

Dr. Heiko Heinrich Stutzke
stutzke@das-strategiebuero.de

April 2022

Download:

Diesen Beitrag können Sie auf unserer Homepage im Bereich „Strategie-Impulse“ als PDF-Datei herunterladen.

Automobil-Zulieferer vor neuen Herausforderungen

Vor einigen Tagen fiel mir ein Jobangebot auf einer der großen Plattformen auf: „*Strategieberater für Unternehmensstrategieprozess (Generalist) bei Mittelständler in der Automobil- und Mobilitätsbranche - Erarbeitung einer Unternehmensstrategie für einen Mittelständler in der Automobil- und Mobilitätsbranche*“.

Meine erste Reaktion war: „*Ganz schön schlau!*“. Anstatt sich selbst Gedanken zu machen, wie der Weg in die Zukunft aussehen soll, holt sich die Geschäftsführung hier eine Expertin bzw. einen Experten mit dem Fachwissen, wie man eine erfolgreiche Strategie entwickelt. Branchenwissen benötigt man dafür nicht, denn das bringt das Team des Auftraggebers mit, das im Strategieprozess die erforderlichen Informationen beiträgt.

Das machen aber nicht alle so - leider.

Gerade die Automobilzulieferer stehen vor enormen Herausforderungen, aus denen möglichst wenige Risiken und möglichst viele Chancen werden müssen, um zu überleben:



- Durch die Elektromobilität werden viele Teile schlicht nicht mehr benötigt.
- Konstruktion und Herstellungsprozess der Fahrzeuge ändern sich.
- Die Ausstattung mit elektronischen Sensoren und Steuergeräten nimmt zu.
- Mobilität verteilt sich künftig anders auf die verschiedenen Angebote.
- Autonome Fahrzeuge werden den Bedarf senken.
- Homeoffice und pandemiebedingte Änderungen führen zu einer anderen Nutzung von Fahrzeugen.
- Die Zuverlässigkeit der internationalen Lieferketten ist nicht mehr gegeben.
- Wasserstoff als Energieträger wird künftig eine größere Rolle spielen.
- Politische Entwicklungen erfordern schnelle Reaktionen.
- Die aktuelle Preisdynamik stellt Kalkulationen und Verträge auf die Probe.

Und das sind nur einige der wesentlichen Herausforderungen, denen sich Automobilzulieferer heute stellen müssen. Sie alle haben eines gemeinsam: Es handelt sich um Herausforderungen

aus dem wirtschaftlichen und politischen Umfeld, die die Unternehmen selbst nicht beeinflussen können.

Die Fahrzeughersteller stellen sich darauf ein, indem sie Produktlinien neu auflegen und bestehende dynamisch zurückfahren. Insgesamt nimmt die Komplexität zu.

Was bedeutet das für die Zulieferer?

Die Antwort auf diese Frage ist einfach: Nichts bleibt so, wie es ist.

Lange Zeit war die Konzentration auf das relativ enge Produktportfolio sowie die kleine Gruppe von Abnehmern eher ein Vorteil als ein Nachteil: Die Produkte konnten extrem „passgenau“ auf die Bedürfnisse der Autohersteller zugeschnitten werden. Hohe Stückzahlen und ein kontinuierlicher Warenfluss garantierten Kontinuität und eine Finanzplanung mit Sicherheit.

Jetzt ist das anders.

Die Produkte selbst ändern sich genau wie die Einstellung zur Mobilität und die weiteren Umgebungsbedingungen, und sogar branchenfremde neue Player (Google) drängen in den Mobilitätssektor. Jede einzelne Herausforderung hat bereits ein enormes Gewicht. Alle zusammen könnten ein Unternehmen überfordern.

Aber es gibt eine Lösung

Machen Sie es wie der Zulieferer, der die Jobanzeige geschaltet hat: Engagieren Sie Fachleute, die Ihnen bei der Entwicklung einer wirklich guten Strategie helfen. Diese kann **in einem sehr überschaubaren Zeitraum** erstellt werden und mit den erarbeiteten, konkreten Lösungen Ihr Handbuch sein, mit dem Sie Ihr Unternehmen ausrichten und fit machen für eine erfolgreiche Zukunft. Mit dem richtigen System schaffen Sie es,

- genau die Maßnahmen zu bestimmen, die Ihr Unternehmen mit dem größten Wirkungshebel voranbringen,
- Ziele festzulegen, um die Herausforderungen rechtzeitig (!) und passgenau zu adressieren und
- die erforderlichen Ressourcen genau zu kennen und optimal einzusetzen.

Die regelmäßige Überprüfung und (nur bei Bedarf) dynamische Anpassung Ihrer Strategie gibt Ihnen zusätzliche Sicherheit.

Auf diese Weise werden die Herausforderungen nicht weniger anspruchsvoll. Viele von ihnen können Sie erfahrungsgemäß aber zu Chancen machen, die Ihnen auf dem weiteren Weg helfen, noch erfolgreicher zu werden.

Dafür wünsche ich Ihnen ganz viel Glück.

Redaktionelle Hinweise

Über den Autor

Dr. Heiko Heinrich Stutzke ist Diplom-Ökonom und Geschäftsführender Gesellschafter des Strategiebüros.

Wir strukturieren und moderieren Planungsprozesse - einschließlich Vorbereitung und Dokumentation. Von einer einzelnen Fragestellung bis zur Strategischen Unternehmensplanung. Unsere Kunden sind Unternehmen und Organisationen im privaten, sozialen und öffentlichen Bereich, Firmen am Anfang ihrer Entwicklung und Gründer.

Hinweis zur verwendeten Sprache

Sprachliche Grundlage für unsere Beiträge ist das amtliche Regelwerk des Rates für deutsche Rechtschreibung. Wir sprechen alle Menschen an.

Lobbyregister

Das Strategiebüro ist unter der Kontonummer K4126147 im Lobbyregister des Deutschen Bundestages eingetragen.

Nutzungsrechte

Alle Rechte für unsere Beiträge und die verwendeten Bilder liegen, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, bei der Das Strategiebüro GbR.

Wir freuen uns, wenn Sie Beiträge und Bilder für Ihre persönliche (ausschließlich private) Information nutzen, sie zitieren oder verlinken. Wenn Sie unsere Beiträge, Bilder oder andere Inhalte jedoch außerhalb der Grenzen des Urheberrechtes ganz oder teilweise für gewerbliche oder öffentliche Zwecke verwenden, in elektronische Medien einstellen oder weitergeben wollen, bitten wir Sie, hierfür unsere schriftliche Genehmigung einzuholen.

