

30.03.2021 08:44 CEST

Digitale Fabrik: Deutsche Mittelständler verfolgen noch kein integriertes Konzept für Industrie 4.0

- **Rund zwei Drittel der Digitalisierungsprojekte erst in der Planungsphase**
- **Die meisten Anwendungen sind bislang Einzellösungen und nicht Teil einer übergreifenden Digitalisierungsstrategie**
- **Die große Mehrheit der Unternehmen will bis 2023 die Investitionen in Digitalisierung trotz Corona erhöhen**

München, März 2021: Die vollständig digitalisierte Fabrik ist im deutschen Mittelstand noch keine Realität. Rund zwei von drei Projekten im Bereich Industrie 4.0 sind noch nicht über die Planungsphase hinausgekommen. In den Unternehmen existieren oft nur Einzelanwendungen, die nicht optimal mit der Wertschöpfungskette verknüpft sind. Das zeigt die neue Studie „NextGen production“ der Unternehmensberatung Roland Berger, für die Führungs- und Fachkräfte des Mittelstands aus fünf Branchen befragt wurden. Gleichzeitig zeigt die Erhebung, dass 70 Prozent der Befragten in den kommenden beiden Jahren ihre Investitionen steigern wollen – im Durchschnitt sind 20 bis 30 Prozent der gesamten Investitionsbudgets für Digitalisierung vorgesehen.

„Obwohl die Digitalisierung in den meisten deutschen Unternehmen ganz oben auf der Agenda steht, existiert die digitale Fabrik bislang erst in Ansätzen“, sagt Oliver Knapp, Partner und Leiter der Innovationsplattform „Next Generation Manufacturing“ bei Roland Berger. „In den meisten Fällen sind die existierenden Anwendungen einzelfallbezogene Lösungen, entwickelt für ganz spezielle Aufgaben. Hier fehlt es an einer klaren Priorisierung und entsprechenden Strategien. Damit lassen Mittelständler Potenzial ungenutzt, ihre Abläufe zu optimieren und so ihre Position im

internationalen Wettbewerb zu verbessern.“

40 Prozent der digitalen Projekte existieren nur als Idee

Wie die Studie zeigt, steht der Großteil der Industrie 4.0-Anwendungen noch ganz am Anfang im Umsetzungsprozess: 40 Prozent der Projekte existieren als Idee, 25 Prozent befinden sich in der Planung. Vor allem die Skepsis hinsichtlich der Profitabilität lässt Entscheidungsträger vor konkreten Maßnahmen zurückschrecken. Wo neue Technologien bereits verwendet werden, nennen die Unternehmensvertreter vor allem das Verbessern von Prozessen (64 Prozent) und Senken von Kosten (44 Prozent) als Haupttreiber für die Digitalisierung, gefolgt von Qualitätssteigerungen (24 Prozent).

Dem Mittelstand fehlt eine klare Digitalisierungsvision

Heute eingesetzte Anwendungen fallen mit einem Wert von 25 Prozent hauptsächlich in die Kategorie Big Data und Analysen, die sich auf künstliche Intelligenz stützen. Künftig soll ihr Anteil auf 29 Prozent wachsen. Auf dem zweiten Rang, mit 23 Prozent, folgen heutige Projekte in den Bereichen anspruchsvolle Automatisierung und Robotik. Für die Zukunft wird ihr Anteil ebenfalls auf 29 Prozent prognostiziert.

„Die erfolgreichsten Unternehmen sind heute schon die, die das Thema Digitalisierung in ihre bestehende Wertschöpfung integrieren und nicht als parallelen, separaten Prozess aufsetzen“, so Co-Autor der Studie Marc Bayer von Roland Berger. "Es gibt keinen Zweifel, dass die Industrie 4.0 die industrielle Produktion komplett umgestalten wird. Wollen Firmen bestehen, sollten ihre Ansätze alle Aspekte von den Produktionsanlagen über die Fähigkeiten der Belegschaft bis hin zu strategischen Forschungspartnerschaften miteinbeziehen."

In der Studie entwickeln die Autoren ein Zielbild, das anhand von fünf Dimensionen den Weg zur digitalen Fabrik vermittelt – mit Blick sowohl auf Technologie als auch Organisationsstruktur. Dazu gehört der Aufbau eines digitalen Ökosystems, das Netzwerke über die eigene Unternehmung hinaus definiert, die Digitalisierung der Produktionssysteme sowie der im Zentrum der Fertigung stehenden Werkstätte.

Roland Berger, 1967 gegründet, ist die einzige der weltweit führenden Unternehmensberatungen mit deutscher Herkunft und europäischen Wurzeln. Mit rund 2.400 Mitarbeitern in 34 Ländern ist das Unternehmen in allen global

wichtigen Märkten erfolgreich aktiv. Die 50 Büros von Roland Berger befinden sich an zentralen Wirtschaftsstandorten weltweit. Das Beratungsunternehmen ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschließlichen Eigentum von rund 250 Partnern.

Kontaktpersonen



Eike Kraft

Pressekontakt

GLOBAL HEAD OF MARKETING & COMMUNICATIONS

eike.kraft@rolandberger.com

+49 89 9230-8920



Maximilian Mittereder

Pressekontakt

PRESS CONTACT GLOBAL PR

maximilian.mittereder@rolandberger.com

+49 89 9230-8180



Silvia Constanze Zösch

Pressekontakt

PRESS CONTACT GLOBAL PR

silvia.zoesch@rolandberger.com

+49 89 9230 8750