



#### Nur keine Angst

Boxer Wladimir Klitschko trainiert jetzt Manager, Unternehmer Jörg Mittelsten Scheid hat seine Punkte bereits gemacht

FOTO: DOMINIK BUTZMANN FÜR WIRTSCHAFTSWOCHE

# „Sie hatten viele Lucky Punches“

## DIGITAL CHAMPIONS AWARD

Der 81-jährige Jörg Mittelsten Scheid hat gezeigt, dass er Digitales mag. Der langjährige Chef von Vorwerk landete mit dem Küchengerät Thermomix einen Coup, der an Apples iPhone erinnert. Dafür wurde er nun ausgezeichnet. Ein Gespräch über Wendigkeit und Ausdauer – mit ihm und seinem Laudator Wladimir Klitschko.

**Herr Mittelsten Scheid, Sie wollten Juraprofessor werden, haben sich aber von Ihrem Onkel überreden lassen, in das Familienunternehmen Vorwerk einzutreten – und wurden ein erfolgreicher Chef. Sie, Herr Klitschko, haben das Boxen anfangs gehasst, wurden dann mehrfach Weltmeister. Wie passt das zusammen: Erst zaudern und dann Champion werden?**

**Mittelsten Scheid:** Ich saß damals an meiner Habilitation und habe Tischler beneidet. Die hatten am Freitagabend einen Tisch fertig, mit einer schönen Schublade, schönen Beinen. Ich wollte auch etwas Greifbares schaffen. Und als ich meinem Institutsleiter vom Angebot meines Onkels erzählt habe, meinte er: Sie können jederzeit zurückkommen. Versuchen Sie's!

**Klitschko:** Mein Bruder war der geborene Boxer. Ich hingegen musste es erst lernen. Eines Tages kam mein Bruder von einem Kickboxing-Turnier in Disney World aus den USA zurück – mit ganz vielen bunten

Bildern. Wir kannten damals, zu Sowjetzeiten, die Welt nur in Schwarz-Weiß. Ich wollte die Welt sehen. Also habe ich mir gedacht: Okay, fange ich auch mit dem Boxen an.

**Herr Mittelsten Scheid, wann wurde Ihnen klar, dass Sie das Zeug dazu haben, ein Unternehmen zu führen?**

**Mittelsten Scheid:** Als Jurist hat man einen großen Vorteil: Man hat gelernt, den Kern einer Sache zu analysieren. Das hilft. Wenn sich in Besprechungen eine Diskussion verliert, braucht es jemanden, der sie wieder auf den wichtigen Punkt zurückführt. Dafür genießt man schnell Akzeptanz. Dass ich ein Unternehmer war, habe ich aber erst viel später gemerkt.

**Sie standen fast 40 Jahre an der Unternehmensspitze; es gab auch Rückschläge.**

## Digital Champions Award 2017

Wie weit ist die Digitalisierung im Mittelstand angekommen, und wo besteht noch Nachholbedarf? Zum zweiten Mal gehen die WirtschaftsWoche und die Deutsche Telekom gemeinsam dieser Frage nach und zeichnen Unternehmen aus, von deren Erfolg andere lernen können. Arbeitsprozesse, Kundenerlebnis, digitale Transformation oder Produkte – in jeder Kategorie gibt es Pioniere.



**Sie haben mit Vorwerk Fertighäuser und Einbauküchen verkauft. Beides floppte ...**

**Mittelsten Scheid:** Das war nicht schlimm. Es gehört zu einem Unternehmer, dass er Mut hat. Dass er etwas riskiert. Dann weiß man, dass man auch scheitern kann. Und dass man das dann auch konsequent beenden muss.

**Herr Klitschko, welche Niederlage hat Sie besonders geschmerzt?**

**Klitschko:** Für die größte Niederlage bereite ich mich noch vor. Aus Niederlagen entstehen auch neue Möglichkeiten. Dass zu verlieren nicht gleich das Ende bedeutet, sollte jeder verinnerlichen. Es ist eine Frage der Einstellung. Nur wer aufgibt, hat wirklich verloren. Nicht gegen seinen Konkurrenten, sondern gegen sich selbst.

**Scheitern ist in der Wirtschaft das neue Mantra. Bei Start-ups, denen große Unternehmen gern nacheifern, gilt die Niederlage schon als Wert an sich. Zu Recht?**

**Mittelsten Scheid:** Bei uns in Deutschland wird Scheitern immer noch kulturell als ein Versagen gesehen. Darüber müssen wir hinwegkommen. Scheitern ist eine Möglichkeit, Erfahrungen zu schöpfen. Vielleicht auch eine Möglichkeit, neue Kräfte zu mobilisieren. Aber so weit sind wir in Deutschland noch nicht. Wir müssen Mitarbeitern die Möglichkeit geben, sich zu entfalten, neue Ideen einzubringen. Ich bin richtig stolz, dass wir im nächsten Jahr ein neues Produkt herausbringen werden, bei dem die Idee von jungen Leuten aus unserer Verwaltung kommt.

**Verraten Sie uns doch bitte das nächste große Vorwerk-Ding.**

**Mittelsten Scheid:** (lacht) Nein, das mache ich nicht. Aber so viel kann ich Ihnen sagen: Das Gerät haben junge Führungskräfte aus verschiedenen Abteilungen bei einem Workshop entworfen. Und wir haben ihnen den Freiraum gegeben, die Sache voranzutreiben.

**Der Druck auf Manager, die richtige Digitalstrategie zu finden, ist enorm. Da findet auch viel Folklore statt wie „Kapuzenpulli statt Anzug“. Wie schafft man es, sich dabei auf das zu konzentrieren, was für die Zukunft entscheidend ist?**

**Mittelsten Scheid:** Der große Vorteil des Familienunternehmers ist: Wir brauchen keine Quartalsberichte zu machen, und Managerverträge sind nicht auf drei Jahre befristet. Unsere Aufgabe ist es, das Unternehmen gesund an die nächste Generation



weiterzugeben. Wir haben mehr Zeit und damit auch mehr Freiheit.

**Die meisten Unternehmer tun sich schwer, die Digitalisierung auch als Chance zu verstehen, neue Geschäftsmodelle zu erfinden. Wie schafft man es als Chef, Mitarbeitern die Angst zu nehmen, ihnen Lust auf Neues zu machen?**

**Klitschko:** Wenn ein Bär lernen kann, im Zirkus Fahrrad zu fahren, dann kann der Mensch doch auch lernen, die Möglichkeiten der Digitalisierung zu nutzen. Das ist etwas, das von Menschen entwickelt worden ist – für die Menschen. Das das Leben vereinfacht.

**Mittelsten Scheid:** Bis in die Sechzigerjahre haben wir fast nur für den deutschen Markt produziert – aber es war klar, dass wir internationaler werden müssen. Damals habe ich die Führungsmannschaft mit in die Welt genommen. Wir sind nach Amerika, nach Thailand gereist. Wir haben uns mit dem Buddhismus beschäftigt und sind dort in die Märkte gegangen. Es ist wichtig, dass der Kopf sich ständig weitet. Heute haben die Älteren vielleicht Angst vor der Digitalisierung. Die Jungen aber nicht. Die wachsen damit auf, sind neugierig. Und Neugier ist die Grundvoraussetzung für Innovation.

**Klitschko:** Aber wie schaffen Sie es mit über 80, so offen an diese Dinge ranzugehen, wie es normalerweise nur unsere jüngeren Generationen tun?

**Mittelsten Scheid:** Neugier. Wenn man nicht mehr neugierig ist, dann bleiben wir stehen.

**Herr Klitschko, Sie starten gerade Ihre Zweitkarriere – und bieten unter dem Namen Challenge Management Kurse für Führungskräfte an, die nicht von der Digitalisierung abgehängt werden möchten. Was bringen Sie den Managern bei?**

**Klitschko:** Wer sich nicht rechtzeitig digitalisiert, der wird im übertragenen Sinne ausgeknockt. Wenn es wirtschaftlich gut läuft, wird diese Gefahr gern unterschätzt. Die Menschen haben Angst vor dem, was sie nicht kennen. Oder zumindest Respekt. Ich will ihnen helfen, mit dieser Angst umzugehen. Will sie fürs digitale Zeitalter fit machen.

**Würden Sie sich von Herrn Klitschko coachen lassen, Herr Mittelsten Scheid?**

**Mittelsten Scheid:** (lacht) Von ihm immer! Ich glaube, dass die Psychologie in der Wirtschaft zu kurz kommt. Den Homo oeconomicus, auf den die Menschen gern reduziert werden, gibt es nicht. Das müssten auch mehr Manager berücksichtigen.

**Sie verstehen offenbar, wie Menschen ticken. Der Thermomix, der Bestseller von Vorwerk, ist vernetzt, die Rezepte erscheinen auf dem Display, bald sollen auch die Zutaten per Klick angeliefert werden. Andererseits bekommt man den Thermomix nur analog – auf Verkaufspartys. Warum diese aus der Zeit gefallene Strategie?**

**Mittelsten Scheid:** Weil ich überzeugt bin, dass wir im Netz viel weniger verkaufen würden. Wenn Sie den Thermomix online sehen und dann noch den Preis dazu ...

**... ab 1200 Euro aufwärts.**

**Mittelsten Scheid:** ... dann fragen Sie sich: Ist er das Geld wert? Sie werden ihn erst kaufen, wenn Sie sehen, was der alles kann, und das Ergebnis auf der Zunge erlebt haben. So hat es ja angefangen: Unser Staubsauger in den Dreißigerjahren war eine geniale Erfindung, aber die Händler wollten und konnten

**„Es ist wichtig, dass der Kopf sich ständig weitet. Wenn wir nicht mehr neugierig sind, dann bleiben wir stehen“**

**Jörg Mittelsten Scheid**, als Digitalisierungsmacher für sein Lebenswerk geehrt

ihn nicht verkaufen. Zum einen, weil er zu billig war, als dass sie daran noch etwas verdient hätten. Zum anderen, weil die Leute so etwas noch gar nicht kannten. Wir hätten das Produkt einstellen müssen, wenn nicht mein Vater aus Amerika zurückgekommen wäre, wo er bei Hoover den Verkauf von Vertretern an der Haustür gesehen hatte – und sich gesagt hat: Das versuchen wir jetzt auch einmal.

**Herr Klitschko, haben Sie einen Thermomix?**  
**Klitschko:** Ehrlich gesagt, nein. Aber ich überlege, mir einen anzuschaffen.

**Dann müssten Sie zu einer Verkaufsparty.**

**Mittelsten Scheid:** Sonst würde ich Ihnen keinen verkaufen.

**Klitschko:** Und Ihr Unternehmen braucht sicher auch Kurse für Challenge Management ...

**Mittelsten Scheid:** (lacht) Wir sprechen uns wieder, wenn Sie eine Thermomix-Vorführung mitgemacht haben.

**Deal, Herr Klitschko?**  
**Klitschko:** Ich schlage ein.

**Vorwerk ist von dem Erfolg des Thermomix sehr abhängig. Wie stellen Sie sicher, Herr Mittelsten Scheid, dass es auch nach dem Sensationserfolg weitergeht?**

**Mittelsten Scheid:** Die Erfahrung aus fast 135 Jahren Unternehmensgeschichte zeigt: Keine Welle hält ewig, alle Geschäfte durchlaufen Höhen und Tiefen. Wir haben viele Ideen. Aber nichts in der Welt ist sicher.

**Der richtige Treffer zur richtigen Zeit, Herr Klitschko, damit kennen Sie sich aus ...**

**Klitschko:** Das ist der Lucky Punch, den man im Boxen wie in der Wirtschaft landen kann. Er ist nur nicht so einfach. Fast zehn Jahre habe ich die Schwergewichtsklasse dominiert. Auf einmal habe ich gemerkt, dass ich mit dem langjährigen Erfolg unbewusst aufgehört habe anzugreifen, sondern nur noch in der Deckung verharrt habe. Mir ging es nur noch darum, meine Titel zu verteidigen. Doch Verteidigen heißt: nicht selbst zu entwickeln, nicht ins Risiko zu gehen, sondern zu konservieren, zufrieden zu sein mit dem, was man hat. Und dann kommt irgendwann der Konkurrent und haut dich um – im Boxen ebenso wie in der Wirtschaft.

**Sie werden also noch einmal angreifen – und eine Revanche gegen Anthony Joshua, gegen den Sie im April spektakulär verloren haben, fordern?**

**Klitschko:** Dazu kann ich noch nichts sagen. Ich nehme mir die Zeit, die es für diese Entscheidung braucht.

**Mittelsten Scheid:** Da sind wir uns ähnlich. Ich greife Produktankündigungen auch nicht vor.

**Herr Mittelsten Scheid, haben Sie bereut, nicht zurück in die Wissenschaft gegangen zu sein?**

**Mittelsten Scheid:** Nein, ich hatte eine riesige Freude bei allem, was ich tat. Und auch viel Glück.

**Klitschko:** Sie hatten viele Lucky Punches, weil Sie es immer wieder versucht haben.

**Und Sie, Herr Klitschko?**

**Klitschko:** Boxen war die beste Berufswahl. Durch den Sport konnte ich viel reisen – und das war besser als jede Universität. ■

**varinia.bernau@wiwo.de,  
astrid.maier@wiwo.de**

## DIGITALES KUNDENERLEBNIS

# Software statt Dienstwagen

**Rödl & Partner** Die Prüfer und Berater aus Nürnberg vernetzen sich per Cloud und Software mit ihren Mandanten und Mitarbeitern in aller Welt.

**M**artin Wambach kann den Stand der Digitalisierung seiner Firma am Tacho seines Autos ablesen: 8000 Kilometer war er vergangenes Jahr weniger unterwegs. „Ich nutze den Videochat Skype, um mit Kunden und Mitarbeitern zu sprechen“, sagt der geschäftsführende Partner bei der Prüfungs- und Beratungsgesellschaft Rödl & Partner, „das spart viel Zeit.“

In vielen der weltweit mehr als 100 Niederlassungen stehen dafür smarte Großbildschirme. Auf diesen können die Berater Videochats durchführen – und per Stift auf dem Schirm mit den Kunden oder Kollegen an digitalen Dokumenten arbeiten. Das sei fast so, als wären alle in einem Raum, sagt Wambach.

**Laptop aufklappen und arbeiten**

Die Videowand ist nur eine von vielen Ideen, mit denen sich Rödl & Partner fürs digitale Zeitalter rüstet. „Wir haben die IT, früher eine lästige Pflicht, zum strategischen Erfolgsfaktor erklärt“, so Wambach. Auf der Webseite der Berater kann man einen WhatsApp-Kanal abonnieren – und sich per Chat über aktuelle Entwicklungen in Wirtschaft, Steuern oder Recht informieren. Zugleich verlagerte IT-Chef Ingo Wolf Office-Dokumente, Mandantendaten und das Auftrags-

management in eine Cloud. Auch die SAP-Systeme und Daten der Mandanten sind via Internet nun mit der Software der Prüfer verbunden. „Es ist egal, wo unsere Mitarbeiter gerade sind“, sagt Wolf, „sie müssen nur noch den Laptop aufklappen und haben ihre komplette Arbeitsumgebung dabei.“

Die Jury des Digital Champions Awards hat diese Konsequenz überzeugt – sie verlieh Rödl & Partner den Preis für das beste digitale Kundenerlebnis. Denn alles, was an Digitalisierung hier passiere, biete dem Kunden einen Mehrwert, so das Votum.

Das zeigt sich längst auch im Feedback der Klientel: Die Berater und Prüfer punkteten nun, da sie mit den Kunden viel verzahnter, schneller und effizienter arbeiteten, sagt Geschäftsführer Wambach – selbst wenn der Dienstwagen mal in der Garage bleibt.

**andreas.menn@wiwo.de**

## DIGITALE TRANSFORMATION MITTELSTAND

# Abheften war gestern

**Haufe Gruppe** Der Mittelständler aus Freiburg hat sich in zwei Dekaden vom Verlagshaus zum Softwareunternehmen gewandelt.

**G**raue Linoleumböden und braune Schrankwände – die älteren Gebäude der Haufe Gruppe im Industriegebiet des Freiburger Westens lassen den ursprünglichen Geist des Verlags noch erahnen. 1951 von Berlin ins Breisgau gezogen, stand Haufe mit seinen Loseblattsammlungen für Steuer- und Personalthemen lange Zeit für Ordnung im klassischen Sinne.

Tatsächlich aber hat Firmenchef Markus Reithwiesner in den vergangenen zwei Jahrzehnten mit allem Nachdruck den Muff aus dem einstigen Verlagshaus vertrieben und diesen zum Softwareanbieter umgebaut: Seit 1990 wuchs der Umsatz von damals 50 Millionen Euro auf gut 300 Millionen Euro im vergangenen Jahr – und 95 Prozent davon entfallen auf rein digitale Produkte.

Während viele andere Mittelständler den Weg ins digitale Zeitalter noch suchen, ist die Haufe Gruppe Vorbild, wo es langgehen kann, so die Einschätzung der Jury des Digital Champions Awards. „Haufe hat früh erkannt, dass sie ihr Stammgeschäft karnalisieren müssen“, lobt Eva



**Skype ersetzt Dienstreisen**  
**Geschäftsführer Wambach vernetzt sich digital**

FOTO: DAVID KLAMMER FÜR WIRTSCHAFTSWOCHEN

Jagalla, zuständig fürs Tagesgeschäft beim Technologieunternehmen Navvis und eine der Juroren.

#### Software statt Loseblattsammlung

Einfach war der Wandel nicht: „Wir haben analoge Euro gegen digitale Cent getauscht“, sagt Reithwiesner. Er muss heute also deutlich mehr Produkte zu geringeren Stückpreisen verkaufen. Dass der Umbau dennoch erfolgreich verlief, verdanken die Freiburger einer Mischung aus vorausschauender Planung und glücklicher Fügung: So beteiligte sich Haufe 1993 an dem Softwarehaus Lexware, einem kleinen Start-up, das Programme für die Lohn- und Finanzbuchhaltung für Freiberufler im Angebot hatte. Das Experiment gab den Weg frei in die Welt der Digitalos. „Lexware hat uns gezeigt, wie schnell Veränderungen vorangetrieben werden können“, sagt Reithwiesner. 1997 kam die Komplettübernahme, da machte der Zukauf noch einen Umsatz in einstelliger Millionenhöhe und schrieb Verluste. Nach harter Restrukturierung war die Firma sechs Jahre später bereits die größte und profitabelste in der Unternehmensgruppe, da die Kunden die digitalen Angebote bevorzugten. Nach dem Lexware-Vorbild verschwanden schließlich immer mehr einstige Printprodukte – und wurden durch Softwarelösungen ersetzt.

Reithwiesner hat inzwischen den nächsten Schritt der Digitalisierung eingeleitet: die Umstellung herkömmlicher Software auf Cloud-Lösungen, die die Kunden nicht mehr auf eigenen Computern installieren. „Das bedeutet, dass wir statt einmaliger Lizenzen eine monatliche Mietgebühr erhalten“, so der Chef. Davon erhofft er sich den nächsten Turbo: Bis 2021 sollen die Erlöse auf bis zu 500 Millionen Euro wachsen.

michael.kroker@wiwo.de



**Der Digitalisierer**  
Haufe-Chef Reithwiesner geht in die Cloud



**Wandler der Kultur**  
Transformationsmanager Bruhn

#### DIGITALE PROZESSE UND ORGANISATION

### Wo der Kunde an der Wand hängt

**Takkt** Der Versandhändler für Büroausstattung bringt seine Mitarbeiter dazu, wie Softwareentwickler zu arbeiten – und zu denken.

Viele Unternehmen gehen ihre Selbsterneuerung nur halbherzig an. Sie gestatten zwar ihren Mitarbeitern, mit Kapuzenpulli ins Büro zu kommen. Aber sie zwingen ihnen zugleich mit aufs Jahr festgezurrt Budgetplänen ein altes Arbeiten auf. Bei dem zur Haniel-Gruppe gehörenden Büroausstatter Takkt ist das anders: Der hat sich in den vergangenen Monaten verändert, als handle es sich bei ihm um einen Durchstarter aus dem Silicon Valley.

Die Marketingmitarbeiter etwa koordinieren ihre Kampagnen jetzt mit Tafeln, wie sie Softwareentwickler nutzen: Das ursprünglich aus Japan stammende Kanban-System zur Projektsteuerung soll Arbeit und Abläufe agiler machen. Dabei zeigen bunte Postits neuerdings für alle sichtbar an, welches Projekt „anstehend“, „in Arbeit“ oder „erledigt“ ist. Auf den Gängen hängen Bilder verschiedener Kundentypen, damit sich die

Vertriebler besser auf sie einstellen können. Und die Teams zurren ein neues Produkt nicht mehr zu Projektbeginn fest, sondern entwerfen es nach und nach, stets neu angepasst an Erfahrungen aus Kundentests. Für Dietmar Grichnik, Professor für Unternehmensgründung an der Universität St. Gallen und Jurymitglied des Digital Champions Awards, ist es „eine Ausnahme, dass sich ein etabliertes Unternehmen so konsequent für die digitale Transformation fit macht“. Die Jury verhalf Takkt deshalb aufs Siegereppchen.

#### Risiko ist Pflicht

Die Stuttgarter Gruppe beliefert in Europa und Amerika mehr als drei Millionen Kunden. Der bisher stark durch Übernahmen gewachsene Konzern will künftig vermehrt aus eigener Kraft wachsen. „Das geht nicht ohne einen Kulturwandel“, sagt Takkts Leiter für digitale Transformation, Peter Bruhn. 50 Millionen Euro sollen in Digitalexperimente fließen. Die Vorstandsvorgabe: Wenn dabei nicht ein Teil schiefeht, war das Risiko zu klein. Und weil agiles Arbeiten agile Budgets voraussetzt, überprüfen die Manager nun die Projekte bereits nach 100 Tagen und passen die Budgets an. So kann der Konzern Erfolg versprechende Projekte schnell mit mehr Geld ausstatten – und die Irrlichter killen.

thomas.stoelzel@wiwo.de

FOTOS: BERTHOLD STEINHILBER FÜR WIRTSCHAFTSWOCHEN; MARKUS PLETTMANN, PR

### Zwischen Unsicherheit und Aufbruch

Der Brexit und die globale Handelspolitik sind die Themen in Chefetagen. Deloitte-Chefökonom Alexander Börsch spricht über versteckte Risiken für deutsche Firmen und neue Wege in Politik und Wirtschaft.



Alexander Börsch

#### Herr Börsch, vor welchen Herausforderungen stehen deutsche Unternehmen derzeit?

Geopolitische Risiken bereiten Unternehmen gerade am meisten Bauchschmerzen. Dazu zählen populistische Wirtschaftspolitik in wichtigen Märkten und wachsender Protektionismus, wie unser aktueller CFO Survey zeigt. Und dann wäre da noch der Brexit, der in der Risikowahrnehmung direkt auf Platz 3 folgt.

#### Ist der Brexit schon Thema in Unternehmen oder wird er erst mit den Austrittsverhandlungen in den Fokus geraten?

Der Brexit hat unterschiedliche Auswirkungen für die Branchen. Der Finanzbereich muss sofort handeln und kann einige Folgen bereits vorhersehen. Im Handel sieht es anders aus: Neue Regeln für Waren oder Dienstleistungen werden für Bewegung sorgen. Noch ist aber unklar, ob tatsächlich WTO-Zölle gelten oder andere Regelungen verhandelt werden.

#### Bei allen Herausforderungen: Gibt es in den nächsten Monaten und Jahren Chancen für Deutschland?

Die Digitalisierung bietet die große Chance, neue Technologien – Robotics, Data Analytics – für verschiedene Branchen nutzbar zu machen. Hinzu kommen die Handlungsoptionen, für die der Protektionismus mancher Länder indirekt sorgt: Künftig wird es mehr Freihandelsabkommen in neuen Märkten geben, zum Beispiel mit Indien, Japan, Vietnam, Neuseeland oder Australien.

Das ausführliche Interview finden Sie auf [www.handelsblatt.com/deloitte](http://www.handelsblatt.com/deloitte)

### Die Jury

Unternehmer, Wissenschaftler, IT-Managerinnen – und ein ehemaliger Boxweltmeister.



**Miriam Meckel**  
Herausgeberin  
WirtschaftsWoche



**Hagen Rickmann**  
Geschäftsführer für  
Geschäftskunden bei der  
Telekom Deutschland



**Wladimir Klitschko**  
Unternehmer und  
ehemaliger Schwergewichtsweltmeister



**Dietmar Grichnik**  
Professor für  
Entrepreneurship an der  
Universität St. Gallen



**Eva Jagalla**  
Chief Operating Officer  
von Navvis



**Gesche Joost**  
Leiterin des Design  
Research Lab, Universität  
der Künste Berlin



**Hubertus Porschen**  
Vorsitzender  
des Verbandes  
Die Jungen Unternehmer



**Andreas Rebetzky**  
Präsidiumsmitglied des  
Bundesverbandes  
der IT-Anwender Voice

#### Wissenschaftliche Partner



**Walter Brenner**  
Direktor des Instituts für  
Wirtschaftsinformatik an  
der Universität St. Gallen



**Marc Gruber**  
Professor für Entrepreneurship & Technology  
Commercialization an  
der Eidgenössischen Technischen  
Hochschule Lausanne

#### DIGITALE PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

### Prinzip Kaffeemaschine

**Endress+Hauser** Der Schweizer Messtechnikhersteller hat konsequent eines seiner Hauptprodukte für die Digitalisierung aufgerüstet.

Man müsse sich das wie bei einer Kaffeemaschine vorstellen, sagt Günther Lukassen, Deutschlandchef des Schweizer Messtechnikspezialisten Endress+Hauser: „Die funktionierte früher so lange, bis sie verkalkt war und dann ausfiel.“ Heutige Geräte informieren dagegen ihre Besitzer selbst darüber, wann wieder Spülung und Entkalkung notwendig seien. So ähnlich laufe das jetzt auch im Geschäft von Endress+Hauser – mit Sonden für Chemiewerke, Kläranlagen oder Ölbohrinseln. Lukassen hat dafür eines der Produkte des Hauses fürs digitale Zeitalter gerüstet. Eine Messsonde namens Memosens bekam einen speziellen Sensor, der die Messdaten über WLAN und Bluetooth sofort zur Verfügung stellt. Sie kann in Echtzeit etwa den pH-Wert einer Flüssigkeit übertragen. Statt wie früher über einen speziellen Leitstand können die Daten nun direkt ausgelesen oder per App am Smartphone abgerufen werden. Die Sonde meldet auch, in welchem Zustand sich das Gerät befindet – oder das Datum für die nächste Wartung. Mit dieser Technologie können die Kunden, etwa Wasserwerke, an ihren Geräten nachbessern, bevor das Werk wegen eines defekten Teils stillsteht. „Die Echtzeitüberwachung von Prozessen, wie sie Memosens ermöglicht, verspricht enorme Effizienzgewinne“, sagt Hagen Rickmann, Leiter des Geschäftskundenbereichs der Telekom Deutschland und Juror des Digital Champions Awards. Endress+Hauser siegte in der Kategorie „digitale Produkte“.

Entstanden ist die digitale Messsonde nicht im schweizerischen Stammsitz, sondern einem unscheinbaren Bürogebäude in Freiburg. Dort arbeitet ein Team von zehn Entwicklern an der digitalen Transformation des Mittelständlers. Auch das kam bei der Jury gut an: Das Team tüftelt bewusst außerhalb des Stammhauses, damit die Digitalisierungsprojekte nicht von der Routine des Tagesgeschäfts erdrückt werden. Genug Abstand also für mehr neue Ideen. ■

michael.kroker@wiwo.de