Fraunhofer

FRAUNHOFER-INSTITUTSZENTRUM STUTTGART

PRESSEINFORMATION

Personalisierung als Wachstumstreiber nutzen

Fraunhofer-Studie zeigt Marktpotenziale von Mass Personalization auf

Während das heutige Wirtschaftsleben durch klassische Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen (»Business-to-Business«) und der Produktion von Massenwaren für Konsumenten (»Business-to-Consumer«) geprägt ist, beeinflussen die Nutzer zukünftig aktiv die Produktgestaltung und übernehmen gegebenenfalls auch einen Teil der industriellen Produktion (»Business-to-User«, B2U). Sie werden dadurch zu sogenannten »Prosumenten«. Eine aktuelle Fraunhofer-Studie stellt das Thema vor und zeigt Entwicklungslinien der Personalisierung in den Bedürfnisfeldern Mobilität, Gesundheit und Wohnen auf.

»Die erfolgreichsten Konzepte und Umsetzungen für das Internet der Dinge müssen aus Deutschland kommen«, ist Prof. Dr. Thomas Bauernhansl, Institutsleiter des Fraunhofer IPA und Sprecher des Fraunhofer-Institutszentrums Stuttgart überzeugt, wenn Deutschland seiner Rolle als führende Technologie- und Industrienation weiterhin gerecht werden will. Deshalb wurde von den Fraunhofer-Instituten IPA, IAO, IBP und IGB sowie kooperierenden Instituten der Universität Stuttgart, der Universität Tübingen und dem Universitätsklinikum Tübingen eine Standortinitiative konzipiert und gestartet, die bald schon als Modell für das gesamte Bundesgebiet gelten könnte.

»Die Fähigkeit, personalisierte Produkte in Stückzahl 1 zu Kosten eines Massenprodukts und unter Gesichtspunkten der Nachhaltigkeit zu entwickeln, zu designen und herzustellen, ist die zentrale Herausforderung. Unser Konzept »Mass Personalization – Mit personalisierten Produkten zum Business-to-User (B2U)« hat drei Bedürfnisfelder identifiziert, von denen wir glauben, dass sie zukünftig eine zentrale Rolle spielen werden: Mobilität, Gesundheit und Wohnen«, so Bauernhansl weiter.

Fokus auf Bedürfnisfelder Mobilität, Gesundheit und Wohnen

»Unser Institut bringt umfassende Erfahrungen auf dem Gebiet des Innovations- und Technologiemanagements im Bereich der Mobilität und in der nutzerzentrierten Entwicklung von Fahrzeugen, Produkten und Gebäuden ein,« erklärt Prof. Dr. Wilhelm Bauer, Institutsleiter des Fraunhofer IAO. Prof. Dr. Philip Leistner, Institutsleiter des Fraunhofer IBP, ergänzt: »Das IBP erforscht und gestaltet gebaute Innen- und Außenräume«. Und Prof. Dr. Katja Schenke-Layland, Institutsleiterin und Abteilungsleiterin Zell- und Tissue Engineering des Fraunhofer IGB, erklärt: »Wir stellen unsere Expertise zur personalisierten Medizin, Medizintechnik und Krankheitsvorsorge zur Verfügung«. Als viertes Institut am Standort Stuttgart schafft das Fraunhofer IPA die wertschöpfungsbezogene Klammer über diese Bereiche. Es entwickelt Konzepte, die personalisierte Produktion vor allem durch den Einsatz von Digitalisierung und Vernetzung realisieren.

Insgesamt wird über die Zusammenarbeit der Stuttgarter Fraunhofer-Institute eine ganzheitliche Herangehensweise gewährleistet, die den gesamten Produktlebenszyklus umfasst. Dem Megatrend »Individualisierung als Kundenwunsch« wird damit Rechnung getragen.

Neue Geschäftsmodelle für die Industrie

Aus Sicht des »Business-to-User«-Konzepts werden sich die Logik der Wertschöpfung und die Interaktion der Marktteilnehmer grundsätzlich ändern. Erstkäufer (B2B) und Konsumenten (B2C) werden im B2U-Paradigma ebenso als Nutzer wahrgenommen wie Mieter, Zweitbesitzer oder wechselnde Anwender in Unternehmen oder in Sharing-Modellen. Die Geschäftsbeziehung besteht nach dem Kaufakt weiter und wird intensiver sein. Stark betroffen davon werden produzierende Unternehmen sein, die neben dem Produktverkauf Kompetenzen hin zur lebenslangen Servicebereitstellung entwickeln müssen. Die Produktgestaltung wird stärker als bisher die Schnittstelle zur Produktion bilden. Und die Bedürfnisse der Anwender fließen direkt mit ein. Branchenübergreifend werden sich Nutzer und Unternehmen vernetzen und integrierte Lösungen schaffen, um ein Maximum an Mehrwert zu erzeugen.

Um die Forschungskonzeptinitiative auf ein industrielles Fundament zu stellen, haben die Stuttgarter Fraunhofer-Institute bereits Gespräche mit hochkarätigen Wirtschaftsvertretern verschiedenster Branchen geführt. Ziel ist es, eine Entwicklungs-Community aufzubauen, um gemeinsam Wertschöpfungs- und Geschäftsmodelle aus dem B2U-Konzeptansatz abzuleiten. Dazu ist auch der Aufbau eines Leistungszentrums für Mass Personalization am Standort Stuttgart geplant, indem Konzepte entlang der personalisierten Wertschöpfung gemeinsam mit der Industrie erarbeitet und umgesetzt werden sollen.

Studie zum Download: http://www.stuttgart.fraunhofer.de/de/studie_b2u.html

Pressekommunikation

Fred Nemitz | Fraunhofer IPA I Telefon +49 711 970-1611 | fred.nemitz@ipa.fraunhofer.de
Juliane Segedi | Fraunhofer IAO I Telefon +49 711 970-2343 | juliane.segedi@iao.fraunhofer.de
Assja Terseglav I Fraunhofer IBP I Telefon +49 8024 643-642 I assja.terseglav@ibp.fraunhofer.de
Dr. Claudia Vorbeck I Fraunhofer IGB I Telefon +49 711 970-4031 I claudia.vorbeck@igb.fraunhofer.de

Die **Fraunhofer-Gesellschaft** ist die führende Organisation für angewandte Forschung in Europa. Unter ihrem Dach arbeiten 67 Institute an Standorten in ganz Deutschland. Mehr als 23 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bearbeiten das jährliche Forschungsvolumen von 2 Milliarden Euro. Davon fallen 1,7 Milliarden Euro auf den Leistungsbereich Vertragsforschung. Über 70 Prozent dieses Leistungsbereichs erwirtschaftet die Fraunhofer-Gesellschaft aus Aufträgen der Industrie und öffentlich finanzierten Forschungsprojekten. Internationale Niederlassungen sorgen für Kontakt zu den wichtigsten gegenwärtigen und zukünftigen Wissenschafts- und Wirtschaftsräumen.