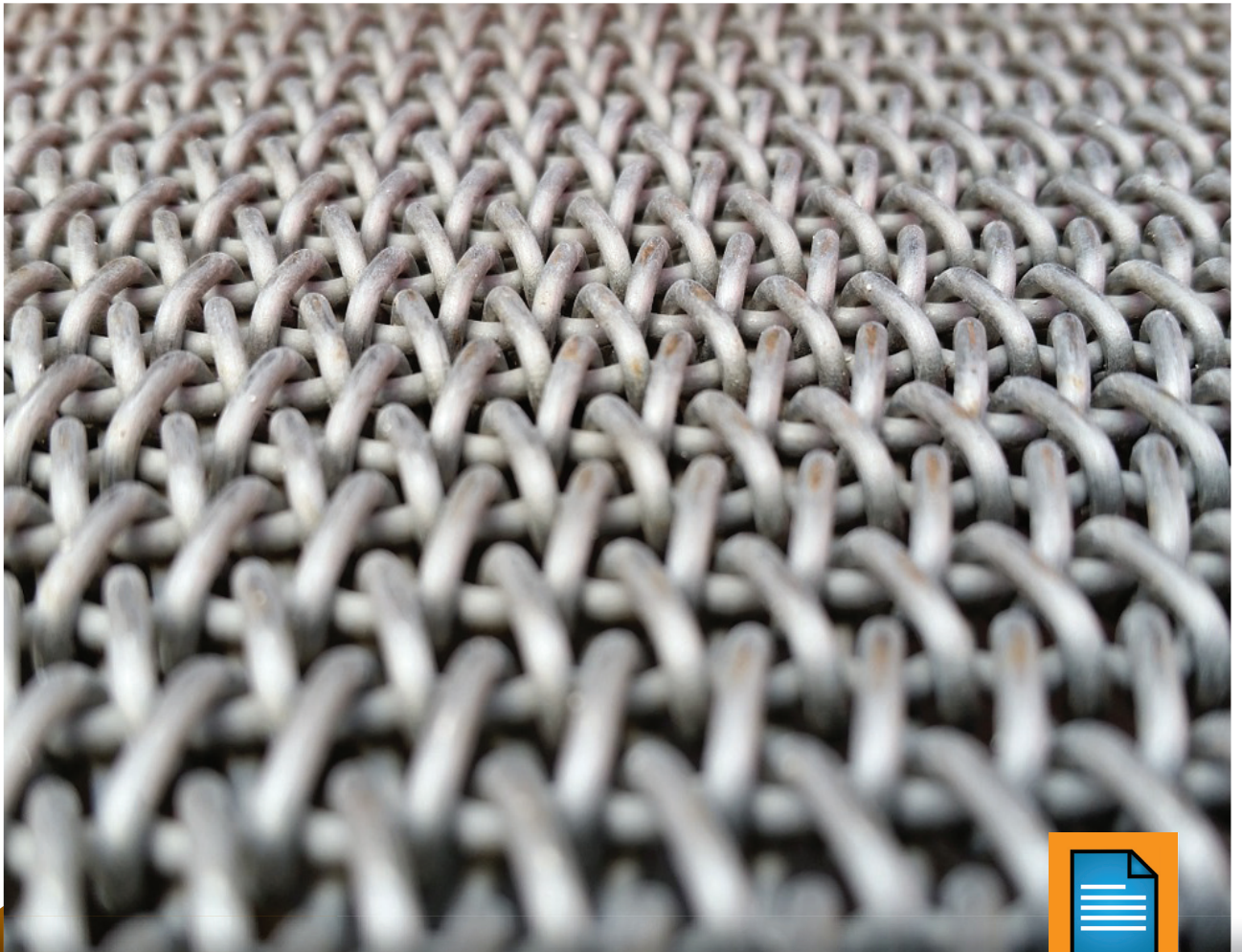




e**BUSINESS**LOTSE

INFOBÜRO FÜR UNTERNEHMEN

SÜDWESTFALEN-HAGEN



Praxis-
beispiel



Digitale Werkzeuge zum Wissens- und Technologietransfer:
Das Beispiel Kompetenznetzwerk für Oberflächentechnik

Unternehmerisches Wissen: Wie man mithilfe von Lernvideos und automatisiertem Wissensmanagement gemeinsam Innovationspotenziale erschließt.

Mittelstand-
Digital 

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



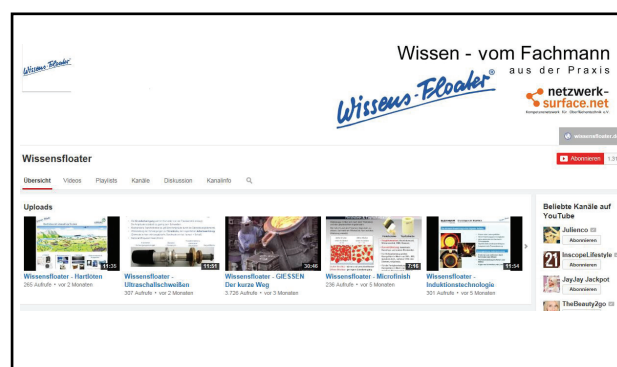
Erfolgreiche Unternehmen lernen vom Blick über den Tellerrand: Im Hattinger Unternehmensverbund „Kompetenznetzwerk für Oberflächentechnik e.V.“ (surface.net) haben sich 35 klein- und mittelständische Betriebe der Branche zusammengeschlossen, um gemeinsame Entwicklungspotenziale zu heben und die Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern. Hierzu zählen alle Beteiligten der Wertschöpfungskette in der Oberflächentechnik, wie produzierende Unternehmen, Zulieferer und Dienstleister.

Schwerpunkt der gemeinsamen Aktivitäten ist der Wissenstransfer zwischen den Unternehmen sowie zwischen Wirtschaft und Forschung. Neben technischen Themen spielen die Bereiche Aus- und Weiterbildung sowie Nachwuchsförderung eine wichtige Rolle. Für einen strukturierten Wissens- und Innovationstransfer setzen die Mitgliedsunternehmen neben dem persönlichen Austausch und Know-how-Gewinn über Netzwerkveranstaltungen verstärkt digitale Werkzeuge ein. Dazu zählen Lernvideos („Wissens-Floater“), drei verschiedene Markt-Beobachtungssysteme („Surface Monitor 1-3“) und ein internes digitales Forum des Vereins, in dem sich die Mitglieder zu bestimmten Themen und Problemen sowie Lösungen austauschen können. Der eBusiness-Lotse Südwestfalen-Hagen hat Geschäftsführer Achim Gilfert begleitet, um einen Einblick in die vorbildhafte Arbeit der Unternehmen zu bekommen.

Wissens-Floater: Lernvideos aus der Praxis

Ein vorbildhaftes Werkzeug ist der sogenannte Wissens-Floater, den das Kompetenznetzwerk zusammen mit dem Erfinder Prof. Dr.-Ing. Helmut Richter (i.R.) organisiert. Der Floater vermittelt mithilfe von Kurzlehrfilmen Wissen aus der Praxis. Interessierte können sich die Videos auf zwei verschiedenen Wegen anschauen: Auf der Webseite der Bergischen Universität und über den YouTube Kanal „Wissens-Floater“. In den Videos werden technologische Prozesse dargestellt. Es gibt dabei zwei Zielgruppen: die Ersteller eines Videos (Unternehmen), die mithilfe des Videos z.B. bei Studenten und Azubis auf ihr Unternehmen aufmerksam machen möchten und die Studenten aus technischen Fachrichtungen. Zudem sind die Lernvideos auch für Berufsschulen, Auszubildende und Beschäftigte, die sich weiterbilden wollen, wertvoll. 85 Videos gibt es bislang, teilweise auch in Englisch. „Die Betriebe bezahlen

den Film und können für ihre Technologie in der Studentenschaft werben. 2014 haben wir 345.000 Aufrufe verzeichnet. Jedes Thema gibt es nur einmal. Wir unterstützen die Unternehmen dann bei der Erstellung eines Wissens-Floaters“, verdeutlicht der Geschäftsführer des Kompetenznetzwerks für Oberflächentechnik e.V. und Partner des wisnet e.V. Achim Gilfert.



Kompetenznetzwerk für Oberflächentechnik e.V.

Der Verein „Kompetenznetzwerk für Oberflächentechnik e.V.“ fördert die Entwicklung von Unternehmen mit oberflächentechnischen Themenbezügen.

Der Verein besteht aus 35 Mitgliedern, u.a. Carl Aug. Picard GmbH, Dörken MKS-Systeme GmbH & Co. KG, Forschungsgemeinschaft Werkzeuge und Werkstoffe e.V., Delta Industrietechnik GmbH und Chemische Fabrik Wocklum Gebr. Hertin GmbH & Co. KG. Durch Netzwerkarbeit zwischen den Betrieben und Institutionen soll eine Beschäftigungs-, Standort- und Wettbewerbssicherung erreicht werden. Hierzu engagiert sich das Netzwerk durch Interaktion zwischen den Mitgliedern über Netzwerkveranstaltungen und elektronische Medien.

www.netzwerk-surface.net



Einmaliges Erlebnis: Bei dem Lotsen-Workshop „Wissensmanagement in der Produktion: Der Mensch und Industrie 4.0“ wurde die Datenbrille von über 130 Entscheidern aus der Oberflächentechnik bei dem Unternehmen Dörken erprobt.

Die Informations- und Lehrfilme folgen einem erprobten didaktischen Konzept und sollten eine Länge von 8-10 Minuten möglichst nicht überschreiten. Alle Videos sind gesammelt verfügbar. Die Unternehmen entscheiden, ob sie den Film im eigenen Hause selbst erstellen möchten. Die Filmrechte bleiben bei den Unternehmen. Wissens-Floater können und sollen einen technischen Bezug haben und sind nicht auf die Oberflächentechnik beschränkt.



Surface Monitor 1: Die digitale Marktbeobachtung

Zum Wissenstransfer stellt das Kompetenznetzwerk weitere Werkzeuge zur Verfügung. Um die Digitale Marktbeobachtung für die Mitglieder zu erleichtern, ist auf der Webseite des Vereins die öffentlich verfügbare Oberflächen-Suchmaschine in Form eines Suchschlitzes auf der Startseite eingebaut (der Surface Monitor 1). Der große Mehrwert für die Mitglieder: Die Suchmaschine scannt in Echtzeit alle Ergebnisse zu dem eingegebenen Begriff und durchsucht zuerst das komplette Webportfolio der Mitgliedsbetriebe sowie der Hochschulen und Institute. Als Mitglied taucht man so bei den Suchergebnissen stets oben auf und erst darunter werden weitere Treffer zum Suchbegriff aus dem Internet aufgelistet.

„So ist das Kompetenzprofil der Unternehmen auf einen Klick verfügbar und die Mitglieder haben über ihre Webseiten direkten Einfluss, wie sie gefunden werden wollen. Nichtmitglieder haben bei

technischen Anfragen die Möglichkeit, mithilfe der Suchmaschine direkt bei den Mitgliedern Leistungen zu finden, da die Ergebnisse entsprechend aufgelistet werden“, so Gilfert.

Surface Monitor 2: Der Regionalradar

Seit Januar 2015 ist im Forum des Kompetenznetzwerkes der Surface Monitor 2. eingebaut. Mit diesem sogenannten „Regionalradar“ werden regionale Nachrichten und Meldungen zum Thema Oberflächentechnik aus dem Internet gefiltert und zur Verfügung gestellt. Es handelt sich um einen automatisierten Nachrichtendienst, der nur den Vereinsmitgliedern zur Verfügung gestellt wird. Hier geht es um aktuelle Entwicklungen und Nachrichten aus der Oberflächentechnik. Der Radar beantwortet z.B. die Frage, was in der letzten Woche im Bereich Oberflächentechnik in einer bestimmten Region passiert ist.

Es handelt sich um einen gebündelten News-Alert, der auf verschiedene Quellen zugreift. Die Zusammenfassung ist sehr allgemein gehalten und reicht je nach der Menge der einlaufenden Nachrichten bis zu zwei Tage zurück. Die gefilterten Meldungen und Neuigkeiten betreffen alle Branchen der Oberflächentechnik und haben regionalen Bezug. „Der große Vorteil: Der Nutzer findet mit dem Regionalradar Dinge, die er sonst gar nicht entdeckt hätte. Er erhält Informationen, die er in dieser Bündelung nicht erhalten hätte. Der Radar nimmt dem Nutzer diese Arbeit ab“, so Gilfert und nennt ein Beispiel. „Wenn eine Firma beispielsweise zum Verkauf ansteht sieht der Nutzer das rechtzeitig. Ohne den Radar wäre er auf den Verkauf gar nicht erst aufmerksam geworden und hätte auch keine Schlüsse daraus ziehen können.“

Surface Monitor 3: Der Unternehmensmonitor

Das dritte digitale Werkzeug ist der kostenpflichtige Unternehmensmonitor: der Surface Monitor 3. Hier erhält der Nutzer individuelle Nachrichtendienste, die z.B. zur Neukundenidentifizierung, Bestandskundenbeobachtung, zur Branchenrecherche, Informationen über Patente, zum Controlling der eigenen Webseite oder auch zum Technologiescouting (Was macht die Konkurrenz aktuell?) genutzt werden können. Gilfert: „Es handelt sich hier um ein aktives System, welches dem Nutzer auf seinen Bedarf abgestimmte Ergebnisse liefert. Der Monitor ist



in der Lage Meldungen zu finden, wonach Sie nie selbst gesucht hätten.“ Als Beispiel führt Gilfert einen Druckmaschinenhersteller an, der durch den Monitor Informationen erhält, wo in Deutschland eine Druckerei gebrannt hat. „Der Hersteller kann sich bei dem betroffenen Unternehmen melden und findet so womöglich einen neuen Kunden.“ Mithilfe dieser Technik könne der Unternehmer seine Kunden beobachten und herausfinden, ob er womöglich andere Lieferanten sucht. Zudem lassen sich mithilfe des Unternehmensmonitors Branchentrends und Technologien herausfinden sowie die Konkurrenz beobachten. „Natürlich kann es mir als Unternehmer auch passieren, dass die Konkurrenz meine eigene Seite beobachtet. Daher hilft unserer Unternehmensmonitor auch beim Web-Controlling des eigenen Internetauftritts. So lässt sich schnell herausfinden, ob man im Internet nicht zu viel preisgibt. Wir versuchen die Unternehmen zu sensibilisieren, mit den eigenen Daten noch sorgsamer umzugehen“, so Gilfert.

Das bisherige Feedback zu den digitalen Beobachtungssystemen fällt sehr positiv aus: Die Kunden erkennen den Nutzen und sie stellen fest, dass sie viele Dateien und Informationen erhalten, die sie sonst nie entdeckt hätten. „Das System ist einmalig für den Bereich Oberflächentechnik und bringt einen hohen Mehrwert. Viele Unternehmer wissen nicht genau wonach sie suchen sollen. Nachdem der Monitor für ein Unternehmen eingerichtet wurde, erhalten wir nach vier Wochen eine Rückmeldung und können die Suche noch genauer anpassen. Natürlich liegt es dann am Unternehmer selbst, was er aus den Informationen, die er über die Suche erhält, macht. Im Betrieb müssen dann Handlungen daraus abgeleitet werden“, so Gilfert.

Fazit

Das Kompetenznetzwerk bietet zahlreiche Werkzeuge zur Wissensvermittlung an. „Unser Verein verfügt durch die zahlreichen Vernetzungen über Wissensvorsprünge, die wir gerne weitergeben möchten. Viele Unternehmen lernen von dem Blick über den Tellerrand. Wir können nur von den Menschen lernen, die etwas besser machen. Nur so lassen sich neue Bezüge herstellen“, resümiert Gilfert. „Es lohnt sich den Bereich Oberflächentechnik strukturiert zu vernetzen, da wir hier die größte Kompetenzregion für Oberflächen in Deutschland vorweisen können.“

Auch zukünftig möchte der Verein den Austausch seiner Mitglieder fördern.

Die Digitale Transformation stellt kleine und mittelständische Unternehmen vor große Herausforderungen, denen alleine oft schwer zu begegnen ist. Sie eröffnet aber vielversprechende Chancen, um mit den digitalen Wissenswerkzeugen Innovationspotenziale zu erschließen.

Impressum

Kontakt:

eBusiness-Lotse Südwestfalen-Hagen
 Jörg Siegmann • Lena Siegel • Tim Lux
 Tel.: 02331 80999-66
 E-Mail: info@elotsen.de
 Internet: www.elotsen.de

Verleger:

eBusiness-Lotse Südwestfalen-Hagen in
 Kooperation mit dem wisnet e.V.
 c/o HAGENagentur
 Gesellschaft für Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing
 und Tourismus mbh
 Elberfelder Straße 95 • 58095 Hagen
 Geschäftsführer: Michael Ellinghaus
 Gerichtsstand Hagen
 Registernummer: HRB 1896

Bildnachweis: Kompetenznetzwerk für Oberflächentechnik e.V.,
 Andreas Langmann, agentur mark GmbH
 Inhaltlich verantwortlich: Lena Siegel, Jörg Siegmann

Der eBusiness-Lotse Südwestfalen-Hagen ist Teil der Förderinitiative „eKompetenz-Netzwerk für Unternehmen“, die im Rahmen des Förderschwerpunkts Mittelstand-Digital - IKT-Anwendungen in der Wirtschaft vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) gefördert wird. Das bundesweite Netzwerk besteht aus 38 eBusiness-Lotsen.

Das eKompetenz-Netzwerk für Unternehmen

Das „eKompetenz-Netzwerk für Unternehmen“ ist eine Förderinitiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi). 38 regionale eBusiness-Lotsen haben die Aufgabe, insbesondere mittelständischen Unternehmen deutschlandweit anbieterneutrale und praxisnahe Informationen für die Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) und möglichst effiziente eBusiness-Prozesse zur Verfügung zu stellen.

Die Förderinitiative ist Teil des Förderschwerpunkts „Mittelstand-Digital – IKT-Anwendungen in der Wirtschaft“. Zu „Mittelstand-Digital“ gehören ferner die Förderinitiativen „eStandards: Geschäftsprozesse standardisieren, Erfolg sichern“ und „Einfach intuitiv – Usability für den Mittelstand“.

Unter www.mittelstand-digital.de können Unternehmen sich über die Aktivitäten der eBusiness-Lotsen informieren, auf die Kontaktadressen der regionalen Ansprechpartner sowie aktuelle Veranstaltungstermine zugreifen oder auch Publikationen einsehen und für sich herunterladen.

