

Automotive: Ihre Strategie und die digitale Agenda 2025



Aktuell herrscht Vollausslastung!

Was soll also das Gerede über zunehmenden Kostendruck und Verwerfungen durch die digitale Agenda 2025?

Beides wird bald stattfinden, nur spüren viele Unternehmen davon noch wenig.

Über den Autor:

Dr. Till W. Truckenmüller ist Senior Partner bei der REM AG. Als Geschäftsführer hat er 30 Jahre Erfahrung in der Automobilindustrie und im Maschinenbau. Er hat über 20 Jahre Erfahrung im Aufbau von Unternehmen in Mittel- und Süd-Ost-Europa.
t.truckenmueller@rem.de



2018 wird entscheidend, um noch genügend Zeit zu haben, die Umsetzung neuer Geschäftsmodelle vorzubereiten und die Kosten weiter deutlich senken.

Die Verlagerung von Produktionen, aber zunehmend auch von Entwicklungsaktivitäten nach Ost-Europa nimmt weiter zu. Im Osten entstehen eigene Beschaffungsmärkte und diese erfordern zunehmend auch von den Tier2 und Tier3 die Produktion vor Ort. Eine Herausforderung, die bei falschem Vorgehen, sehr schmerzhaft werden kann.

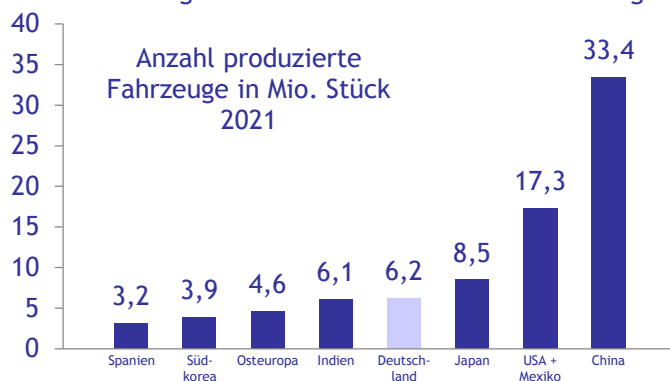
Wir kennen die Herausforderungen im Osten seit mehr als 20 Jahren. Nutzen Sie unsere Erfahrung.

Bewertet man die Tatsachen, dann wird es bald vorbei sein mit der Vollausslastung an deutschen Standorten:

- Bereits in 4 Jahren werden an den Standorten der OEM in Osteuropa ca. 4,6 Mio. Fahrzeuge produziert - in Deutschland stagnierend ca. 6,2 Mio. . Wer also nicht vor Ort ist, hat nicht nur einen Kostennachteil.
- Die Produktion von Fahrzeugen in Indien wird um ca. 12% steigen und in China um ca. 40%. In Mexiko und

den USA werden ca. dreimal so viele Fahrzeuge hergestellt werden wie in Deutschland.

- Die führenden Tier1 planen für 2025 einen Umsatzanteil von > 20% mit neuen Geschäftsmodellen.
- Die Politik wird (leider) den Druck auf die Unternehmen, die am Verbrenner hängen, dramatisch erhöhen. Erste Unternehmenskrisen sind eingetreten.
- Der Umsatz mit Produkten im Bereich „künstliche Intelligenz“ wird 2025 auf 1.500 Mrd. € geschätzt. Egal was man davon hält, das ist viel Geld.
- Nach einer Umfrage unter Betriebsräten hat > 1/3 der mittelständischen Unternehmen noch keinen Plan, wie mit der Digitalen Agenda umgegangen werden soll.
- Die Gewinnung von qualifizierten Mitarbeitern und Managern wird zusammen mit den Herausforderungen an die Transformation der Mitarbeiter bedingt durch die technologische Transformation zur Existenzfrage.



Diese Herausforderungen bieten aber auch seltene Chancen zu Neupositionierung. Es wird neue Marktführer geben und heute sehr erfolgreiche Unternehmen werden verschwinden.

Bisher konnten wir bei allen Unternehmen, mit denen wir neue Geschäftsmodelle entwickelt haben, auf vorhandene Kompetenzen zurückgreifen. Wir sind sicher, das wird auch bei Ihrem Unternehmen möglich sein.

Wir haben dafür einen Audit: **Fit für 2025** entwickelt.

© REM AG, 2018