

Winterhalter, Ralph; Wortmann, Christoph

Article

Industrie 4.0 bei mittelständischen Unternehmen

Marketing Review St.Gallen

Provided in Cooperation with:

Universität St. Gallen, Institut für Marketing und Customer Insight

Suggested Citation: Winterhalter, Ralph; Wortmann, Christoph (2018) : Industrie 4.0 bei mittelständischen Unternehmen, Marketing Review St.Gallen, ISSN 1865-7516, Thexis Verlag, St.Gallen, Vol. 35, Iss. 1, pp. 98-101

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/279608>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Industrie 4.0 bei mittelständischen Unternehmen

Wie schafft man es als bodenständiges, mittelständisches Unternehmen, im zunehmenden Wettbewerb zu bestehen? Welche Chancen bietet die Digitalisierung und wie lassen sich konkrete Use-Cases realisieren? Diesen und weiteren Fragen stellt sich Ralph Winterhalter, CEO der Winterhalter Group, im vorliegenden Exklusivinterview.

Das Interview führt Christoph Wortmann, M.Sc., Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Marketing der Universität St. Gallen



Geschätzter Herr Winterhalter. Ihre Firma existiert nunmehr seit fast 70 Jahren. Wenn man sich einmal die Firmenhistorie betrachtet, wofür stand Winterhalter in den Anfangsjahren und wofür steht es heute? Was sind verbindende Elemente?

Seit der Erfindung der ersten gewerblichen Winterhalter-Spülmaschine durch meinen Grossvater Karl Winterhalter hat sich vieles verändert: die Bedürfnisse der Kunden sowie die technischen Möglichkeiten. Und natürlich das Unternehmen selbst: Als Maschinenhersteller vom Bodensee haben wir uns zum internationalen Gesamtsystemanbieter für Spültechnik entwickelt. Zum kompetenten Berater. Zum Spülspezialisten mit einem Fullservice-Angebot. Heute steht der Name Winterhalter weltweit für höchste Qualität und Zuverlässigkeit sowie für intelligente Lösungen. Und für Innovationen, die den Markt prägen und den Weg in die Zukunft weisen.

Aber eines hat sich seit der Gründung im Jahre 1947 nicht verändert:

Noch immer steht nicht die eigene Leistung, das einzelne Produkt oder die Technik im Vordergrund. Sondern allein der Nutzen für unsere Kunden. Wir bei Winterhalter sorgen für erstklassige Spülergebnisse, für sauberes Geschirr und brillante Gläser. Das war von Anfang an das Ziel meines Grossvaters. Und das ist bis heute unser Versprechen.

Heutzutage kommt man ja an den Begriffen Digitale Transformation und Industrie 4.0 nicht vorbei. Einmal ganz generell gesprochen: Was verstehen Sie darunter?

Für mich persönlich liegt ein ganz grosser Gewinn in den Themen Digitalisie-

rung und Industrie/Marketing 4.0. Durch die enormen technischen Fortschritte bei der Vernetzung und Datenauswertung generiert die Digitalisierung in allen Lebensbereichen ganz neue Angebote, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle. Und dies massgeschneidert auf die persönlichen Bedürfnisse. Denken Sie zum Beispiel an „Spotify“. Kunden wollen Musik hören, aber nicht zwangsläufig besitzen. Genau da setzen wir mit unserem alternativen Bezahlmodell PAY PER WASH an.

Oder etwa beim Auto. Hier zeigt mir eine App, in welchem Zustand sich mein Fahrzeug befindet, wie viele Kilometer es mit welchem Spritverbrauch gefahren ist, und wann es wieder zum Service muss. Kunden verlangen mehr Transparenz – und das in jedem Lebensbereich.

Mit unserem digitalen Geschäftsmodell CONNECTED WASH treffen wir genau den Bedarf unserer Kunden. Sie erhalten Informationen über den Betriebszustand der Spülmaschine,

Ralph Winterhalter

CEO Winterhalter Group

ralph.winterhalter@winterhalter.de

„Kunden wollen Musik hören, aber nicht zwangsläufig besitzen. Genau da setzen wir mit unserem alternativen Bezahlmodell PAY PER WASH an.“

Winterhalter Gastronom GmbH

Die Winterhalter Gastronom GmbH wurde 1947 von Karl Winterhalter in Friedrichshafen am Bodensee gegründet. Heute führen Jürgen und Ralph Winterhalter, Sohn und Enkel des Firmengründers, das Familienunternehmen. Mit mehr als 1500 Mitarbeitern weltweit zählt die inhabergeführte Firmengruppe zu den Global Playern der Grossküchenbranche.

Winterhalter ist Spezialist für gewerbliche Spülsysteme. Mit Spülmaschinen, Spülchemie, Wasseraufbereitungsgeräten und Spülkörben bietet Winterhalter ein Gesamtsystem, das perfekte Spülergebnisse garantiert. Darüber hinaus zeichnen sich Winterhalter-Produkte durch höchste Wirtschaftlichkeit und Bedienfreundlichkeit aus und stehen seit Jahrzehnten für Innovation und Zuverlässigkeit in der Spülküche.

Weltweit vertrauen Kunden aus Gastronomie, Systemgastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung sowie Bäckereien und Metzgereien auf die hohe Qualität der Winterhalter-Spülprodukte.

Der Hauptsitz des Unternehmens befindet sich in Meckenbeuren am Bodensee. Weitere Produktionsstandorte wurden in Endingen (Deutschland) und in Rüthi (Schweiz) sowie für den asiatischen Markt in Rayong (Thailand) eröffnet. Weltweit ist Winterhalter in mehr als 70 Ländern mit Niederlassungen oder Partnern vertreten.

über Verbrauchswerte und über Möglichkeiten zur Ressourcenschonung.

Jeder Unternehmer hat ein Thema, das ihn begeistert. Meines ist die digitale Küche. Die Digitalisierung bedeutet für uns alle eine Zeitwende – und für uns als Unternehmen ein Meilenstein in der Firmengeschichte. Wir sind uns sicher, dass wir damit unsere Marke für die Zukunft sichern und den Erfolg weiter ausbauen können.

Ihre Initiativen im Bereich „Industrie 4.0“ haben Vorbildcharakter. Was war der Auslöser für ein Engagement in diesem Bereich?

Die Idee zu CONNECTED WASH entstand aus meiner Zeit in England. Unsere Kunden wollten immer genau wissen, welche Maschine mit welchem Baujahr und welcher Seriennummer zum Beispiel wie viele Spülgänge gemacht hat. Diese und weitere Informationen haben wir früher schon notiert – allerdings händisch, was natürlich ein enormer Zeitaufwand war. Wir haben uns dann gefragt, wie auch wir die

Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen können, um unsere Kunden noch besser zu unterstützen.

Neu ist nun, dass unsere Kunden die Informationen jederzeit und überall via Smartphone oder online abrufen können. Das ist auch der grosse Vorteil von CONNECTED WASH. Wir beginnen, systematisch Informationen zu ermitteln, die dem Kunden

Mit unserem digitalen Geschäftsmodell CONNECTED WASH treffen wir genau den Bedarf unserer Kunden.

bessere Entscheidungsfähigkeit und letztendlich Kosteneinsparungen bringen. Bisher war die Spülmaschine eine Art „Black Box“: Es gab kaum Informationen darüber, was im Inneren der Maschine und um sie herum passierte.

Mit CONNECTED WASH wissen wir mehr als je zuvor über den Spülprozess. Denn eines ist sicher: Nur wenn wir wissen, was im Laufe eines Spültages passiert, können wir unsere Kunden perfekt beraten und Betriebsabläufe optimieren.

Die Markteinführung von CONNECTED WASH & PAY PER WASH liegt ja nun schon etwas zurück. Können Sie nochmal kurz erklären, was es mit diesen Projekten auf sich hat und haben Sie schon eine Erfolgsrechnung diesbezüglich gemacht?

Unsere internationalen Niederlassungen befinden sich im Augenblick noch in der Einführungsphase.

CONNECTED WASH bietet Kunden mehr Sicherheit und Effizienz in der Spülküche: Mit CONNECTED WASH sind die Spülmaschinen per LAN oder W-LAN vernetzt und senden Maschinendaten praktisch in Echtzeit an einen Server. Mittels Computer, Tablet oder Smartphone haben Winterhalter-Kunden Zugriff auf die CONNECTED-WASH-App und können so die Maschinenfunktionen rund um die Uhr und von überall auf der Welt überwachen. Die von der Maschine gesendeten Daten werden analysiert, und, wenn erforderlich, in Handlungsempfehlungen für den Kunden umgewandelt. Dabei sind die Daten übersichtlich und nach Wichtigkeit sortiert: Die App gibt den Anwendern einen schnellen Überblick über den Status und alle wichtigen Daten der Maschinen.

PAY PER WASH ist ein alternatives Bezahlmodell, das es Kunden ermöglicht, ohne Anfangsinvestition und ohne finanzielles Risiko zu spülen. Kunden müssen ihre Untertisch- bzw. Durchschubspülmaschine bei dieser Lösung ab sofort nicht mehr kaufen,



PAY PER WASH Keyvisual

Fotos: Unternehmen



3 Generationen – 1 Vision: Mithilfe der Digitalisierung Wertschöpfung generieren (Karl, Jürgen und Ralph Winterhalter)

mieten oder leasen. Die sonst üblichen Anschaffungskosten entfallen. Die Abrechnung bei PAY PER WASH erfolgt nach tatsächlicher Nutzung – mit einem exakt kalkulierten Preis pro Spülgang. Damit sichern wir mit dem Bezahlmodell „null Risiko“ für Gastronomen zu. Sogar eventuell anfallende Reparaturen und Kosten für Wartung sind in dem festgelegten Preis inbegriffen. Somit ist das neue Bezahlmodell besonders interessant für exakt kalkulierende Gastronomen, die sich eine nutzungsbezogene Kostenabrechnung wünschen. Existenzgründer können sich ohne Anfangsinvestition auf perfekte Spülergebnisse verlassen.

Pioniergeist geht ja auch immer mit gravierenden Veränderungen einher. Wie haben Sie diesen Change-Prozess bei Winterhalter gemanagt, und glauben Sie, dass es KMUs hier leichter haben als Grosskonzerne?

Unser Zukunftsthema ist ganz klar die Digitalisierung. Wir sehen hier ein grosses Entwicklungspotenzial und glauben, dass die Profiküche mehr und mehr vernetzt wird. In den letzten 50 Jahren kamen unsere Innovationen im-

„Jeder Unternehmer hat ein Thema, das ihn begeistert. Meines ist die digitale Küche.“

mer aus dem Bereich Hardware – das „Blech“ musste noch besser sein, die Spülmaschine noch schneller oder die Verbrauchswerte noch geringer.

Zum ersten Mal kommt mit unseren digitalen Geschäftsmodellen eine Innovation aus dem Softwarebereich. Damit werden die Anforderungen an unsere Mitarbeiter breiter. Wir werden

auch in Zukunft die „Blechspezialisten“ und die Spülmaschinenspezialisten benötigen. Komplet neu für uns als Familienunternehmen im Maschinenbau ist nun, dass wir jetzt auch Softwarespezialisten benötigen. Wir sind uns sicher, dass wir damit die Zukunft unseres Unternehmens sichern und den Erfolg weiter ausbauen. Denn wir wollen uns nicht auf den Lorbeeren der letzten Jahrzehnte ausruhen.

Welche weiteren Aktivitäten planen Sie im Bereich Industrie 4.0?

Die Industrie 4.0 und Digitalisierung sind natürlich die Themen, die im Moment Einfluss haben auf alle Unternehmensbereiche – von Forschung & Entwicklung, Einkauf, die Produktion, über das Produktmanagement bis hin zum Marketing. Mit unseren Geschäftsmodellen der NEXT LEVEL SOLUTIONS haben wir die ersten Schritte gemacht. 