DIGITALISIERUNG

# DIGITALISIERUNG IN DER WERKZEUGINDUSTRIE

von Dr. Götz Marczinski

## **THESE 2**

"Information Supply Chain" vergleichbar mit Distributionslogistik realer Werkzeuge.

Aus der Kundenperspektive unterscheiden wir den "e-commerce"-Kanal vom "CAM"-Kanal. Über ersteren werden vor allem Produktdaten für die Wiederbeschaffung bekannter Werkzeuge oder alternativer Werkzeuge für bekannte Bearbeitungsaufgaben gebraucht. Der "CAM" Kanal versorgt Prozessplaner mit den notwendigen Daten, um entscheiden zu können, welches das passende Werkzeug für eine bestimmte Bearbeitungsaufgaben ist.

Das dazu erforderliche Produktdatenmanagement ist wie eine "Versandabteilung" zu organisieren. Die Produktdaten müssen in den geforderten Datenformaten für den Direktversand oder für die Bestückung der Shops der Handelspartner bereitstehen. Ideal ist es, die Datenbereitstellung als "Streckengeschäft" zu organisieren. Die benötigten Daten werden zum Bedarfszeitpunkt beim Werkzeughersteller generiert, also praktisch "made to order" aus dem "Zentrallager" bereitgestellt. Denn hier ist ein entscheidender Unterschied zur realen Logistik. Einen Datensatz, also der digitale Zwilling eines Werkzeugs, kann beliebig oft "verschickt" werden. Ein physisches Werkzeug nur einmal. Die "Lieferfähigkeit" des "Zentrallagers" entscheidet sich an der technischen Ausstattung der Versandlogistik. Der SalesSupportServer (3S) von CIMSOURCE ist dafür perfekt ausgelegt.

Internet beginnen. Die mit der Digitalisierung reduzierten persönlichen Kontakte führen zu einer Schwächung der traditionellen Kundenbindung. Digitale Alternativen zur persönlichen Produktvorstellung und –einweisung werden den Unterschied machen. Die digitale Produktverfügbarkeit wird die Kaufentscheidung treiben. Den letzten, entscheidenden Schritt wird nach unserer Überzeugung aber

ein qualifizierter Mitarbeiter begleiten.

Mit der hoffentlich bald überwundenen

Corona Krise ist die Experimentierphase in

der Digitalisierung vorbei. Die verbreitete

Arbeitsformen ist von der Realität überholt

Skepsis gegenüber neuen Medien und digitalen

worden. Dazu haben wir eine Trendanalyse in

der Präzisionsindustrie durchgeführt und in 4

Virtuelle Produktausauswahl und Prozess-

absicherung (Simulation) vs. Außendienst.

Die "Customer Journey", d. h. der Weg des

potentiellen Kunden zum Produkt, wird im

Thesen zusammengefasst:

THESE 1

Digitale Produktverfügbarkeit ist mehr als ein Online-Katalog mit entsprechender Downloadoption für Produktdaten wie er heute von allen Werkzeugherstellern angeboten wird. Auch beeindruckende Werkzeugauswahlhilfen, wie sie heute von manchen Werkzeugherstellern geboten werden, sind nur ein Teil der Lösung. Gebraucht werden Lösungen für alle denkbaren Kanäle der Information Supply Chain.

### THESE 3

Unternehmensübergreifenden Zusammenarbeit ist notwendig.

Zur Sicherstellung der digitalen Produktverfügbarkeit ist die Information Supply Chain mehrgleisig für die verschiedenen Vertriebskanäle zu organisieren. Dazu sind unternehmensübergreifende Lösungen gefordert. Denn dass ein Werkzeughersteller allein durch seine Produktdaten einen Wettbewerbsvorteil hat, halten wir für unrealistisch. Aus der Kundenperspektive sind vielmehr einheitliche Produktdaten wünschenswert. Die zur Standardisierung erforderliche Hersteller-übergreifende Zusammenarbeit

ist nicht neu. Die Hersteller-übergreifende Zusammenarbeit mit Softwareanbietern für CAM- und TM-Systeme dagegen schon. Denn dass der Standardisierung hier Grenzen gesetzt sind, wird in der Praxis immer wieder evident. CIMSOURCE bietet mit ToolsUnited genau für diese Herausforderung einen "managed Service" an.

Schauen Sie auf Google, die Inkarnation der Hersteller-unabhängigen Suche. Was die Google-Crawler nicht finden, findet im Zweifel auch der Kunde nicht. Und die Erhöhung der Trefferwahrscheinlichkeit erfordert für die Crawler offene Lösungen. In der Praxis heißt das, die Produktdaten nicht hinter "Registrierungsschranken" zu verbergen. Die Trefferwahrscheinlichkeit erhöht sich mit der Vernetzung über die eigenen Unternehmensgrenzen hinweg. Das Ziel muss heißen, möglichst wenig Suchanfragen zu enttäuschen.

**THESE 4** 

Das Internet wird die Quelle für Marktdaten und für Werkzeug-Einsatzdaten.

Die Aussage "Daten sind das neue Gold" ist der Treibsatz für so manche Digitalisierungsstrategie. Doch es ist zu differenzieren: In der Praxis geht nicht um die Produktdaten, sondern um Meta-Daten. "Wer hat wonach gesucht?" ist die zentrale Frage.

Es geht um Nutzerprofile, es geht um Marktdaten zur fokussierten Kundenansprache. Den Direktkontakt zum Kunden nicht zu verlieren ist wichtig. Informationen zu erhalten, mit denen die "Customer Journey" zum eigenen Produkt optimiert werden kann. Es geht um Information zur Absatzplanung und zum Steuern der Verkaufsförderung. Dazu sind WebAnalytics notwendig, am besten wiederum im breiteren Kontext als der eigenen Webseite (s. S 8 dieser CCA).

Auch Einsatzdaten bzw. Einsatzempfehlungen werden die Kunden, wenn auch in etwas fernerer Zukunft, im Internet suchen und finden. Internet of Things (IoT) Plattformen werden dazu die Daten sammeln.

Entsprechende Forschungsprojekte mit cloudbasierten Toolmanagement-Systemen deuten in diese Richtung. Durch die massenhafte Erfassung von Einsatzfällen werden Verfahren des Machine Learning möglich, die mit Hilfe der Mustererkennung Vorschläge für konkrete Bearbeitungsaufgaben machen können.

# **FAZIT & EMPFEHLUNG**

Die digitale Produktverfügbarkeit wird erfolgsentscheidend. Werkzeughersteller müssen die Verfügbarkeit der digitalen Zwillinge entsprechend agil und flexibel organisieren. Mit Online-Vertriebspartnern sollte die Bereitstellung von Produktdaten im Gegenzug für Benutzerprofile bzw. Daten zur "Market Intelligence" erfolgen.

Kennziffer: 6020



# WEB-SERIE DIGITALISIERUNG IN DER WERKZEUGINDUSTRIE

Die Ergebnisse der im Jahr 2020 durchgeführten Online-Seminare sind Online verfügbar.

- 1. Chancen in der Krise? Anpacken, was bisher liegen geblieben ist.
- Einschätzung in der Konjunkturentwicklung
- Wie sieht das "neue Normal" aus?
- 2. Im Sturm den Aufstieg vorbereiten?
- Möglichkeiten zur Projektfinanzierung in Krisenzeiten
- 3. Digitalisierung in der Praxis eines Werkzeugherstellers
- 4. Digitalisierung in der Praxis eines Produktionsbetriebs
- 5. Gemeinsam stark auf dem
  Weg zur Direktkommuniktation auf Basis harmonisierter
  Standards

Kennziffer: 319



Zitat eines CAM - Anwenders

4 CIMAKTUELL I Juli 2021