

Wenn die Produkte schlau werden..

... nennt man sie „Smart Products“. Sie ermöglichen neue Businessmodelle, bei denen unter anderem mit punktgenauem Service gut verdient werden kann.

Autos, die selbst fahren, und Kühlschränke, die das Milchpackerl selbst bestellen. Das sind nur zwei anschauliche Beispiele für eine Entwicklung, die drauf und dran ist, unser bisheriges Arbeiten auf den Kopf zu stellen. Wir leben in einer Zeit, in der die Vernetzung von Produkten und ihre „smarte“ Weiterentwicklung bereits konkrete Formen annehmen. „Produkte werden mit immer mehr digitalen Features ausgestattet. Aus einem einzelnen Produkt wird dadurch ein komplexes System aus Prozessoren, Software und digitaler Benutzeroberfläche“, sagt Thomas Höllweger, Experte für „Connected Products“ beim Klagenfurter Unternehmen addIT.

Service und Wartung des Traktors in Echtzeit

Diese „Smart Products“ ermöglichen eine Echtzeit-Erfassung und Verarbeitung einer Vielzahl von Daten, während das Produkt im Einsatz ist. Das macht beispielsweise ein Traktorenhersteller, indem er seine Fahrzeuge mit einem digitalen Armaturenbrett ausstattet, das die ideale Route und Ausbringungsmenge auf Basis der Fahrzeugdaten, der Bodenbeschaffenheit und der Daten des Saatgutherstellers berechnet.

Außerdem wird die Leistung der Maschinen in Echtzeit evaluiert. Diagnosedaten werden drahtlos an einen Techniker übertragen, der bereits Ersatzteile organisieren kann, noch bevor der Fahrer überhaupt ein Problem bemerkt.

„Märkte, Unternehmen und Kundenbeziehungen erleben eine digitale Transformation. Unternehmen können ihre Produkte ständig neu an die Bedürfnisse und das Nutzerverhalten anpassen“, erklärt Höllweger. „Das verändert nicht nur die Art und Weise, wie wir Produkte verwenden, sondern unterstützt auch



Foto: KK

„Wettbewerbsvorteile durch die Transformation von Geschäftsprozessen und -modellen“, sieht IT-Experte Thomas Höllweger.

völlig neue Businessmodelle. Beispielsweise ist der neue Mitbewerber des zuvor genannten Traktorenhersteller ein Saatguthersteller. Es geht nicht mehr um den Traktor als Produkt, sondern um den Nutzen, den er erzielt.“

So bringen die vernetzten „Smart Products“ die Grenzen zwischen Produkt und Serviceleistung zum Verschwinden. Der Verkauf eines Produkts ist nicht länger entscheidend, sondern die Frage, wer Kunden binden und für seine Serviceleistungen begeistern kann. Hier spielen digitale Anwendungen eine wichtige Rolle. Sie bieten Unternehmen die Möglichkeit, neue Märkte zu erobern und bisherige Märkte weiter aus-

zubauen. Der deutsche Pumpenhersteller KSB macht dies, indem er seinen Kunden kostenlose digitale Gadgets anbietet, die ihnen den Eintritt in das große Feld der Industrie 4.0 ermöglichen – ohne dass sie selbst investieren müssten. Langfristiges Ziel ist es, dadurch die Bereiche Wartung und Komponenten-Verkauf weiter anzukurbeln. Der neueste Clou ist die „KSB Sonolyzer App“, die kostenlos auf den üblichen Portalen heruntergeladen werden kann.

Jeder, der sich dafür interessiert, hat sie innerhalb weniger Minuten auf seinem Smartphone oder Tablet. Und kann damit beginnen, die Geräusche seiner Pumpe analysieren zu lassen: Die App misst die Geräuschfrequenz und prüft, ob die Effizienz gesteigert werden kann. Zeigt die App einen teillastigen Betrieb an, bedeutet das, Einsparungsmöglichkeiten sind möglich.

Um herauszufinden, welche das sind, wird der Kontakt zur Service-Abteilung von KSB empfohlen. Dort erhalten sie ein detailliertes Konzept, wie im konkreten Fall die maximale Einspa-



rung erreicht werden kann. „Für Unternehmen bedeutet das, dass sie ihre Geschäftsprozesse überdenken und transformieren sollten“, sagt Höllweger.

Das Ziel müsse es sein, ein einfaches und überzeugendes Benutzererlebnis zu schaffen. „Die Technik soll die Arbeit erleichtern und den Kunden einen klaren Vorteil bringen, dann wird sie auch angenommen.“

Damit das gelingen kann, ist als erster Schritt die Erfassung von Daten des Produktes im Praxis-Einsatz nötig. So kann unter anderem die Produktentwicklung für die nächste Generation unterstützt werden, Ersatzteilmanagement verbessert und die Basis für ein Service-in-Echtzeit geschaffen werden. „Wenn diese Transformation gelingt, kann das einen großen Wettbewerbsvorteil bedeuten“, so Thomas Höllweger.



„Connected Things“ in Produktion und Konsumation sind die Zukunft, die bereits Einzug gehalten hat. Fotolia