

Analyse der ROI Management Consulting AG

Maschinenbau- und Automobilindustrie: Keine Roadmaps für Digitalisierung und Konvergenz

München, 13. April 2015 – Die Digitalisierung und damit einhergehende Branchenkonvergenz verlangen von der klassischen Industrie neue strategische Ansätze und Management-Tools. Viele Unternehmen in der Maschinenbau- und Automobilindustrie haben das inzwischen erkannt. Allerdings verfügt nur eine Minderheit über eine langfristig angelegte und integrierte Strategie. Zu diesem Ergebnis kommt die Unternehmensberatung ROI Management Consulting AG in einer aktuellen Analyse.

„Ein Großteil der Unternehmen in der Maschinenbau- und Automobilindustrie setzt sich inzwischen im Rahmen von Projekten und Initiativen mit einzelnen Aspekten von Industrie 4.0 auseinander. Dies geschieht jedoch selten auf Basis einer integrierten Roadmap – die dringend notwendige Perspektive auf alle relevanten Aspekte der digitalen Transformation bleibt dabei auf der Strecke“, sagt Hans-Georg Scheibe, Vorstand der ROI Management Consulting AG. In der Folge können die Potenziale, die durch Branchenkonvergenz und die zunehmende Digitalisierung von Entwicklung, Produktion und Logistik entstehen, nicht voll genutzt werden – eine Entwicklung, die gerade für die mittelständisch geprägten Maschinenbauer und Automobilzulieferer gefährlich werden kann.

„Wenn Spieler aus mehreren Branchen das gleiche Angebot in den Markt bringen können, steigt die Intensität und Komplexität sowohl des Wettbewerbs ‚aller gegen alle‘ als auch neuartiger Kooperationsmodelle“, so Scheibe. „Die daraus resultierenden Herausforderungen sind vor allem für diejenigen Unternehmen brisant, die sich nicht bereits vor Jahren auf diesen Trend eingestellt haben, oder nicht über die Marktmacht und die Ressourcen großer Konzerne verfügen.“

Unternehmen sollten deshalb die Entwicklung einer langfristigen Konvergenz-Roadmap zur Basis ihrer Auseinandersetzung mit der Digitalisierung machen, rät Scheibe. Als ‚Routenplaner‘ hat ROI hierfür eine sechsstufige Methodik entwickelt. Eine fundierte Konvergenz-Roadmap helfe jedoch nicht nur dabei, die richtige Strategie für den Wandel zu entwickeln, sondern schaffe auch die notwendigen Freiräume für Experimente: „In einem Marktumfeld, das sich so stark in Bewegung befindet, gibt es große Chancen, mit Mut und Entdeckerfreude neue Standards zu setzen – selbst wenn man nicht zu den Größten in der eigenen Branche zählt.“

Druckfähige Bilddaten (Konvergenz-Roadmap) zum Download finden Sie unter:
<http://www.roi.de/unternehmensberatung/dialog/presse/bildarchiv.html>

ROI

KONVERGENZ-ROADMAP

01

SZENARIO-MANAGEMENT UND TREND-MONITORING

Ist ein Trend eindeutig erkennbar, ist es oft schon zu spät, um nachhaltigen Nutzen daraus zu ziehen: Unternehmen brauchen daher einen „Before Fact Approach“, um schwache Signale zu erkennen und zu interpretieren. Der Schlüssel dazu ist eine strukturelle und kulturelle Offenheit, die es ermöglicht, das Wissen unterschiedlichster Netzwerkpartner einzubeziehen und andere Branchen und Märkte systematisch zu beobachten.

02

TECHNOLOGIERADAR UND TECHNOLOGIESTRATEGIE

Im Zuge der Konvergenz müssen viele Fragen im Hinblick auf Technologien zur Erhöhung der Digitalisierung sowie zur Nutzung und Verarbeitung von Daten systematisch beantwortet werden: Welche Technologien sind reif, aber uninteressant? Welche sind aktuell unreif, aber besonders interessant? Welche können wir selbst beeinflussen und welche nicht?

03

ÜBERPRÜFUNG DES GESCHÄFTSMODELL-PORTFOLIOS

Ökonomische, gesellschaftliche und technologische Trends können massive Implikationen für bestehende und potenzielle Geschäftsmodelle haben. Daher gilt es, einen systematischen Ansatz zur kontinuierlichen Überprüfung der Strategie zu entwickeln: Wie modular, skalierbar und übertragbar auf neue, durch Konvergenz und Makrotrends entstehende Märkte sind unsere Geschäftsmodelle? Lassen sich mit ihnen auch künftig Wettbewerbsposition und Profitabilität behaupten und Wachstum realisieren? Was muss verändert werden?

04

ENTWICKLUNG EINER TECHNOLOGIESTRATEGIE

Der künftige Zuschnitt der Geschäftsmodelle bildet den Rahmen der Technologiestrategie: Wie wird das Unternehmen technologisch ausgerichtet? Welche Technologien werden benötigt und in welcher Beziehung stehen sie zu den heutigen Kernkompetenzen? Kann der Zugang zu den relevanten Technologien am besten über Zukauf, Kooperation oder Eigenentwicklung organisiert werden?

05

STRATEGISCHES PERSONALMANAGEMENT UND KONTINUIERLICHE QUALIFIZIERUNG

Die Frage nach dem vorhandenen und künftig benötigten Know-how führt einerseits auch zu der Frage, ob Qualifizierung und Personalentwicklung als dauerhafter, professionell organisierter Prozess verstanden und umgesetzt werden. Andererseits erfordert die Beschäftigung mit Konvergenz, Digitalisierung und damit auch mit der Transformation des Unternehmens einen nüchternen und ehrlichen Blick auf das Recruitment: Sind wir in der Lage, die Menschen, die wir brauchen, für uns zu begeistern? Können wir uns gegen die Karriereangebote des branchenübergreifenden Wettbewerbs behaupten?

06

STÄRKUNG UND ADAPTION DER PRODUKTION UND DER SUPPLY NETWORKS

Gerade in der Automotive- und Maschinenbauindustrie lässt sich keine ernsthafte strategische Entscheidung ohne eine umfassende Analyse des Wertschöpfungsnetzwerks treffen. Die Frage, welche Auswirkungen die künftige Strategie auf Produktion und Supply Chain hat und wie das bestehende Partnernetzwerk horizontal, vertikal und branchenfremd erweitert werden muss, ist deshalb erfolgskritisch für den Transformationsprozess und die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle.

Über ROI:

ROI Management Consulting AG gehört mit mehr als 1.000 erfolgreichen Projekten zu den führenden Unternehmensberatungen für Global Footprint Design, Entwicklung und Produktion. ROI hilft Industrieunternehmen Produkte, Prozesse, Technologien und globale Produktionsnetzwerke nach den Prinzipien des Lean Managements und der operativen Exzellenz zu optimieren und auf sich verändernde Markt-, Kunden- und Technologieanforderungen einzustellen. Als Initiator und Mitausrichter des erstmals im Jahr 2013 vergebenen Industrie 4.0 Awards fördert ROI aktiv die Entstehung technologischer Innovationen in Deutschland.

Für ihre stark umsetzungsorientierten Projekte hat ROI mehrere renommierte Awards und Auszeichnungen gewonnen. Das Unternehmen beschäftigt ca. 100 Experten an den Standorten München, Peking, Prag, Wien und Zürich und ist über Partnerbüros in Italien, Frankreich, Großbritannien, Thailand, Indien und den USA vertreten.
www.roi.de

Pressekontakt ROI:

Evelyn Grund
ROI Management Consulting AG
Nymphenburger Straße 86
D-80636 München

Tel. +49 89 12 15 90-24
Fax +49 89 12 15 90-10

E-Mail grund@roi.de
Internet www.roi.de