

Aufbruch stimmung

Welche Herausforderungen bringt die Digitalisierung mit sich? Wie verändern sich Arbeitswelten und Berufsbilder? Welche neuen Kooperationen und Geschäftsmodelle sind denkbar? Und welche Produkte werden in den nächsten Jahren das Portfolio von STIHL bereichern? Vorstandsvorsitzender Dr. Bertram Kandziora und CDO Dr. Christian Vogt machen deutlich: Digitalisierung ist kein Projekt, sondern eine zentrale Aufgabe für das gesamte Unternehmen.



Digitalisierung

Mit der
näher am Markt und am Kunden

DR. BERTRAM KANDZIORA Die Digitalisierung ist für uns sicherlich eines der wichtigsten Themen der nächsten Jahre. Sie hat das Zeug, die nächste Wachstumslokomotive für STIHL zu werden. Die Fokussierung auf Akku-Produkte vor mehr als zehn Jahren und das jetzige enorme Wachstum, das wir in diesem Bereich erzielen, zeigt, dass man Zukunftsstrategien frühzeitig angehen muss. Daher beschäftigen wir uns bereits seit einiger Zeit mit der Digitalisierung – aber 2017 hat das Thema richtig Fahrt aufgenommen. Bei der Auseinandersetzung mit neuen Technologien, digitalen Services und intelligenten Vernetzungen ist unser oberstes Ziel, den Kundennutzen zu erhöhen. Es geht vor allem darum, Mehrwert durch innovative digitale Funktionen zu schaffen. Die Digitalisierung hilft uns, noch näher an Markt, Kunden und Mitarbeiter zu rücken, Wünsche und Bedürfnisse noch besser zu verstehen und sie individuell zu bedienen.

DR. CHRISTIAN VOGT Unter dem Titel „STIHL Connected“ läuft aktuell eine ganze Reihe von digitalen Entwicklungsprojekten. Diese verfolgen das Ziel, die Anwenderfreundlichkeit unserer Produkte mit Hilfe smarterer Funktionen noch weiter zu verbessern: Zum Beispiel können Anwender von STIHL Geräten Informationen über Nutzungsdauer und aktuellen Verbrauch abrufen. Hinweise für eine verbesserte Arbeitstechnik können direkt auf dem Smartphone angezeigt werden. Viel Potenzial sehen wir auch in Bereichen wie Flottenmanagement, Diebstahlschutz und Optimierung der Wartungsintervalle. Wir wollen konsequent alle Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen und für uns und unsere Kunden neue Geschäftsmodelle an der Schnittstelle zwischen analoger und digitaler Welt entwickeln. Dazu passt auch ein neues Angebot für unseren servicegebenden Fachhandel. „Virtual Reality“ ergänzt im Bereich STIHL Training die klassische Produktschulung und führt Mitarbeiter, Fachhändler und Kunden auf eine ganz neue Art und Weise an unsere Produkte heran. Neue Geräte und Funktionen können in virtueller Umgebung erlebt und Lösungsmöglichkeiten für komplexe Serviceaufträge interaktiv entdeckt werden.

KANDZIORA Bei allen Zukunftsstrategien dürfen wir nicht vergessen, woher wir kommen. STIHL ist als klassisches Maschinenbau-Unternehmen groß geworden und wir sind stolz auf diese Wurzeln. Sie haben STIHL zur meistverkauften Motorsägen-Marke der Welt und zum Technologieführer in unserer Branche gemacht. Sie erlauben uns, neue Wege zu gehen, Denkweisen und Prozesse zu verändern, etwas zu wagen. So wollen wir Innovationen künftig schneller auf den Markt bringen, Ressourcen effizienter nutzen, unsere Produktivität steigern und Prozesse optimieren.

Starke Wurzeln ermöglichen
neue Wege

Industrie 4.0

gehört bereits zum Alltag

»Wir wissen um das Potenzial, das eine weitere Digitalisierung mit sich bringt, werden aber stets klare Prioritäten setzen und mit Augenmaß handeln, um wirklich alle Chancen für uns nutzen zu können.«

DR. BERTRAM KANDZIORA



VOGT Für einen langjährigen Weltmarktführer wie STIHL kommt es darauf an, mit der immer schnelleren Entwicklung neuer Technologien nicht nur Schritt zu halten, sondern diese aktiv mitzugestalten. Das geht nur, wenn wir uns und unsere Prozesse konsequent weiterentwickeln, um noch schneller und dynamischer agieren zu können. Ein Beispiel dafür ist die Förderung fachbereichsübergreifender Projektarbeit in kleinen, schlagkräftigen Teams im Rahmen so genannter Innovation Labs. Dort werden das Vorwärtsgen in kleinen, iterativen Schritten und die Möglichkeit, rasch auf Kundenwünsche zu reagieren, bereits vorbildlich umgesetzt.

KANDZIORA Wichtig ist, dass wir die Digitalisierung nicht als Revolution verstehen, sondern als kontinuierliche Evolution. Unsere Werte gelten selbstverständlich auch für digitale Projekte und Maßnahmen. Im Zentrum all unserer Aktivitäten stehen nach wie vor unsere robusten und zuverlässigen Produkte. Diese machen wir mit Software und smarten Services noch attraktiver. Dabei vor Augen haben wir immer die Fragen: Was braucht der Kunde? Was will der Kunde wirklich? Welche Lösung schafft den maximalen Mehrwert?



KANDZIORA Ein wichtiger Baustein bei diesen Vorhaben ist die Bereitschaft zum Experimentieren. STIHL hat immer etwas gewagt – Veränderung ist seit 90 Jahren Teil unserer DNA. Dazu gehört stets auch der Mut, Entscheidungen für ganz neue Ansätze und Wege zu treffen. Auch in Zukunft wird es Experimente geben, deren Ausgang anfangs vielleicht noch unklar ist. Entscheidend ist, dass wir Dinge, die nicht so ausgehen wie gedacht, nicht als Fehlschläge bezeichnen. Wir müssen sie als Anreiz, als Erfahrung und als Motivation sehen, daraus zu lernen – kurz gesagt, als etwas Positives.

Hinzu kommt, dass sich mit dem Einzug von neuen Technologien Geschwindigkeit, Organisation und die Art der Zusammenarbeit verändern werden. So sind schon jetzt die Produktionszyklen bei Elektronik- und Akku-Produkten deutlich kürzer und erfordern agileres Arbeiten. Schneller bedeutet jedoch nicht, die Arbeitsgeschwindigkeit zu erhöhen, sondern intelligente Hilfsmittel zu nutzen, klare Prioritäten zu setzen und sich besser zu vernetzen.

VOGT Der neue Unternehmensbereich Digitalisierung ist ein gutes Beispiel dafür. Eine sehr divers und interdisziplinär zusammengesetzte Mannschaft arbeitet sowohl an Zukunftsvisionen als auch an ganz konkreten Implementierungsprojekten. Wir verstehen uns als Think Tank, entwickeln eine digitale Strategie und treiben deren Implementierung im gesamten Unternehmen voran. Wir steuern Expertise zu allen relevanten Technologien – wie zum Beispiel Big Data Analytics, künstliche Intelligenz oder Robotics – bei. Über die bereits erwähnten Innovation Labs tragen wir zusätzlich innovative Arbeitsweisen und digitales, Vernetztes Denken in möglichst viele Bereiche und fördern so die Weiterentwicklung des Digital-Leadership-Gedankens bei STIHL.

Veränderung ist Teil der
STIHL DNA



»Wir sind ganz nah dran am Markt und an der Start-up-Welt. Wir sichten und bewerten neue Ideen, bereiten Investitionsentscheidungen vor.«

DR. CHRISTIAN VOGT

KANDZIORA Und wir haben die STIHL Digital GmbH gegründet. Diese Gesellschaft beteiligt sich an jungen Unternehmen, die digitale Geschäftsmodelle entwickeln und zur Produktreife bringen. Der neue Bereich Digitalisierung fungiert als internes Innovationslabor für Ideen, die aus dem Unternehmen kommen. Extern beteiligt sich STIHL an innovativen Start-ups oder führt Ausgründungen durch. Das Start-up „Freiraum“ bietet Landschaftsgärtnern und Handwerkern eine App, mit der sie ihre Aufträge erfassen, dokumentieren und abrechnen können.

Eine weitere Initiative, Logbuch, entwickelt ein innovatives Assistenzsystem für eine sprachbasierte Kartierung und Datenerfassung im Wald, das Revierförstern und Holzfällern bei der Arbeit helfen soll. Zudem beteiligt sich STIHL am High-Tech Gründerfonds (HTGF) und hat zum Jahresbeginn 2017 eine Beteiligung am israelischen Start-up GreenIQ erworben, das sich mit der Entwicklung und dem Vertrieb vernetzter Produkte für smarte Gartenanwendungen beschäftigt. Wir sind also ganz nah dran am Markt und an der Start-up-Welt. Wir sichten und bewerten neue Ideen, bereiten Investitionsentscheidungen vor. Auch wenn vieles noch offen ist und immer wieder neu bewertet und entschieden werden muss, sehe ich STIHL auf gutem Weg zu einem Schrittmacher der Digitalisierung in unserer Branche – und möglicherweise darüber hinaus.

Start frei für
Start-ups

ACTIVATR UND HIGH-TECH GRÜNDERFONDS III

ACTIVATR steht für ein in Baden-Württemberg bislang einmaliges Projekt: Das Programm bringt Talente aus der Start-up-Szene und Mitarbeiter etablierter Firmen zusammen. In drei Programmphasen entwickeln die Teams innerhalb von rund neun Monaten Ideen und Geschäftsmodelle in vorher definierten Themenfeldern. Begleitet von erfahrenen Mentoren aus beiden Welten entwickeln die interdisziplinären Teams innovative Geschäftsmodelle und gründen ein Start-up. Die hervorgebrachten Geschäftsideen sollen nach dem Ende des Programms idealerweise als Spin-off eigenständig am Markt agieren.

Auch STIHL beteiligt sich an diesem von der Pioniergeist GmbH initiierten Projekt. Bislang wurden vier Teams mit STIHL Mitarbeitern gegründet. Die Ideen, die aus dieser sehr intensiven Zeit hervorgehen, sollen entweder bei STIHL verbleiben oder als Beteiligungsunternehmen von STIHL eigenständig am Markt agieren. Diesen Schritt hat bislang ein Start-up erfolgreich gemeistert: „Freiraum“.

Außerdem beteiligt sich die STIHL Unternehmensgruppe am High-Tech Gründerfonds (HTGF), dem größten Seedfonds zur Finanzierung junger Technologieunternehmen in Deutschland. Mit diesem Investment sollen die Entwicklung innovativer Unternehmen gefördert und die Aktivitäten im Bereich Forschung und Entwicklung weiter gestärkt werden. Zudem ist die Zusammenarbeit eine Möglichkeit, sich einen Überblick über Entwicklungen und Trends in der Start-up-Szene zu verschaffen. Thematisch ist der Fonds breit aufgestellt. Investoren der Public-Private-Partnership sind das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi), die KfW Bankengruppe sowie namhafte Wirtschaftsunternehmen – darunter nun auch STIHL.

- ① WWW.ACTIVATR.PIONIERGEIST.XYZ
- ① WWW.HIGH-TECH-GRUENDERFONDS.DE



8

STIHL MITARBEITER
UND 10 GRÜNDER
ARBEITETEN SEIT
HERBST 2016 AN
4 PROJEKTEN.



EINE IDEE WAR
BISLANG
ERFOLGREICH:
„FREIRAUM“.



FREIRAUM
GmbH

„FREIRAUM“ WILL MIT SEINER
MESSAGING- UND DOKUMENTEN-
MANAGEMENT-ANWENDUNG
MEMOMEISTER HANDWERKLICHEN
BETRIEBEN DIE ARBEIT IM BÜRO
UND IM FELD ERLEICHTERN.

- ① WWW.FREIRAUM.XYZ
- ① MEMOMEISTER.COM