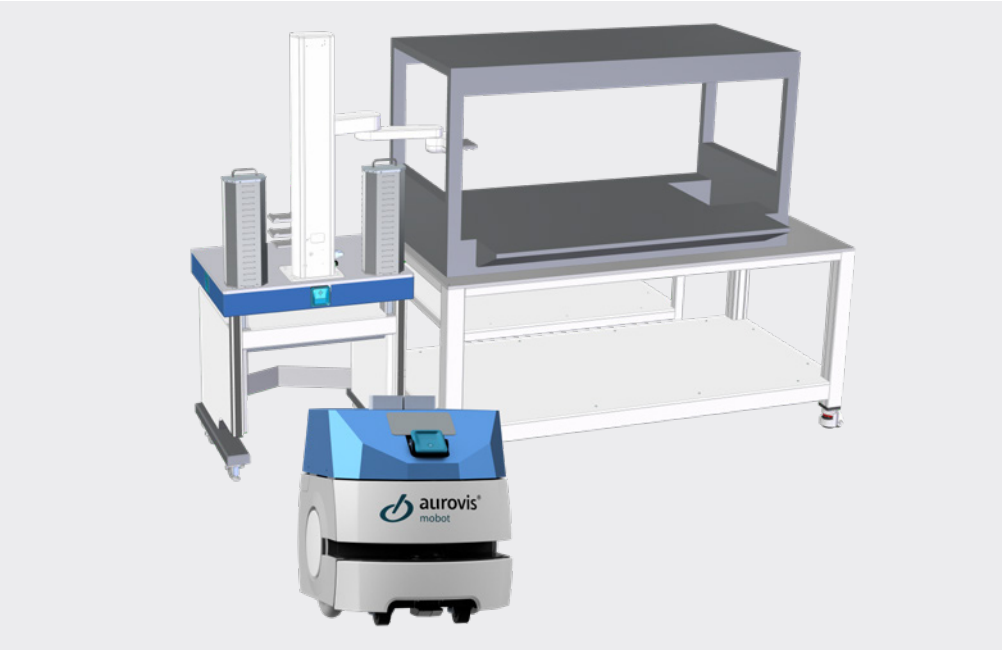




Die cleveren KI-Helfer von Aurovis vereinfachen wichtige Prozesse in Unternehmen.

«Wir eröffnen allen Firmen die Chancen von KI»

Schweizer Unternehmen sind innovativ – aber teuer. Die Aurovis AG setzt hier mit smarten Lösungen an.

Herr Schelbert, die Aurovis AG bietet Robotik- und Automatisierungslösungen an und ist ebenfalls auf den Einsatz von KI-Systemen für die Bilderverarbeitung und -erkennung spezialisiert. An wen richtet sich Ihr Angebot?

Grundsätzlich kann jedes produzierende oder verarbeitende Unternehmen in der Schweiz von unseren Produkten und Dienstleistungen profitieren. Denn die Aurovis AG ist primär eine Automatisierungsfirma. Wir richten zum Beispiel für Kundenbetriebe Logistikroboter ein, die Ware aus dem Lager holen und direkt rüsten. In Spitälern wiederum holen unsere Roboter Medikamente im Lager und bringen diese an den gewünschten Ort. Durch die Tatsache, dass wir im Feld der KI-gestützten Bildverarbeitung führend sind, eröffnet ganz neue Chancen für den Einsatz moderner Roboter. Und diese Chancen sind für den Werkplatz Schweiz ganz besonders wichtig.

Warum benötigen gerade Schweizer Unternehmen KI-gestützte Automatisierungslösungen?

Hierzulande verfügen wir über viel Innovationskraft und Fachwissen. Doch damit wir von der vollen Wertschöpfung dieser Ideen profitieren können, müssen wir auch die Produktion von neuen Produkten im Inland halten können. Hierfür ist eine smarte Automatisierung entscheidend, da sie die Wettbewerbsfähigkeit erhöht und damit zum Grundpfeiler für Business Success wird.

In welchen Branchen kommt die KI-Bildverarbeitung denn zum Tragen?

Unsere KI-gestützten Anwendungen sind in zahlreichen industriellen Kontexten nützlich und bilden ein wichtiges Fundament für jede Smart Factory. In der Lebensmittelbranche beispielsweise tragen unsere Lösungen dazu bei, dass sich die Qualität von Fleisch oder Kaffee kapseln effizient sowie präzise überprüfen lässt. In der Uhrenindustrie wiederum stellen unsere scharfsichtigen KI-Systeme sicher, dass die filigranen Komponenten einer Uhr wirklich wie gewünscht ineinandergreifen. Und sogar die Güte von Diamanten kann mithilfe künstlicher Bilderkennung exakt bewertet werden. Ein weiteres, spannendes Anwendungsfeld ist die Textilbranche: Vision Systeme erkennen unter anderem kleinste Fehler im Webmuster von Stoffen, was dabei helfen kann, die Produktion von Kleidungsstücken zu optimieren und dadurch Ressourcen einzusparen.

Gehen durch solche und ähnliche Automatisierungen nicht viele Stellen verloren?

Diese Angst ist nachvollziehbar, aber die Argumentation ist nicht schlüssig. Denn die Schweizer Industrie sieht sich vielmehr mit der Situa-

tion eines gravierenden Fachkräftemangels konfrontiert. Und die ohnehin angespannte Lage spitzt sich durch die Pensionierung der Babyboomer-Generation noch zu. Mithilfe unserer KI-, Robotik- und Automatisierungssysteme können wir darum sogar dazu beitragen, Arbeitsplätze zu halten, zu sichern – und neue zu schaffen. Denn dank Vision-Systemen und anderen KI-Lösungen kann die fachliche Expertise, die sonst demografiebedingt aus den Betrieben «abfließen» würde, im Unternehmen gehalten werden. Der Einsatz von KI sorgt also dafür, dass KMU ihre Operationalität aufrechterhalten können, und die modernen technischen Möglichkeiten eröffnen ihnen sogar neue, potenzielle Absatzzweige. Es ist eine Tatsache, dass wir hierzulande vermehrt automatisieren müssen. Doch es ist ebenso ein Fakt, dass dieser Prozess nicht zwangsläufig zuungunsten der Belegschaften geschehen muss. Im Gegenteil: Richtig angewandt, stellen Digitalisierung, Robotik sowie KI eine enorme Chance für Schweizer KMU dar und erhöhen ihre Wettbewerbsfähigkeit massiv. Wir von der Aurovis AG stehen Firmen aller Branchen und Grössen auf diesem Transformationsweg als Technologie- und Sparringspartner zur Seite.

Wie können Unternehmen die Expertise der Aurovis AG nutzen?

Am Anfang jeder Zusammenarbeit steht die Beratung. Unser grosser Vorteil besteht darin, dass wir sowohl die konzeptionellen Massnahmen als auch deren konkrete Umsetzung aus einer Hand erbringen können. Hierfür suchen wir auch immer wieder neue Partnerschaften und Kooperationen. Damit unsere Kunden sich einen eigenen Überblick über die Wirksamkeit unseres Angebots machen können, geben wir ihnen heute Demosysteme zum Ausprobieren an die Hand. So kann ein Betrieb etwa mit einem unserer Demo-Visionssysteme nach Dellen oder Farbveränderungen auf Produktoberflächen suchen. Das Spannende dabei: Unsere Systeme erlauben es dem Kunden, selbst zu definieren, welche Abweichungen als tolerierbar gelten sollen oder nicht. Auf diese Weise lassen sich hochpräzise Anwendungen schaffen, die exakt den eigenen Bedürfnissen entsprechen.



Roger Schelbert, Jahrgang 1968, ist seit 2018 Inhaber und CEO der Firma Aurovis AG. Er hat mehr als 20 Jahre Erfahrung in Automation, Robotik und Bildverarbeitung.



Weitere Informationen finden Sie unter: www.aurovis.ch

«Ohne exakte Problemanalyse keine passende Lösung»

Digitale Innovation klingt oft abstrakt – mit viu wird sie zur greifbaren Praxis. Dank Vertrauen und Offenheit.

Marcel, ihr beschreibt viu als Partner für digitale Innovation. Wie sieht euer Ansatz konkret aus?

Innovation ist ja leider zu einem Buzzword verkommen, das mittlerweile schwierig zu fassen ist. Für uns ist Innovation eher ein Roadtrip. Ein Roadtrip, bei dem wir Probleme aufdecken und für diese neue Ideen und Ansätze suchen und diese umsetzen. Der Weg dahin kann aber viele unvorhersehbare Abzweigungen enthalten. Immer wieder stellen wir fest, dass Unternehmen im Alltag nicht recht wissen, wo sie ihre eigene Innovationsreise beginnen sollen: Reicht eine neue Website aus? Braucht es diese Massnahme tatsächlich? Müssen wir unsere gesamten Services grundlegend umkrempeln? Und welche Ziele verfolgen wir eigentlich mit diesen Aktionen? Wir helfen unseren Kunden dabei, diesen unübersichtlichen Fragenschubel hinter sich zu lassen und setzen an einem zentralen Punkt an, der gerne vergessen geht: der Definition des Problems.

Und wie eruiert ihr die Probleme eines Kundenbetriebs?

Wir bevorzugen hierfür das gemeinsame Arbeiten am «Big Picture». Welche Vision hat das Unternehmen und wohin möchte es sich entwickeln? Davon leiten wir sowohl potenzielle Herausforderungen als auch mögliche Lösungsansätze ab.

viu reduziert Papierkram und Wartezeiten und fördert Effizienz und Transparenz. Was sind die grössten Herausforderungen solcher Projekte?

Fehlender Mut, sich selber zu hinterfragen. In unserer Zusammenarbeit schaffen wir es aber immer wieder, gemeinsam Bestehendes zu hinterfragen und neue Wege zu gehen. Das ist als externer Partner unsere grosse Stärke. Zu diesem Zweck müssen wir uns immer wieder aufs Neue in die Mindsets unserer Kunden hineinversetzen. Das setzt grosse Agilität voraus, macht unsere Arbeit aber auch so spannend!

Oftmals steht das Daily Business der Innovation im Weg. Wie schaffen eure Kunden dank eurer Hilfe den Spagat zwischen operativem Tagesgeschäft und der Förderung innovativer Ideen?

Die grösste Challenge liegt in der Tat im Arbeits-trott: Wenn man zum Beispiel für eine Versicherung tagtäglich Belege abarbeiten muss, ist es schwierig, über eine Optimierung dieses repetitiven Prozesses nachzudenken. Darum achten wir bei unseren Beratungen darauf, dass man sich nicht im Büro der Kunden austauscht, sondern im wahrsten Sinne des Wortes ein Szenariwechsel geschieht. In einem neuen Setting kann die Kreativität viel besser sprudeln. Diese Ideen greifen wir dann auf und entwickeln sie weiter.

Kannst du den Prozess, der zur «sprudelnden Kreativität» führt, näher beschreiben?

Wir beginnen immer mit einer ersten Zusammenkunft, sei dies bei uns im Büro oder einem Workspace, den wir hierfür anmieten. Dann erstellen

wir gemeinsam mit dem Kunden eine Auslegung, was drei bis vier Stunden in Anspruch nimmt. Dabei erkennen wir, wie eine Firma, eine Behörde, eine Organisation etc. tickt. Spannend dabei: Nicht nur wir eignen uns neues Wissen an, sondern auch die Kundinnen und Kunden beginnen zu brainstormen. Dank dieses Schritts wissen wir, welche Stossrichtung wir einschlagen möchten und wo die wesentlichen Painpoints liegen. Wir erweitern diese Erkenntnisse durch Recherche. Aus diesen Inputs sowie unseren Research-Ergebnissen leiten wir dann ein Bündel an digitalen Lösungen ab, das wir anschliessend erneut validieren und die richtigen umsetzen. Hier kommt unseren Kunden die Tatsache zugute, dass wir sämtliche Schritte und Massnahmen aus einer Hand erbringen können, inklusive allfälliger KI-Implementierungen und Automationen.

Kannst du ein Beispiel geben, bei dem ein Projekt eine unerwartete Abzweigung genommen hat – und letztlich zu einer besseren Lösung führte?

Für einen Kunden sollten wir die Intranetseite umgestalten, die vor allem für das Onboarding neuer Mitarbeitender verwendet wurde. Doch uns war nicht recht klar, welche Benefits man sich davon versprach. Darum führten wir in Absprache mit dem Unternehmen einen Workshop durch, um herauszufinden, welche Ansprüche die Belegschaft an eine Intranetlösung hegt. Es zeigte sich, dass es niemand geschätzt hatte, beim Stellenantritt das Intranet verwenden zu müssen. Anstatt also weitere Ressourcen hierfür aufzuwenden, konzipierten wir mit den HR-Verantwortlichen den «Welcome Day» komplett um. Seither sind die Feedbacks der neuen Mitarbeitenden deutlich positiver. Dieses Beispiel zeigt, wie sehr es sich lohnt, Zeit für die Definition des Problems aufzubringen.

Seit September unterstützt euch Sascha Dengler, ein Experte im Bereich Commerce. Welche neuen Impulse bringt er ins Unternehmen ein?

Bei viu geht es um das Ausloten von Perspektiven und das Einnehmen neuer Blickwinkel. Wir freuen uns daher enorm, dass Sascha seine Perspektive in unser Unternehmen hineinbringt. Er war lange für die Swisscom tätig und verstärkt nun unser Team. Seine Expertise, sein Netzwerk, seine Visionen sowie sein Drive sind eine tolle Bereicherung für uns.



Marcel Bieri, 1983, ist seit 2020 Head of Creative bei viu. In dieser Funktion verantwortet er die Bereiche Ideation & Innovation, Konzeption und visuelles Design.



Bereit für die gemeinsame Reise? www.viu.ch



Der Weg von der Vision bis zur Lösung muss nicht steil sein.