

# Die myFactory Aufbau und Erfahrungen

Liebherr-MCCtec Rostock GmbH

---

**LIEBHERR**



# Painpoints Liebherr Rostock

40

13

500

850.000

2025

# Painpoints bei Liebherr Rostock

40	Jahre alte Geschäftsprozesse
13	Jahre Sozialisierung (verlängerte Werkbank)
500	Applikationen bzw. IT-Tools
850.000	Exceldateien
2025	End of Life des ERP Systems

# Zur Person

Alter 44 Jahre, verheiratet, 2 Töchter

Seit 2007 bei Liebherr tätig

Schwerpunkte:

2007 bis 2011 Aufbau der IT-Infrastruktur in Rostock, Hamburg und Lubmin

2011 bis 2016 Transfer und Implementierung der Bestandsprozesse vom Mutterwerk nach Rostock

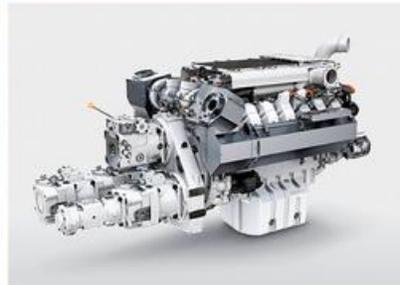
2016 bis 2018 Entwicklung der IT-Strategie

Seit 2018 Mitglied bei myFactory



Philosophie: "Lass dich nicht unterkriegen, sei frech und wild und wunderbar!" Astrid Lindgren

# Vielfältiges Produktspektrum



# Produktionsstandorte

## Daten und Fakten



**1,35 Mrd. €**  
Umsatz (2019)



**5.152**  
Mitarbeiter (Jan 2020)



**2.436.721**  
Produktionsstunden (2019)



**42**  
Gesellschaften weltweit



# Strategie 2025 (maritime Sparte)

## Wie setzen wir die Grundwerte in die Realität um?

### Grundwert Unabhängigkeit

- Wir machen Geschäfte mit nachhaltigem Ertrag.
- Als Systemanbieter für unsere Kunden setzen wir auf verschiedene Produktgruppen und Dienstleistungen und sind offen für weitere Produkt- und Marktentwicklungen.
- Wir haben Bestände, Forderungen und Liquidität im Griff.
- Wir setzen die „Zwei-Lieferanten“-Strategie um.
- Wir beobachten unser Kundenportfolio aufmerksam.
- Wir schützen unsere Kernkompetenzen entlang der kompletten Wertschöpfungskette.

### Grundwert Verlässlichkeit

- Mit Kunden und Geschäftspartnern verhandeln wir fair.
- Wir halten die Zusagen an unsere Kunden und Geschäftspartner und orientieren uns dabei langfristig.
- Wir sorgen für Kontinuität bei den Ansprechpartnern.
- Mit unserem Direktvertriebsansatz sind wir nah beim Kunden.

### Grundwert Innovation

- Wir sind Innovationsführer und setzen im Markt erfolgreich die technologischen Maßstäbe.
- Mit unserem systematischen Innovationsprozess und Produktmanagement handeln wir marktorientiert.
- Wir setzen Produkt-, Dienstleistungs- und Prozessinnovationen um.
- Wir schaffen ein kreatives Umfeld mit Freiräumen und gesunder Fehlerkultur.

### Grundwert Mitarbeiter

- Wir pflegen einen respektvollen Umgang über alle Unternehmensebenen hinweg und leben eine konstruktive Streitkultur.
- Mitarbeiter und Führungskräfte halten Zusagen verbindlich ein.
- Unsere Führungskräfte entscheiden bewusst und delegieren Aufgaben, Verantwortung und Kompetenzen.
- Mit unserem Führungsverhalten fördern wir die Eigenverantwortung unserer Mitarbeiter.
- Wir forcieren die Entwicklung und die Rekrutierung von Fach- und Führungskräften aus den eigenen Reihen.
- Wir investieren in die Entwicklung unserer Mitarbeiter durch Aus- und Weiterbildung.

### Grundwert Qualität

- Als Qualitätsführer verstehen und erfüllen wir die ausgesprochenen und die unausgesprochenen Erwartungen an die Marke Liebherr.
- Qualität ist das Ergebnis bewährter und beherrschter Prozesse: Wir verbessern kontinuierlich die Zusammenarbeit, die Kommunikation und die Führung.
- Kundenbeschwerden werden schnell und unbürokratisch bearbeitet.

### Grundwert Verantwortung

- Wir leben aktiv ein umfassendes Gesundheits-, Sicherheits- und Umweltmanagementsystem.
- Wir halten uns an den Liebherr-Verhaltenskodex und fordern diese Regeln mit allen Konsequenzen ein.
- Wir stellen unsere Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und der Umwelt bewusst als Mehrwert für unsere Anspruchsgruppen dar.

## Welche Strategie verfolgen wir in Bezug auf unsere Produkte und Märkte?

- Wir streben nach einem globalen Produkt. Wir wollen unsere Produktlinien nicht nach geographischen Märkten differenzieren.
- Wir bieten Dienstleistungen und Simulationen an.
- Wir verfolgen keine „A-vs.-B“-Produktlinienstrategie.
- Wir konzentrieren uns auf Standardisierung und Modularisierung.
- Wir decken Nischen ausschließlich mit dem bestehenden Baukastensystem ab und erzielen damit nachhaltigen Nutzen.
- Wir führen keine Sonderprojekte auf Kosten anderer geplanter Entwicklungen durch.
- Wir nehmen keine Sonderaufträge ohne Folgenutzen an.
- Wir erschließen keine neuen Märkte ohne verlässliches Marktwissen und lokale Präsenz.

## MCC Strategische Ausrichtung



11/2015 – Änderungen vorbehalten.

### Impressum

Liebherr-MCCtec GmbH  
Dr. Hans Liebherr-Straße 1  
6710 Nenzing  
www.liebherr.com

### Herausgeber

Strategisches Marketing  
und Kommunikation

# Strategie 2025 (maritime Sparte)

## Hauptthemen zum Schwerpunkt Digitalisierung



### 💡 Grundwert Innovation

- Wir sind Innovationsführer und setzen im Markt erfolgreich die technologischen Maßstäbe.
- Mit unserem systematischen Innovationsprozess und Produktmanagement handeln wir marktorientiert.
- Wir setzen Produkt-, Dienstleistungs- und Prozessinnovationen um.
- Wir schaffen ein kreatives Umfeld mit Freiräumen und gesunder Fehlerkultur.

## Strategie 2025 (maritime Sparte)

...und dann ging das Abenteuer los. 😊

# Herausforderungen

- 4 Werke = 13 Geschäftsführungsbereiche
- unterschiedliche Vertiefung der Strategie
- unterschiedliche Sprachen und Kulturen
- unterschiedliche Problemzonen bzw. regionale Themen
- unterschiedlicher Reifegrad zum Thema Digitalisierung
- unterschiedlicher n+1 😊
- Wir sind erfolgreich, warum etwas ändern?!
- Träge IT-Projekte ☹️



# Auftrag

Zitat „Ihr (IT/Org) seid für die Digitalisierung entlang der Wertschöpfungskette verantwortlich !

# Lösungsansatz:

Schritt 1. die richtige Gelegenheit abwarten

Schritt 2. Komplexität entkoppeln

Schritt 3. ein Gefäß schaffen

Schritt 4. Vergemeinschaften

Schritt 5. gemeinsame Visionen schaffen

Schritt 6. gemeinsame Ziele definieren

Schritt 7. machen 😊

## Lösungsansatz:

Schritt 1. die richtige Gelegenheit abwarten

Schritt 2. Komplexität entkoppeln

Schritt 3. ein Gefäß schaffen

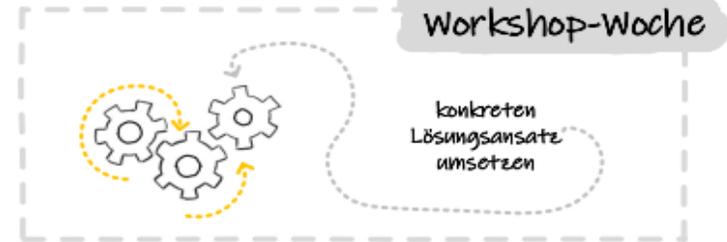
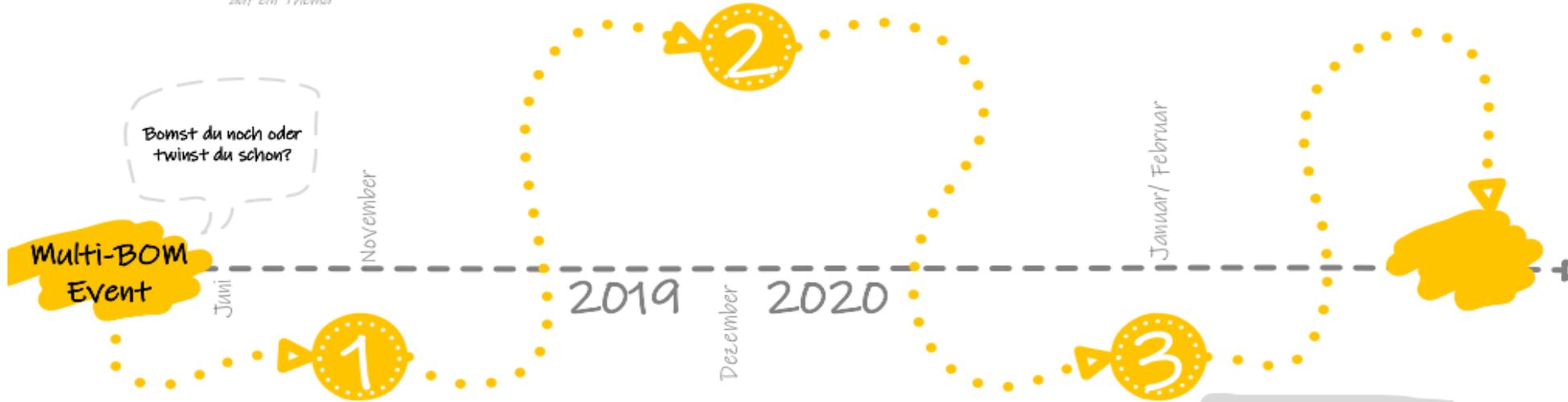
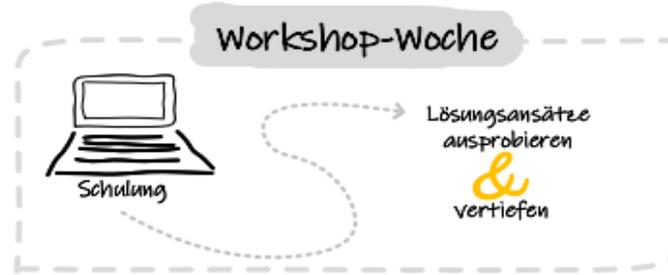
# Multi BOMaterial

Workshopreihe

4 Tage  
**INTENSIVE**  
Arbeit einer  
Gruppe an einem  
Thema

**KONZENTRATION**  
auf ein Thema

hohe  
**GESCHWINDIGKEIT**  
innerhalb kürzester Zeit





## Lösungsansatz:

Schritt 4. Vergemeinschaften

Schritt 5. gemeinsame Visionen schaffen

Schritt 6. gemeinsame Ziele definieren





Lösungsansatz:

Schritt 7. machen 😊

# Ergebnisse aus der Multi-BOM Serie



Bewusstsein geschaffen, dass partielle Digitalisierung nicht zielführend, und Multi-BOM nur ein Teilaspekt der Digitalisierung ist.

Die Initiativen zahlen alle in die Gesamtstrategie der Digitalisierung ein, und können nicht losgelöst betrachtet werden.

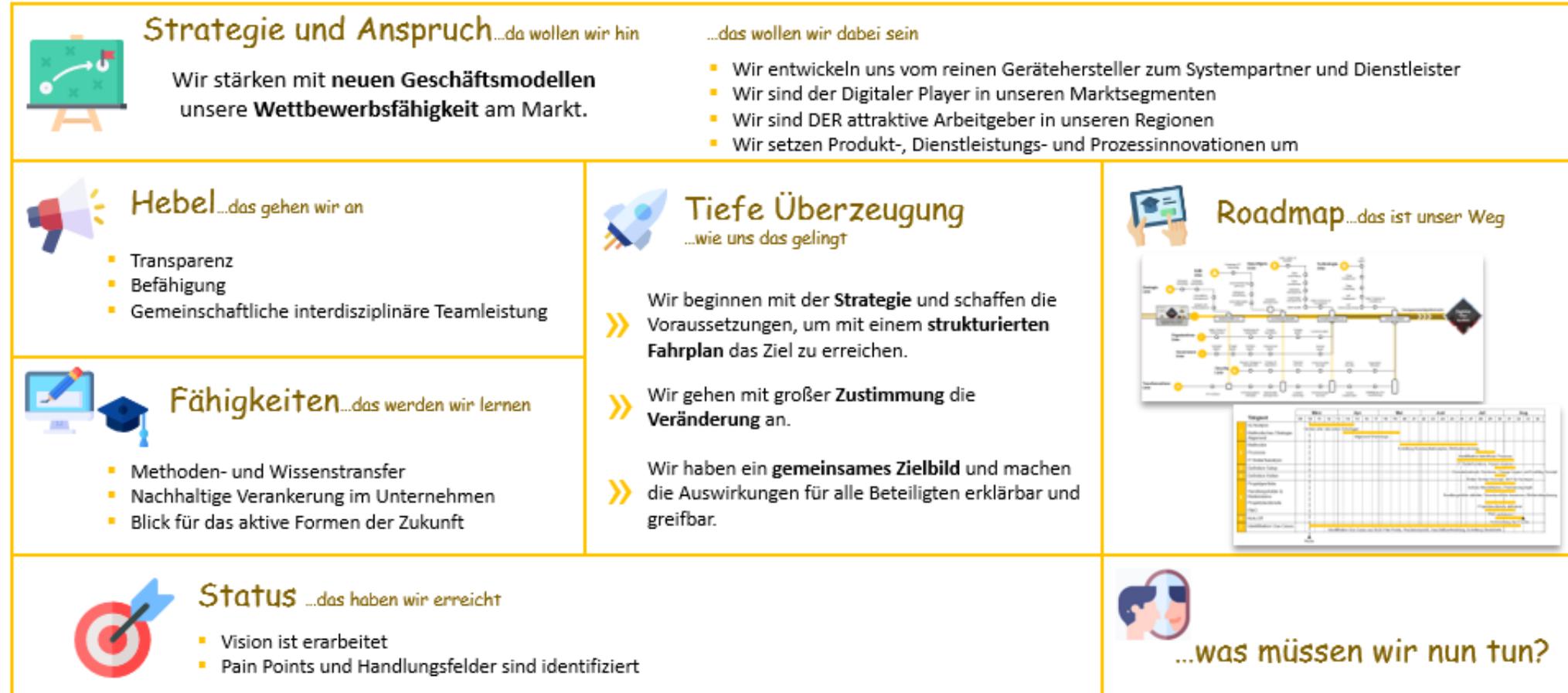
Initiative 1: 4 Projekte gestartet (eBOM, mBOM, Kundendienststückliste, Konfigurator)

Initiative 2: Entwicklung und Aufbau einer nachhaltigen Enterprise Architecture

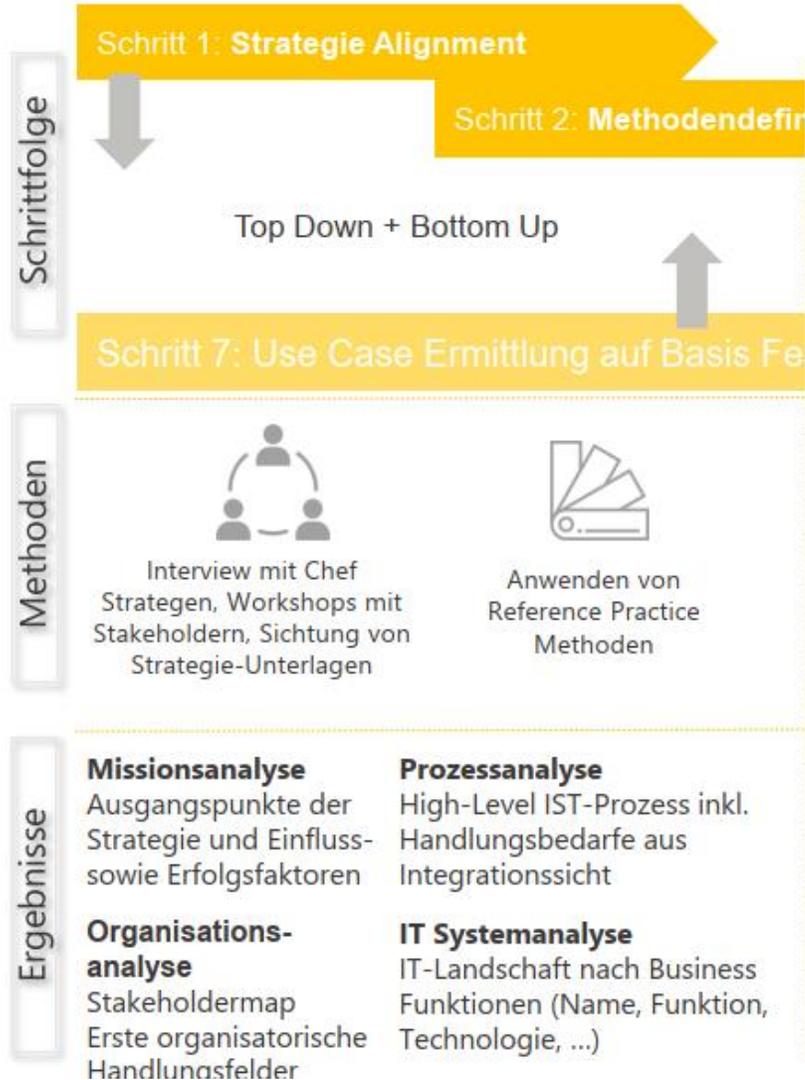
Initiative 3: Organisatorische Rahmenbedingungen für die Transformation entwickeln

Alle gestarteten und zukünftigen Initiativen rund um das Thema Digitalisierung laufen unter dem Programm **myFactory** zusammen.

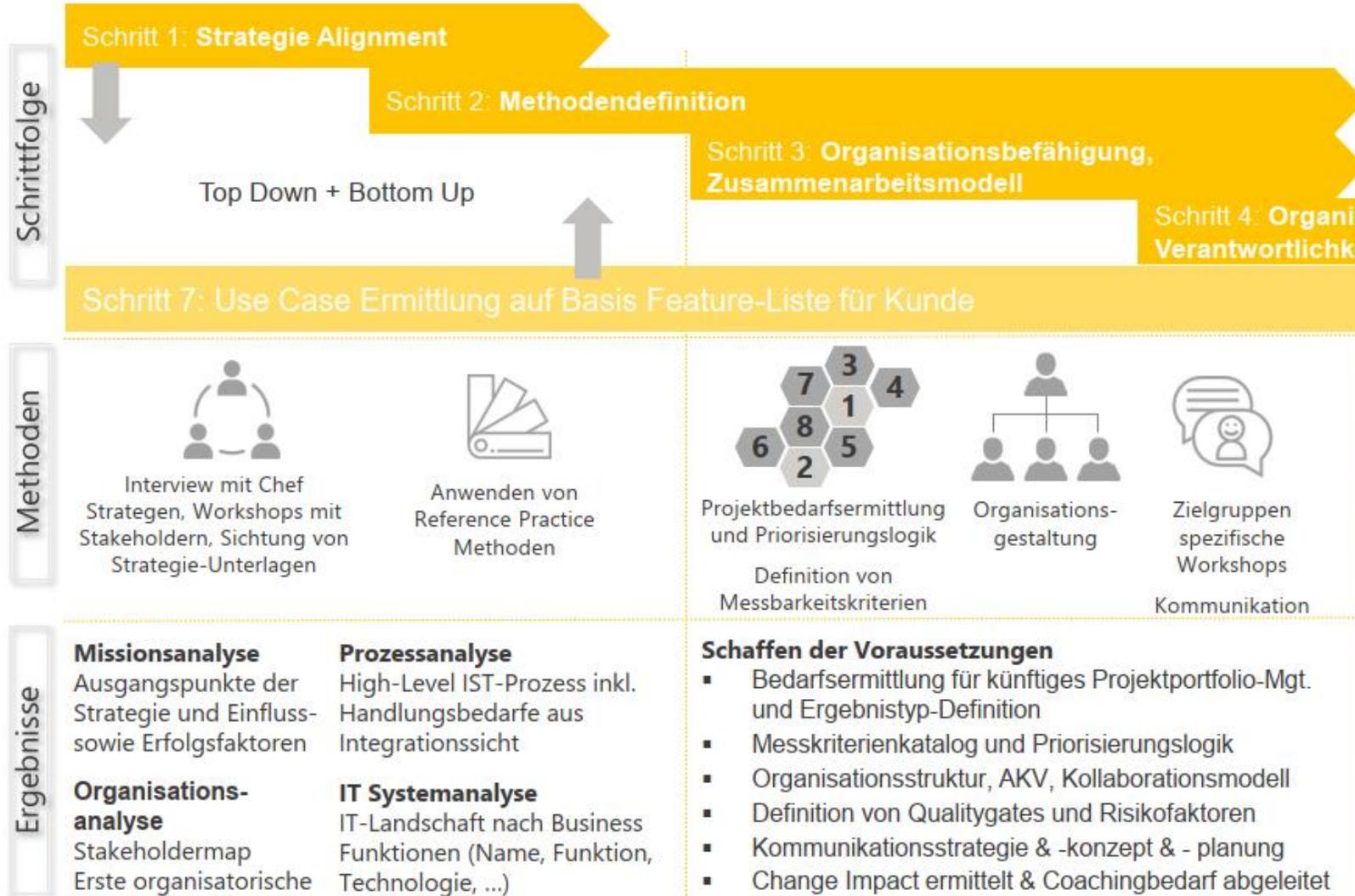
# Nächste Schritte



# Nächste Schritte



# Nächste Schritte



# Nächste Schritte



## lessons learned



Frühere Einbindung von Personalentwicklung und Betriebsrat 😊.

Bei der Entwicklung der Strategie viel früher Teammitglieder einbinden.

Ressourcen für Teammitglieder schaffen.

Nicht „resignieren“, wenn nach einer myFactory Präsentation die Leute nicht aufspringen und jubeln.

Suche Leute die wollen !!!

Nicht entmutigen lassen.

Alles braucht seine Zeit.



| Fragen



Vielen Dank!