



Checkliste

Digitales Shopfloormanagement –
Feststellen, was in der Produktion passiert

KURZ UND KNAPP

WORUM GEHT'S?

MACHEN SIE ABWEICHUNGEN IN LAUFENDEN PROZESSEN MIT DEM DIGITALEN SHOPFLOORMANAGEMENT SICHTBAR – OHNE VERZÖGERUNG

SCHRITT 1



INFORMIEREN – WISSEN ALLE BESCHIED?



Um digitales Shopfloormanagement erfolgreich zu integrieren, ist es unabdingbar, dass Sie umfangreich über die Einführung informieren. Zeigen Sie Ihren Mitarbeitenden die Vorteile des digitalen Shopfloormanagements auf und definieren Sie gemeinsam, welche Informationen für alle sichtbar sein sollen. Sie erhöhen so von Anfang an die Akzeptanz des digitalen Shopfloormanagements und ermöglichen Ihren Mitarbeitenden eine digitale Selbstbestimmung.



PRÄPARIEREN – SIND DIE PRODUKTIONSBEREICHE VORBEREITET?



Digitales Shopfloormanagement beinhaltet nicht nur die Visualisierung von Produktionsabläufen, sondern auch die gemeinschaftliche Besprechung und Lösung von Problemen. Die für die Informationsanzeige notwendigen Medien sollten daher an für alle gut einsehbaren Bereichen der Produktion positioniert werden. Eine mobile Anwendung über firmeninterne Netzwerke ist ebenso möglich und bietet darüber hinaus auch Mitarbeitenden an Telearbeitsplätzen die Möglichkeit, sich einzubringen.



DEFINIEREN – WELCHE INFORMATIONEN SIND WIRKLICH



Nicht alle Informationen, die in der Produktion anfallen, sind für alle Mitarbeitenden gleichermaßen wichtig. Definieren Sie den erforderlichen Umfang der Daten und machen Sie die Rückschlüsse, die aus diesen Daten gezogen werden sollen, transparent. Führen Sie diesen Prozess für jeden Produktionsbereich sowie ggf. für übergeordnete Bereiche, wie etwa die Produktionssteuerung, durch.

SCHRITT 2



INTEGRIEREN – FÜHREN SIE EINEN TEST IN DEN EINZELNEN PRODUKTIONSBEREICHEN DURCH



Testen Sie die Methode in den einzelnen Produktionsbereichen mit allen Mitarbeitenden. Zeigen Sie auf, was mit den jeweiligen Informationen geschieht. Transparenz und Verständnis für die Art der Informationsanwendung hilft Ihnen, gemeinsam die richtige Wahl für die Visualisierungsmethode zu treffen. Wollen Sie z. B. mittels Andon, A3-Reports oder Ishikawa-Diagrammen kommunizieren? Generieren Sie im Test absichtlich Fehler in der Darstellung und ermutigen Sie die Mitarbeitenden, den Workflow jederzeit aufrecht zu halten und Verbesserungen aufzudecken.



FINALISIEREN – VOLLE FAHRT VORAUSS, GEHEN SIE AUFS GANZE



Nachdem Sie die Methoden des digitalen Shopfloormanagements in den Produktionsbereichen getestet haben, ist es an der Zeit, in den Live-Betrieb überzugehen. Halten Sie hierfür regelmäßige Feedback-Gespräche mit den Mitarbeitenden und der Unternehmensleitung ab. Nehmen Sie Bedenken ernst und prüfen Sie, ob Korrekturen erforderlich sind.



OPTIMIEREN – ERFINDEN SIE SICH NEU



Hinterfragen Sie in regelmäßigen Abständen den Nutzen und die Effizienz der angewandte Methodik. Holen Sie Feedback ein und bewerten Sie die Komplexität Ihres digitalen Shopfloormanagements. Identifizieren Sie Verbesserungsmöglichkeiten und setzen Sie diese mit Ihren Mitarbeitenden um.



KONTAKT

SIE HABEN FRAGEN?

Ansprechpartner: Florian Beuß

Tel.: +49 (0) 381 / 496 82 59 | Fax +49 (0) 381 / 496 82 12

E-Mail: florian.beuss@igp.fraunhofer.de |

www.kompetenzzentrum-rostock.digital