

Forschungsprojekt „Neue Produkte in der digitalen Welt“ des MÜNCHNER KREIS, gefördert durch die Heinz Nixdorf Stiftung

Wie kann der digitale Wandel in der Produktwelt gelingen? – Zehn industrieübergreifende Handlungsempfehlungen

München, 05. Juli 2016 – Datenzentriert, intelligent, vernetzt und kommunikationsfähig – dies sind nur einige der Eigenschaften, die neue digitale Produkte charakterisieren, dem Nutzer Mehrwert bieten und darüber hinaus sogar das Potenzial besitzen, ganze Branchen durch die Entstehung neuer Geschäftsmodelle zu revolutionieren. Neben einem systematischen Überblick über digitale Technologien und deren Anwendung in neuen Produkten gaben die Projektverantwortlichen vom MÜNCHNER KREIS und der Heinz Nixdorf Stiftung im Heinz Nixdorf MuseumsForum in Paderborn – dem weltgrößten Computermuseum – am 29. Juni Handlungsempfehlungen zu einer erfolgreichen Umsetzung des digitalen Wandels in der Produktwelt und regten eine weiterführende Diskussion der zentralen Studienerkenntnisse an.

„Bei unserer Studie steht nicht – wie so oft – die Gestaltung und Digitalisierung von Prozessen im Fokus, sondern das Produkt selbst“, sagt Prof. Dr. Michael Dowling, Vorstandsvorsitzender des MÜNCHNER KREIS. „Die Unternehmen aller Branchen stehen vor der Herausforderung innovative Produkte zu entwickeln, um im immer schneller werdenden und sich zuspitzenden Wettbewerb um Innovationen nicht das Nachsehen zu haben.“ Dr. Horst Nasko, Vorstand der Heinz Nixdorf Stiftung, ergänzt: „Unternehmen haben heute keine andere Wahl; sie müssen disruptive innovative Produkte auf den Markt bringen, um wettbewerbsfähig zu bleiben und Kunden nicht nur zu gewinnen, sondern auch zu binden. Wir wollen mit unserem Projekt einen Leitfaden für die digitale Transformation in der Produktwelt bieten.“

Handlungsempfehlungen als Wegweiser zum erfolgreichen digitalen Wandel

Im Fokus stehen beim Forschungsprojekt „Neue Produkte in der digitalen Welt“ die vier Branchen Industrie, Logistik, Finanzdienstleistungen und Gesundheit. Zentrales Ergebnis sind zehn Handlungsempfehlungen, die als Leitlinien für die erfolgreiche Realisierung der Digitalisierung in der Produktwelt dienen:

1. Entwicklung einer Digitalisierungsvision
2. Etablierung einer Innovationskultur („Selbstkannibalisierung“)
3. Etablierung einer Digitalisierungs- und Softwarekompetenz
4. Identifizierung branchenübergreifender Kollaborationspartner („Coopetition“)
5. Orientierung am Kundenproblem (Einbindung von Kunden als „Prosumer“)
6. Agile Entwicklung und Öffnung („Open Innovation“)
7. Bestimmung des Digitalisierungsgrades von bestehenden Produkten und Prüfung einer Weiterentwicklung
8. Allumfassende Nutzung von Daten
9. Entwicklung vom Produkt- zum Lösungsanbieter
10. Fokus auf Informationssicherheit (Verschlüsselung und Anonymisierung von Daten)

Die Studie hebt hervor, dass die verstärkte Einbindung des Kunden unerlässlich ist. Der Kunde muss zum „Prosumer“ werden – einem Verbraucher, der gleichzeitig auch Produzent ist und dem eine aktive Rolle beim Innovationsprozess von Produkten zukommt. Nur wenn eine grundlegende Bereitschaft zum digitalen Wandel über alle Ebenen hinweg in der Unternehmens-DNA verwurzelt ist, kann die erfolgreiche Transformation gelingen. Dazu müssen althergebrachte Denkmuster aufgebrochen werden, indem „Selbstkannibalisierung“, „Coopetition“ sowie Mut zum Risiko als Chancen gesehen werden, um Innovationszyklen zu beschleunigen und Wettbewerbsvorteile aufzubauen.

Die digitale Transformation – Weitreichende Auswirkungen auf die Produktwelt

Neue Produkte in der digitalen Welt bewegen sich entlang eines Kontinuums zwischen rein physischen und rein digitalen Produkten. „Es entstehen immer mehr sogenannte ‚Digitals‘ – rein physische Produkte, die um digitale Fähigkeiten ergänzt werden, was sowohl in erweiterten als auch in völlig neuen Produkten gipfeln kann, wie zum Beispiel intelligente Werkzeuge oder Wearables“, erklärt Prof. Dr. Michael Dowling. Diese digitale Transformation von Produkten erweitert den Kundennutzen. Die sechs ebenfalls in der Studie identifizierten Eigenschaften neuer Produkte (datenzentriert, intelligent, vernetzt, kommunikationsfähig, flexibel erweiterbar und individualisierbar) übernehmen dabei die Rolle des Transformators.

Dennoch wiesen die Verantwortlichen der Studie auch auf die Hemmnisse und Denkfehler hin, die Unternehmen bei der Umsetzung digitaler Strategien oftmals im Wege stehen. Insbesondere der Mittelstand hat nach wie vor Schwierigkeiten bei der Implementierung einer digitalen Agenda. „Gerade weil es immer noch viele Fragen und Ängste in Zusammenhang mit der Digitalisierung gibt, stehen wir vor der Aufgabe, eine positive Vision der Digitalisierung auszubreiten“, so Prof. Dr. Arnold Picot von der Forschungsstelle Information, Organisation und Management der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Zu einer Executive Summary, welche die Ergebnisse des Forschungsprojektes „Neue Produkte in der digitalen Welt“ zusammenfasst, gelangen Sie **hier**. Der ausführliche Projektbericht erscheint im Herbst 2016.

Methodik des Forschungsprojektes

Der Forschungsarbeit liegt eine methodisch kombinierte Vorgehensweise aus vier Bausteinen zu Grunde. So diskutierten bereits im Januar 2016 Experten auf einer Fachkonferenz in München Erkenntnisse aus Sicht der Praxis und beleuchteten in branchenspezifischen Workshops relevante Fragestellungen. Bei Desk-Researchs, Diskussionsrunden, einem Branchen-Fokus-Workshop und 14 Experteninterviews mit Unternehmensvertretern konnten notwendige Grundlagen für das Forschungsprojekt geschaffen werden.

Über den MÜNCHNER KREIS

Der MÜNCHNER KREIS möchte die digitalisierte Wissens- und Informationsgesellschaft durch seine Arbeit aktiv mitgestalten. Als gemeinnützige, internationale Vereinigung an der Nahtstelle zwischen Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft bietet der MÜNCHNER KREIS eine unabhängige Plattform, die gleichermaßen Hersteller, Dienstleister und alle Anwenderbranchen wie Automotive, Energie etc. anspricht. Mit einer Vielzahl unterschiedlicher Aktivitäten setzt er sich konstruktiv mit den Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung auseinander, um Orientierung in der digitalen Transformation zu geben.

www.muenchner-kreis.de

Über die Heinz Nixdorf Stiftung

Die Heinz Nixdorf Stiftung ist eine unternehmensunabhängige, gemeinnützige Stiftung bürgerlichen Rechts, die aus dem Nachlass des 1986 verstorbenen Unternehmers Heinz Nixdorf hervorgegangen ist. Stiftungszwecke sind u.a. die Förderung der Bildung, insbesondere die berufliche Aus- und Weiterbildung auf dem Gebiet moderner Technologie sowie die Förderung der Wissenschaft insbesondere auf dem Gebiet der Informationstechnik. Die Heinz Nixdorf Stiftung gehört heute zu den großen privaten Stiftungen in Deutschland.

www.heinz-nixdorf-stiftung.de

Pressekontakt

Mareike von Frieling
HeadlineAffairs
Rumfordstraße 5
D - 80469 München
T + 49. 89. 23 23 90 91
F + 49. 89. 23 23 90 99
vonfrieling@headline-affairs.de

Bilder und Bildunterschriften



Bild 1: Die Verantwortlichen des Forschungsprojektes „Neue Produkte in der digitalen Welt“ (hinten von links nach rechts: Prof. Dr. Michael Dowling, Dr. Horst Nasko, Prof. Dr.-Ing. Jörg Eberspächer, Dr. Rahild Neuburger; vorne von links nach rechts: Kristina Zisler, Elisabeth Noll) (Bild: Jan Braun/HNF)



Bild 2: Handlungsempfehlungen zur Entwicklung neuer Produkte im Überblick. (Bild: MÜNCHNER KREIS)



Bild 3: Eigenschaften neuer Produkte in der digitalen Welt. (Bild: MÜNCHNER KREIS)