



Fix ohne Handbuch. Im Innovation Center verproben Experten wie Wearables als Smart Watch, Sensorhandschuh, Scanner und AR-Brille Servicetechniker durch eine Reparatur führen.



# Irgendwie naheliegend.

Eine Hightech-Werkstatt voll mit Freiräumen, Spielräumen, Denkräumen. Wie Kunden des Innovation Center München gemeinsam mit T-Systems und deren Partnern aus Wirtschaft und Forschung Lösungen, Ideen und Projekte prototypisieren und weiterentwickeln.

**TEXT** — Thomas van Zütphen

**W**o entstehen bei der Telekom und T-Systems eigentlich Innovationen? In der Design Gallery in Bonn natürlich, den futuristischen Showrooms für die Kommunikationsmöglichkeiten von morgen. Oder den T-Labs in Berlin, die mit ihrer ICT-Forschung dem Hier und Jetzt von Unternehmensproblemen immer ein Stück voraus sind. Aber hier, abgelegen in der nördlichen Peripherie von München? Was aussieht wie ein schlichter Zweckbau mit fast 200 Meter langer Fassade, beherbergt neben einem Rechenzentrum tatsächlich die Geschäftskunden-Innovationschmiede Nummer eins – etwas bescheidener und präziser: ein Center für die Verbesserung von Geschäftsprozessen mit den neuesten verfügbaren ICT-Lösungen.

Low Latency Mixed Reality ist so eine Lösung zum Beispiel. Darum geht's: Augmented Reality (AR) erweitert die Realität durch multimediale Inhalte, die Datenbanken passend bereitstellen. Anwendungsbeispiel sind zum Beispiel Wartungsprozesse, die Techniker nach festgelegten Schritten ausführen müssen. Erfasst ein Servicetechniker etwa der Automobil- oder der Luftfahrtindustrie mit der Kamera einer AR-Brille ein relevantes Teil, wird dieses auf dem Display farblich hervorgehoben und mit 3D-Animationen, Videos, CAD-Daten oder Textdokumenten unterlegt. So führt ihn die AR-Lösung Schritt für Schritt durch den

gesamten Wartungsprozess. Beispielsweise blendet das System dem Mechaniker das passende Werkzeug ein. Ist es mit einem Ersatzteil-Bestellsystem verknüpft, werden benötigte Teile automatisch geordert.

Mithilfe des 5G-Netzwerks, der dort möglichen anwendungsbezogenen Bereitstellung von Datenraten, Geschwindigkeiten und Kapazitäten (Network Slicing) sowie einer cloudbasierten Plattform entwickelte das Innovation Center daraus einen funktionalen Prototyp eines Wartungsunterstützungssystems. Das ermöglicht, Anwendungen schnell und effizient durchzuführen und zugleich dass deren Daten direkt in der Cloud gespeichert werden können. Die Plattform lässt sich in die Prozesslandschaft von Unternehmen jeder Branche integrieren.

## Touch & Feel von Innovationen

Greifbar, getreu dem Motto „Wir wollen Innovation erlebbar machen“, werden solche Lösungen im Innovation Center – mitunter buchstäblich spielerisch – in leicht verständliche Showcases übersetzt, in diesem Fall von der Reparaturanweisung einer spezifischen Servicesituation in die Bedienungsanleitung für einen Segway. Wenn zum Beispiel Novizen im Umgang mit den immer beliebter werdenden Personal Transportern mit der Kamera eines iPads den Segway abfahren, werden verschiedene Elemente wie Ladevorrichtung, Höhenverstellung und Cockpit farblich markiert und lassen sich per Fingertipp aktivieren. In Video, Audio, Text und 3D-Animation werden dann die jeweiligen Funktionen über das iPad erklärt.

Das ist nur ein Beispiel dafür, was Intention, Angang und Zielgruppe des Innovation Center ausmachen. „Vielen Unternehmen mangelt es nicht an guten Ideen, sondern an deren Umsetzung, denn in PowerPoint gibt es keine technischen Probleme“, so Dr. Stephan Verclas, Leiter T-Systems Innovation und Chef des Innovation Center. „Vor allem deswegen haben wir das Innovation Center in München gebaut, wo wir Innovationen mit unseren Kunden und Partnern mittels Rapid Prototyping entwickeln, in unserem Innovation Data Center betreiben und in Innovationsworkshops das Feedback unserer Kunden einholen.“

Dabei ist die Herangehensweise der Innovations-Scouts gewissermaßen prototypisch, geht sie doch immer von der Frage aus: „Was passiert gerade am Markt?“ Dazu beobachten Experten des Innovation Center gesellschaftliche Trends, um entdeckte „Business Customer Needs“ mit zugleich aufkommenden technologischen Möglichkeiten in Korrespondenz zu setzen. Ob im Bereich Security, Netze, Cloud oder IoT – dieses Brückenbauen zwischen Technologie und Business macht das Innovation Center aus.

## Disruption

So hat zur diesjährigen CeBIT das Team um Stephan Verclas in enger Zusammenarbeit mit der Digital Division von T-Systems die Logistikkö-  
 Lösung des im Silicon Valley be-

heimateten Start-ups Roambee in einem Blockchain-Demonstrator für eine industrielle Fertigungslinie abgebildet. Und das Exponat als Blick über den Tellerrand klassischer Bitcoin-Finanztransaktionen hinaus zur Hannover Messe Industrie (HMI) noch einmal auf eine komplette Supply-Chain ausgebaut – inklusive des Features Smart Contracts. So disruptiv wie Blockchain für die gesamte Finanzwirtschaft ist, zeigt die Verknüpfung mit Roambee in einem Blueprint, welches Disruptionspotenzial die Lösung für die gesamte Fertigungsindustrie entwickeln kann. Denn dort haben Nachweisbarkeit und Verlässlichkeit einer permanent rollenden Logistikkette mit Blick auf Just-in-time-Fertigung herausragende Bedeutung. Insofern ist es kein Wunder, dass erste Unternehmen unterschiedlichster Branchen schon mit der Bitte um Teststellungen bei T-Systems „angeläutet“ haben.

## Konzernübergreifende Kooperation

Detecon, T-Labs, Multimedia Solutions, hub:raum – nicht nur mit den unterschiedlichsten Entwicklungseinheiten des eigenen Konzerns arbeitet das Innovation Center übergeordnet eng zusammen. Die Kooperation erfolgt auch mit Analysten, Industrie- und Forschungspartnern, Universitäten und Start-ups, vor allem aber auch mit allen Divisionen der T-Systems (IT Division, TC Division, Digital Division und Security) und dem jeweiligen Kunden selbst.

Ziel sei es, so Stephan Verclas, „Design Thinking als Ansatz zum Lösen von Problemen und zur Entwicklung neuer Ideen in ein Unternehmen zu führen und dabei Lösungen zu finden, die aus Kundenanwendersicht überzeugen“. Die Roadmap der gemeinsamen Arbeit des Innovation Center mit seinen Kunden und Partnern aus Forschung und Industrie folgt dabei modernen, agilen Entwicklungsmethoden wie Scrum.



Bis zu 150 Design- und Innovationsworkshops führt das Innovation Center jährlich durch. Ziel ist es, gesellschaftliche und technologische Entwicklungen gemeinsam mit Kunden auf deren Geschäftsfälle zu übertragen und durch die Entwicklung konkreter Produkte zu einer Wertschöpfungssteigerung zu führen.



Für eine höhere Transaktionssicherheit in industriellen Lieferketten verknüpfte das Innovation Center die Logistikkö-  
 Lösung Roambee erstmals mit dem Datenbanksystem Blockchain.

# „Innovation live erleben.“

Dr. Stephan Verclas, Leiter T-Systems Innovation und zugleich Chef des Innovation Center, über Abstraktion, Analogien und Adaption als Schlüssel zur businessnahen Anwendung neuer Softwarelösungen im strategischen Kundeneinsatz.

TEXT — Thomas van Zütphen

## Herr Dr. Verclas, was ist die Grundidee des Innovation Center?

Auslöser war vor acht Jahren die Frage, warum wir auch damals schon zwar als erfahrener ICT-Dienstleister und Infrastrukturanbieter galten, dabei draußen jedoch nicht unbedingt als innovativ wahrgenommen wurden. Ergebnis unserer Analyse war, dass wir als Service-Provider naturgemäß immer erst neue Softwareprodukte und Hardwaretechnologien abwarten müssen, um dann neue, innovative Services darauf aufzusetzen, also in gewisser Weise intrinsisch arbeiten. Zweiter Grund war, dass wir keine Anlaufstelle hatten, an der wir Kunden unsere Kreativität und Kompetenz konzentriert an einem Ort zeigen konnten. Es gab zwar seitens der Telekom die T-Gallery im Sinne eines Showrooms der Kommunikation der Zukunft – aber ohne den Fokus auf Geschäfts- und ICT-Servicekunden,

sondern eher aufs Consumergeschäft. Zugleich sind unsere T-Labs als Forschungs- und Entwicklungseinheit aktuellen Businessmodellen in der Regel weit voraus. Das heißt: Hier hatten wir einen Gap. Diese Lücke – das war die Konsequenz daraus – mussten und wollten wir schließen mit einem Center, das unser innovatives Portfolio vor Ort dem Kunden präsentieren kann.

## Wenn man so will also: Innovation erlebbar machen?

Ganz genau. Dieses Liveerleben in den Vordergrund zu stellen war schon so etwas wie der Grundgedanke, weil wir eben ein doch sehr schwieriges, komplexes Portfolio haben. Viele unserer Services und Ideen, die bestimmte Prozesse elementar verbessern, sind oft nicht sichtbar – oder wenn doch, dann nur über langweilige Eingabemaschinen. Das ist nicht unbedingt spannend.

## Wie kam es dann zur Standortwahl unter dem Dach eines Rechenzentrums?

Unser damaliger Produktionschef hatte hier in München das Projekt „Data Center 2020“, das den Betrieb eines Rechenzentrums unter energetischen Aspekten erforschte. Da bot es sich einfach an, Innovationen dort zu zeigen, wo uns der Markt ohnehin schon herausragende Kompetenz bestätigt hatte. Tür an Tür mit einem Rechenzentrum der Zukunft. So kam die Sache ins Rollen, und im September 2010 wurde das Innovation Center eröffnet.

## Damit hatten Sie eine Plattform. Aber wie haben Sie die eigentliche Botschaft „T-Systems kann auch Innovation“ dann mit Leben gefüllt?

Zunächst war es wirklich mehr ein Showroom. Aber relativ schnell haben wir festgestellt, wen beziehungsweise was es damit eigentlich zu adressieren galt, nämlich die Umsetzungsproblematik der Kunden, aber auch unserer eigenen Kollegen in Sales und den Accounts. Denn oft ist es doch so: Es gibt ein neues Produkt, eine Software, aber so recht hat niemand eine Idee, wie das, was sie leistet, in den eigenen Geschäftsfall oder bestimmte Anwendungszwecke einzusetzen sein könnte. So kam es zur Überlegung, im Innovation Center nicht nur Workshops durchzuführen, sondern hier wirklich Innovationen zu entwickeln, diese auch zu betreiben und sich über Workshops dann erst die Feedbackschleife einzuholen. Diese Dialogform mit dem Kunden haben wir vor drei Jahren sogar mobilisiert und können heute mit einem digitalen Innovation Center auch auf Messen gehen oder mit einer kleineren Version als „Innovation2Customer“ direkt zum Kunden.

## Wenn Sie Innovationen für Kunden entwickeln, haben Sie es mit unterschiedlichsten Branchen zu tun. Woher kommt das Know-how, das Sie

## brauchen, damit Ihre Lösung einem Unternehmen in seinem jeweiligen Markt, Geschäftsfeld und der individuellen Kundenanforderung wirklich hilft?

Wir haben ein sehr breites und tiefes ICT-Know-how, aber wir sind keine Branchenexperten, sondern zunächst einmal Generalisten, das stimmt. Den jeweiligen erforderlichen Deep Dive vollziehen wir nach dem Cross-Industry-Prinzip A3, das heißt, für bestehende Basisinnovationen aus einer anderen Branche auf Abstraktion basierend Analogien zu finden und dann die Adaption vorzunehmen für das Kundenproblem, um das es konkret geht. Das funktioniert ausgezeichnet.

## Wie sieht das konkret aus? Wie machen Sie Innovationen?

Das ist auch eine Frage, die nahezu jeder Kunde in einem Innovationsworkshop stellt. Zunächst beschreiben wir unsere Zusammenarbeit mit den anderen Einheiten des Konzerns, denn wir können hier auf 450 Quadratmetern – handwerklich, wenn man so will – natürlich nicht alles selber machen.

Aber so wird deutlich, dass wir sowohl im strategischen und prozessualen Innovationsmanagement Expertise haben als auch in der Umsetzung und wie wir am Ende des Tages die komplette Kette abdecken. Vom Identifizieren einer möglichen Innovation über das Scouten mittels Technologieradar bis hin zur praktischen Entwicklung, zum Coaching, zu der Projektleitung und zuletzt der Vermarktung. Entweder als Transfer ins Portfolio oder als Kompetenzaufbau für unsere Systems Integration oder die Kollegen der Multimedia Solutions.

## Wer hat am Ende eigentlich die Rechte an einer Innovation, beziehungsweise was ist, wenn das Ergebnis Ihrer Arbeit einer schon vorhandenen Lösung im Markt sehr nahekommt?

Das ist eine wichtige Frage. Das Intellectual Property Right muss tatsächlich geklärt sein, wenn ich mit einem Kunden strategisch an Innovationen zusammenarbeite. Etwa in der Automobilindustrie spielen Patente – eines Wettbewerbers zum Beispiel auf eine vergleichbare Lösung – eine wichtige Rolle. Aber auch dieses IPR-Management übernehmen wir als Service des Innovation-Managements für den Kunden.

## Wer sind Ihre Besucher?

Von Groß bis Klein. Konzerne bis zu KMUs. Und bei jedem folgt unsere Arbeit dem Mindset „Think big, start small and learn fast“.

„Bei jeder neuen Software fragt man sich doch als Erstes: Was könnte sie für meinen Geschäftsfall leisten? Und genau diese Umsetzungsproblematik adressiert das Innovation Center.“

**DR. STEPHAN VERCLAS**  
Leiter T-Systems Innovation  
und Chef des  
Innovation Center

Dabei kann es durchaus sein, dass Unternehmen mit dem Wunsch zum Innovation Center kommen, die Möglichkeiten der Digitalisierung über innovative Lösungen primär auf Kostenreduktion abzuklopfen. Doch schwenkt die Diskussion dann zum Beispiel auf das Thema Augmented Reality im Kontext des eigenen Maintenance-Bereichs, ergibt sich oft, dass eine Steigerung der Prozesseffizienz tatsächlich reizvoller und der eigentliche Schlüssel zur Problemlösung sein könnte.

Denn von IoT über Smart Robotics zu Machine Learning bis hin zu Software-Defined Anything: „Zwischen Hype und Marktadaption schwirren einfach zu viele neue Trends und Buzzwords durch ständig neuere Technologiedebatten, als dass man auch auf Anhieb in Gänge überblicken könnte, welche Möglichkeiten die Digitalisierung mir als Kunde und meinen individuellen Geschäftsmodellen unter Umständen konkret bietet“, so Verclas. „Im Ergebnis kann beim besten Willen dann kaum noch jemand in der Lage sein zu definieren, was seine Herausforderung ist.“

## Bremsklötze auf dem Weg zur Innovation

150 Workshops dieser Art hat das Innovation Center für Kunden von T-Systems und Telekom Deutschland im vergangenen Jahr durchgeführt. Jeweils individuell vorbereitet von verantwortlichen Innovationsmanagern, die die Projekte treiben. Dazu gehört auch ein strategisches Coaching für den Umgang von Unternehmen mit den eigenen Innovationseinheiten. Denn „Innovation hat eine sehr emotionale Komponente und tut sich naturgemäß schwer, weil sie in jedem Betrieb das Bestehende stört und droht, etwas anders zu machen“, so die Erfahrung von Stephan Verclas. Das jeweilige Beharrungsvermögen anzugehen entpuppt sich regelmäßig als eine Kernaufgabe der Berater des Innovation Center.

„Auch in dieser Rolle versteht sich das Innovation Center in erster Linie als Dienstleister unseres Konzerns. Darum wird bei uns in München auch kaum jemand wirklich direkt klingeln. Kunden, die den Wunsch nach Innovation bei uns adressieren wollen, sprechen unser Team auf Messen wie der Hannover Messe Industrie an oder wenden sich an ihren T-Systems-Accounter beziehungsweise unser Servicemanagement“, so Stephan Verclas. „In diesem Sinne sind wir als Innovationsplattform natürlich einerseits ein handfestes Tool, zugleich aber Richtung Kunde auch eine stehende Einladung, mögliche neue ‚Opportunities‘ gemeinsam anzugehen.“ Ist ja auch naheliegend.

✉ [stephan.verclas@t-systems.com](mailto:stephan.verclas@t-systems.com)

🌐 [www.t-systems.de/innovation-center](http://www.t-systems.de/innovation-center)

🌐 [www.t-systems.de/innovation-management](http://www.t-systems.de/innovation-management)

📺 [www.t-systems.de/video/roambee-blockchain](http://www.t-systems.de/video/roambee-blockchain)



Fotos: Dominik Giegler, T-Systems

✉ [stephan.verclas@t-systems.com](mailto:stephan.verclas@t-systems.com)

📺 [www.t-systems.de/video/interview-verclas](http://www.t-systems.de/video/interview-verclas)