



ZF Digital Convention: ZF fördert digitale Transformation mit internem Kongress

- **Kongress „ZF Digital Convention“ in Friedrichshafen stärkt digitalen Unternehmergeist unter den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern**
- **ZF legt mit Strategie „Next Generation Mobility“ klaren Fokus auf Digitalisierung**

Friedrichshafen. In seiner Konzernstrategie „Next Generation Mobility“ setzt ZF auf die Digitalisierung als entscheidenden Innovationstreiber für die Mobilität von morgen. Die gestrige ZF Digital Convention in der Messe Friedrichshafen demonstrierte das umfassende und innovative Produktportfolio ebenso wie eine aufgeschlossene Unternehmenskultur: Der Kongress bot den teilnehmenden Mitarbeitern ein umfassendes Programm an Vorträgen, Workshops und lebhaften Diskussionen zur digitalen Transformation. Um Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter darin zu bestärken, selbst unternehmerisch zu denken und mit kreativen Ideen zu neuen Produkten und Geschäftsmodellen beizutragen, fördert ZF aktiv ein offenes und inspirierendes Umfeld.

Eine saubere und sichere Mobilität, die automatisiert, komfortabel, bezahlbar und für jeden überall auf der Welt zugänglich ist – das ist die ambitionierte Vision, die ZF für die Zukunft verfolgt. Eine zentrale Rolle spielt dabei die Digitalisierung: „Sie ermöglicht es uns, unsere Produkte vernetzt und umfassend über verschiedene Kundenbranchen hinweg anzubieten“, sagte Mamatha Chamarthi, Chief Digital Officer ZF Friedrichshafen AG, anlässlich der gestrigen ZF Digital Convention in der Messehalle Friedrichshafen. „Um unsere Position als führender Technologiekonzern zu sichern, hat ZF schon frühzeitig Schritte unternommen, um sowohl seine Systemlösungen wie auch den Konzern selbst in Sachen Digitalisierung auf die nächste Evolutionstufe zu bringen.“



PRESSE-INFORMATION
PRESS RELEASE

Seite 2/4, 12.11.2018

Ein entscheidender Faktor für diesen Prozess ist dabei neben der technologischen Expertise eine offene Unternehmenskultur, die Platz für die Entwicklung neuer Ideen bietet. „Eine erfolgreiche digitale Transformation fängt in den Köpfen der Mitarbeiter an“, erklärt Arwed Niestroj, Vice President Digital Transformation and Global Innovation Hubs. „Wir haben bei ZF 146.000 potenzielle digitale Innovatoren. Um dieses Potenzial zu heben, wollen wir ein Umfeld schaffen, das jeden Einzelnen einbindet und dazu ermutigt, wie ein Unternehmer zu denken, neugierig zu sein und Vertrauen in seine eigenen Ideen zu haben.“

Digitaler Unternehmergeist als Teil der Arbeitskultur

Dazu zählen auch Veranstaltungen wie die gestrige ZF Digital Convention, eine Austauschplattform und Inspirationsquelle für ZF-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus ganz Europa. Neben dem ZF-Vorstandsvorsitzenden Wolf-Henning Scheider gaben mit Rob Csongor, Vice President Autonomous Machines bei NVIDIA, Maks Giordano, Managing Director der Digital-Agentur kreait, und Jonathan Bertfield von The Lean Startup Co. auch externe Keynote-Speaker neue Einblicke in die digitale Transformation. In kurzen Impulsvorträgen stellten anschließend Vertreter verschiedener Unternehmensbereiche ihre Digitalisierungsprojekte vor. Parallel dazu konnten sich die Teilnehmer auf dem drive.digital-Marktplatz mit Projektteams austauschen oder in Workshops tief in verschiedene Aspekte des digitalen Arbeitens eintauchen.

Den Abschluss des Events bildete eine interne „Pitch Night“, die eindrucksvoll belegte, wie viel Kreativität und Erfindergeist in den ZF-Mitarbeitern steckt. Sie bildete für die Region Europa den Abschluss der diesjährigen konzernweiten „Digital Innovation Challenge“, bei der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dazu aufgerufen waren, ihre Ideen einzureichen zu den vier Hauptkategorien „Digitale Produkte und Services“, „Industrie 4.0“, „Digitale Geschäftsmodelle“ und „Kultur und Arbeitsplatz“. Bei jeder Pitch Night präsentiert eine Vorauswahl ihre Projekte einer hochrangig besetzten Jury aus ZF-Führungskräften, Vorstandsmitgliedern und erfahrenen Innovatoren. Die Gewinner haben



PRESSE-INFORMATION
PRESS RELEASE

Seite 3/4, 12.11.2018

die Möglichkeit, ihre Idee zu einem sogenannten „Minimum Viable Product“ auszuarbeiten. Im vergangenen Jahr ging aus der Digital Innovation Challenge die „Sound.AI“ hervor, ein Sounderkennungssystem, das es Autos zukünftig ermöglicht, zu „hören“.

Im Rahmen der diesjährigen Digital Innovation Challenge hatte am ZF-Standort in Farmington Hill, Michigan, bereits am 1. November ein Pitch Event für Nord- und Südamerika stattgefunden. Zwei weitere für die Region Asien sind für Ende November und Mitte Dezember in Shanghai und Hyderabad geplant.

Bildunterschriften:

- 1) Think big, start small, multiply fast: ZF-Vorstandsvorsitzender Wolf-Henning Scheider ermutigte die Mitarbeiter bei der ZF Digital Convention dazu, auf ihre eigenen Ideen zu vertrauen.
- 2) Offen sein für neue Impulse: Rob Csongor, Vice President Autonomous Machines bei NVIDIA, sprach über Innovation und Disruption in den Zeiten künstlicher Intelligenz.
- 3) Innovationen aus den eigenen Reihen: In einem Marktplatz-Setting tauschten Besucher Erfahrungen zu internen Best Practices aus.
- 4) Breites Angebot an Inspiration: Eine Vielzahl von Workshops bot den Teilnehmern der ZF Digital Convention die Möglichkeit, tiefer in verschiedene Aspekte der digitalen Transformation einzutauchen.
- 5) Ein Unternehmen voller Unternehmer: die Gewinner der ZF Pitch Night.
- 6) „Digital muss für jeden Mitarbeiter eine Priorität sein.“: Mamatha Chamarthi, Chief Digital Officer ZF, bei ihrer abschließenden Keynote.

Bilder: ZF



PRESSE-INFORMATION
PRESS RELEASE

Seite 4/4, 12.11.2018

Pressekontakt:

Thomas Wenzel, Director Global Corporate Communications,
Telefon: +49 7541 77-2543, E-Mail: thomas.wenzel@zf.com

ZF Friedrichshafen AG

ZF ist ein weltweit führender Technologiekonzern in der Antriebs- und Fahrwerktechnik sowie der aktiven und passiven Sicherheitstechnik. Er ist mit 146.000 Mitarbeitern an rund 230 Standorten in nahezu 40 Ländern vertreten. Im Jahr 2017 hat ZF einen Umsatz von 36,4 Milliarden Euro erzielt. ZF zählt zu den weltweit größten Automobilzulieferern.

ZF lässt Fahrzeuge sehen, denken und handeln. Das Unternehmen wendet jährlich mehr als sechs Prozent des Umsatzes für Forschung und Entwicklung auf, vor allem für effiziente und elektrische Antriebe und eine Welt ohne Unfälle. Mit seinem umfangreichen Portfolio verbessert ZF Mobilität und Dienstleistungen nicht nur für Pkw, sondern auch für Nutzfahrzeuge und Industrietechnik-Anwendungen.

Weitere Presseinformationen sowie Bildmaterial finden Sie unter: www.zf.com