

A hand in a blue suit jacket points towards a digital interface. The interface features a world map with glowing nodes and connecting lines, and a bar chart with an upward-pointing arrow. The text 'Leitfaden Digitaler Wandel' is overlaid on the image.

Leitfaden

Digitaler Wandel

Wie Industrieunternehmen durch effektive digitale Händler- und Serviceplattformen zu erfolgreichen Digital Champions werden

So intelligent, wie wir heute Autos, Maschinen und Anlagen bauen, müssen wir auch Service- und Vermarktungs-Plattformen entwickeln, die einen echten digitalen Mehrwert bieten! Wir erläutern Ihnen auf den folgenden Seiten, welchen Stellenwert innovative digitale Informationsplattformen im Zuge des Industrie 4.0-Wandels haben und weshalb Liferay die passende Plattform dafür ist.

Wir liefern Ihnen Studienergebnisse, Beispiele und Anregungen, mit denen Sie Projekte einfacher planen können.

Inhalt

Einführung: Digitale (R)evolution in der Industrie	3
Industrie 4.0 führt zu einem neuen Miteinander	3
Digital denken, Ziele anpassen, wettbewerbsfähig bleiben	4
Neue Geschäftsmodelle – Beispiel Maschinenbau	4
Digitale Plattformen unterscheiden sich	5
Haben Sie die richtige Plattform im Einsatz?	5
Evaluation mit 150 Kriterien: kompetent, systematisch, neutral	6
Mit Liferay zur zeitgemäßen digitalen Händler- und Service-Plattform	7
Beispiele für Funktionen in digitalen Händler- und Service-Plattformen	8
Über edicos & Kontakt	9

Einführung: Digitale (R)evolution in der Industrie

Neue Kommunikationstechnologien und Industrie 4.0 führen zu weitreichenden Veränderungen in allen Industrieunternehmen – darin sind sich die Experten einig. Aber nicht nur die Produktion wird sich durch die Digitalisierung maßgeblich ändern. Auch die vor- und nachgelagerten Aufgaben und Prozesse, wie die Beschaffung, Marketing, Service und Vertrieb vollziehen einen Wandel; die Interaktion mit Geschäftspartnern und Kunden wird dadurch (r)evolutioniert.

Beim Wechsel von Industrie 3.0 auf 4.0 ist es mit technischer Kosmetik nicht getan. Eine Kernaufgabe lautet: Den ineffektiven Datenaustausch per Fax, Brief, Telefon oder E-Mail sowie nicht vernetzte Daten-Silos rasch durch durchgängige, digitale Wertschöpfungsketten ablösen – und damit neue Serviceprodukte kreieren.

Es wird zukünftig immer schwerer werden, „nur mit guten Produkten“ erfolgreich am Markt zu bestehen. Die Fähigkeit, individuelle Mehrwerte zu bieten, ist bereits heute ein wichtiges Kriterium für den Erfolg von Industrie- und Serviceanbietern, so die Experten.

Industrie 4.0 ist die Schicksalsfrage der deutschen Industrie. Es ist eine Revolution, die die 2020er-Jahre bestimmen wird. Sie wird ganze Geschäftsmodelle und die Industrie weltweit verändern.

Siemens-Chef
Joe Kaeser

Industrie 4.0 führt zu einem neuen Miteinander

Nach Dampfmaschine, Fließband, Elektronik & IT gelangen wir mit intelligenten Fabriken zur vierten Stufe der industriellen Revolution. Technische Grundlage dieser Revolution sind intelligente, digital vernetzte Systeme und Prozessketten. Ziel ist, Wertschöpfungsketten zu kreieren, die möglichst alle Phasen des Lebenszyklus des Produktes einschließen – von der Idee über die Entwicklung, Fertigung, Nutzung und Wartung bis hin zum Recycling. Dadurch werden enorme Produktivitätsschübe erwartet.

Der Wandel hin zum Digital Champion und erfolgreichen Industrie 4.0-Unternehmen wird heute von vielen als reines Produktions- und Logistik-Thema verstanden. Ein großer Fehler! Sicher stehen die Produktions- und Logistikprozesse zwischen Lieferant und Hersteller im Zentrum des Wandels. Jedoch sind Produktion & Logistik nur zwei (wenn auch zentrale und wichtige) Puzzleteile in einem umfassenden Veränderungsprozess, der das ganze Unternehmen und die gesamte Organisation betrifft.

Denken Sie daran, wie rasch wir uns als Konsumenten an die Vorteile von Internet und Smartphone gewöhnt haben. Die Reisebuchung machen wir heute bequem von unterwegs aus in Online-Portalen. Wir müssen nicht mehr Papier-Kataloge studieren und mit dem Berater im Reisebüro korrespondieren. Wir müssen bei Bestellungen auch keine Papier-Formulare ausfüllen und diese per Fax oder Brief übermitteln. Das alles ist passé. Einen ähnlichen Wandel gibt es im Zuge der Digitalisierung auch in der Industrie – und zwar an allen sogenannten digitalen Touchpoints – und das sehr schnell.

Der wesentliche Treiber für Industrie 4.0-Lösungen liegt in der besseren Steuerung horizontaler und vertikaler Wertschöpfungsketten. Unternehmen erwarten dadurch Produktivitätsverbesserungen von 18 % in den nächsten fünf Jahren.

Quelle: PwC-Studie „Industrie 4.0“

Digital denken, Ziele anpassen, wettbewerbsfähig bleiben

Erfolgreiche Unternehmen stellen heute alle Prozesse auf den Prüfstand. Sie rüsten sich mit neuer Technologie aus, um dem Wettbewerb in wichtigen Bereichen einen Schritt voraus zu sein. Ihre Ziele:

- Digitale, automatisierte Bestell- und Serviceprozesse statt Medien- und Systembrüche und damit positive Kosteneffekte (Einsparung laufender Kosten für Wartung und Pflege diverser Silo-Systeme sowie für manuelle Arbeiten)
- Angebot zeitgemäßer Self-Services aus einem Guss für Händler, Kunden und alle am Prozess Beteiligten.
- Enge Vernetzung mit allen Geschäftspartnern und Aufbau gemeinsamer Community-Plattformen. Dadurch Abbau unnötiger Wissens- und Kollaborations-Barrieren.
- Entwicklung neuer Daten- und Service-orientierter Geschäftsmodelle, um sich von den Mitbewerbern abzuheben – und nicht mehr nur als reiner Hersteller zu agieren.

Fazit etlicher Studien und Kernaussage der Experten zum Thema Industrie 4.0

- Alles, was sich digitalisieren lässt, wird digitalisiert.
- Services und Angebote, die unnötig umständlich sind und keine Kosten- oder Zeitvorteile bieten, werden auf der Strecke bleiben.
- Unternehmen, die zusätzlichen Mehrwert bieten und die Service-Qualität erhöhen, werden die Gewinner sein.
- Abwartende Unternehmen werden schnell den Anschluss zu den Digital Champions verlieren.

Neue Geschäftsmodelle – Beispiel Maschinenbau

Die Grenzen zwischen Herstellern und Dienstleistern werden durch die Digitalisierung zunehmend verschwimmen. Ein Maschinenbauer hat beispielsweise die Möglichkeit, seine Produkte durch komplementäre Dienste wie intelligente Wartung zu ergänzen. Statt, wie bislang üblich, im ersten Schritt sein Produkt zu verkaufen und anschließend „After-Sales“-Dienstleistungen anzubieten, offeriert er von vornherein ein auf den Kunden abgestimmtes smartes Lösungspaket. Dieses beinhaltet neben der eigentlichen Maschine verschiedene datenbasierte und physische Services in den unterschiedlichen Phasen des Produktlebens. So können zum Beispiel Maschinenausfälle abhängig von der Nutzung präzise vorhergesagt – und damit vermieden werden. Ersatz- und Verschleißteile werden durch einen Online-Abgleich der Nutzungsdaten automatisiert bestellt und rechtzeitig geliefert.

In einem weiteren Schritt geht die Entwicklung auch dahin, dass nicht mehr das Produkt als solches, sondern nur noch seine Funktion im Rahmen eines nutzungsabhängigen Bezahlmodells gehandelt wird. Welche Art der Zusammenarbeit auch immer: Klar ist, dass der Grad der digitalen Vernetzung von Anbieter und Kunde exponentiell zunehmen wird. Dabei spielt es keine Rolle, ob es um das Verhältnis Hersteller <-> Händler <-> Kunde geht oder um eine direkte Beziehung zwischen Hersteller und Kunde.

*Es liegt bei uns selbst,
ob wir diesen Fortschritt
als Getriebene erleben
oder als Gestalter!*
Ranga Yogeshwar

Digitale Plattformen unterscheiden sich

Viele der großen Industrieunternehmen haben in den letzten Jahren sogenannte Händler- oder Serviceportale eingeführt. Sie bieten ähnlich der Unternehmens-Website Informationen und Services für die Händler bzw. die Kunden – nur eben in einem zugriffsgeschützten Bereich. Die meiste Interaktion erfolgt jedoch immer noch im direkten Kontakt via Telefon, Fax und E-Mail. Persönlicher Kontakt ist in vielen Fällen begrüßenswert, doch wenn es lediglich um die Abfrage von Preislisten, Statistiken, Lieferdaten, Beständen, Adressänderungen oder um Bestellungen, Anmeldungen etc. geht, ist das nicht effizient. Diese Art der Informationsbereitstellung war und ist bislang der Status-quo. Zum einen, weil die Portaltechnik nicht mehr bzw. vieles nur mit kostspieligem Customizing und Individualentwicklung zuließ. Zum anderen, weil die Unternehmen schlichtweg andere Bereiche, wie das ERP oder das CRM priorisiert sahen. Eine digitale Schnittstelle zu den Händlern oder den Kunden ist sicher sinnvoll, aber geschäftlich nicht von hoher Bedeutung, so die Meinung vieler Verantwortlicher bislang.



Framework für die Industrie 4.0

Industrie 4.0 umfasst die Vernetzung der Wertschöpfungsketten, die Digitalisierung von Produkten und neue Geschäftsmodelle

Das wird im Zuge der Digitalisierung der gesamten Industrie nun anders. Deutsche Industrieunternehmen planen laut einer aktuellen PWC-Studie bis 2020 rund 40 Mrd. Euro jährlich in Industrie 4.0-Lösungen zu investieren. Damit sind Lösungen in drei Bereichen gemeint: „Daten & Analytic“, „Innovation & Transformation“ und „Vernetzung & Kooperation“. Und es stehen heute auch digitale Plattformen zur Verfügung, die weitaus mehr können, als die bislang eingesetzte Portaltechnologie. Der Aufbau innovativer Händler- oder Serviceplattformen stehen damit ab sofort auf Priorität 1 beim Management, IT und den Fachabteilungen. Trifft das auch für Ihr Unternehmen zu?

IT-Dienstleister, die sich mit der Thematik auskennen, erhalten schon jetzt deutlich mehr Anfragen, als noch vor ein oder zwei Jahren. Viele Unternehmen evaluieren, ob sie mit der bestehenden Portal-Technologie einen stärkeren Digitalisierungs- und Vernetzungsgrad erzielen können.

Effektivere digitale Schnittstellen zu Kunden und Geschäftspartnern drängen sich bei vielen Unternehmen auf. Sie sind ein wesentlicher Baustein auf dem Weg zu einem Industrie 4.0 Unternehmen und Digital Champion!

Haben Sie die richtige Plattform im Einsatz?

Das sollte die erste Frage sein, denn der Portal-Markt ist riesig: Gartner vergleicht im Magic Quadrant for Horizontal Portals 2015 alleine 13 führende Systeme. Die Systeme unterscheiden sich bei genauerem Hinsehen wesentlich:

■ Strategische Ausrichtung

- Funktionaler Umfang, Branchenfokus
- Technologische Basis (Zukunftssicherheit)
- Geografische Abdeckung & Qualität des lokalen Supports und der Partnerlandschaft

■ Technologische Features

- Produkt-Roadmap, Häufigkeit & Qualität von Updates
- Flexibilität des Systems: Schnittstellen, Integrationsfähigkeit / APIs
- Mandanten- und Mehrwährungsfähigkeit sowie Mehrsprachigkeit
- Abbildung komplexer Rechtssysteme, Mobile Darstellung
- Skalierbarkeit, Stabilität, Performance

■ Fachliche Features

- Präsentation der Produkt- bzw. Artikeldaten aus dem ERP bzw. PIM
- Abbildung der individuellen Kunden- und Lieferantendialoge bzw. Bestell- und Lieferprozesse (inklusive Retouren und Reklamationen)
- Einbindung der FiBu zur Abbildung der Faktura und des Rechnungswesens
- Abdeckung der Anforderungen durch die Internationalität (Währungen, Zoll etc.)
- Abbildung von komplexen Genehmigungsworkflows
- Feingranulare Benutzerrechte und Rollen
- Anbindung von Tools für Datenanalysen (Big Data)
- Reporting

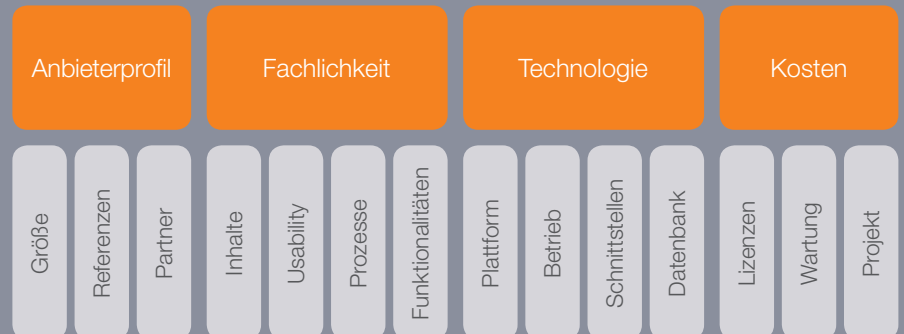
■ Kosten für

- Lizenz
- Projektaufbau
- Wartung & Pflege
- Weiterentwicklung

Wir unterstützen unsere Kunden vollumfänglich, also bereits beim Benchmarking und der Systemanalyse. In diesem Dokument möchten wir Ihnen jedoch vor allem die Vorteile von Liferay aufzeigen.

Evaluation mit 150 Kriterien: kompetent, systematisch, neutral

edicos arbeitet in Auswahlverfahren mit einem umfangreichen, sehr praxisnahen Kriterienkatalog mit 150 Einzelpunkten, auf dessen Basis regelmäßig die führenden Portal-Systeme überprüft werden. Die in Frage kommenden Portal-Technologien und Plattformen werden neutral entlang einer bewährten, granularen Evaluationssystematik verglichen und einem Benchmark unterzogen.



Dieser systematische Ansatz liefert Ihnen eine faktenbasierte, auf Ihre Ziele zugeschnittene Entscheidungsgrundlage. Mit einem Experten an der Seite werden alle relevanten Fachabteilungen und Entscheidungsträger in den Auswahlprozess einbezogen und die richtigen Fragen gestellt. Sie nutzen in der Praxis erprobte Verfahren, um schnell, aber nicht überstürzt, Ziele und Anforderungen herauszufiltern. Das spart Zeit, Kosten und schont die Nerven!

Mit Liferay zur zeitgemäßen digitalen Händler- und Service-Plattform

In vielen Fällen ist die Liferay Digital Experience Platform (Liferay DXP) die passende Wahl für digitale Händler- bzw. Service-Plattformen. Es lassen sich damit zudem State-of-the-Art Websites und Intranets realisieren. Liferay DXP ist eine Lösung mit offenem Quellcode (Open Source) – das verschafft der Plattform viele Vorteile gegenüber den sogenannten Closed-Source Herstellern. Die renommierten Analysten von Gartner haben Liferay im Magic Quadrant for Horizontal Portals 2015 zum sechsten Mal hintereinander als „Leader“ ausgezeichnet.

Liferay DXP wird bereits über 6 Millionen Mal weltweit eingesetzt. Mit 18 Büros und einem internationalen Partnernetzwerk ist Liferay auf allen Kontinenten vertreten. Mehr als 150.000 registrierte Mitglieder der Liferay-Community begleiten die Softwareentwicklung.

Wir haben als einer von nur wenigen Liferay Gold-Partnern bereits zahlreiche komplexe Portalprojekte mit Liferay in der DACH-Region umgesetzt. Und in den Projekten nur gute Erfahrungen gemacht!

Es gibt viele gute Gründe für Liferay DXP:

- Vollständiges Content-/Asset-/Dokumenten-Management
- Mehrsprachig und Multi-Domainfähig, jeweils mit eigenem Layout & Design
- Vielfältig erweiterbar, z. B. durch Integration neuer Datentypen
- Verfügt über SocialMedia- und Collaboration-Funktionen (Blog, Wiki, Diskussionen, Kalender)
- Besitzt ein konfigurierbares Rollen & Rechte-System
- Einfach bedienbar über eine moderne Benutzeroberfläche inkl. Responsive Webdesign
- Kompatibel mit Ihrer IT
- Hält sich an die offenen Standards für Content, Portlets, Webservices und Front-End Technologien, um Entwicklungskosten zu sparen.
- Lösungen lassen sich rasch aufsetzen und sind äußerst skalierbar
- In Clouds ersetzbar und als SaaS erhältlich
- Vergleichsweise geringe, gut planbare Kosten durch attraktives Subscription-Modell

Liferay DXP vereint das Beste aus zwei Welten:

- Open Source mit großer, aktiver Community
- Sicherheit durch Produkthersteller
 - Produktsicherheit durch regelmäßige Patches und Updates
 - Rechtssicherheit im Hinblick auf Open Source-Komponenten
 - Definierte Service Level Agreements

Liferay ist nicht die einzige Wahl für innovative digitale Plattformen. Die Technologie bietet aber etliche Vorteile: Die Software läuft auf Ihren bestehenden Anwendungsservern und ist kompatibel mit Datenbanken und Betriebssystemen; zusätzliche Kosten für neue Infrastrukturen sind nicht erforderlich. Verschiedenste Informationen und Prozesse lassen sich in Form von Portlets personalisiert in attraktiv gestalteten, sehr nutzerfreundlichen Oberflächen bereitstellen. Die Nutzer können sich sogar mit wenigen Klicks eigene Portlets individuell einrichten. Das steigert die User Experience. Umfangreiche Kollaborations-Features wie Team-Räume, Wikis, Blogs sind „out-of-the-box“ verfügbar. Liferay kann sehr stark individuell angepasst werden, wobei wir unseren Kunden zu maßvollem Customizing raten; zu starke Veränderungen können bei Software-Updates ggfls. zu Schwierigkeiten führen.

Beispiele für Funktionen in digitalen Händler- und Service-Plattformen

- Rechtebasierte Abfrage von Verfügbarkeiten, Lieferdauern, Status, Auftragshistorie etc.
- Nutzung von Filtern (z.B. zur Anzeige von Neuheiten im gewünschten Produktsegment oder der Region)
- Dashboards / Business-Cockpits zur Anzeige individuell relevanter Daten
- Self-Services aller Art und Bestellformulare, die sich über die Integration mit ERP, CRM, PIM etc. die relevanten Daten automatisch ziehen und nachgelagerte Prozesse auslösen
- Professionelles Werbemittel- und Prämien-Management
- Einbindung der Geschäftspartner in Form von User Generated Content
- Web-Trainings und interaktive Produktschulungen
- Angebot von Internet-Tools, mit denen die ihre Homepage mit wenig Aufwand attraktiver und interaktiver gestalten können

Über edicos & Kontakt

edicos der erfahrene Liferay Gold Service Partner.



edicos gehört zu den Liferay-Partnern „der ersten Stunde“ und setzt bereits seit 2007 technisch und fachlich anspruchsvolle Projekte mit der Plattform um. Als Liferay Gold Partner und Spezialist für Corporate Websites bietet edicos umfangreiches Know-how bei der Konzeption und Umsetzung mehrsprachiger und personalisierter Portale und Webpräsenzen. Komplexität meistern, hohe Qualitätsstandards erfüllen, sportliche Projektlaufzeiten halten und in-budget arbeiten – all das gehört bei edicos zur Tagesordnung. Das edicos Kompetenz-Team arbeitet mit mehr als 20 Liferay Spezialisten von Hannover, Köln, München und Rapperswil-Jona (Schweiz) für Unternehmen in DACH.



Sie möchten mehr über Liferay DXP für Ihren digitalen Wandel wissen? Kommen Sie auf uns zu. Wir stellen Ihnen die mächtige Plattform gern in einer Live-Demonstration vor und beraten Sie zu den Einsatzmöglichkeiten im Sinne Ihrer Anforderungen.

Ihr Ansprechpartner für Digitale Transformation:

edicos Hannover
Hindenburgstrasse 28/29
30175 Hannover
Telefon: +49 (0) 511 475395-0
E-Mail: hannover@edicos.de

edicos Köln
Frankenwerft 15
50667 Köln
Telefon: +49 (0) 221 9602969-0
E-Mail: koeln@edicos.de

edicos München
In der Kraemer'schen Kunstmühle
Birkenleiten 41 | 81543 München
Telefon: +49 (0) 89 628339-0
E-Mail: muenchen@edicos.de

edicos Schweiz
Oberbollingen 12
8715 Rapperswil-Jona | Sankt Gallen
Telefon: +41 (0) 71 5880341
E-Mail: schweiz@edicos.de

www.edicos.de