

Pressemitteilung

Im Gespräch mit Georg Stausberg, CEO, und Jochen Adler, CTO

Unterwegs zum digitalen Trendsetter

Shanghai, China, 15. Oktober 2018 – Wie gelingt die digitale Transformation eines Weltmarktführers für Chemiefaseranlagen mit heute über 3.000 Mitarbeitern? Dazu braucht es zuerst ein wirtschaftlich solides Fundament und zahlreiche Bausteine digitalen Wandels wie etwa Organisationsanpassung, Agilität und Qualifizierung des Personals. Welchen spannenden Weg das Oerlikon Segment Manmade Fibers einschlägt, um weltweit neue digitale Produkte und Services mit hohem Kundennutzen zu schaffen, beschreiben Georg Stausberg, CEO, und Jochen Adler, CTO.

Herr Stausberg, erinnern Sie sich noch an Ihre ersten Schritte in das neue digitale Zeitalter?

Das war eher ein schleichender Prozess als ein bewusster Schritt. Es begann mit der Nutzung von Internet und E-Mail auf dem Computer, später auf mobilen Endgeräten. Mittlerweile ist digitale Technik in unserer gesamten Lebenswelt angekommen, etwa im Haushalt oder in modernen Autos. Letzteres führte dazu, dass wir in unserem Unternehmen vor rund vier Jahren Überlegungen starteten, wie wir durch künstliche Intelligenz zusätzlichen Kundennutzen schaffen können. Auch Autos differenzieren sich heute mehr über digitale Assistenzsysteme als über klassische Antriebs- oder Fahrwerkstechnik. Für solche Technologien möchten wir im Textilmaschinenbau Trendsetter werden.

Was haben Sie getan, um diesen Anspruch gemeinsam mit Ihren Mitarbeitern und Kunden erfolgreich umzusetzen?

Wir hatten selbst in wirtschaftlich schwierigen Zeiten den Mut, in die Zukunft zu investieren. Nach ausführlichen Strategiediskussionen im Management-Team entschlossen wir uns vor zwei Jahren, eine internationale Projektgruppe einzurichten. Diese entwickelte in Gesprächen mit Forschungsinstituten, Unternehmen diverser Branchen, eigenen Experten sowie vielen Kunden konkrete Ideen, welche digitalen Produkte und Lösungen für unsere Kunden interessant sein könnten und welcher Kundennutzen sich damit erzielen lässt. Hieraus sind viele Ideen entstanden, die mittlerweile bereits kommerzialisiert sind oder sich als Prototypen in Erprobungsphasen befinden. Bei der Zusammenstellung und Organisation des Projektteams haben wir auch neue Wege des Zusammenarbeitens ausprobiert, die sich bewährt haben und nun auch in anderen Unternehmensbereichen ausgerollt werden.

Können Sie uns mehr zu diesen neuen Wegen sagen?

Die Dynamik bei der Entwicklung digitaler Produkte und Lösungen ist atemberaubend. Agilität ist daher eine Grundvoraussetzung für eine Organisation, um hier erfolgreich zu sein. Unsere Projektgruppe konnte sich darum selbst organisieren und hat sich lediglich mit einem funktionalen Steuergremium ausgetauscht, ohne klare Hierarchien. Wichtig war auch, dass wir Vertreter aus China und Indien, zwei unserer wichtigsten Märkte, dabei hatten. So konnten wir frühzeitig lokale Aspekte berücksichtigen. Bei der Entwicklung digitaler Produkte müssen außerdem Abteilungsgrenzen verschwinden. Die Abteilungen Entwicklung, IT, Kundendienst und Operations können nur Hand in Hand und multifunktional interessante digitale Lösungen entwickeln.

Herr Adler, Sie tragen seit 2017 Verantwortung als CTO. Was haben Sie unternommen, um die digitale Transformation zu meistern?

Gemäß unserer Maxime „We drive the markets“ haben wir noch einmal Geschwindigkeit aufgenommen. Das heißt, wir haben auf Basis unseres Produkt- und Serviceportfolios sowie etablierten Innovationsprozessen digitale Tempomacher etabliert und ausgebaut. Dies führte zu agilen Organisationseinheiten, innovativen Arbeitsmethoden wie Design Thinking und Scrum und nicht zuletzt zum Einsatz von Virtual und Augmented Reality auch bei Kunden.

Was können Ihre Kunden nun von Oerlikon „digital“ erwarten?

Ich würde sagen: die digitale Veredelung unserer Maschinen und Produktionsanlagen zur Herstellung von Garnen, Fasern und Vliesstoffen entlang der textilen Wertschöpfungskette. Unser Versprechen dabei heißt: Wertschöpfung über unsere exzellente Hardware hinaus. Mit digitalen Mitteln wollen wir die Effizienz der Anlagen und die Qualität der Endprodukte weiter optimieren. Getreu unserer e-save-Philosophie möchten wir dabei die Umwelt schützen und die Nachhaltigkeit unserer Lösungen fördern. Dazu nutzen wir das Know-how unseres neu integrierten Partners AC-Automation in der Großanlagen-Automatisierung, der Transport-, Verpackungs- und Lagerlogistik sowie der automatisierten Qualitätskontrolle der Endprodukte. Dies kombinieren wir mit unseren Prozesskompetenzen und dem digitalen Datenhandling mittels unseres Plant Operation Centers, kurz POC. So entstehen innovative Industrie 4.0-Lösungen für unsere Kunden – mit integrierten Speicher- und Kommunikationsfähigkeiten, Funksensoren, eingebetteten Aktuatoren und intelligenten Softwaresystemen. Auf diese Weise bauen wir die Brücke zwischen Daten- und Materialfluss, zwischen virtueller und realer Welt.

Herr Stausberg, was können Ihre Kunden davon bereits auf der ITMA Asia 2018 kennenlernen?

Wir werden unseren Besuchern auf unserem Messestand in Halle 2, B24, ein digitales Erlebnis bieten, um unsere Maschinen, Anlagen, Komponenten und Services intensiv kennen und verstehen zu lernen. Wir setzen dabei auch auf spielerische Lösungen, um das künstliche Intelligenz zu präsentieren. Wir haben 360-Grad- und Augmented-Reality-Anwendungen sowie unseren virtuellen Showroom dabei, um komplexe Anlagen in 3D live erlebbar zu machen. In Kombination mit Maschinenexponaten wird somit die „Digital Factory“ bereits zum Teil Realität.

719 Wörter



Bildunterschrift:

Georg Stausberg, CEO des Oerlikon Segments Manmade Fibers, treibt seit 2015 den digitalen Wandel in seinem Unternehmen voran.

Jochen Adler, CTO des Oerlikon Segments Manmade Fibers, konzentriert sich mit seinem Team von mehr als 200 erfahrenen Ingenieuren auf zukunftsorientierte Technologien mit hohem Kundennutzen.

Für weitere Informationen:

Susanne Beyer
Marketing, Corporate Communications
& Public Affairs
Tel. +49 2191 67 1526
Fax +49 2191 67 70 1526
susanne.beyer@oerlikon.com

André Wissenberg
Marketing, Corporate Communications
& Public Affairs
Tel. +49 2191 67 2331
Fax +49 2191 67 70 1313
andre.wissenberg@oerlikon.com

Über Oerlikon

Oerlikon (SIX: OERL) entwickelt Werkstoffe, Anlagen und Oberflächentechnologien und erbringt spezialisierte Dienstleistungen, um Kunden leistungsfähige Produkte und Systeme mit langer Lebensdauer zu ermöglichen. Gestützt auf seine technologischen Schlüsselkompetenzen und sein starkes finanzielles Fundament setzt der Konzern sein mittelfristiges Wachstum fort, indem er drei strategische Faktoren umsetzt: Fokussierung auf attraktive Wachstumsmärkte, Sicherung des strukturellen Wachstums und Expansion durch zielgerichtete M&A-Aktivitäten. Oerlikon ist ein weltweit führender Technologie- und Engineering-Konzern, der sein Geschäft in zwei Segmenten (Surface Solutions und Manmade Fibers) betreibt und weltweit rund 9 500 Mitarbeitende an 171 Standorten in 37 Ländern beschäftigt. Im Jahr 2017 erzielte Oerlikon einen Umsatz von CHF 2,1 Mrd. und investierte rund CHF 100 Mio. in Forschung und Entwicklung.

Für weitere Informationen: www.oerlikon.com

Über Oerlikon Segment Manmade Fibers

Oerlikon Manmade Fibers Segment mit seinen Marken Oerlikon Barmag und Oerlikon Neumag ist Weltmarktführer im Bereich Filamentspinnanlagen für Chemiefasern, Texturiermaschinen, BCF-Anlagen, Stapelfaseranlagen und Lösungen für die Herstellung von Vliesstoffen und bietet als Dienstleister Engineering Lösungen entlang der textilen Wertschöpfungskette an. Als zukunftsorientiertes



Unternehmen legt das Segment des Oerlikon Konzerns bei all seinen Entwicklungen großen Wert auf Energieeffizienz und nachhaltige Technologien (e-save). Dank der kontinuierlicher Polykondensations- und Extrusionsanlagen und deren Schlüsselkomponenten begleitet das Unternehmen den gesamten Produktionsprozess mit automatisierten und digital vernetzten Industrie 4.0 Lösungen vom Monomer bis zum texturierten Garn. Die Hauptmärkte für das Produktportfolio der Oerlikon Barmag liegen in Asien, speziell in China, Indien und der Türkei, für das der Oerlikon Neumag in den USA, Asien, der Türkei und Europa. Weltweit ist das Segment mit rund 3.000 Mitarbeitern in 120 Ländern mit Produktions-, Vertriebs- und Servicestationen präsent. In den Forschungszentren in Remscheid, Neumünster (Deutschland) und Suzhou (China) entwickeln hervorragende Ingenieure, Technologen und Techniker innovative und technologisch führende Produkte für die Welt von morgen.

Für weitere Informationen: www.oerlikon.com/manmade-fibers