

Let's get to the Pixel-Report

ZIEL7.

Patrick Steiner

FINSPIRING THE INDUSTRY



Was die Finanzbranche gemeistert hat –
jetzt für die Industrie nutzen!

März 2025

Über den Autor



Patrick Steiner ist ideal positioniert, um bewährte digitale Erfolgsstrategien aus der Finanzdienstleistungsbranche auf die Industrie zu übertragen. Mit einem tiefen Verständnis für die digitale Transformation, komplexe Systemlandschaften und skalierbare Innovationen, kombiniert er analytische Präzision mit praxisorientierter Umsetzung.

Seine Karriere begann bei McKinsey & Co., wo er strategisches Denken und methodische Problemlösung perfektionierte. Als Serienunternehmer entwickelte er ein Gespür dafür, technologische Chancen zu erkennen und in marktfähige Lösungen zu verwandeln. Bei UBS verantwortete er die Front-to-Back-Digitalisierung und bewies, wie sich digitale Transformation effektiv, effizient und mit messbarem Impact umsetzen lässt.

Mit dieser Kombination aus Erfahrung, Disziplin und Innovationskraft befähigt Patrick Steiner Unternehmen, die richtigen digitalen Hebel zu setzen, praxiserprobte Lösungen aus der Finanzbranche zu adaptieren und Transformationen mit maximalem Erfolg umzusetzen.

LET'S GET TO THE PIXEL

Angesichts günstigerer wirtschaftlicher Bedingungen, unterstützender politischer Agenden und der Reife neuer Technologien bietet das Jahr 2025 Industrieunternehmen eine gute Gelegenheit, ihre digitale Transformation zu beschleunigen. Dieser *ZIEL-'Let's get to the Pixel'-Bericht* untersucht, wie Fertigungsunternehmen bewährte Strategien aus dem Finanzdienstleistungssektor nutzen können, um Potenzial freizusetzen, aussergewöhnliche Kundenerlebnisse zu schaffen und Betriebsabläufe zu optimieren.

Aufbauend auf einem starken Fundament und bewährten Strategien Fertigungsunternehmen sind hervorragend darin, fortschrittliche Robotik, Automatisierung und Prozessoptimierung zu nutzen und so ein starkes technisches Fundament zu bilden. Um die Chancen des Jahres 2025 jedoch voll auszuschöpfen, müssen sie über die produktive Exzellenz hinausgehen. Inspiriert vom Finanzdienstleistungssektor bieten vier transformative Hebel klare Wachstumspfade:

1. **Verbessertes digitales Kundenerlebnis:** Lernen Sie von Finanzinstituten, kundenorientierte Plattformen für Personalisierung, Transparenz und Komfort zu erstellen und so Loyalität und Umsatzwachstum zu fördern.
2. **Nahtlose digitale Ökosysteme:** Integrieren Sie Stakeholder in verbundene Plattformen und verbessern Sie so die Transparenz der Lieferkette, die Zusammenarbeit und die Entscheidungsfindung in Echtzeit.
3. **Automatisierung über die Produktion hinaus:** Erweitern Sie die Automatisierung auf Mid- und Backoffice-Prozesse sowie Kundeninteraktionen, um Abläufe zu optimieren und die Servicebereitstellung zu verbessern.
4. **Cyber-Resilienz und Compliance:** Implementieren Sie robuste Cybersicherheits-Frameworks und automatisierte Compliance-Tools, um den Betrieb zu schützen und sich entwickelnde regulatorische Anforderungen zu erfüllen.

Mithilfe dieser bewährten Strategien können sich Industrieunternehmen zu kundenorientierten, digital integrierten und widerstandsfähigen Unternehmen weiterentwickeln und so ihre Wettbewerbsfähigkeit und ihren langfristigen Erfolg sichern.

Ein geradliniger Weg zum Erfolg

Durch den Einsatz markterprobter Technologien und bewährter Ansätze können Fertigungsunternehmen ihre digitale Transformation beschleunigen und die Vorteile der neuen Möglichkeiten nutzen.

- ➔ **Nutzen Sie bewährte Lösungen:**
Verwenden Sie Frameworks und Methoden, die funktionieren. Erfolgreiche Strategien aus Branchen wie Finanzdienstleistungen bieten einen klaren Fahrplan zur Steigerung der Effizienz, Verbesserung des Kundenerlebnisses und Verbesserung der Belastbarkeit. Hersteller können erhebliche Fortschritte erzielen, indem sie auf Ansätzen aufbauen, die greifbare Ergebnisse liefern.
- ➔ **Markterprobte Technologien einsetzen:**
Konzentrieren Sie sich auf ausgereifte, skalierbare Tools wie Kommunikationsplattformen über unterschiedliche Kanäle, Künstliche Intelligenz (KI), Internet of Things (IoT), und Automatisierungsplattformen, die bereits einen klaren Return on Investment (RoI) gezeigt haben. Hersteller können kostspielige Experimente umgehen, indem sie Lösungen integrieren, die sich bereits bewährt haben.
- ➔ **Beschleunigen Sie die Umsetzung durch Fachwissen:**
Arbeiten Sie mit erfahrenen Teams zusammen, die wissen, wie man Strategien in die Tat umsetzt. Strukturierte, schrittweise Ansätze sorgen für eine schnellere Umsetzung, geringere Risiken und messbare Auswirkungen.

Bei ZIEL konzentrieren wir uns auf das Wesentliche – wir nutzen etablierte Ansätze, ergänzen interne Teams mit den richtigen Fähigkeiten und übernehmen Verantwortung, um sicherzustellen, dass die Umsetzung messbare Ergebnisse liefert. Von der Integration digitaler Ökosysteme über die Automatisierung von Abläufen bis hin zur Verbesserung des Kundenerlebnisses hat ZIEL seine Fähigkeit unter Beweis gestellt, Strategien in die Tat umzusetzen.



HANDLUNGSBEDARF

Die Fertigungsindustrie, die lange als Leuchtturm für Innovation und Effizienz galt, hat durch Automatisierung, Robotik und Prozessoptimierung bemerkenswerte Fortschritte erzielt. Diese Stärken sind der Grundstein ihres Erfolgs und bieten eine solide Plattform für die weitere digitale Transformation.

Warum die digitale Transformation im Jahr 2025 die Spielregeln ändern wird

Die wirtschaftliche und technologische Landschaft ist reif für Innovationen. Hersteller können davon profitieren:

- Politisch unterstützende Bedingungen:
Regierungen weltweit priorisieren Technologie als Motor des Wirtschaftswachstums. Initiativen wie Donald Trumps 500-Milliarden-US-Dollar-Investition in die KI-Infrastruktur, die EU-Digitalstrategie und der Aktionsplan für eine grüne Wirtschaft der Schweiz senken die Modernisierungskosten und fördern gleichzeitig Innovationen. Wachstumsorientierte politische Agenden in Schlüsselmärkten wie den USA und Deutschland fördern zusätzlich Industrieinvestitionen und die Widerstandsfähigkeit der Lieferketten und verbessern so den ROI bei Projekten zur digitalen Transformation.
- Wirtschaftswachstum und günstiges Investitionsklima:
Die Wirtschaftsaussichten für 2025 gehen von stetigem Wachstum in wichtigen Volkswirtschaften wie den USA, einer gewissen Erholung in Europa und einer stabilen Nachfrage aus China aus – sofern diese Perspektiven dann nicht von gegenseitigen Zöllen zunichte gemacht werden. Sinkende Zinssätze bieten einen erschwinglichen Zugang zu Kapital, sodass Hersteller ihre Betriebsabläufe skalieren und in die digitale Transformation investieren können. Unternehmen, die während des Wirtschaftswachstums in die Digitalisierung investieren, erzielen überdurchschnittliche Umsatzsteigerungen.
- Ausgereifte Technologien treiben den Wandel voran:
Künstliche Intelligenz (KI), Internet of Things (IoT), Extended Reality (XR) und Distributed-Ledger-Technologie (DLT) haben mittlerweile einen guten Reifegrad erreicht und bieten Herstellern skalierbare Lösungen für mehr Effizienz und Wachstum. KI sagt Maschinenausfälle voraus, optimiert Prozesse und personalisiert die Kundeninteraktion, während IoT Echtzeitdaten für betriebliche Transparenz gewährleistet. XR verbessert Schulungen und Prototyping und Blockchain erhöht die Transparenz der Lieferkette.

Diese vielversprechenden politischen, wirtschaftlichen und technologischen Rahmenbedingungen schaffen eine gute Ausgangslage für Hersteller, ihre digitale Transformation mit maximalem Nutzen voranzutreiben. Während Investitionen und technologische Reife entscheidende Hebel sind, ist es die bereits vorhandene technische Exzellenz der Fertigungsindustrie, die den entscheidenden Wettbewerbsvorteil ausmacht – vorausgesetzt, sie wird konsequent auf die gesamte Wertschöpfungskette ausgeweitet.

Starkes technisches Fundament als Grundlage

Die Fertigungsindustrie bleibt weltweit führend bei der Einführung moderner Robotik und Automatisierung und erzielt damit erhebliche Steigerungen bei Produktivität, Qualität und Kosteneffizienz. Die International Federation of Robotics (IFR) berichtet, dass die weltweite Roboterdichte in der Fertigungsindustrie im Jahr 2023 162 Einheiten pro 10.000 Arbeitnehmer erreicht hat und sich damit im Vergleich zu 74 Einheiten sieben Jahre zuvor mehr als verdoppelt hat. Dies bedeutet eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (CAGR) von 11%. Während die Länder mit der höchsten Roboterdichte derzeit Südkorea, Singapur, China, Deutschland und Japan sind, hat die Schweiz mit ihrer guten Ausgangslage das Potenzial, aufzuholen. Besonders hervorzuheben sind die Fortschritte bei kollaborativen Robotern (Cobots), die nahtlos mit menschlichen Bedienern zusammenarbeiten. ABB investiert 280 Millionen US-Dollar in seinen European Robotics Campus, um diese Entwicklung weiter zu erforschen. Diese Bestrebungen veranschaulichen, wie Robotik und Automatisierung messbare Verbesserungen bei Präzision und Leistung liefern können. Trotz dieser Erfolge bleibt die Automatisierung jedoch weitgehend auf die Produktion beschränkt. Die Ausweitung der Nutzung auf Backoffice-Abläufe, Lieferketten-Workflows und Kundeninteraktionen stellt eine Chance zur weiteren Optimierung über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg dar.

Intelligente Fabriken, die mit IoT-Sensoren und Algorithmen für maschinelles Lernen ausgestattet sind, haben Produktionseffizienz und Qualitätssicherung neu definiert. Durch Datenerfassung und -analyse in Echtzeit können Hersteller Anlagen überwachen, Defekte frühzeitig erkennen und Arbeitsabläufe optimieren, um Ausfallzeiten zu reduzieren. Die Insights-Plattform von Bühler beispielsweise nutzt IoT, um die Maschinenleistung in Echtzeit zu überwachen und zu analysieren. Dieses Tool hilft Herstellern wie Kägi, einem Schweizer Süßwarenunternehmen,

ihre Abläufe zu optimieren, indem es Engpässe identifiziert und eine proaktive Wartung ermöglicht. Durch mehr Transparenz über die Produktionsprozesse hinweg reduzieren die Lösungen von Bühler Ausfallzeiten und verbessern die Energieeffizienz. Dies verdeutlicht das Potenzial des IoT bei der Förderung einer nachhaltigen und effizienten Fertigung. Diese Erfolge unterstreichen die Fortschritte der Branche in Richtung operativer Exzellenz. Das volle Potenzial dieser Innovationen bleibt jedoch ungenutzt, da Erkenntnisse aus den Produktionsprozessen noch nicht vollständig in die vor- und nachgelagerte Entscheidungsfindung entlang der Wertschöpfungskette integriert sind.

Predictive Analytics und digitale Plattformen verändern das Supply Chain Management und bieten Herstellern beispiellose Transparenz und Kontrolle. Verbesserte Tracking-Systeme, die auf Echtzeitdaten und maschinellem Lernen basieren, ermöglichen es Unternehmen, Störungen vorherzusehen, Engpässe zu minimieren und die Lieferleistung zu verbessern. Durch die Nutzung von Daten zur Optimierung der Lagerbestände und Rationalisierung der Logistik können Hersteller sowohl die Effizienz als auch die Zuverlässigkeit ihrer Lieferketten verbessern. Trotz dieser Fortschritte bestehen weitere Möglichkeiten, vollständig integrierte Lieferketten-Ökosysteme zu schaffen. Eine nahtlose Zusammenarbeit zwischen Lieferanten, Herstellern und Kunden – unterstützt durch digitale Plattformen – kann zusätzliche Effizienz freisetzen, Vorlaufzeiten verkürzen und die Reaktionsfähigkeit auf Marktanforderungen verbessern.

Die Hersteller verfügen über eine solide technische Grundlage und sind hervorragend darin, fortschrittliche Robotik, IoT und prädiktive Analytik einzusetzen, wie man in intelligenten Fabriken und automatisierten Produktionsabläufen sieht. Diese Fortschritte beschränken sich jedoch weitgehend auf Produktionsumgebungen, sodass andere Bereiche der Wertschöpfungskette, wie Kundenbindung und Backoffice-Abläufe, noch weiterer Transformation bedürfen.

Jetzt ist der Moment zum Handeln

Die Fertigungsindustrie hat sich durch Automatisierung, Robotik und Prozessoptimierung eine starke Position erarbeitet. Doch in einer Zeit, in der digitale Ökosysteme, KI-gestützte Prozesse und nahtlose Datenintegration zunehmend über Wettbewerbsfähigkeit entscheiden, reicht technologische Exzellenz in der Produktion allein nicht mehr aus.

Warum jetzt handeln?

- **Steigende Kundenerwartungen:** Industriekunden erwarten sofortige Verfügbarkeitsprüfungen, transparente Lieferzeiten und massgeschneiderte Produktkonfigurationen – alles digital und in Echtzeit. Unternehmen, die diese Erwartungen nicht erfüllen, verlieren Aufträge an Wettbewerber mit kundenfreundlichen Self-Service-Portalen, Echtzeit-Tracking und KI-gestütztem Support.
- **Zunehmender Wettbewerbsdruck:** Hersteller mit digital integrierten Lieferketten und KI-gestützter Automatisierung reagieren schneller auf Marktveränderungen, vermeiden Engpässe und reduzieren Lagerkosten. Unternehmen ohne solche Systeme bleiben ineffizient und unflexibel.
- **Technologische Reife als Chance:** KI-gestützte Wartung reduziert Ausfallzeiten um bis zu 50%, API-Ökosysteme halbieren Bestellzeiten, und RPA (Robotic Process Automation) spart Tausende von Stunden in der Administration. Diese Technologien sind längst keine Zukunftsvision mehr – sie sind bewährt, skalierbar und einsatzbereit. Hersteller, die jetzt auf eine End-to-End-Digitalisierung setzen, sichern sich nicht nur Effizienzgewinne, sondern schaffen auch neue, datengetriebene Geschäftsmodelle.

Hersteller müssen digitale Innovationen über die Produktionshalle hinaus ausweiten – auf die gesamte Wertschöpfungskette, den Kundenservice und datengetriebene Entscheidungsprozesse. Unternehmen, die diese Entwicklung aktiv gestalten, werden zu den Gewinnern der nächsten industriellen Revolution gehören. Hier können Hersteller von der Entwicklung der Finanzdienstleistungsbranche hin zu nahtlosen digitalen Ökosystemen lernen. Dieses branchenübergreifende Lernen kann dazu beitragen, die Lücke zwischen technischer Innovation und ganzheitlicher digitaler Transformation zu schliessen und sicherzustellen, dass Hersteller in einer zunehmend digitalen Wirtschaft wettbewerbsfähig bleiben.

LÖSUNGEN FÜR DIE INDUSTRIE

Dem Fertigungssektor bietet sich eine grossartige Gelegenheit, bewährte Strategien aus dem Finanzdienstleistungssektor zu nutzen, um das Kundenerlebnis zu verbessern, seine Betriebsabläufe insgesamt zu optimieren und seine Zukunft zu sichern. In diesem Abschnitt werden vier umsetzbare Hebel beschrieben, die Fertigungsunternehmen nutzen können, unterstützt durch konkrete Beispiele und Erfahrungen aus der Finanzbranche.



Hebel 1: Verbesserung digitaler Kundenerlebnisse

Die Finanzdienstleistungsbranche liefert gute Beispiele für die Entwicklung eines kundenorientierten



Geschäftsmodells. Durch strategische Investitionen in digitale Plattformen, fortschrittliche Analysen und die Optimierung der Customer Journey haben Banken und Versicherungen ihre Interaktion mit Kunden verändert. Diese Initiativen haben messbare Ergebnisse wie stärkere Markentreue, höhere Kundenzufriedenheit und gesteigerte Betriebseffizienz geliefert und bieten Herstellern, die ihre Kundenbindung verbessern möchten,

Digitales Kundenerlebnis im Finanzdienstleistungsbereich

Der Finanzsektor liefert überzeugende Beispiele dafür, wie ein kundenorientierter Ansatz, unterstützt durch digitale Tools und datengesteuerte Strategien, das Kundenerlebnis verändern kann. Mehrere Branchenführer haben sich durch die Neudefinition ihrer Kundeninteraktion hervorgetan und bieten Inspiration und umsetzbare Erkenntnisse für den Fertigungssektor.

DBS Bank: Nahtlose und personalisierte digitale Journeys

Die DBS Bank aus Singapur, die neben den Internetgiganten Google, Apple, Netflix, Amazon, LinkedIn und Facebook das G in GANDALF zu sein anstrebt, hat mit der Entwicklung intuitiver digitaler Plattformen, die eine breite Palette von Bankdienstleistungen in eine stimmige Benutzerführung integrieren, einen Massstab für das Kundenerlebnis gesetzt. Über diese Portale können Kunden mühelos Konten verwalten, Finanzupdates in Echtzeit verfolgen und personalisierte Beratung erhalten, die auf ihre individuellen Finanzziele zugeschnitten ist. Was DBS auszeichnet, ist der proaktive Einsatz von KI und Datenanalyse, um Kundenbedürfnisse zu antizipieren, beispielsweise durch die Empfehlung von Sparplänen oder das Aufzeigen von Investitionsmöglichkeiten. Das Ergebnis ist ein ganzheitliches und reibungsloses Erlebnis, das nicht nur die Kundenbindung gestärkt, sondern

auch zu einer stärkeren Nutzung digitaler Kanäle geführt und damit erheblich zum Wachstum und zur Marktführerschaft von DBS beigetragen hat.

Allianz: KI-gestützte Personalisierung und betriebliche Effizienz

Allianz, ein weltweit führendes Versicherungsunternehmen, hat seine Kundeninteraktionen neu definiert, indem es künstliche Intelligenz nutzt, um massgeschneiderte Versicherungspakete und Transparenz in Echtzeit bereitzustellen. Kunden, die die digitalen Plattformen der Allianz („Meine Allianz“) nutzen, können Policen problemlos verwalten, Ansprüche geltend machen und den Fortschritt in Echtzeit verfolgen und erhalten gleichzeitig auf ihre spezifischen Umstände zugeschnittene Updates. Die KI-gestützte Schadensabwicklung hat manuelle Eingriffe minimiert, die Lösungszeiten verkürzt und reibungslosere Kundenerfahrungen gewährleistet. Dieser Ansatz hat nicht nur das Vertrauen und die Kundenbindung erhöht, sondern auch die Abläufe rationalisiert, die Kosten gesenkt und gleichzeitig die Kundenzufriedenheit erhöht.

ING: Revolutionierung von Ökosystemen mit Echtzeitlösungen

ING, das auf einem umfassenden digitalen Transformationsprogramm unter seinem ehemaligen CEO Ralph Hamers aufbaut, bevor er zu UBS stieß, hat Echtzeit-Banking-Technologien eingeführt, um ein nahtloses Ökosystem für seine Kunden zu schaffen. Durch seine innovativen Zahlungssysteme und integrierten Finanztools ermöglicht ING seinen Kunden, Transaktionen sofort abzuwickeln, Cashflows zu überwachen und Finanzinformationen in Echtzeit zu erhalten. Dieser Fokus auf Unmittelbarkeit und Komfort hat ING zu einem herausragenden Akteur in der Finanzlandschaft gemacht. Der Schwerpunkt der Bank auf Ökosystemintegration geht über Kundenschnittstellen hinaus und umfasst API-gesteuerte Plattformen, die Fintech-Partner und Drittanbieter verbinden. Diese Kooperationen verbessern die Customer Journey, indem sie eine Reihe miteinander verbundener Dienste anbieten, die die Komplexität reduzieren und den Wert steigern.

American Express: Datengesteuerte Treueprogramme

American Express veranschaulicht die Macht der Personalisierung, indem es Daten nutzt, um seine Treueprogramme und Kundenbindungsstrategien mit Gamification voranzutreiben. Das Unternehmen nutzt fortschrittliche Analysen, um gezielte Angebote, kuratierte Vorteile und umsetzbare Erkenntnisse basierend auf Ausgabegewohnheiten bereitzustellen. Dieser personalisierte Ansatz hat nicht nur die Kundenbeziehungen vertieft, sondern auch die Nutzungsraten der AmEx-Dienste erhöht und damit die Wirksamkeit einer datenorientierten Strategie zur Förderung langfristiger Loyalität unter Beweis gestellt.

Diese führenden Beispiele unterstreichen gemeinsame Themen, die den Erfolg im Finanzdienstleistungsbereich vorantreiben: Personalisierung durch fortschrittliche Analysen, nahtlose Integration von Diensten, Echtzeitkommunikation und uneingeschränkte Transparenz. Hersteller können diese Prinzipien anpassen, um ähnlich transformative Kundenerlebnisse zu schaffen und über produktzentrierte Modelle hinauszugehen, um dauerhafte Beziehungen zu ihren Kunden aufzubauen.

Kernelemente für Hersteller zum Aufbau einer digitalen Kundenerfahrung

Um die Erfolge von Finanzdienstleistungen bei der Verbesserung der Kundenbindung zu wiederholen, müssen sich Hersteller auf fünf Schlüsselprinzipien konzentrieren, die das gesamte Kundenerlebnis prägen.

1. Nahtlose Integration über alle Kanäle hinweg

Finanzinstitute beherrschen Omnichannel-Ökosysteme und können so sicherstellen, dass Kunden nahtlos über mobile Apps, Websites und Filialen hinweg interagieren können. Diese Integration sorgt für Konsistenz und Benutzerfreundlichkeit und vermeidet Frustrationen durch isolierte Systeme.

Durch die nahtlose Integration entsteht eine einheitliche Umgebung, in der Kunden mühelos zwischen Kontaktpunkten wechseln können. Für Hersteller könnte dies eine einzige digitale Plattform bedeuten, die Produktkonfiguration, Auftragsverfolgung und Kundendienst miteinander verbindet.

- Entwickeln Sie ein einheitliches Portal: Erstellen Sie eine All-in-One-Plattform, auf der Kunden:
 - Produkte konfigurieren und anpassen.
 - Bestellungen und Lieferungen in Echtzeit verfolgen.
 - Auf den technischen Support zugreifen und Wartungsdienste planen.
- Ermöglichen Sie kanalübergreifende Flexibilität: Ermöglichen Sie Kunden, ihre Interaktionen auf einem Kanal zu beginnen (z.B. beim Online-Durchsuchen von Produkten) und sie nahtlos auf einem anderen fortzusetzen (z.B. beim Abschließen von Käufen mit einem Vertriebsmitarbeiter).



- Synchronisieren Sie Daten systemübergreifend: Nutzen Sie Cloud-basierte Technologien und APIs, um sicherzustellen, dass Kundendaten stets aktualisiert und an allen Kontaktpunkten verfügbar sind. So werden Fehler reduziert und die Zufriedenheit verbessert.

Caterpillar ist in diesem Bereich ein Vorreiter, indem das Unternehmen eine Reihe digitaler Tools anbietet, die die Kundeninteraktion und die Betriebseffizienz verbessern sollen. Der Cat®Digital Marketplace bietet Zugriff auf Anwendungen wie VisionLink®, Cat®Central und MyCatFinancial, die gemeinsam die Geräteüberwachung, Auftragsverfolgung und Finanzverwaltung ermöglichen. Darüber hinaus können Benutzer mit der Cat®Equipment Management-Plattform ihre Flotte rund um die Uhr verfolgen, Teile bestellen und Serviceleistungen planen, was eine proaktive Geräteverwaltung ermöglicht. Diese integrierten Plattformen zielen darauf ab, die Benutzerinteraktion zu vereinfachen, die Transparenz zu verbessern und eine konsistente Datenverfügbarkeit über verschiedene Kanäle hinweg sicherzustellen.

2. Transparenz schafft Vertrauen

Transparenz ist für die Vertrauensbildung unerlässlich, insbesondere in Branchen mit langen Vorlaufzeiten und komplexen Produktionszyklen. Finanzinstitute wie Zurich Insurance sind Vorreiter, indem sie Schadensverfolgung in Echtzeit und offene Kommunikation über Kosten und Prozesse anbieten.

Transparenz stellt sicher, dass Kunden jeden Aspekt ihrer Interaktion klar einsehen können, von der Preisgestaltung über Lieferzeiten bis hin zu Nachhaltigkeitskennzahlen. Diese Klarheit reduziert Unsicherheiten, schafft Vertrauen und stärkt Beziehungen.

- Stellen Sie Echtzeit-Updates bereit: Implementieren Sie Dashboards, mit denen Kunden den Status ihrer Bestellungen von der Produktion bis zur Lieferung überwachen können.
- Bieten Sie klare Preisstrukturen: Teilen Sie die Kosten in verständliche Komponenten auf, einschliesslich Produktions-, Versand- und Anpassungskosten.
- Kommunizieren Sie Nachhaltigkeitskennzahlen: Teilen Sie Daten über die Umweltauswirkungen von Produkten, wie den CO²-Fussabdruck oder die Einhaltung von Umweltzertifizierungen. Das kommt an mit zunehmend umweltbewussten Kunden.

Siemens steht für Transparenz, indem es Kunden über seine integrierten digitalen Plattformen Echtzeit-Updates zu Produktions- und Lieferzeiten liefert. Darüber hinaus kommuniziert Siemens klare Preisstrukturen und teilt Nachhaltigkeitskennzahlen wie CO²-Fussabdruck und Energieeffizienz mit, um den wachsenden Kundenanforderungen nach Transparenz und umweltbewussten Verhaltensweisen gerecht zu werden.

3. Personalisierung durch erweiterte Analysen

Finanzinstitute wie DBS und Allianz nutzen KI und maschinelles Lernen zur Analyse von Kundendaten und können so massgeschneiderte Empfehlungen, gezielte Angebote und proaktive Warnmeldungen bereitstellen. Bei der Personalisierung werden Kundeneinblicke genutzt, um massgeschneiderte Erlebnisse zu schaffen, die spezifische Bedürfnisse erfüllen. Für Hersteller bedeutet dies, über Standardangebote hinauszugehen und massgeschneiderte Lösungen anzubieten.

- Erstellen Sie benutzerdefinierte Produktkonfiguratoren: Entwickeln Sie Online-Tools, mit denen Kunden Produkte genau nach ihren Wünschen personalisieren können. Ein Hersteller von Heizungs-, Lüftungs- und Klimasystemen könnte beispielsweise ein Tool anbieten, in das Kunden Gebäudegrösse und Energiebedarf eingeben können, um eine optimale Lösung zu entwerfen.
- Verwenden Sie Tools zur vorausschauenden Wartung: Nutzen Sie IoT und Analysen, um die Gerätenutzung zu überwachen und Wartungspläne oder Upgrades zu empfehlen, bevor Probleme auftreten.
- Segmentieren Sie Kunden für massgeschneidertes Engagement: Gruppieren Sie Kunden basierend auf Nutzungsmustern, Branchen oder Präferenzen und bieten Sie Lösungen an, die speziell auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind.

Die EcoStruxure™-Plattform von Schneider Electric ist eine IoT-fähige, offene und interoperable Systemarchitektur, die alle Ebenen eines Unternehmens verbindet, von der Werkstatt bis zur obersten Etage. Sie sammelt kritische Daten von Sensoren bis zur Cloud, analysiert sie, um aussagekräftige Erkenntnisse zu gewinnen, und ermöglicht es Benutzern, auf der Grundlage von Echtzeitinformationen und Geschäftslogik zu handeln. Mit diesem Ansatz können Kunden Systeme konfigurieren, um spezifische Betriebsanforderungen zu erfüllen, die Geräteleistung in Echtzeit zu überwachen und proaktive Wartungswarnungen zu erhalten. Dadurch wird die Energieeffizienz verbessert, Betriebsausfallzeiten reduziert und kundenspezifische Nachhaltigkeitsziele erreicht.

4. End-to-End-Journeys

Finanzdienstleister zeichnen sich durch nahtlose Customer Journeys aus, bei denen jede Interaktion einen Mehrwert bietet und die Bedürfnisse der einzelnen Benutzer von Anfang bis Ende berücksichtigt werden. Dabei handelt es sich um einen ganzheitlichen Ansatz, der jeden Kontaktpunkt, von der ersten Anfrage bis zum Kundendienst, zu einem stimmigen Erlebnis zusammenfasst.

- Optimieren Sie das Onboarding: Vereinfachen Sie die Beziehungseinrichtung, Produktauswahl und Dokumentation.
- Stimmen Sie Teams und Systeme aufeinander ab: Stellen Sie sicher, dass Vertriebs-, Produktions- und Supportteams Zugriff auf dieselben Kundendaten haben, um nahtlose Übergänge zwischen den Phasen zu ermöglichen.
- Verfolgen und optimieren Sie Customer Journeys: Nutzen Sie Kundenfeedback und Analysen, um Schwachstellen zu identifizieren und jeden Schritt der Interaktion zu verbessern.

Ein führendes Beispiel im Fertigungssektor ist Bosch. Das Unternehmen hat durchgängige digitale Customer Journeys entwickelt, die auf seine vielfältigen Produktlinien zugeschnitten sind. Über die Bosch Connected World-Plattform können Kunden Produkte auswählen und anpassen, den Bestellverlauf überwachen und auf After-Sales-Support zugreifen, einschliesslich Wartung und Upgrades. Indem Bosch seine Vertriebs-, Produktions- und Serviceteams auf gemeinsame digitale Tools ausrichtet, gewährleistet das Unternehmen einen konsistenten Kundendatenfluss und nahtlose Übergänge zwischen allen Kontaktpunkten. Darüber hinaus sammelt Bosch über seine digitalen Kanäle Kundenfeedback und nutzt die Erkenntnisse, um seine Prozesse kontinuierlich zu verbessern und aussergewöhnliche Kundenerlebnisse zu bieten.

5. Proaktive Echtzeitkommunikation

Finanzinstitute nutzen Echtzeit-Updates und -Benachrichtigungen, um ihre Kunden auf dem Laufenden zu halten und potenzielle Probleme zu lösen, bevor sie auftreten. Die Allianz beispielsweise informiert ihre Kunden über die Erneuerung von Policen oder den Fortschritt bei der Bearbeitung von Ansprüchen. Proaktive Kommunikation antizipiert Kundenbedürfnisse und liefert zeitnahe Updates und Einblicke, um das Vertrauen zu stärken und Reibungsverluste zu vermeiden.

- Senden Sie IoT-fähige Benachrichtigungen: Verwenden Sie intelligente Sensoren, um Geräte zu überwachen und Kunden auf potenzielle Probleme wie Verschleiss oder Wartungsbedarf aufmerksam zu machen.
- Stellen Sie automatische Updates bereit: Bieten Sie Statusberichte zu Bestellungen, Lieferungen und Produktionszeitplänen in Echtzeit per E-Mail oder SMS.
- Bieten Sie proaktive Empfehlungen an: Nutzen Sie KI, um basierend auf dem Kundenverhalten oder der Kaufhistorie ergänzende Produkte, Upgrades oder Zusatzdienste vorzuschlagen.

ABB hat IoT-fähige Lösungen implementiert, um proaktive Echtzeitkommunikation mit seinen Kunden zu ermöglichen. An Industrieanlagen installierte intelligente Sensoren überwachen kontinuierlich die Leistung und senden automatische Benachrichtigungen, wenn Wartungsarbeiten erforderlich sind. So können unerwartete Ausfallzeiten vermieden werden. Darüber hinaus bietet das MyABB-Portal Kunden Echtzeit-Updates zu Serviceanfragen und Auftragsstatus und sorgt so für Transparenz während des gesamten Prozesses. Durch den Einsatz von KI liefert ABB auch proaktive Empfehlungen für Geräte-Upgrades und ergänzende Dienstleistungen und verbessert so sowohl die Betriebseffizienz als auch die Kundenzufriedenheit.

Indem sie sich auf diese fünf umsetzbaren Prinzipien konzentrieren, können Hersteller die Kundenbindung in einen starken Wettbewerbsvorteil verwandeln. Diese Schritte stellen bewährte Strategien dar, die sofort umgesetzt werden können, um spürbare Verbesserungen bei Kundenzufriedenheit, Vertrauen und Umsatz zu erzielen.



Konkrete Schritte zur Umsetzung

Hersteller, die Best Practices aus dem Finanzdienstleistungsbereich übernehmen möchten, um ihre Kundenbindung zu verbessern, sollten einem strukturierten Prozess folgen. Dieser Ansatz orientiert sich an den fünf Komponenten – nahtlose Integration, Transparenz, Personalisierung, End-to-End-Journeys und proaktive Kommunikation – und gewährleistet eine erfolgreiche Implementierung.

-  Analysieren Sie Ihre bestehenden Customer Journeys und identifizieren Sie Engpässe
Machen Sie eine detaillierte Bestandsaufnahme aller Berührungspunkte, die Kunden mit Ihrem Unternehmen haben – von der Produktauswahl über den Bestellprozess bis hin zum After-Sales-Service. Identifizieren Sie Friktionen wie lange Reaktionszeiten, mangelnde Transparenz oder fehlende digitale Self-Service-Optionen. Nutzen Sie gezielte Kundenumfragen, Service-Analysen und digitale Nutzungsdaten, um konkrete Verbesserungspotenziale zu erkennen. Vergleichen Sie Ihre Customer Experience mit digitalen Vorreitern, auch ausserhalb der Industrie, um wertvolle Benchmarks zu erhalten.
-  Entwickeln Sie eine klare digitale Zielvision mit konkreten Massnahmen
Definieren Sie, wie Ihr zukünftiges digitales Kundenerlebnis aussehen soll. Welche Services und Plattformen sind notwendig, um Kundenprozesse zu vereinfachen? Entwickeln Sie eine Omnichannel-Strategie, die Web, mobile Apps, Vertrieb und Service integriert, sodass Kunden jederzeit einfach interagieren können. Setzen Sie gezielt auf Technologien wie KI-gestützte Produktempfehlungen, Echtzeit-Bestellverfolgung und digitale Serviceportale. Stellen Sie sicher, dass die neuen digitalen Lösungen bestehende ERP- und CRM-Systeme nahtlos ergänzen, um Medienbrüche zu vermeiden.
-  Testen Sie digitale Lösungen in Pilotprojekten mit echten Kunden
Starten Sie mit einem begrenzten Rollout in einer ausgewählten Produktlinie, Region oder Kundengruppe, um erste Erkenntnisse in einem realen Marktumfeld zu gewinnen. Implementieren Sie z.B.:
 - Eine digitale Kundenplattform für Bestellungen, Serviceanfragen und Wartungsplanung.
 - Automatisierte Lieferstatus-Updates via App oder E-Mail, um Transparenz zu erhöhen.
 - KI-gestützte Produktempfehlungen, basierend auf bisherigen Bestellungen oder Nutzungsdaten.Messen Sie die Nutzungsraten, Kundenzufriedenheit und Effizienzgewinne und optimieren Sie die Lösungen iterativ, bevor Sie sie breiter ausrollen.
-  Skalieren Sie erfolgreiche digitale Massnahmen unternehmensweit
Überführen Sie erfolgreich getestete Lösungen in den flächendeckenden Betrieb. Stellen Sie sicher, dass alle relevanten Geschäftsbereiche – von Vertrieb über Logistik bis zum Kundenservice – in das digitale Ökosystem eingebunden sind. Integrieren Sie ERP-, CRM- und IoT-Daten, damit Kunden jederzeit aktuelle Informationen zu Bestellungen, Wartungsbedarf oder Serviceverfügbarkeit abrufen können. Schulen Sie Vertrieb und Servicemitarbeiter, damit sie die neuen digitalen Kanäle optimal nutzen und aktiv in der Kundenkommunikation einsetzen.
-  Optimieren Sie kontinuierlich basierend auf Daten und Kundenfeedback
Digitale Transformation ist ein fortlaufender Prozess. Überwachen Sie regelmässig die Nutzung digitaler Services, führen Sie A/B-Tests für unterschiedliche Customer Journeys durch und nutzen Sie Predictive Analytics, um Kundenverhalten frühzeitig zu antizipieren. Sammeln Sie systematisch Kundenfeedback, z.B. über digitale Umfragen oder Net Promoter Scores (NPS), und passen Sie Ihre digitalen Angebote laufend an neue Marktanforderungen an.

Indem Industrieunternehmen diese Massnahmen mit ihren umfassenderen digitalen Strategien in Einklang bringen, können sie die Kundenbindung zu einem erheblichen Wettbewerbsvorteil machen. Mit diesem Ansatz sind sie in der Lage, die sich entwickelnden Kundenerwartungen in einer dynamischen Industrielandschaft nicht nur zu erfüllen, sondern zu übertreffen.



Hebel 2: Nahtlose digitale Ökosysteme

Die Finanzdienstleistungsbranche bietet eine überzeugende Blaupause dafür, wie vernetzte digitale Ökosysteme



Zusammenarbeit, Betrieb und Wertschöpfung verändern können. Im Rahmen von Open-Banking-Initiativen haben Finanzinstitute Netzwerke entwickelt, die Banken, Fintechs und Drittanbieter über APIs verbinden. Diese kollaborativen Plattformen erhöhen die Transparenz, verbessern die Effizienz und eröffnen Möglichkeiten für Innovation und Wachstum. Hersteller können von diesen Erfolgen lernen, um ähnliche Ökosysteme zu schaffen, die kritische Herausforderungen in den Bereichen Lieferkettenmanagement, Betriebsstabilität und Kundenzufriedenheit angehen.

Nahtlose digitale Ökosysteme im Finanzdienstleistungsbereich

Finanzinstitute haben gezeigt, wie vernetzte digitale Ökosysteme die Zusammenarbeit revolutionieren, das Kundenerlebnis verbessern und Abläufe rationalisieren können. Sie bieten Herstellern, die ähnliche Transformationen anstreben, wertvolle Erkenntnisse.

HSBC: Kollaborative Ökosysteme durch Open Banking

HSBC hat durch die Nutzung von Open-Banking-Praktiken einen Goldstandard bei der Schaffung kollaborativer digitaler Ökosysteme gesetzt. Durch die Verbindung mit Fintech-Partnern und Diensten von Drittanbietern über API-gesteuerte Plattformen hat HSBC seinen Kunden eine Fülle innovativer Tools erschlossen. Dazu gehören erweiterte Budgetierungsanwendungen, flexible Kreditoptionen und personalisierte Finanzeinblicke – alles nahtlos integriert in eine einheitliche digitale Umgebung. Dieser Ansatz eliminiert die Silos, die traditionell mit Finanzdienstleistungen verbunden sind, und schafft ein einheitliches und reibungsloses Erlebnis für die Benutzer. Das Ergebnis ist eine Plattform, die nicht nur den Komfort erhöht, sondern auch die Kundenbindung fördert, indem sie stets Wert, Anpassungsfähigkeit und Reaktionsfähigkeit bietet.

ING Group: Finanzökosysteme in Echtzeit

ING hat das transformative Potenzial von Echtzeit-Ökosystemen erkannt und arbeitet mit Fintech-Anbietern zusammen, um Unmittelbarkeit und Präzision im Bankgeschäft neu zu definieren. Mit Funktionen wie der sofortigen Zahlungsabwicklung und dynamischen Cashflow-Einblicken ermöglicht ING seinen Kunden, Finanzentscheidungen mit Zuversicht und Agilität zu treffen. Die Integration von Echtzeit-Updates über alle Kundenkontaktpunkte hinweg gewährleistet ein nahtloses Benutzererlebnis, bei dem jede Interaktion einen Mehrwert schafft. Darüber hinaus unterstreicht ING's Engagement für die Interoperabilität mit Fintech-Partnern ihre Fähigkeit, Dienstleistungen weit über das traditionelle Bankgeschäft hinaus anzubieten. Diese proaktive Akzeptanz von Innovationen ist ein Beispiel dafür, wie Echtzeit-Ökosysteme die Kundenbindung und die



betriebliche Effizienz steigern können.

Diese Beispiele zeigen das transformative Potenzial vernetzter Ökosysteme. Die Anpassungsfähigkeit von HSBC und der Fokus von ING auf Echtzeitpräzision unterstreichen die vielfältigen Vorteile digitaler Ökosysteme: nahtlose Zusammenarbeit, verbesserte Transparenz und optimierte Abläufe. Durch die Umsetzung ähnlicher Ansätze können Hersteller Silos aufbrechen, stärkere Beziehungen entlang der Wertschöpfungskette fördern und agile, effiziente Systeme schaffen.

Kernelemente für Hersteller zum Aufbau nahtloser digitaler Ökosysteme

Der Aufbau nahtloser digitaler Ökosysteme ist für Hersteller ein transformatives Unterfangen, das mehr Effizienz, Belastbarkeit und Kundenzufriedenheit ermöglicht. Um dies zu erreichen, müssen sich Hersteller auf vier grundlegende Elemente konzentrieren: Integration, Echtzeittransparenz, prädiktive Analytik und Zusammenarbeit. Im Folgenden werden diese Elemente beschrieben, begleitet von umsetzbaren Möglichkeiten und Beispielen aus der Praxis, um die praktische Umsetzung anzuregen.

1. Integration aller Stakeholder:

Durch die Integration wird sichergestellt, dass alle Beteiligten – Lieferanten, Logistikdienstleister, Händler und Kunden – auf einer gemeinsamen digitalen Plattform agieren. Diese Vernetzung reduziert die Komplexität, rationalisiert Arbeitsabläufe und ermöglicht eine nahtlose Kommunikation.

- Entwickeln Sie API-gesteuerte Plattformen: Erstellen Sie Systeme, die einen Echtzeit-Datenaustausch über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg ermöglichen. Integrieren Sie beispielsweise Auftragsverwaltungssysteme mit Lieferantenbeständen und Kundenlieferplänen, um Verzögerungen zu reduzieren.
- Automatisieren Sie Datenflüsse: Nutzen Sie IoT-Geräte, um die Erfassung und Verbreitung von Daten von Produktionslinien, Transportfahrzeugen und Lagern zu automatisieren und so einen zeitnahen und genauen Informationsfluss sicherzustellen.

BASF hat ein umfassendes digitales Ökosystem entwickelt, das Lieferanten, Logistikpartner und Produktionsteams verbindet, um die Effizienz der Lieferkette zu steigern. Durch die Nutzung von Plattformen wie Elemica, einem elektronischen Hub für chemische Produkte, ermöglicht BASF eine nahtlose Beschaffung und Bestandsverfolgung in Echtzeit, reduziert Produktionsverzögerungen und verbessert die Logistikabläufe.

2. Echtzeittransparenz in der Lieferkette

Durch Echtzeittransparenz erhalten Hersteller einen umfassenden und kontinuierlichen Überblick über Lagerbestände, Produktion und Logistik. Dies ermöglicht schnelle Reaktionen auf Störungen und gewährleistet eine Anpassung an die Marktnachfrage.

- Implementieren Sie IoT-Sensoren: Setzen Sie IoT-Geräte ein, um Rohstoffbestände, Geräteleistung und Lieferwege zu überwachen. Dies liefert aktuelle Informationen und erleichtert proaktive Entscheidungen.
- Aktivieren Sie einheitliche Dashboards: Bieten Sie Stakeholdern eine einzige Schnittstelle, um Bestellungen zu verfolgen, Lagerbestände zu überwachen und Aktivitäten zu koordinieren. Dies vereinfacht Abläufe und minimiert menschliches Versagen.

Die Plattform für Mindestbestellmengen (MOQx) von Procter & Gamble nutzt KI zur Optimierung der Lieferkettenabläufe. Durch die Ermöglichung einer schnellen SKU-Produktion (Stock Keeping Unit) und Echtzeiteinblicke konnte P&G jährlich Millionen von Dollar einsparen und gleichzeitig die Agilität steigern.

3. Predictive Analytics zur Optimierung

Bei der prädiktiven Analyse werden historische Daten und Echtzeitdaten genutzt, um Herausforderungen vorherzusehen und Chancen zu erkennen, sodass Hersteller proaktive Massnahmen ergreifen können.

- Ermöglichen Sie prädiktive Erkenntnisse: Nutzen Sie KI, um potenzielle Engpässe wie verspätete Lieferungen oder Produktionsineffizienzen zu identifizieren und Korrekturmaßnahmen zu empfehlen.
- Prognostizieren Sie Nachfrageschwankungen: Verwenden Sie Prognosemodelle, um saisonale Nachfragespitzen vorherzusehen und die Produktion oder Lagerbestände proaktiv anzupassen.

- Optimieren Sie die Bestandsverwaltung: Verhindern Sie Überbestände oder Engpässe durch die Analyse von Verbrauchsmustern und Vorlaufzeiten.
- Verhindern Sie Geräteausfälle: Setzen Sie Lösungen zur vorausschauenden Wartung ein, um Reparaturen zu planen, bevor es zu Ausfällen kommt. So minimieren Sie Ausfallzeiten und die damit verbundenen Kosten.

John Deere beispielsweise nutzt prädiktive Analysen, um Nutzungsmuster der Geräte zu überwachen und Wartungsbedarf vorherzusagen. Dieser Ansatz minimiert Ausfallzeiten, senkt Reparaturkosten und gewährleistet einen unterbrechungsfreien Betrieb für seine Kunden. Dies zeigt die konkreten Vorteile einer datengesteuerten Optimierung.

4. Zusammenarbeit im gesamten Ökosystem

Durch die Zusammenarbeit werden die Ziele und Massnahmen aller Beteiligten am Ökosystem aufeinander abgestimmt und Innovation, Effizienz und Wertschöpfung gefördert.

- Beteiligen Sie sich an Co-Innovation: Arbeiten Sie mit Lieferanten, Logistikanbietern und Kunden zusammen, um innovative Lösungen zu entwickeln oder gemeinsam Prozesse zu verbessern.
- Entwickeln Sie Feedback-Mechanismen: Nutzen Sie digitale Tools, um Feedback von Stakeholdern zu sammeln und so eine kontinuierliche Verbesserung und Anpassung an ihre Bedürfnisse zu ermöglichen.
- Bieten Sie Schulungsprogramme an: Stellen Sie Partnern und Kunden Ressourcen zur Verfügung, damit sie die Möglichkeiten des Ökosystems voll ausschöpfen und so ihre Effektivität und Zufriedenheit steigern können.

Die BMW Group ist ein Beispiel für eine starke Ökosystem-Zusammenarbeit, indem sie Zulieferer und Technologiepartner in ihre Fertigungs- und Innovationsprozesse integriert. Durch Initiativen wie das Connected Supply Chain (CSC)-Programm verbessert BMW die Transparenz der Lieferkette, indem es Materialcontrollern und Logistikspezialisten alle 15 Minuten Updates zu Warenstandorten und Lieferzeiten liefert, sodass sie umgehend auf mögliche Verzögerungen reagieren können. Darüber hinaus bietet BMW seinen Zulieferern Schulungsprogramme zum Thema Nachhaltigkeit an, um sie an die Umwelt- und Sozialstandards des Unternehmens anzupassen. Dieser umfassende Ansatz stellt sicher, dass alle Beteiligten in der Lage sind, die Nachhaltigkeitsziele von BMW zu erfüllen, und verbessert so die Effizienz und Verantwortung der gesamten Wertschöpfungskette.

Durch die Konzentration auf diese vier Kernelemente können Hersteller das transformative Potenzial digitaler Ökosysteme nutzen. Jedes Element bietet einen klaren Implementierungspfad, der es Herstellern ermöglicht, Lieferketten zu optimieren, Innovationen zu fördern und belastbare, reaktionsfähige Abläufe aufzubauen, die sich auf einem wettbewerbsintensiven Markt abheben.

Konkrete Schritte zur Umsetzung

Hersteller können nahtlose digitale Ökosysteme aufbauen, indem sie die folgenden wichtigen Schritte befolgen:

- 🚩 Kartieren Sie Ihr digitales Ökosystem und beseitigen Sie Medienbrüche
Erfassen Sie alle Daten- und Prozessflüsse zwischen Lieferanten, Logistikpartnern, internen Teams und Kunden. Identifizieren Sie Silos, ineffiziente Schnittstellen und manuelle Prozesse, die eine nahtlose Zusammenarbeit behindern. Entwickeln Sie eine klare Strategie, um diese Barrieren mit digitalen Lösungen zu überwinden.
- 🚩 Entwickeln Sie eine zentrale, API-gesteuerte Plattform
Integrieren Sie Ihre bestehenden Systeme (ERP, CRM, SCM) in eine gemeinsame, skalierbare Plattform, die den Echtzeit-Datenaustausch zwischen internen und externen Partnern ermöglicht. Nutzen Sie APIs, um Lieferanten, Produktionsdaten und Kundeninformationen automatisch zu verknüpfen, sodass alle Beteiligten stets über aktuelle Statusupdates verfügen.
- 🚩 Nutzen Sie IoT und KI für Echtzeittransparenz und Vorhersagen
Implementieren Sie IoT-Sensoren, digitale Dashboards und KI-gestützte Prognosen, um Lagerbestände, Produktionskapazitäten und Lieferbewegungen in Echtzeit sichtbar zu machen. Predictive Analytics hilft, Lieferengpässe, Maschinenausfälle und Nachfrageveränderungen frühzeitig zu erkennen, um Prozesse effizient anzupassen.
- 🚩 Fördern Sie eine engere Zusammenarbeit mit Lieferanten und Kunden
Bauen Sie ein partnerschaftliches, datengetriebenes Ökosystem auf, in dem alle Beteiligten transparent

zusammenarbeiten. Etablieren Sie automatisierte Feedback- und Co-Innovationsprozesse, um kontinuierlich Verbesserungen umzusetzen und schneller auf Marktveränderungen zu reagieren.

- Testen, optimieren und skalieren Sie das digitale Ökosystem schrittweise
Starten Sie mit Pilotprojekten in ausgewählten Bereichen oder mit Schlüsselpartnern. Messen Sie die Effizienzgewinne, optimieren Sie Prozesse anhand realer Nutzungsdaten und skalieren Sie erfolgreiche Lösungen schrittweise auf die gesamte Wertschöpfungskette.

Durch die Nutzung dieser Strategien können Hersteller getrennte Betriebsabläufe in dynamische, belastbare Ökosysteme umwandeln, die Effizienz, Innovation und Wachstum fördern.



Hebel 3: Automatisierung über die Produktion hinaus

Die Finanzdienstleistungsbranche hat gezeigt, wie Automatisierung nicht nur Backoffice-Abläufe, sondern auch kundenorientierte Funktionen revolutionieren kann. Durch den Einsatz von Technologien wie Robotic Process Automation (RPA), künstlicher Intelligenz (KI) und Augmented Reality (AR) konnten Finanzinstitute ihre Kosten senken, die Effizienz steigern und die Qualität der Kundeninteraktionen verbessern. Diese Strategien bieten Herstellern eine überzeugende Vorlage, um die Automatisierung über die Produktionshalle hinaus auszuweiten und so Möglichkeiten für Wachstum, Innovation und verbesserte Servicebereitstellung zu erschliessen.



Automatisierung im Finanzdienstleistungsbereich

Die Automatisierung im Finanzdienstleistungsbereich zeigt, wie der strategische Einsatz von Technologie die Effizienz, Präzision und Kundenzufriedenheit steigern kann, und bietet Herstellern einen Leitfaden zur Umgestaltung ihrer eigenen Mid- und Backoffice-Abläufe und Engagement-Strategien.

Deutsche Bank: Automatisierung von Betriebsabläufen im grossen Massstab

Die Deutsche Bank hat durch den strategischen Einsatz von Robotic Process Automation (RPA) die betriebliche Effizienz neu definiert. Durch die Automatisierung von bis 70 Prozent ihrer Back- und Midoffice-Funktionen – wie Handelsfinanzierung, Bargeldgeschäfte, Kreditbearbeitung und Steuerberichterstattung – konnte die Bank ihre Produktivität deutlich steigern und gleichzeitig Fehler und Risiken minimieren. Die optimierten Prozesse haben nicht nur die Geschwindigkeit und Genauigkeit der Abläufe verbessert, sondern auch den Mitarbeitern die Möglichkeit gegeben, sich auf wertvolle, strategische Prioritäten wie Innovation und Kundenbindung zu konzentrieren. Diese mutige Einführung der Automatisierung unterstreicht das Potenzial der Bank, traditionell arbeitsintensive Funktionen in optimierte, leistungsstarke Arbeitsabläufe umzuwandeln.

AXA: Transformation des Schadenmanagements mit KI

AXA, ein weltweit führendes Versicherungsunternehmen, hat die Automatisierung genutzt, um seinen Schadenmanagementprozess zu revolutionieren. Durch eine Kombination aus KI und RPA hat AXA die Bearbeitungszeiten für Schadensfälle halbiert und die Kundenzufriedenheit durch schnellere und zuverlässigere Lösungen deutlich verbessert. Die Automatisierung manueller Arbeitsabläufe hat die Betriebskosten gesenkt und es den Teams von AXA ermöglicht, ihren Fokus auf kundenorientierte Initiativen zu verlagern. Diese Transformation unterstreicht den doppelten Nutzen der Automatisierung: Sie rationalisiert interne Prozesse und bietet gleichzeitig ein verbessertes Kundenerlebnis und beweist, dass Effizienz und Zufriedenheit Hand in Hand gehen können.

Nike: Personalisierung und Engagement mithilfe von AR

Obwohl Nike kein traditionelles Finanzdienstleistungsunternehmen ist, ist das Unternehmen Vorreiter bei der Nutzung von Automatisierung zur Schaffung hochgradig personalisierter Kundenerlebnisse. Über seine innovative mobile App bietet Nike seinen Kunden die Möglichkeit, mithilfe von Augmented Reality (AR) individuelle Schuhe in Echtzeit zu entwerfen und zu visualisieren. Dieser immersive, technologiegetriebene Ansatz hat die Kundenbindung deutlich erhöht, die Markentreue gestärkt und die Konversionsraten gesteigert. Der Erfolg der AR-gestützten Personalisierung von Nike zeigt das enorme Potenzial der Automatisierung in Verbindung mit kundenorientierter Innovation und bietet Herstellern eine leistungsstarke Blaupause, um ihren Engagement-Ansatz zu überdenken.

Diese Beispiele illustrieren anschaulich die transformative Wirkung der Automatisierung in verschiedenen Anwendungsbereichen. Ob es um die Rationalisierung komplexer Betriebsabläufe bei der Deutschen Bank, die Revolutionierung des Kundensupports bei AXA oder die Verbesserung der Personalisierung bei Nike geht – Automatisierung sorgt stets für Effizienz, Präzision und ein verbessertes Kundenerlebnis. Hersteller haben eine gute Gelegenheit, sich diesen Vorreitern anzuschließen und die Automatisierung über die Produktion hinaus auszuweiten, um ihre Betriebsabläufe neu zu definieren und ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken.

Kernelemente für Hersteller zur Automatisierung über die Produktion hinaus

Für Hersteller gibt es noch einige ungenutzte Möglichkeiten, die Automatisierung über die Produktion hinaus zu nutzen, Backoffice-Funktionen zu optimieren, die Kundeninteraktion zu verbessern und die Effizienz entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu steigern. Indem sie sich auf drei kritischen Bereiche konzentrieren, können Hersteller greifbare Vorteile erzielen, darunter Kosteneinsparungen, verbesserte Kundenzufriedenheit und rationalisierte Abläufe.

1. Automatisierung von Beschaffungs-Workflows

Beschaffungsprozesse wie Einkaufsgenehmigungen, Rechnungsabgleich und Lieferantenkommunikation sind repetitiv und anfällig für Verzögerungen und Fehler. Automatisierung reduziert den manuellen Aufwand, verbessert die Geschwindigkeit und minimiert Ungenauigkeiten.

- Nutzen Sie RPA für sich wiederholende Aufgaben: Automatisieren Sie die Auftragserstellung, den Lieferantenrechnungsabgleich und Genehmigungsworkflow mithilfe der robotergestützten Prozessautomatisierung (RPA).
- Verbessern Sie die Zusammenarbeit mit Lieferanten: Integrieren Sie digitale Plattformen, um eine reibungslose Kommunikation zu ermöglichen, den Auftragsfortschritt zu verfolgen und Echtzeitdaten mit Lieferanten zu teilen.
- Optimieren Sie die Ausgabenanalyse: Nutzen Sie KI-gesteuerte Analysen, um Einkaufsmuster zu analysieren, Möglichkeiten zur Kosteneinsparung zu identifizieren und die Einhaltung von Beschaffungsrichtlinien durchzusetzen.

Siemens hat Robotic Process Automation (RPA) effektiv in seine Beschaffungsabläufe integriert und Aufgaben wie Rechnungsverarbeitung und Auftragserstellung automatisiert. Diese Implementierung hat den manuellen Arbeitsaufwand deutlich reduziert, die Prozesseffizienz verbessert und die Genauigkeit erhöht. So automatisiert beispielsweise die NextGenP2P-Plattform von Siemens Einkaufs- und Rechnungsprozesse, was zu höheren Automatisierungsraten und weniger manuellen Eingriffen führt. Darüber hinaus bietet Siemens Global Business Services (GBS) Smart Workforce- und RPA-Dienste zur Automatisierung von Purchase-to-Pay-Prozessen (P2P) an, wodurch die Beschaffungsaktivitäten weiter optimiert werden.



2. Rationalisierung der Finanzberichterstattung

Bei der Finanzberichterstattung geht es um die Konsolidierung, Abstimmung und Analyse grosser Datenmengen – ein zeitintensiver Prozess, bei dem menschliche Fehler häufig vorkommen. Durch Automatisierung wird eine zeitnahe und genaue Berichterstattung sichergestellt und gleichzeitig werden administrative Engpässe reduziert.

- Automatisieren Sie die Datenerfassung und den Datenabgleich: Verwenden Sie RPA, um die Konsolidierung von Finanzdaten aus mehreren Quellen zu optimieren.
- Nutzen Sie Predictive Analytics für strategische Erkenntnisse: Identifizieren Sie Finanztrends, Anomalien und potenzielle Risiken mithilfe erweiterter Analysen.
- Beschleunigen Sie die Berichterstattung zur Einhaltung gesetzlicher Vorschriften: Automatisieren Sie die Erstellung auditfähiger Berichte, um gesetzliche Anforderungen effizient zu erfüllen.

General Electric (GE) hat fortschrittliche Analyse- und Automatisierungslösungen implementiert, um seine Finanzberichtsprozesse zu verbessern. Durch die Nutzung von Big Data im Rahmen von Initiativen wie GE Predictivity ermöglicht das Unternehmen automatisierte Echtzeitanalysen in allen Geschäftsbereichen. Mit diesem Ansatz kann GE Finanzdaten effizienter konsolidieren und abgleichen und so die Genauigkeit und Geschwindigkeit der Berichterstattung verbessern. Darüber hinaus hilft GE durch die Verwendung prädiktiver Analysen dabei, Trends zu erkennen und Anomalien proaktiv anzugehen. Dadurch werden Compliance und strategische Agilität innerhalb des Berichtsrahmens sichergestellt.

3. Verbesserung der HR-Prozesse

Personalfunktionen wie Onboarding, Gehaltsabrechnung und Leistungsverwaltung sind oft arbeitsintensive Aufgaben, die von einer Automatisierung profitieren können. Die Optimierung dieser Prozesse steigert die Mitarbeiterzufriedenheit und reduziert den Verwaltungsaufwand.

- Digitalisieren Sie Onboarding-Prozesse: Implementieren Sie automatisierte Workflows für die Dokumentenübermittlung, Schulungspläne und rollenspezifische Aufgaben, um ein nahtloses Onboarding-Erlebnis zu schaffen.
- Automatisieren Sie Lohn- und Gehaltsabrechnungssysteme: Verwenden Sie RPA, um Lohn- und Gehaltsabrechnungen genau zu berechnen und zu verarbeiten und so pünktliche Zahlungen und die Einhaltung der Steuervorschriften sicherzustellen.
- Personalisieren Sie die Mitarbeitervorteile: Nutzen Sie KI, um massgeschneiderte Leistungspakete anzubieten, die auf die individuellen Präferenzen der Mitarbeiter zugeschnitten sind.

Toyota ist ein gutes Beispiel für die Automatisierung von HR-Prozessen. Das Unternehmen hat digitale Workflows implementiert, um Onboarding, Gehaltsabrechnung und Schulungen zu optimieren, Konsistenz zu gewährleisten und den Verwaltungsaufwand zu reduzieren. Toyota nutzt KI-gestützte Plattformen zur Verwaltung von Mitarbeiterleistungen und kann so individuelle Pakete an die Bedürfnisse der Mitarbeiter anpassen, was die allgemeine Mitarbeiterzufriedenheit und die betriebliche Effizienz steigert.

Automatisierung über die Produktion hinaus ist kein Zukunftsziel mehr – sie ist eine Notwendigkeit für Hersteller, die wettbewerbsfähig bleiben wollen. Indem sie sich auf diese Bereiche konzentrieren, können Hersteller die Effizienz steigern, Kosten senken und bessere Kundenerlebnisse bieten und so den Weg für nachhaltiges Wachstum und Erfolg ebnen.

Konkrete Schritte zur Umsetzung

Um die Automatisierung auch über die Produktion hinaus effektiv zu nutzen, sollten sich Industrieunternehmen auf die folgenden fünf Schritte konzentrieren:

- Identifizieren Sie Automatisierungspotenziale über die Produktion hinaus
Analysieren Sie Backoffice-Prozesse, Beschaffung, Finanzberichterstattung und Kundenservice, um ineffiziente, manuelle Arbeitsabläufe zu identifizieren. Konzentrieren Sie sich auf wiederkehrende, zeitaufwendige oder fehleranfällige Prozesse, die durch Automatisierung optimiert werden können. Messen Sie das mögliche Einsparungspotenzial durch Fehlerreduktion, Zeitersparnis und verbesserte Kundenzufriedenheit.

- Integrieren Sie RPA, KI und digitale Workflows für mehr Effizienz
Nutzen Sie Robotic Process Automation (RPA) zur Automatisierung administrativer Abläufe wie Rechnungsabgleich oder Bestellgenehmigungen. Implementieren Sie KI-gestützte Analysen, um Finanzberichte zu automatisieren, Nachfrageprognosen zu erstellen oder personalisierte Kundenempfehlungen auszusprechen. Digitale Workflows für HR-Prozesse erleichtern Onboarding, Schulungen und Gehaltsabrechnung und entlasten Mitarbeiter von repetitiven Aufgaben.
- Pilotieren Sie Automatisierungsinitiativen in ausgewählten Bereichen
Starten Sie mit einzelnen Abteilungen oder Prozessen und messen Sie die Auswirkungen. Testen Sie beispielsweise die automatisierte Bearbeitung von Rechnungen, die KI-basierte Analyse von Finanzdaten oder die digitale Bearbeitung von Serviceanfragen. Sammeln Sie Erfahrungen mit ersten Automatisierungsschritten, bevor eine umfassendere Skalierung erfolgt.
- Skalieren Sie erfolgreiche Lösungen auf das gesamte Unternehmen
Nach erfolgreicher Pilotierung sollten bewährte Automatisierungslösungen unternehmensweit ausgerollt und in bestehende ERP-, CRM- und Supply-Chain-Systeme integriert werden. Stellen Sie sicher, dass alle relevanten Abteilungen Zugriff auf die neuen Prozesse haben und sie optimal nutzen können. Mitarbeiterschulungen sind essenziell, um die Akzeptanz neuer digitaler Arbeitsweisen zu fördern.
- Optimieren Sie die Automatisierung kontinuierlich
Überwachen Sie laufend die Performance der automatisierten Prozesse und passen Sie sie an neue Anforderungen an. Nutzen Sie Datenanalysen und KI, um neue Potenziale zu entdecken, und entwickeln Sie bestehende Automatisierungslösungen weiter. Fördern Sie eine Innovationskultur, indem Sie Teams ermutigen, neue Einsatzbereiche für Automatisierung zu identifizieren.

Indem sie die Automatisierung über die Produktionsebene hinaus ausweiten, können Hersteller die Effizienz steigern, Kosten senken und die Kundenzufriedenheit verbessern und sich so als Vorreiter in einer sich schnell entwickelnden Industrielandschaft positionieren.



Hebel 4: Cyber-Resilienz und Compliance

Da die Digitalisierung die Industrie verändert, ist die Notwendigkeit robuster Cybersicherheit und Einhaltung



gesetzlicher Vorschriften von grösster Bedeutung geworden. Der Finanzdienstleistungssektor, der historisch ein Hauptziel für Cyberbedrohungen war und strengen Vorschriften unterliegt, hat in beiden Bereichen Best Practices etabliert. Durch den Einsatz fortschrittlicher Technologien und strategischer Rahmenbedingungen haben Banken und Versicherer ihren Betrieb gesichert, Risiken gemindert und das Vertrauen der Beteiligten sichergestellt. Hersteller, die heute gleichermassen auf vernetzte Systeme und digitale Abläufe angewiesen sind, müssen ähnliche Strategien anwenden, um ihre Unternehmen zu schützen und den sich entwickelnden Compliance-Anforderungen gerecht zu werden.



Cybersicherheit und Compliance bei Finanzdienstleistungen

Aufgrund strenger Vorschriften und immer raffinierterer Cyberbedrohungen stehen Finanzinstitute schon seit langem an vorderster Front in Sachen Cybersicherheit und Compliance. Durch die Integration fortschrittlicher Technologien wie KI-gestützter Bedrohungserkennung und automatisierter Compliance-Tools zeigen diese Organisationen, wie proaktive Strategien den Betrieb sichern, die Widerstandsfähigkeit erhöhen und Vertrauen in einer hochgradig vernetzten digitalen Umgebung aufbauen können.

Deutsche Bank: Mehrschichtige Cybersicherheit im grossen Massstab

Die Deutsche Bank hat mit der Implementierung eines mehrschichtigen Ansatzes zur Cybersicherheit einen globalen Massstab in der Betriebssicherheit gesetzt. Der Eckpfeiler ihrer Strategie sind Zero-Trust-Architekturen, die kein implizites Vertrauen innerhalb ihres Netzwerks voraussetzen und sicherstellen, dass jeder Benutzer, jedes Gerät und jedes System kontinuierlich überprüft wird. Ergänzend dazu schützt eine End-to-End-Verschlüsselung sensible Kunden- und Betriebsdaten während der Übertragung, während KI-gestützte Bedrohungserkennungssysteme Aktivitäten in Echtzeit überwachen, um Anomalien zu identifizieren und zu neutralisieren, bevor sie eskalieren. Neben der Stärkung ihrer Abwehrmassnahmen hat die Deutsche Bank bis zu 70% ihrer Back- und Midoffice-Prozesse automatisiert, die Funktionen wie Handelsfinanzierung, Bargeldgeschäfte und Kreditbearbeitung umfassen. Diese Automatisierung reduziert menschliche Fehler, verbessert die Datengenauigkeit und beschleunigt Arbeitsabläufe, sodass die Bank sowohl die Betriebsstabilität als auch die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften aufrechterhalten kann. Durch die Kombination fortschrittlicher Technologie mit einer proaktiven Sicherheitshaltung gewährleistet die Deutsche Bank einen unterbrechungsfreien Service und schafft Vertrauen bei ihren Kunden und Aufsichtsbehörden gleichermaßen.

JP Morgan Chase: KI-gestützte Bedrohungsüberwachung

JP Morgan Chase nutzt die Leistungsfähigkeit künstlicher Intelligenz (KI) und maschinellen Lernens, um sein riesiges digitales Ökosystem zu schützen. Diese Technologien analysieren enorme Mengen an Netzwerkdaten in Echtzeit, kennzeichnen Anomalien und identifizieren Muster, die auf potenzielle Bedrohungen hinweisen. Durch den Einsatz prädiktiver Analysen verhindert die Bank Cyberangriffe und implementiert automatisierte Reaktionen, um Risiken zu mindern. Dieser proaktive Ansatz geht über traditionelle Cybersicherheitsmassnahmen hinaus und ermöglicht es JP Morgan Chase, ein belastbares Betriebsgerüst aufrechtzuerhalten, das eine kontinuierliche Servicebereitstellung gewährleistet, selbst angesichts zunehmend ausgefeilter Cyberbedrohungen. Indem die Bank zeigt, dass eine starke Verteidigung sowohl auf Präventiv- als auch auf Reaktionsmassnahmen beruht, bietet sie ein eindrucksvolles Beispiel dafür, wie man KI nutzen kann, um Vertrauen und Stabilität in Hochrisikoumgebungen aufrechtzuerhalten.

AXA: Automatisierte Compliance für betriebliche Effizienz

AXA, ein weltweit führendes Versicherungsunternehmen, hat das Compliance-Management neu definiert, indem es KI-gesteuerte Tools zur Optimierung von Prozessen einsetzt. Durch die Automatisierung von Überwachung, Berichterstattung und Risikobewertungen konnte AXA die Compliance-Kosten erheblich senken und Fehler im Zusammenhang mit manueller Überwachung minimieren. Diese Tools gewährleisten die konsequente Einhaltung komplexer regulatorischer Rahmenbedingungen, darunter Datenschutzgesetze wie die DSGVO und Nachhaltigkeitsauflagen. Durch die Vereinfachung der Compliance-Aufgaben konnte AXA Ressourcen freisetzen, um sich auf strategische Initiativen zu konzentrieren, und so seinen Ruf als zukunftsorientiertes und konformes Unternehmen stärken. Darüber hinaus hat dieser Ansatz die Transparenz und Genauigkeit verbessert und das Vertrauen der Stakeholder weiter gestärkt.

Diese Beispiele unterstreichen, dass Cybersicherheit und Compliance keine optionalen, sondern integrale Bestandteile operativer Exzellenz und geschäftlicher Nachhaltigkeit sind. Durch die Einführung von Zero-Trust-Architekturen, KI-gestützter Bedrohungserkennung und automatisierten Compliance-Tools haben Finanzinstitute gezeigt, wie sie Risiken mindern, Vertrauen aufrechterhalten und einen reibungslosen Betrieb in stark vernetzten und regulierten Umgebungen gewährleisten können.

Indem sie aus diesen führenden Beispielen lernen, können Hersteller ihre digitale Infrastruktur schützen, die Effizienz steigern und eine Grundlage für nachhaltiges Wachstum in einer zunehmend vernetzten Industrielandschaft schaffen.

Kernelemente für Hersteller zur Gewährleistung von Cybersicherheit und Compliance

Um Cyberresilienz aufzubauen und eine nahtlose Compliance sicherzustellen, müssen sich Hersteller auf fünf

kritische Bereiche konzentrieren. Diese Elemente bieten umsetzbare Schritte, um den Betrieb abzusichern, globale Standards einzuhalten und die Betriebseffizienz zu steigern.

1. Zero-Trust-Architekturen

Zero-Trust-Modelle basieren auf dem Prinzip „Niemals vertrauen, immer überprüfen“ und erfordern eine kontinuierliche Authentifizierung und Autorisierung für alle Benutzer, Geräte und Systeme innerhalb eines Netzwerks. Dieser Ansatz eliminiert implizites Vertrauen und stellt sicher, dass nur überprüften Entitäten Zugriff gewährt wird.

- Verstärken Sie die Zugriffskontrollen: Implementieren Sie Multi-Faktor-Authentifizierung (MFA) und rollenbasierte Berechtigungen, um den Zugriff auf vertrauliche Systeme und Daten zu beschränken. So kann beispielsweise der Zugriff auf Produktionssysteme auf autorisiertes Personal beschränkt werden.
- Überwachen Sie Netzwerke kontinuierlich: Nutzen Sie KI, um die Netzwerkaktivität in Echtzeit zu überwachen und Anomalien wie unbefugte Zugriffsversuche oder ungewöhnliche Datenflüsse zu erkennen und darauf zu reagieren.
- Segmentieren Sie kritische Systeme: Verwenden Sie die Netzwerksegmentierung, um sensible Betriebssysteme wie Produktionslinien oder proprietäre Designdateien zu isolieren und so potenzielle Sicherheitsverletzungen einzudämmen.

Im Mai 2017 wurde Renault Opfer eines schweren Ransomware-Angriffs, der die Produktionsanlagen lahmlegte. Nach diesem Vorfall implementierte das Unternehmen verstärkte Cybersicherheitsmassnahmen, um seine Abwehr gegen zukünftige Bedrohungen zu stärken. Obwohl spezifische Details der Cybersicherheitsstrategie von Renault nicht öffentlich bekannt gegeben werden, ist die Einführung eines Zero-Trust-Modells – das die Integration einer Multi-Faktor-Authentifizierung (MFA), kontinuierliche Überwachung und strenge Netzwerksegmentierung umfasst – ein anerkannter Ansatz zur Verbesserung der Widerstandsfähigkeit und zur Vermeidung von Betriebsstörungen.

2. KI-gestützte Bedrohungserkennung

KI-gestützte Systeme analysieren riesige Datensätze, um Schwachstellen zu erkennen und proaktiv auf Cyber-Bedrohungen zu reagieren. Dabei werden Risiken oft erkannt, bevor ein menschliches Eingreifen erforderlich ist.

- Setzen Sie Echtzeit-Überwachungssysteme ein: Verwenden Sie KI, um IoT-Netzwerke und Produktionssysteme zu überwachen und Schwachstellen oder ungewöhnliches Verhalten auf verbundenen Geräten zu identifizieren.
- Automatisieren Sie Reaktionsprotokolle: Integrieren Sie KI-gesteuerte Vorfallektionssysteme, die kompromittierte Systeme isolieren, nicht autorisierte Prozesse beenden und Verstöße in Echtzeit eindämmen können.
- Nutzen Sie Predictive Analytics: Verwenden Sie historische Daten und maschinelles Lernen, um zukünftige Bedrohungen vorherzusehen und die allgemeine Cybersicherheitsbereitschaft zu verbessern.

Rolls-Royce hat eine KI-gestützte Bedrohungserkennung in seine vernetzten Systeme integriert, um seine Produktions- und Betriebsnetzwerke zu schützen. Durch den Einsatz von KI und maschinellem Lernen überwacht das Unternehmen seine IoT-fähigen Produktionsanlagen in Echtzeit und erkennt Anomalien und potenzielle Schwachstellen. Rolls-Royce nutzt ausserdem prädiktive Analysen, um aufkommende Bedrohungen vorherzusehen und seine Cybersicherheitsprotokolle proaktiv anzupassen. Diese Massnahmen haben die Widerstandsfähigkeit des Unternehmens gegen Cyber Risiken erhöht und sowohl seinen Betrieb als auch seine sensiblen Daten geschützt.

3. End-to-End-Verschlüsselung

Durch die End-to-End-Verschlüsselung werden Daten während der Übertragung, Speicherung und Nutzung gesichert und es wird sichergestellt, dass nur autorisierte Parteien auf vertrauliche Informationen zugreifen können.

- Verschlüsseln Sie die Kommunikation in der Lieferkette: Schützen Sie den Datenaustausch mit Lieferanten und Logistikpartnern und verringern Sie so das Risiko des Abfangens oder Manipulierens.
- Nutzen Sie sichere IoT-Geräte: Implementieren Sie Verschlüsselungsprotokolle für angeschlossene Maschinen und Sensoren, um unbefugten Zugriff auf Betriebsdaten zu verhindern.
- Schützen Sie Kundeninformationen: Verschlüsseln Sie Kundendaten wie Bestellhistorien, Zahlungsdetails und Servicedaten, um Vertrauen aufzubauen und Datenschutzbestimmungen einzuhalten.



ABB setzt robuste Sicherheitsmassnahmen ein, um sensible Betriebs- und Kundendaten in seiner gesamten Lieferkette und in IoT-fähigen Systemen zu schützen. Das Unternehmen konzentriert sich auf Lösungen, die von Grund auf sicher sind, einschliesslich sicherer Gerätebereitstellung und durchgängig vertrauenswürdiger Daten, um Datenintegrität und Schutz vor Cyberbedrohungen zu gewährleisten. Die Supply Chain Collaboration-Plattform von ABB ermöglicht eine effiziente Datenverarbeitung bei grossen Transaktionsvolumina und verbessert die Transparenz und Sicherheit in der Kommunikation zwischen Lieferanten, Logistikpartnern und internen Systemen. Indem ABB sicheren Datenpraktiken Priorität einräumt, stärkt das Unternehmen das Kundenvertrauen und erfüllt gleichzeitig strenge Datenschutzbestimmungen.

4. Automatisierte Compliance-Tools

Automatisierte Compliance-Tools optimieren die Überwachung und Berichterstattung gesetzlicher Anforderungen, reduzieren den manuellen Aufwand und verbessern die Genauigkeit.

- Vereinfachen Sie die Nachhaltigkeitsberichterstattung: Nutzen Sie die Automatisierung, um Kennzahlen wie CO₂-Emissionen, Energieverbrauch und Abfallreduzierung zu verfolgen und zu melden.
- Optimieren Sie die Einhaltung des Datenschutzes: Setzen Sie KI ein, um die Einhaltung von Datenschutzgesetzen wie der DSGVO und anderen regionalen oder industriespezifischen Bestimmungen zu überwachen.
- Überwachen Sie die Transparenz der Lieferkette: Implementieren Sie Blockchain-Lösungen, um ethische Beschaffung, Arbeitsnormen und Nachhaltigkeitspraktiken zu überprüfen.

Bosch ist Vorreiter bei automatisierten Compliance-Prozessen mit Fokus auf ökologischer Nachhaltigkeit und hat weltweit über 6.000 Energiesparprojekte gestartet. Diese Initiativen haben die Emissionen um 23 % reduziert und erhebliche Kosteneinsparungen ermöglicht, während gleichzeitig die Einhaltung strenger Nachhaltigkeitsvorschriften sichergestellt wurde.

5. Schulung und Sensibilisierung im Bereich Cybersicherheit

Schulungsprogramme für Mitarbeiter befähigen Teams, Cyberrisiken wirksam zu erkennen und einzudämmen und so durch menschliches Versagen verursachte Schwachstellen zu reduzieren.

- Führen Sie regelmässige Schulungen durch: Informieren Sie Ihre Teams darüber, wie sie Phishing-Versuche, schwache Passwörter und Social-Engineering-Angriffe erkennen können.
- Simulieren Sie Cyber-Vorfälle: Verwenden Sie Übungen und Planspiele, um die Reaktionsbereitschaft zu testen und Vorfallprotokolle zu verfeinern.
- Bilden Sie Incident-Response-Teams: Bilden Sie funktionsübergreifende Teams, die in der Lage sind, Sicherheitsverstösse zu bewältigen und so eine schnelle Wiederherstellung und Betriebskontinuität zu gewährleisten.

Boeing hat für seine Belegschaft ein robustes Schulungskonzept für Cybersicherheit entwickelt, das das Bewusstsein für Phishing-Angriffe, Datenschutzprotokolle und sichere Betriebspraktiken betont. Das Unternehmen führt regelmässig Cybersicherheitssimulationen durch, darunter simulierte Sicherheitsvorfälle, um seine Strategien zur Reaktion auf Vorfälle zu testen und zu verfeinern. Die engagierten Cybersicherheitsreaktionsteams von Boeing arbeiten funktionsübergreifend, um im Falle einer Cyberbedrohung eine schnelle Eindämmung und Wiederherstellung zu gewährleisten und so seinen proaktiven Ansatz zur Sicherung seiner Betriebsabläufe und Lieferketten zu demonstrieren.

Durch die Übernahme dieser Kernelemente können Hersteller ihren Ansatz hinsichtlich Cybersicherheit und Compliance verändern und so Widerstandsfähigkeit, Effizienz und Vertrauen in einer zunehmend vernetzten und regulierten Industrielandschaft gewährleisten.

Konkrete Schritte zur Umsetzung

Um die Vorteile einer robusten Cybersicherheitsstrategie voll auszuschöpfen, müssen sich Hersteller auf fünf wesentliche Komponenten konzentrieren und diese grundlegenden Massnahmen umsetzen:

- **Bewerten Sie Ihre aktuelle Cybersicherheitslage und identifizieren Sie Schwachstellen**
Analysieren Sie bestehende Sicherheitsmassnahmen, Netzwerke, IoT-Systeme und Datenspeicher, um potenzielle Sicherheitslücken aufzudecken. Prüfen Sie die aktuelle Bedrohungslage in Ihrer Branche, um

Risiken wie Ransomware, Datenlecks oder Angriffe auf vernetzte Produktionssysteme gezielt anzugehen.

- Implementieren Sie eine Zero-Trust-Architektur und verschlüsseln Sie sensible Daten
 Führen Sie Zero-Trust-Prinzipien ein, die jede Zugriffsanfrage verifizieren, um unautorisierte Bewegungen im Netzwerk zu verhindern. Integrieren Sie Multi-Faktor-Authentifizierung (MFA), rollenbasierte Berechtigungen und End-to-End-Verschlüsselung, um sensible Daten in der Lieferkette, in IoT-Geräten und in Cloud-Plattformen zu schützen.
- Nutzen Sie KI-gestützte Bedrohungserkennung und automatisierte Reaktionsmechanismen
 Implementieren Sie KI-gestützte Sicherheitssysteme, die Cyberangriffe in Echtzeit erkennen und automatisierte Abwehrmassnahmen auslösen. Nutzen Sie Predictive Analytics, um verdächtige Aktivitäten vorherzusagen und Sicherheitslücken zu schliessen, bevor sie ausgenutzt werden können.
- Automatisieren Sie Compliance-Prozesse zur Einhaltung regulatorischer Anforderungen
 Reduzieren Sie den manuellen Aufwand für Auditierung, Berichtswesen und Risikomanagement, indem Sie automatisierte Compliance-Tools einsetzen. Nutzen Sie Blockchain-Technologie für fälschungssichere Lieferkettentransparenz und KI zur kontinuierlichen Überwachung gesetzlicher Anforderungen wie Datenschutzrichtlinien und Nachhaltigkeitsstandards.
- Schulen Sie Mitarbeiter und etablieren Sie eine Kultur der Cybersicherheit
 Sensibilisieren Sie alle Mitarbeiter für Cyberbedrohungen, indem Sie regelmässige Schulungen und simulierte Angriffsszenarien (z.B. Phishing-Tests) durchführen. Fördern Sie eine proaktive Sicherheitskultur, in der jeder im Unternehmen Bedrohungen erkennt, meldet und verhindert.

Durch die Umsetzung dieser Massnahmen können Hersteller einen robusten und konformen Betriebsrahmen aufbauen und sich so in die Lage versetzen, in einer stark vernetzten und regulierten Industrielandschaft erfolgreich zu sein.

WEG ZUM ERFOLG

Um diese Chancen zu nutzen, können Hersteller ihre digitale Transformation beschleunigen, indem sie sich auf praktische, bewährte Ansätze konzentrieren. Durch die Nutzung etablierter Technologien, die Anwendung von Lösungen, die sich anderswo bewährt haben, und die Zusammenarbeit mit dem richtigen Fachwissen können Unternehmen Risiken minimieren, schnellere Ergebnisse erzielen und die Wirkung maximieren.

Weg zum Erfolg					
Verbesserung digitaler Kundenerlebnisse	Analysieren Sie Ihre bestehenden Customer Journeys und identifizieren Sie Engpässe	Entwickeln Sie eine klare digitale Zielvision mit konkreten Massnahmen	Testen Sie digitale Lösungen in Pilotprojekten mit echten Kunden	Skalieren Sie erfolgreiche digitale Massnahmen unternehmensweit	Optimieren Sie kontinuierlich basierend auf Daten und Kunden-Feedback
Nahtlose digitale Ökosysteme	Kartieren Sie Ihr digitales Ökosystem und beseitigen Sie Medienbrüche	Entwickeln Sie eine zentrale, API-gesteuerte Plattform	Nutzen Sie IoT und KI für Echtzeittransparenz und Vorhersagen	Fördern Sie eine engere Zusammenarbeit mit Lieferanten und Kunden	Testen, optimieren und skalieren Sie das digitale Ökosystem schrittweise
Automatisierung über die Produktion hinaus	Identifizieren Sie Automatisierungspotenziale über die Produktion hinaus	Integrieren Sie RPA, KI und digitale Workflows für mehr Effizienz	Pilotieren Sie Automatisierungsinitiativen in ausgewählten Bereichen	Skalieren Sie erfolgreiche Lösungen auf das gesamte Unternehmen	Optimieren Sie die Automatisierung kontinuierlich
Cyber-Resilienz und Compliance	Bewerten Sie Ihre aktuelle Cyber-Sicherheitslage und identifizieren Sie Schwachstellen	Implementieren Sie eine Zero-Trust-Architektur und verschlüsseln Sie sensible Daten	Nutzen Sie KI-gestützte Bedrohungserkennung und automatisierte Reaktionsmechanismen	Automatisieren Sie Compliance-Prozesse zur Einhaltung regulatorischer Anforderungen	Schulen Sie Mitarbeiter und etablieren Sie eine Kultur der Cybersicherheit

Sobald die wichtigsten Hebel – digitales Kundenerlebnis, nahtlose Ökosysteme, Automatisierung über die Produktion hinaus oder Cyber-Resilienz – priorisiert sind, braucht es ein interdisziplinäres Team. Neben einem Digital Lead müssen Prozess- und Technologieexperten sowie Cybersecurity- und Change-Manager zusammenarbeiten. Externe Partner aus der Finanzbranche oder Tech-Startups können wertvolle Impulse liefern.

Jetzt ist der Moment, um von den Besten zu lernen und bewährte Lösungen auf die eigene Branche zu übertragen – nicht durch langes Zögern, sondern durch gezieltes Handeln.

ZIEL

Bei ZIEL konzentrieren wir uns auf das Wesentliche: Wir erzielen dort Wirkung, wo sie für Ihr Unternehmen wirklich von Bedeutung ist. Wir nutzen bewährte Ansätze und stellen sicher, dass Hersteller weder Zeit noch Ressourcen mit ungetesteten Lösungen verschwenden. Unsere Rolle geht über das Abgeben von Empfehlungen hinaus – wir arbeiten mit Ihrem Team zusammen und bringen die Fähigkeiten, Erfahrungen und Umsetzungskraft ein, die erforderlich sind, um Veränderungen herbeizuführen.

- Wir konzentrieren uns auf greifbare Auswirkungen: Gemeinsam mit Ihnen priorisieren wir Initiativen mit messbaren Ergebnissen, verfolgen den Fortschritt anhand klarer KPIs und skalieren Lösungen, sobald sie sich bewährt haben. So stellen wir sicher, dass die Transformation in jeder Phase einen Mehrwert liefert.
- Wir erzielen nachweislich Wirkung: Wir haben wiederholt bewiesen, dass unsere Methoden messbare Ergebnisse liefern. Ob es um die Integration von Ökosystemen, die Automatisierung von Prozessen oder die Verbesserung des Kundenerlebnisses geht, wir verwenden Lösungen, die markterprobt und auf Ihre individuellen Herausforderungen zugeschnitten sind.
- Wir bringen die richtigen Fähigkeiten in Ihr Team: Wir ergänzen Ihre internen Fähigkeiten mit umfassender Expertise in der digitalen Transformation. Von der Strategie bis zur praktischen Umsetzung sorgen wir dafür, dass Sie über die richtige Mischung aus Führung, technischem Know-how und operativer Unterstützung verfügen, um Ihre Ziele zu erreichen.
- Wir übernehmen Verantwortung für den Erfolg: ZIEL beschränkt sich nicht auf beratende Funktionen. In vielen Projekten übernehmen wir die Verantwortung des Linienmanagements, um eine erfolgreiche Umsetzung sicherzustellen. Wir sind bestrebt, Ergebnisse zu liefern, die für Ihr Unternehmen von Bedeutung sind – pünktlich und mit klarem Mehrwert.

Hersteller haben die einmalige Gelegenheit, bewährte Technologien und Strategien zu nutzen, um ihre digitale Transformation zu beschleunigen. Mit ZIELs Expertise in der Umsetzung und unserem Fokus auf das Wesentliche können Unternehmen den Fortschritt beschleunigen, Implementierungsrisiken reduzieren und greifbare Ergebnisse erzielen.

FINSPIRING THE INDUSTRY



www.ziel.swiss



ZIEL Consulting AG
Bleicherweg 10
CH - 8002 Zurich
Switzerland