

Die Ausbildung zum Bergführer

Die Transformation von Fujitsu
zum Data Driven Enterprise:
Unsere eigene Case Study

FUJITSU

shaping tomorrow with you

Vorwort

Mit dem richtigen Guide ist alles möglich!

Eine der wichtigsten Eigenschaften für Unternehmungen ist es, aktuelle Entwicklungen auf die Zukunft zu adaptieren und eine Strategie zu finden, die sowohl langfristig Kontinuität zeigt, aber auch flexibel an neue Begebenheiten angepasst werden kann. Denn Unternehmen, die in der schnelllebigen Zeit einen klaren Plan haben, der mehrere Jahre lang funktioniert, müssen sich nicht ständig umorientieren – sondern können mit der nötigen Ruhe die Entwicklung vorantreiben. In dieser Ruhe liegt die sprichwörtliche Kraft, die uns, Fujitsu, jetzt und in der Zukunft begleiten wird – sogar durch eine weltweite Pandemie.

Wir durchlaufen gerade selbst eine Transformation. Begonnen hat sie mit der Restrukturierung unserer neuen globalen Supply Chain. Unsere Erkenntnisse und Erfahrungen aus diesem Prozess geben wir gern an Sie, unsere Kunden und Partner, weiter. Das ist es, was uns als Unternehmen unterscheidet, in einem Umfeld, das immer austauschbarer wird.

Hinter unserer Denkweise steckt ein Wertesystem, das sich seit vielen Generationen bewährt hat: Unser Leitsatz "Zukunft gemeinsam gestalten" ist daher auch nicht zufällig gewählt und kann auch gut als unsere "Bergführer-Mentalität" interpretiert werden. Fujitsu ist der Partner für agile Co-design. Wir entwickeln zusammen mit dem Kunden eine individuelle Transformationsstrategie, damit er sein Unternehmen auf das nächste Plateau heben kann – wie ein Bergsteiger mit seinem Guide. Denn wer andere erfolgreich auf den Gipfel führen will, muss das Terrain sehr gut kennen. Sinnbildlich haben wir genau das durch die schwierige, aber dennoch erfolgreiche, eigene Transformation erreicht.

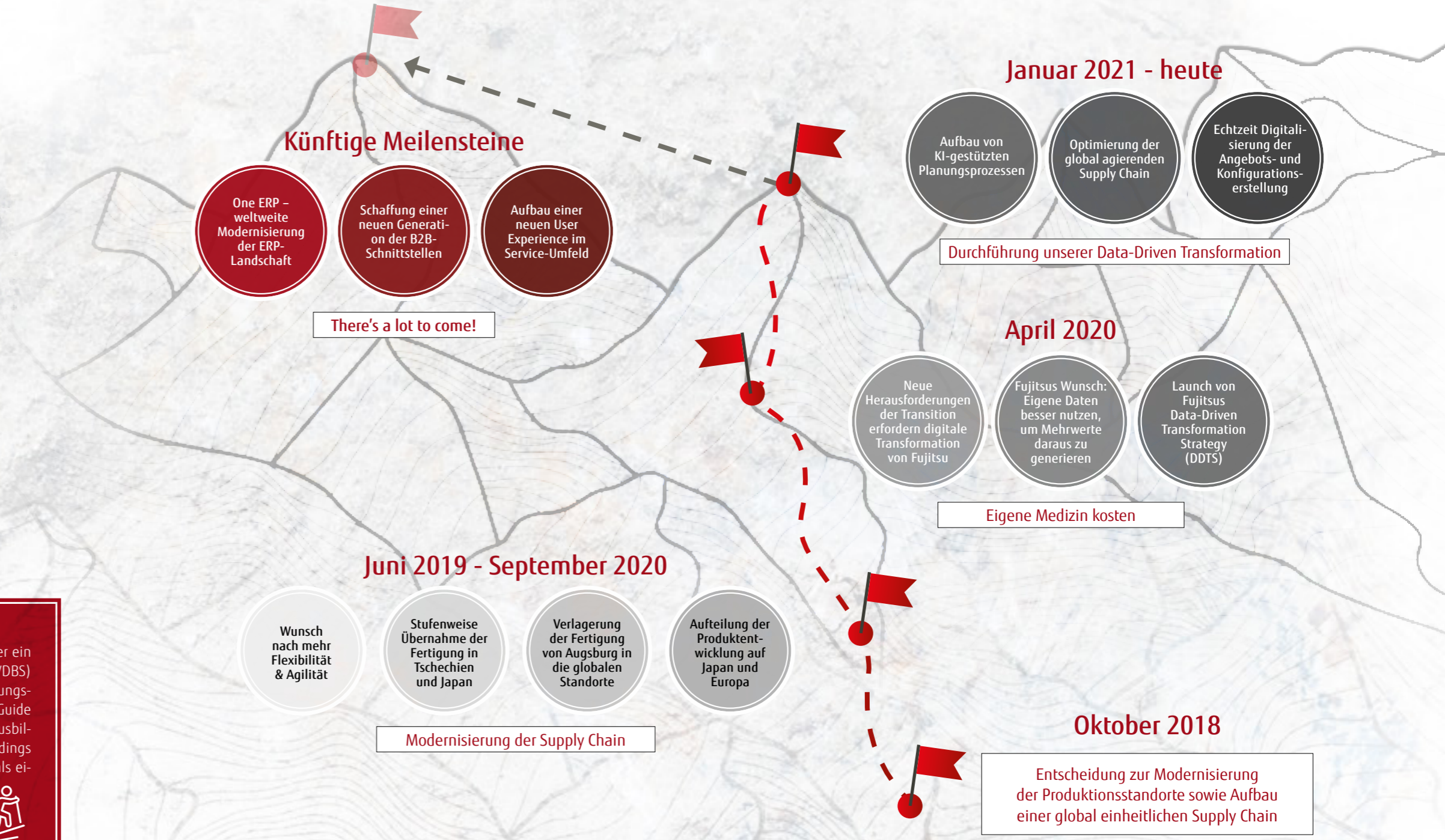
In diesem E-Book möchten wir mit Ihnen teilen, wie wir die Transformation zum modernen datengesteuerten IT-Anbieter bewältigt haben. Wir zeigen Ihnen, welche Strategien, Prozesse und Werkzeuge wir dafür entwickelt haben, um gemeinsam mit Ihnen intelligente digitale Lösungen für eine nachhaltige Zukunft zu etablieren. Sie können darauf vertrauen, dass Sie mit Fujitsu einen erprobten Guide für die Begleitung Ihres Pfads zum "Data-driven Enterprise" finden werden.



Louis Garnier
Head of Product Sales Central Europe

Train the trainer

Wer in Deutschland Bergführer werden will, muss schon vorher ein Allrounder sein: Der Verband Deutscher Berg- und Skiführer (VDDBS) verlangt einen anspruchsvollen Tourenbericht und eine Eignungsprüfung, bevor es losgeht. Wir haben unsere Eignung als Guide schon in vielen anspruchsvollen Projekten erwiesen. Die „Ausbildung“ im Rahmen unserer eigenen Transformation war allerdings ein weiteres hartes Stück Arbeit. Davon profitieren wir jetzt, als einer der größten IT-Anbieter der Welt. Und unseren Kunden bietet dies auch Mehrwerte, denn wir führen sie durch ihre Transformation – für einen ausgewiesenen Bergführer kein Problem!



Kapitel 1

Die Zukunft ruft

Bernhard Brandwite
Unsere Ausgangssituation und warum wir etwas ändern wollten



Was müssen wir tun, damit wir zukunftsfähig bleiben? Diese Frage stellen sich erfolgreiche Unternehmen nicht nur regelmäßig, sondern auch frühzeitig. In regelmäßigen Meetings und HXD (Human Centric Experience Design) Co-design Workshops haben wir herausgearbeitet, was Fujitsu besser machen kann. Unsere stetige Frage dabei: Was ist notwendig, um auch künftig einer der Top-Hersteller und -Lieferanten für unsere Kunden zu bleiben?

Die Antwort war so einfach wie erschütternd: Wir mussten flexibler werden, die gelernten Produktions- und Lieferprozesse infrage stellen. Genau das haben wir getan. Unsere Zukunftsvision lautete:

→ Fujitsu gestaltet die Zukunft von Wirtschaft und Gesellschaft gemeinsam mit seinen Kunden. Das gelingt nur, wenn der Mensch im Mittelpunkt steht. Deshalb ist jedes Projekt für uns einzigartig. Wir bieten unseren Kunden die größtmögliche Agilität und Flexibilität am Markt. Um den individuellen Ansprüchen jedes einzelnen unserer Kunden gerecht zu werden, stellen wir auch in Zukunft keine Systeme auf Lager her – jeder Auftrag wird auf Basis einer Kundenbestellung geliefert – eben maximal individuell!

Ein solcher Build-to-Order-Ansatz (BTO) bietet viele Vorteile für alle Beteiligten. Wir haben uns für diesen Weg entschieden, weil so die Lieferfähigkeit unserer Produkte bei gleichzeitig minimalem Lagerbestand jederzeit gesichert sein würde. Das Ziel: Mithilfe einer gleichbleibend schnellen und serviceorientierten Auftragsabwicklung für zufriedene Kunden sorgen.

Das Ergebnis: Fujitsu liefert auch in Zukunft exzellente, ethisch einwandfreie Produkte, Dienstleistungen und Lösungen, genau dann, wann sie benötigt werden und das im ökonomischen und ökologischen Gleichklang. Wir sind uns sicher: Eine BTO-Produktion wird nicht leicht umzusetzen sein. Doch sie wird sich lohnen, denn in maximal automatisierten und effizienten Prozessen liegt die Zukunft.

Die bittere Erkenntnis dabei – das ist mit dem aktuellen Werk in Augsburg nicht mehr auf Dauer umzusetzen.

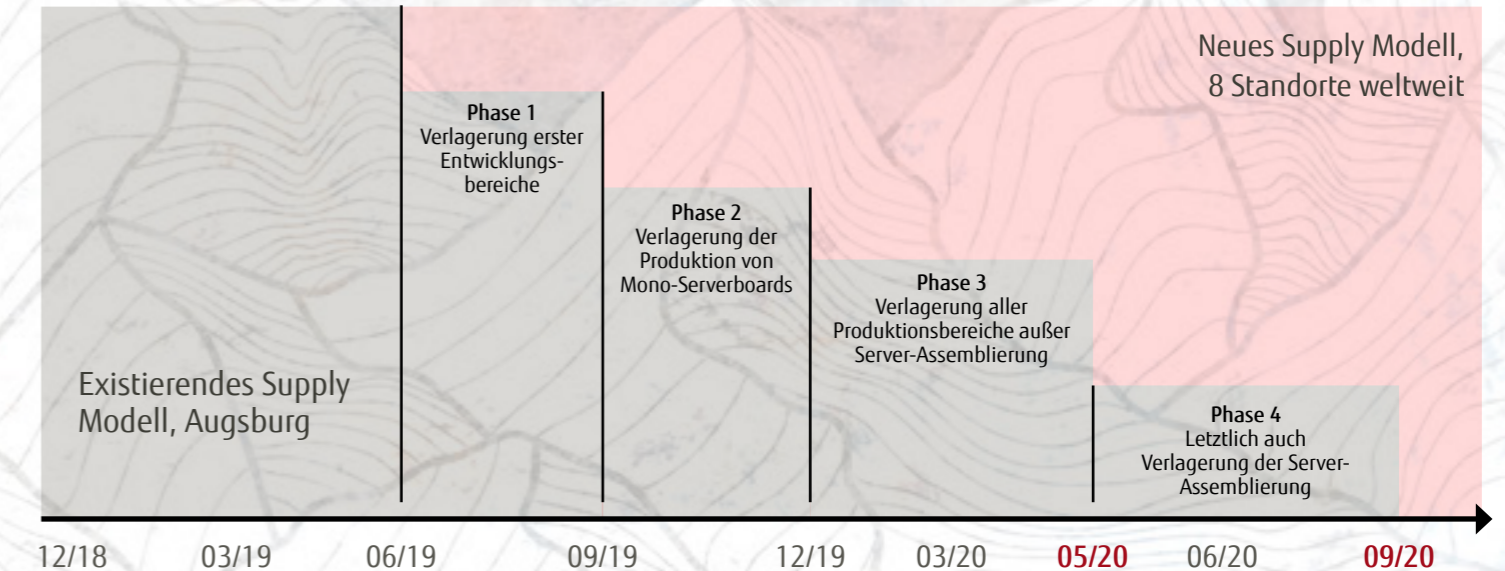
- ✘ Eine einzige Fertigungsstätte für ganz Europa zu betreiben, bedeutet ein hohes Risiko. Ein Ausfall oder Probleme im Ablauf hätten Lieferverzögerungen für alle Kunden bedeutet.
- ✘ Es wird immer schwerer, FacharbeiterInnen zu finden, insbesondere in Konkurrenz zu großen Logistikunternehmen, die sich mehr und mehr lokal ansiedeln.
- ✘ Notwendigkeit, auf die abrupten Veränderungen in den globalen Lieferketten zu reagieren, war mit einem singulären Werk in Augsburg nicht möglich

● Aus 1 mach 8: Die Transition

Unsere Kunden haben schon immer maßgeschneiderte Lösungen und schnelle Reaktionszeiten auf ihre Anforderungen erwartet. Der Siegeszug der IT- und web-basierten Systeme brachte eine stetige Verbesserung im Bereich der Logistik mit sich. Der letzte Schritt in dieser Entwicklung ist die Transition unserer eigenen Auftragsabwicklung. Was noch im Jahr 2019 allein in Augsburg abgewickelt wurde, ist jetzt auf insgesamt 8 Standorte weltweit verteilt. Damit sind wir in der Lage, Produktionsengpässe aufzufangen und im BTO-Verfahren zu produzieren. Die Transition vollzog sich anhand einer mehrstufigen Übergabe von Augsburg an die neuen Standorte. Damit haben wir das zuvor bestehende Supply-Modell nicht schlagartig auf das neue umgestellt, sondern behutsam innerhalb von knapp 2 Jahren. Während der gesamten Transition gab es keinen einzigen Tag des Stillstands, alle Werke haben zu jeder Zeit produziert und ausgeliefert.

Der Berg ruft

Die Restrukturierung des gesamten Produktions- und Lieferprozesses durchzuführen, ist eine schwerwiegende Entscheidung. Daran hängen nicht nur die Lieferfähigkeit, die Produktqualität und die eigene Zuverlässigkeit als Hersteller. An einem geschlossenen Werk hängen auch Arbeitsplätze, Existenzen, seit vielen Jahren eingespielte Teams. Die Entscheidung war schwer. Doch sie stand fest. Denn es war das einzig Richtige, das zu tun war. Ähnlich entscheiden sich Bergsteiger dafür, die Route zu ändern, wenn das nächste Etappenziel so sicherer und besser zu erreichen ist. Sie bereiten sich akribisch vor, um ihr Ziel zu erreichen. Genau das haben auch wir getan.



● Goodbye Augsburg: Werksauflösung, aber auf Fujitsu-Art

Ganz gleich, wie richtig die Entscheidung war: Die Schließung eines Standortes ist immer ein Schritt, der weh tut. Es bedeutet, dass Menschen, die zum Teil seit vielen Jahren zusammengearbeitet haben, sich einen neuen Arbeitgeber suchen müssen. Dass ein bis zu diesem Zeitpunkt erfolgreicher und produktiver Standort zugunsten einer künftigen Unternehmensstrategie weichen muss. Mit den Worten „Natürlich blutet mir das Herz“ wird der ehemalige Leiter des Werks, Uwe Romppel, in der Presse zitiert, aber er zeigt sich auch zuversichtlich.

Denn ein Standortwechsel bei Fujitsu bedeutet, dass sich alle Beteiligten dafür engagieren, die Schließung zu einem guten Ende zu führen. Management und Werksleitung haben dafür gesorgt, dass mithilfe

- ✔ zweier erfolgreicher Jobbörsen
- ✔ dem Verkauf des Werks und damit einhergehend Mitarbeiterübernahmen
- ✔ Vorstellungsevents für interessierte Unternehmen
- ✔ dem Eingehen eines Joint Ventures mit dem Unternehmen Lenovo in Augsburg (zur FCCL GmbH)
- ✔ und einem Entlassungs-Stufenplan

am Ende viele Menschen in Augsburg und Umgebung einen neuen Arbeitsplatz gefunden haben oder sogar ihren bisherigen Arbeitsplatz behalten konnten. Dieses ambitionierte Programm hat Fujitsu positive Presse beschert – etwas, mit dem im Rahmen der Werksschließung niemand hatte rechnen können. „Fujitsu – ein Abschied mit Anstand“, kommentierte die Augsburger Allgemeine.

● Wie haben die Mitarbeiter im Werk Augsburg reagiert?

Haben sie die Hände in den Schoß gelegt, die letzten Monate nur noch das Nötigste getan? Mitnichten! Denn trotz oder vielleicht wegen der Schließung verzeichnete das Werk Augsburg im Jahr 2020 ein Auftragsplus. In Mehrarbeit, Sonderschichten und mit sehr viel Engagement haben alle Mitglieder des Augsburger Teams daran mitgearbeitet, dass Engpässe in Produktion und Lieferkette ausblieben. Dass am Ende trotzdem einige Lieferzeiten überschritten wurden, lag nicht an den Mitarbeiter in Augsburg. Es war eher die Corona-Pandemie und daraus resultierende Lieferketten-Lücken, die alle Transition-Pläne mit einer lähmenden Verzögerung überzog.



Vorbereitung mit Augenmaß

Wer einen großen Gipfel erreichen will, muss auf vieles verzichten. Denn in Vorbereitung auf die Tour bestimmen der Trainingsplan und eine entsprechende Ernährung den Tagesablauf. Das muss im Einklang mit dem gehen, was Körper und Geist leisten können. Bei der Schließung des Augsburger Werks sind wir ebenfalls mit Augenmaß vorgegangen – Vorbereitung auf das Ziel Agilität ja, aber nicht ohne das Team in Augsburg aus den Augen zu verlieren. Denn auch in diesem Prozess stand bei uns der Mensch im Mittelpunkt! Der Erfolg sowie das Feedback aus dem Team und der Gesellschaft zeigen uns, dass dies der richtige Weg war.



Kapitel 2

Die eigene Rolle neu definieren

Christian Schulte
Optimierung durch die bessere Nutzung
von Daten



Wofür ist Fujitsu da? Unsere Rolle als Dienstleister ist es, Kunden dabei zu helfen, die Technologien und Leistungen zu nutzen, die zu 100 % ihren Zielen entsprechen. Heute basiert unsere Philosophie auf der Überzeugung, dass wir unser Kernversprechen nur dann einhalten, wenn das, was unsere Kunden kaufen, ein Geschäftsproblem löst – in einem wirtschaftlichen Modell, das dem Unternehmen einen Mehrwert bietet.

Wir glauben, dass Daten heute den langfristigen Geschäftserfolg bestimmen. Dieser lässt sich in mehreren Faktoren messen: Umsatzwachstum, Reaktionsfähigkeit auf Kundenwünsche, Widerstandsfähigkeit des Unternehmens, betriebliche Effizienz, Produktinnovation... zu viele, um sie alle aufzuzählen.

Unser beratungsgestützter Co-design-Ansatz geht mit unserer datengesteuerten Transformationsstrategie (DDTS) einher. Das ist kein zufälliger Startpunkt. Eine Studie, die wir Anfang des Jahres in Auftrag gegeben haben, zeigt eine klare Korrelation zwischen Datenreife und Unternehmensleistung. Und weniger als 5 % der befragten Unternehmen waren wirklich datengetrieben. Wenn Sie herausfinden möchten, wo Ihr Unternehmen auf dieser Skala steht, können Sie mit unserem Online-Tool sogar sehen, wie Sie im Vergleich dastehen.



Jetzt
das Data Maturity Assessment
Tool ausprobieren!

● Nutzung eigener Methoden

Seit seiner Gründung im Jahr 1935 entwickelt Fujitsu intelligente Lösungen für eine nachhaltige Zukunft seiner Kunden.

Aber ... was war eigentlich mit unserer eigenen Reise? Wir haben uns gefragt: Nutzen wir denn schon alle vorhandenen Daten so, dass sie uns einen maximalen Mehrwert bringen?

Als IT-Unternehmen ist man geneigt, diese Frage vorschnell positiv zu beantworten. Wir haben uns etwas mehr Zeit gelassen und unsere eigenen Beratungsmethoden selbst angewandt, um der Frage nach maximal nutzbaren Daten nachzugehen. Dabei sind uns mehrere Themenfelder aufgefallen, die einer genaueren Betrachtung bedurften. Hier die Thesen, auf Basis derer wir unsere eigenen DDTS-Workshops durchgeführt haben:

Unser Geschäft verändert sich

Kunden haben bei Fujitsu bisher insbesondere Infrastruktursysteme und angrenzende Services erworben. Der Wunsch, uns schon vor Projektstart als Berater zu integrieren, wächst allerdings kontinuierlich. In den kommenden 10 Jahren werden die Themen Digitalisierung und Infrastruktur so komplex und agil sein, dass sowohl eine intensive Beratung als auch neue Modelle der IT-Nutzung notwendig werden.

BTO-Produktion braucht optimale Vorhersagen

Die neuen Bestell-, Prüf- und Beauftragungssysteme zwischen Kunden, Fujitsu und 3rd-Party-Lieferanten waren gut, aber die fragilen globalen Lieferketten brauchten neue Ansätze. Hier musste eine weitere Optimierung in Form eines zuverlässigen Forecast-Systems stattfinden. Das Ziel: eine möglichst präzise Volumenplanung, die gute Forecast-Zahlen liefert – trotz einer hohen Markt-Volatilität und ungenauer Eingangsdaten.

Wir besitzen eine Menge Daten, die wir nicht nutzen

Das war eine bittere Erkenntnis: Unsere Systeme enthielten Daten, die weder gecleant waren noch aktiv in Geschäftsprozesse einfließen. Das wollten wir ändern, um die eigene Transformation so effizient wie möglich zu gestalten. Unser Ansatz dafür: Wir binden intensiv künstliche Intelligenz ein, um Daten bestmöglich zu nutzen und so Prozesse zu optimieren.



● **Der Prozess: Unsere Business-Strategie wird „Data Driven“**

Unsere datengetriebene Transformationsreise umfasste vier Hauptebenen. Jede dieser Phasen ist entscheidend für den Erfolg der Transformation: Es ist nicht möglich, die Vorstufen zu überspringen und trotzdem auf ein großartiges Ergebnis zu hoffen. Uns war klar: Unser künftiger Geschäftswert ist ein direktes Ergebnis der richtigen Auswahl und Anwendung von Data Science und AI, und diese Entscheidungen sind wiederum abhängig von der richtigen Unternehmens- und Prozess-Strategie. So, wie wir auch mit unseren Kunden vorgehen, sind wir selbst diese Prozess-Schritte durchlaufen.



Grundlage der Transformation definieren

Untersuchung von Daten, IT-Assets, Lücken und gewünschtem Geschäftsergebnis



Zukünftige Datenarchitektur erstellen

Effizientes Datenmanagement über Edge, Core und Cloud hinweg ermöglichen



Neue Geschäftsmöglichkeiten generieren

Data Science und KI effektiv nutzen



Sich und seine Möglichkeiten kennen

Wer seine Grenzen kennt, aber auch, wozu er fähig ist, der wird sein Ziel erreichen. Denn auf diese Weise können alle körperlichen und mentalen Fähigkeiten perfekt ausgespielt werden. Für eine Mammut-Aufgabe wie die Besteigung des Mount Everest ist dies eine absolute Grundvoraussetzung! Im Rahmen unseres eigenen Transformationsprozesses waren wir daher ehrlich zu uns selbst. In den DDTS-Workshops haben wir uns offen ausgetauscht und so ein optimales Ergebnis erzielt.

Wir haben alle relevanten Abteilungen und Wissensträger zu internen Workshops eingeladen. Und weil es nicht der Fujitsu-Weg ist, ein solch wichtiges Thema allein anzugehen, haben wir unsere Human Centric Experience Design (HXD)-Workshops gemeinsam mit Kunden und Partnern absolviert.

Unser auf den Menschen ausgerichteter Co-design Ansatz.

Daten schützen und sichern

Gewährleistung der Datenverfügbarkeit, Daten vor Kriminalität schützen



● **Das Ergebnis: Optimierung entlang der Unternehmenskultur**

Um zu verstehen, warum Fujitsu einen so großen Aufwand betreibt, um in einer Zeit Risiken einzugehen, in der eigentlich das Geschäft sehr gut läuft, muss man die Herkunft des Unternehmens kennen.

Einer, wenn nicht DER Grundgedanke unserer Unternehmenskultur, ist die Herstellung von Qualität, zu 100 % und zu jeder Zeit. Fujitsu ist durch die japanische Unternehmenstradition geprägt, hier wurzelt unser Anspruch. Im digitalen Zeitalter dagegen muss ein Unternehmen eine andere Herangehensweise praktizieren. Unternehmen warten heute nicht, bis Prozesse, Produkte und Leistungen zu 100 % entwickelt sind. Sie testen ein Produkt auch schon mit 80 % zusammen mit Kunden und passen es dann schnell den Bedürfnissen des Marktes an. Hier liegt ein absoluter Vorteil der weltweiten Revolution, in der gerade alle Branchen stecken: Produkte und Leistungen werden schneller verfügbar, eine begleitende Kommunikation macht den Kunden ein Stück weit zum „Proumenten“, denn er hat die Gelegenheit, seine eigenen Wünsche aktiv einzubringen. Was bislang ein abgeschlossener Prozess hinter den Kulissen war, wird jetzt zum Objekt für Kollaboration.

Wir haben gelernt, dass es Bereiche gibt, in denen eine verlässliche 100 %-Strategie unerlässlich ist, und dass wir uns insbesondere im Bereich der Forschung und Entwicklung öffnen müssen. Die eigenen Lieferprozesse gehören zu den Bereichen, in denen wir auch künftig voll verlässlich sein wollen. Als Ergebnis aus unseren DDTS-Workshops haben wir daher mehrere Entscheidungen getroffen:

Wir stellen Prozesse auf die ganzheitliche Sicht um

Unsere IT-basierten Prozesse haben allesamt einen guten Reifegrad und werden regelmäßig weiterentwickelt. Wir passen sie dennoch schrittweise an das neu definierte Ziel an, das eine ganzheitliche Sicht auf aktuelle und künftige Kundenbedürfnisse vorgibt.

Wir nutzen AI zur Unterstützung unserer Lieferprozesse

Sichere Forecasts sind essenziell für den künftigen Erfolg unserer BTO-Strategie. Wir nutzen daher eine bewährte AI-Lösung, die uns bei der Umsetzung und Durchführung unseres Lieferprogramms unterstützt. Zur bestmöglichen Nutzung der Daten visualisieren wir diese stärker als bisher, sodass mögliche Gefahren und Chancen schneller sichtbar werden.

Wir vereinen Daten aus verschiedenen Systemen und machen sie nutzbar

Wir analysieren Daten der vergangenen 20 Jahre und alle künftigen Informationen, die uns zur Verfügung stehen bzw. stehen werden und machen sie im Rahmen eines internen Projekts gemeinsam nutzbar. Das bedeutet, dass alle Daten aus verschiedenen Quellen und Ländern in ein einziges System fließen und dort geclustert werden. Auf diese Weise geben sie uns neue Erkenntnisse für die Entwicklung unserer Unternehmensprozesse – und der unserer Kunden.



Mehr

über unseren DDTS-Ansatz erfahren Sie auf dieser Website.

Kapitel 3

Der Blick in die Zukunft mit dem digitalen Gehirn

Welches Material benötigen wir morgen, in einer Woche, in 3 Monaten? Welche Systeme und Infrastrukturen werden unsere Kunden demnächst benötigen und daher in naher Zukunft von uns verlangen?

Auch diese Fragen beantworten wir ab sofort nicht mehr allein. Alle, die bei Fujitsu mit der Planung des konkreten Materialbedarfs und der langfristigen Geschäftsentwicklung vertraut sind, haben ab sofort tatkräftige Unterstützung – in Form von Forecasting-Systemen, die auf Basis von Machine Learning und den regelmäßig generierten Daten verlässliche Vorhersagen tätigen sowie Nachfragerisiken und -chancen früher erkennen.

Mit dem Einsatz dieser AI-Systeme konnten wir schon jetzt positive Auswirkungen auf

- den Umsatz
- die Kosten
- Standard-Lieferzeiten und
- die Kundenbindung

verzeichnen. Dafür waren einige Vorarbeiten nötig. Damit die Machine-Learning-Software starten konnte, haben wir alle aktuell erhobenen und einen großen Teil der bereits vorhandenen Daten miteinander vereint. Dieser Prozess dauert noch an, im Rahmen eines Langzeitprojekts brechen wir nicht nur unsere eigenen Prozess-Silos auf, wir beheben auch Format- und Verarbeitungsunterschiede, damit wirklich alle Informationen genutzt werden.

Eine wichtige Datenbasis in diesem Prozess ist der Fujitsu WebArchitect. Mit diesem Konfigurations-Tool ist eine Echtzeit-Digitalisierung der Angebots- und Konfigurationserstellung möglich. Dazu nutzen wir ein Ampel-System, das uns schon bei der Angebotserstellung visuell über die Verfügbarkeit von Grundeinheiten und Komponenten informiert. Das Cloud-basierte System hält alle ca. 45.000 Fujitsu-Produkte stets aktualisiert vor – von Client-Systemen bis hin zu "High-End-IT-Landschaften". Unsere Kunden und Partner erstellen hier projektbezogen und ganz individuell ihre benötigte Konfiguration, und das bis in jede Komplexitätsebene, von lokalen Client-Systemen bis hin zu global genutzten High-End-IT-Landschaften. Bei der Einbindung der neuen AI-Systeme kam dem WebArchitect die Rolle einer Basisdatenbank zu: Welche Produkte gibt es? In welcher Beziehung stehen sie zueinander? Welche Kombinationen werden in welchen Fällen genutzt? Diese und weitere Fragen beantworten wir mithilfe der Fujitsu WebArchitect-Cloud.

Sven Weilermann

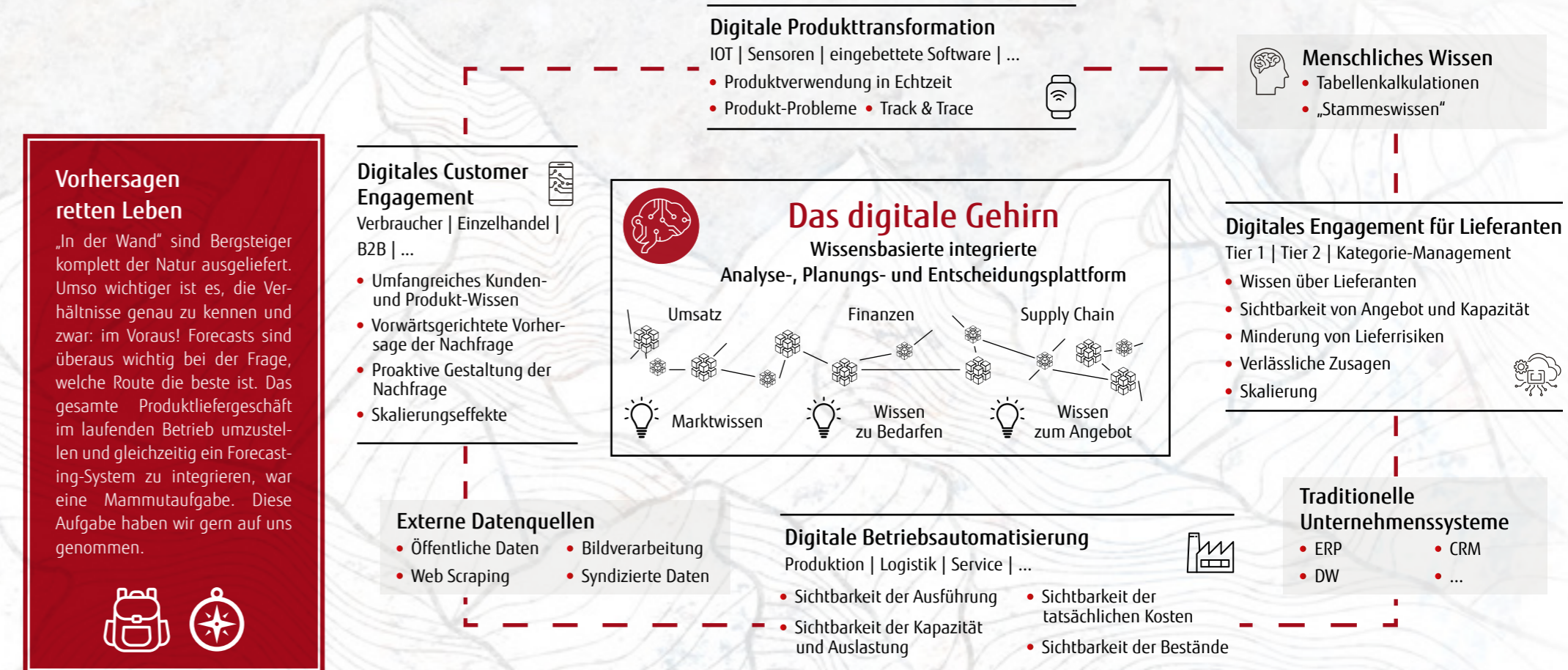
Einführung von AI in der Auftragsentwicklung



Von Data Driving zum Data Driven Business

Damit ein Vorhersagesystem nutzbringend eingesetzt werden kann, müssen die Informationen von den verschiedenen Teams auch entsprechend schnell umgesetzt werden können. Mit anderen Worten: Die internen Abläufe im Vertrieb, in der Entwicklung, bei der Produktionsplanung, im Einkauf und im Service mussten neu gedacht werden. Wir konnten sehr früh erkennen, wie sehr verschiedene interne Arbeitssilos eigentlich miteinander verwoben sind. Auch das Anforderungsmanagement wurde optimiert. Die Anforderungen unserer Kunden sind nicht nur vielfältig, sondern auch geprägt von vielen interessanten Ideen. Wir haben eine entsprechende Plattform ins Leben gerufen. Unsere Produktmanager werden damit in die Lage versetzt, die verschiedenen Anforderungen an Produkte und Services neu zu ordnen, zu evaluieren und gezielt umzusetzen.

In unser neues Forecast-System für das Auftragsmanagement fließen nun Informationen aus der gesamten Supply Chain ein. Außerdem nutzen wir Daten, die uns öffentlich zugänglich sind. Daraus erstellt die Forecast-Software zuverlässig und systembasiert nicht nur Vorhersagen, sondern gibt auch Handlungs-Ratschläge - wie ein eigenes, digitales Gehirn.



Um die Informationen aus den Abteilungen und den AI-Systemen zu verarbeiten, hat Fujitsu die operationale, taktische und strategische Planung angepasst. Ab sofort erhalten wir einen Forecast für das Auftragsgeschäft und das voll automatisiert. Der Vorteil dabei: Wir haben den Aufwand reduziert, der beim manuellen Sammeln, Clustern und Auswerten von Daten anfällt. Dafür erhalten wir jetzt Insights, die aus nahezu allen Datenquellen gefüttert worden sind und insofern mehr Informationen berücksichtigen, als wir es zuvor je getan haben. Vorher haben wir Daten generiert, jetzt stützen und steuern fundierte Daten unsere Geschäftsentscheidungen.

Ähnlich wie beim Wetterbericht sammeln wir heute Forecasts aus verschiedenen Bereichen des Unternehmens. Diese Forecasts beeinflussen und erleichtern die Geschäftsentscheidungen aller Abteilungen, von der täglichen Zusammenarbeit über die integrierte Geschäftsplanung und das Echtzeit-Supply-Chain-Planning bis hin zur Auswertung gelaufener Aktivitäten und einer optimierten Sales- und Marketingplanung.

Das Ergebnis ist ein End-to-End-Forecasting des gesamten Produktionsplanungsprozesses und der angrenzenden Unternehmensbereiche: Wir können heute sagen, wann welche Systeme benötigt werden, welches Material dazu notwendig ist, wann man dieses Material am besten einkauft, und der Kunde erhält bei der Bestellung eine genaue Angabe dazu, wann die gewünschte Infrastrukturlösung geliefert wird.



Kapitel 4

Die Visualisierung

Okan Reis



Erklärung der Vorteile von Dashboards und Daten-Visualisierung für die Business-Steuerung.

Informationen sind immer nur so weit nützlich, wie sie vom Leser oder Empfänger entschlüsselt und richtig gewertet werden können. Ein System, das große Datenmengen verarbeitet und daraus neue Informationen erstellt, muss durch den Empfänger „lesbar“ sein. Diese Lesbarkeit wollten wir so leicht und eindeutig wie möglich gestalten. Immerhin stellt unsere AI neue Zusammenhänge zwischen Bereichen her, die uns unter Umständen ungewöhnlich vorkommen.

Um sowohl intern wie auch für unsere Kunden ein möglichst komfortables Reporting- und Informationssystem aufzubauen, nutzen wir verschiedene Dashboards, die uns über alle aktuellen Aktivitäten auf dem Laufenden halten. Das sind Informationen zu diesen und weiteren Bereichen:

- Vorausschauende Lieferprognosen
- Höhere Transparenz von Lagerbeständen im Vertrieb
- Business-Steuerung
- Winrates
- Forecast
- Verknüpfung mit Marktreports
- Lieferzeiten
- Pipeline
- Materialverfügbarkeit und -planung
- Bedarfsplanung und Procurement-Cockpit

Allseits gute Sicht

Für jede Jahreszeit und Witterung hat ein erfahrener Bergsteiger das richtige Equipment. Das gilt auch für die Augen. Denn eine gute Sicht hilft nicht nur dabei, die Umgebung zu genießen, sondern auch, die nächsten Schritte sorgfältig auszuspähen. Nichts anderes tun wir, wenn wir auf eine gute Visualisierung der AI-Daten bestehen. Und „gut“ heißt in diesem Fall, dass wir auf den ersten Blick Chancen und Trends genauso wie Risiken erkennen.



Kapitel 5

Unser Wissen für Sie

Alexandra Ulbricht
Wie Sie an unseren Erfahrungen teilhaben können.



In einem Co-design-Umfeld geben alle Beteiligten gern ihr Wissen und ihre Erfahrung weiter, damit alle Involvierten davon profitieren. Wir zeigen Ihnen gern in einem persönlichen Gespräch, welche Prozesse unsere Teams durchlaufen sind, und wie sich die Ergebnisse im Einzelnen ausgewirkt haben. Wichtig ist: Wir haben unsere eigene Data Driven Transformation Strategy entwickelt. Lassen Sie uns jetzt gemeinsam, mit unserer Erfahrung aus vielen DDTS-Projekten (inklusive unseres eigenen), die Zukunft Ihres Unternehmens gestalten!

Unser einzigartiger Ansatz für Co-design

Die digitale Welt lebt von Inspiration und Innovation. Kreativität ist der Antrieb für Disruption, Veränderung und Transformation. Das Fujitsu-Co-design-Programm unterstützt Sie dabei, mit Hilfe von Zusammenarbeit die Ideenfindung voranzutreiben, um Ihre einzigartige digitale Transformation zu verwirklichen.

Das Co-design-Programm wurde auf der Grundlage jahrzehntelanger Erfahrung in Japan und vielen anderen Ländern der Welt entwickelt. Wir bringen dabei unsere erfahrenen Experten mit ein, genauso wie ein Ökosystem voll mit Technologiepartnern. Es basiert auf der Zusammenarbeit mit Kunden, dem Austausch von Perspektiven, Ideen und Informationen in hochkonzentrierter und innovativer Art und Weise. Mehr noch: Beide von Fujitsu entwickelten Methoden, das Human Centric Experience Design (HXD) und unser Co-design-Ansatz, wurden 2020 von der Polytechnischen Universität Mailand akkreditiert. Seitdem führen wir zusammen mit der Universität Lehrveranstaltungen und Forschungsarbeit durch.

Gehen Sie jetzt Ihre Transformation an – mit Fujitsu als Ihrem Bergführer!

Wir geben Ihnen die Zeit und den Raum, damit Sie sich auf das Wesentliche konzentrieren können, um Ergebnisse zu erzielen, die Ihren strategischen

Anforderungen entsprechen. Wir betreiben Digital Transformation Center (DTC) in Großstädten auf der ganzen Welt, wo wir die Fujitsu Human Centric Experience Design (HXD) Methode, unseren einzigartigen Ansatz für Co-design, umsetzen können.

Lassen Sie uns Ihr erfahrener Bergführer sein und finden Sie mit den wissenschaftlich anerkannten Methoden von Fujitsu Ihre individuelle Erfolgsroute!



Mehr
zur Data Driven
Transformation Strategy (DDTS)



Mehr
zu unserem Co-design-
Programm (HXD)

Beispiele für erfolgreiche DDTS-Umsetzung:

Unterstützung der Wettkampfs-Jury
bei der Beurteilung durch KI



Internationales Co-design-Event
führt zu innovativem Produkt
„Green Cloud“



Mit Data Analytics 200 Mio.
Euro Steuerausgaben sparen



Unser Fazit:

Das haben wir bisher erreicht



Allgemein



Für unsere eigenen Prozesse

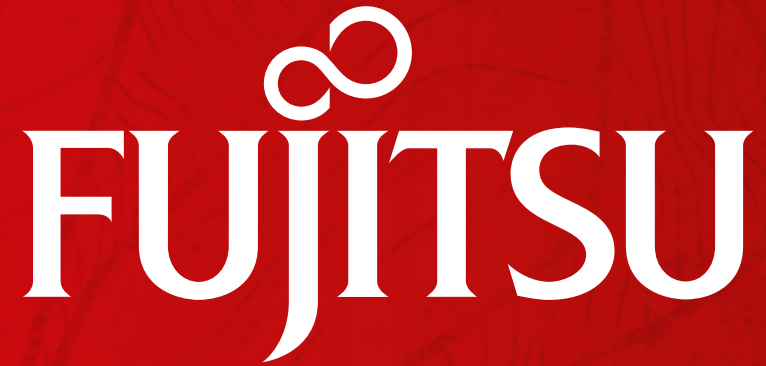


Für unsere Kunden

Globaler aufgestellt	Manuellen Aufwand reduziert	Flexiblere Reaktion auf Kundenwünsche
Flexibilität gewonnen	Umsatzprognosen verbessert	Vorhersagbare Lieferzeiten
Effizienz erhöht	Supply Chain optimiert	Insgesamt schnellere Lieferzeiten

Erfahren Sie mehr 
über Fujitsu DDTS und unseren
Co-design-Ansatz:
www.fujitsu.com/de/ddts





www.fujitsu.com/de/ddts