

CATHARINA DAUM

Von Kaffee und Kreativität – ein Erfolgsrezept aus Indonesien

Indonesien ist für seine traumhaften Strände, tiefe Dschungel, Vulkane und Kaffee bekannt. Digitalisierung verbindet man eher nicht mit dem Inselstaat. Tiwan Liutama stellt mit seinem Unternehmen eine Ausnahme dar. Im Gespräch erklärt der 60-jährige Unternehmer, wieso TruConnect ihm hilft, konkurrenzfähig zu bleiben und warum seine Mitarbeiter sich kreativ ausleben sollen.

Digitale Maschinen kommen nicht jedem als Erstes in den Sinn, wenn es um Indonesien geht. Was begeistert Sie daran?

TRUMPF machte uns früh mit dem Thema vertraut. Um ehrlich zu sein, standen wir dem Ganzen zunächst etwas skeptisch gegenüber. Was sich genau hinter TruConnect verbirgt, hat sich uns anfangs nicht erschlossen. Aber je mehr wir darüber erfuhren, desto besser gefiel es uns. Wir setzen heute zum Beispiel auf TruTops Monitor, die App, die die Produktivität der Maschinen überwacht. So behalten wir unsere Fertigung im Blick. Industrie 4.0 ist für uns ein Prozess; Schritt für Schritt integrieren wir Elemente in unseren Arbeitsalltag. Für uns in Indonesien mit 13.000 Inseln ist Digitalisierung extrem wichtig. Denn unsere größte Konkurrenz kommt nicht von nebenan, sondern vom nächsten Kontinent.

Aber der Weg zum digitalen Erfolg im Hier und Jetzt war für PT Duta Laserindo Metal nicht einfach, oder?

Das ist richtig. Als wir das Unternehmen 1997 gründeten, steckte die Region mitten in der Asienkrise. Eigentlich kein guter Zeitpunkt, um etwas Neues aufzubauen. Als die indonesische Währung während der Wirtschafts- und Finanzkrise um 400 Prozent abgewertet wurde, gingen viele Jobshops bankrott. Als Neuling musste man entweder genügend Kapital oder aber einen starken Überlebenswillen haben. Ich habe mich damals trotzdem dazu entschlossen, die Neugründung zu wagen. PT Duta Laserindo Metal (DML) war der erste Jobshop in Cikarang, West Java und Vorbild für viele Firmen, die noch kamen. Glücklicherweise haben wir es durch die schwere Zeit geschafft. Dank unseres Teams, das sehr hart gearbeitet hat. Und dank neuer Ideen, wie sie uns heute auch beim Thema Digitalisierung helfen.

Was sind das für Ideen?

Immer, wenn ein Problem auftauchte oder es wirtschaftliche Herausforderungen gab, haben wir das Unternehmen weiterentwickelt und auf neue Technologien gesetzt. Das hat dazu beigetragen, dass wir uns am Markt behaupten konnten. Es lief sogar so gut, dass ich 2003 mit PT Dempo Laser Metalindo in OstJava eine weitere Firma gründen konnte. Wir haben bereits früh CAD-Programme für die Blechbearbeitung genutzt, also in gewisser Weise den Grundstein für die Digitalisierung von heute gesetzt. Damals haben wir bemerkt, dass dadurch neue Kunden mit neuen Herausforderungen auf uns

aufmerksam wurden. Daraufhin haben wir begonnen, unsere Kunden in Sachen Konstruktion und Design zu beraten. Und wir haben ihnen geholfen, ihre Produkte zu optimieren.

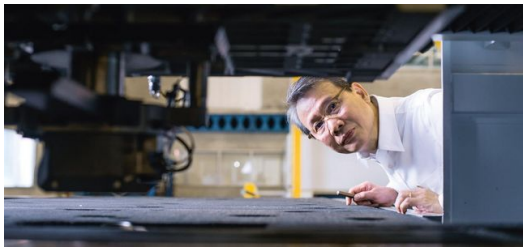
Ich möchte meinen Mitarbeitern ermöglichen, kreativ zu werden und eigene Produkte zu entwickeln.

Tiwan Liutama, Geschäftsführer PT Duta Laserindo Metal



Nie ohne mein Team: Tiwan Liutama glaubt daran, dass es wichtig ist, seine Mitarbeiter zu stärken und zu fördern. Denn für ihn sind sie gleichwertige Partner.

– Chendra Cahyadi



Reingespickt: Tiwan Liutama kennt jede Maschine in- und auswendig.

– Chendra Cahyadi

Mittlerweile haben Sie sogar ein eigenes, internes Designteam. Warum ist Ihnen das wichtig?

Es ist ganz einfach: Wenn ein Jobshop talentierte und kreative Leute beschäftigt, kann es passieren, dass sie sich irgendwann langweilen. „Nur" Aufträge abzuarbeiten, fordert sie nicht genug heraus. Deshalb möchte ich meinen Mitarbeitern ermöglichen, kreativ zu werden und eigene Produkte zu entwickeln. Daraus entstanden zum Beispiel ein Kaffeeröster und industrielle Schlepper. Das bringt unser Unternehmen weiter. Und für unsere Mitarbeiter neue Herausforderungen.

Was hat denn ein Kaffeeröster mit Kreativität zu tun?

Das wirkt auf den ersten Blick vielleicht nicht so, aber der Kaffeeröster ist ein kniffliges Produkt und erfordert viel kreatives Denken. Außerdem passt es sehr gut in unsere Region, schließlich stammt Arabica Kaffee aus Java. Während wir den Röster entwickelten, roch es in der Fabrik den ganzen Tag nach den Bohnen. Das war großartig! Immer mehr Mitarbeiter belegten Barista-Kurse und lernten, wie man einen perfekten Kaffee zubereitet. Mit Blech oder Laserschneiden hatte das erstmal wenig zu tun, aber meine Mitarbeiter waren glücklich. Und wenn das der Preis dafür ist, den Innovationsgeist im Haus zu halten, zahle ich ihn gerne.

Was tun Sie sonst noch, um Ihre Mitarbeiter zu ermutigen?

Ich denke, es ist extrem wichtig, talentierte Menschen mit neuen Aufgaben zu fordern. Bei uns heißt das, sich mit neuester Technologie auseinanderzusetzen. Wir schicken unsere Mitarbeiter ins Ausland zu Messen, zum Beispiel zur TRUMPF INTECH, um ihren Horizont beim Thema Digitalisierung zu erweitern. Und natürlich ermutige ich sie, jede Weiterbildung zu absolvieren, die sie brauchen. Meiner Meinung nach kann ein Unternehmen nur Großartiges erreichen, wenn die Geschäftsführung bereit ist, die Mitarbeiter in ihrer persönlichen und beruflichen Entwicklung zu unterstützen. So sind sie motivierter und dadurch auch kreativer.

Daten mögen das neue Öl sein, aber Kreativität war schon immer die wichtigste Währung.

Tiwan Liutama, Geschäftsführer PT Duta Laserindo Metal

Sie unterstützen Ihre Mitarbeiter dabei, kreativ zu sein – aber wie sieht es bei Ihnen aus?

Ich bin kein Picasso, aber an seinem Sprichwort: ‚Zuerst das Malen, danach der Kaffee', ist etwas dran. Auch, wenn ich es etwas anders auslege. Für mich bedeutet es: ‚Zuerst der Kunde, danach der Kaffee.' Ich bin fest davon überzeugt, dass man leidenschaftlich und kreativ sein muss, um Kundenwünsche zu erfüllen. Deshalb sage ich den jungen Leuten in meinem Unternehmen auch oft: ‚Daten mögen das neue Öl sein, aber Kreativität war schon immer die wichtigste Währung'.



CATHARINA DAUM
TRUMPF MEDIA RELATIONS, PRESSEREFERENTIN

https://www.trumpf.com/de_CH/newsroom/stories/von-kaffee-und-kreativitaet/