem Titel „From Managing Customers to Joint Venturing with Customers: Co-Creating Service Value in the Digital Age“ zur Veröffentlichung angenommen.

Kontakt:

**Prof. Dr. Christine Falkenreck**, Hochschule Hof, Fakultät Ingenieurwissenschaften,  
Studiengangleitung Master Projektmanagement [christine.falkenreck@hof-university.de](mailto:christine.falkenreck@hof-university.de)

**Prof. Dr. Ralf Wagner**, Universität Kassel, Lehrstuhl für Sustainable Marketing  
[rwager@wirtschaft.uni-kassel.de](mailto:rwager@wirtschaft.uni-kassel.de)

**Pressekontakt:**

Rainer Krauß, Hochschulkommunikation / PR  
Alfons-Goppel-Platz 1, 95028 Hof  
Telefon: 09281/409-3006  
E-Mail: [pressestelle@hof-university.de](mailto:pressestelle@hof-university.de)

**Über die Hochschule Hof:**

Praxisorientierung, Internationalisierung und intelligente Ressourcennutzung stehen im Fokus von Lehre und Forschung an der Hochschule Hof. Im Bereich Internationalisierung legt die Hochschule einen weiteren Schwerpunkt auf Indien, im Hinblick auf das Thema intelligente Ressourcennutzung stehen Wasser- und Energieeffizienz im Vordergrund. Das breitgefächerte und interdisziplinäre Studienangebot reicht von Wirtschaft und Wirtschaftsrecht bis hin zu Informatik und Ingenieurwissenschaften. Der Campus Münchberg bietet durch eng mit der Wirtschaft verzahnte Textil- und Designstudiengänge eine in Deutschland einmalige Ausbildung. Auch die hochfränkischen Unternehmen profitieren durch die Einrichtung von Kompetenzzentren und Instituten an der Hochschule. Die Schwerpunkte der vier Forschungsinstitute liegen auf den Bereichen Informationssysteme, Materialwissenschaften, Wasser- und Energiemanagement sowie Biopolymere. Am Institut für Weiterbildung finden berufstätige Fach- und Führungskräfte nationale als auch internationale Weiterbildungsangebote auf Hochschulniveau; das Programm des ifw beinhaltet dabei berufsbegleitende Bachelor- und Masterstudiengänge, Zertifikatslehrgänge, akademische Weiterbildungskurse und Seminare. Das an die Hochschule Hof angegliederte Bayerisch-Indische Zentrum für Wirtschaft und Hochschulen BayIND koordiniert und fördert die Zusammenarbeit zwischen Bayern und Indien. Studierende mit StartUp- oder Gründungsinteresse werden beraten und gefördert durch das Digitale Gründerzentrum Einstein1 am Campus der Hochschule.