

**Transformationsnetzwerk für eine elektrische, nachhaltige und digitale
Automobilindustrie 2030plus in der Region Aachen-Bonn-Köln-Gummersbach**

Jetzt den Wandel gemeinsam gestalten!



**TrendAuto
2030plus**

Impulse und Maßnahmen für Ihre Strategie in der Automobilindustrie

Digital | 27.08.2024

Agenda

- 1 Vorstellungsrunde & Vorstellung TrendAuto2030+
- 2 Motivation
- 3 Szenarien der deutschen Automobilindustrie
- 4 Strategieentwicklung und Beispiele der OEMs
- 5 Workshop
- 6 Zusammenfassung und Feedback

Agenda

-
- 1 Vorstellungsrunde & Vorstellung TrendAuto2030+
 - 2 Motivation
 - 3 Szenarien der deutschen Automobilindustrie
 - 4 Strategieentwicklung und Beispiele der OEMs
 - 5 Workshop
 - 6 Zusammenfassung und Feedback

Wer ist alles beim Workshop dabei?

- Wie heiÙe ich?
- Aus welchem Unternehmen komme ich?
- Welche Position habe ich inne?

TrendAuto ist ein vom BMWK gefördertes Transformationsnetzwerk

Herausforderungen und Transformationstreiber

Neue Antriebskonzepte
und Energieträger

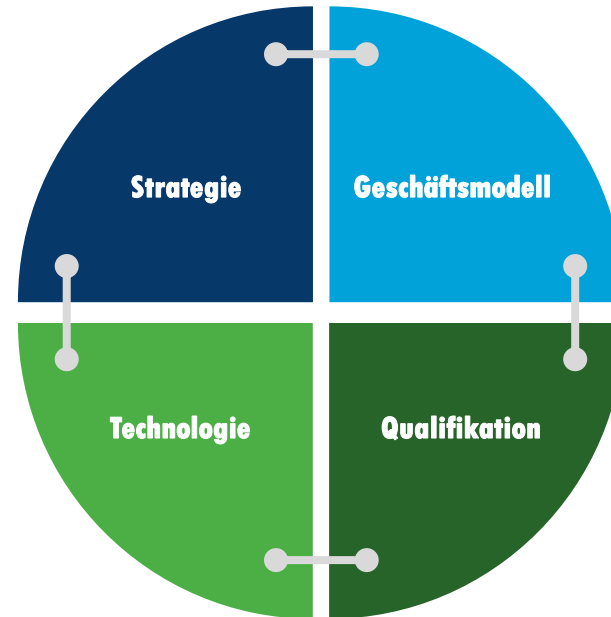
Zirkuläre Wertschöpfung
und CO₂-Reduzierung

Stabilisierung
der Lieferketten

Entwicklung
von Fachkräften

Industrie 4.0 und
Digitalisierung der Arbeit

Handlungsfelder für eine erfolgreiche Transformation



Unsere kostenfreien Angebote für die Unternehmen der Region

Individuelle Transformationspotenzial-Audits

Themenbezogene Benchmarking-Studien

Besuche von Best-Practice-Unternehmen

Technologie- und Strategieberatung

Erhebung von Qualifizierungsbedarfen

Industrie-4.0-Lernparcours

Betriebliche Weiterbildungsformate

Gemeinsame Strategieentwicklung

Kreativitäts- und Innovationsworkshops

Fachkonferenzen und Zugang zu Expert:innen

Hilfe bei der Beantragung von Fördermitteln

Agenda

1 Vorstellungsrunde & Vorstellung TrendAuto2030+

2 Motivation

3 Szenarien der deutschen Automobilindustrie

4 Strategieentwicklung und Beispiele der OEMs

5 Workshop

6 Zusammenfassung und Feedback



„Wer nur an die Technik denkt, hat noch nicht erkannt, wie das autonome Fahren unsere Gesellschaft verändern wird.“

Dr. Dieter Zetsche 2017 (Vorstandsvorsitzender der Daimler AG bis Mai 2019)



„Im Jahr 2026 beginnt der letzte Produktstart auf einer Verbrennerplattform.“

Michael Jost 2018 (ehem. Chefstrategie Volkswagen)



Es sei gelungen, „Flexibilität, Effizienz, Digitalisierung und Nachhaltigkeit erfolgreich zusammen zu bringen“

Ola Källenius, 2020 zur Eröffnung der Factory 56 (Vorstandschef der Daimler AG)

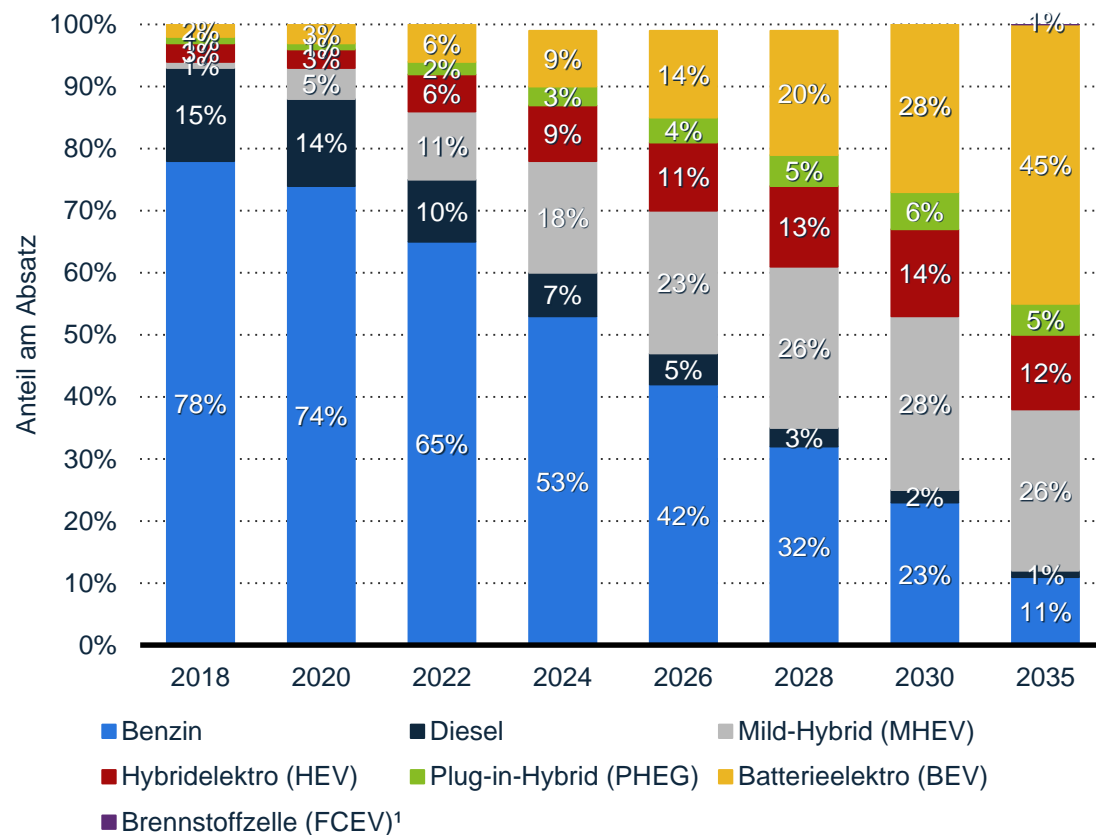


„Der Kampf gegen den Klimawandel und unser Umgang mit Ressourcen entscheiden über die Zukunft unserer Gesellschaft - und damit auch der BMW Group“

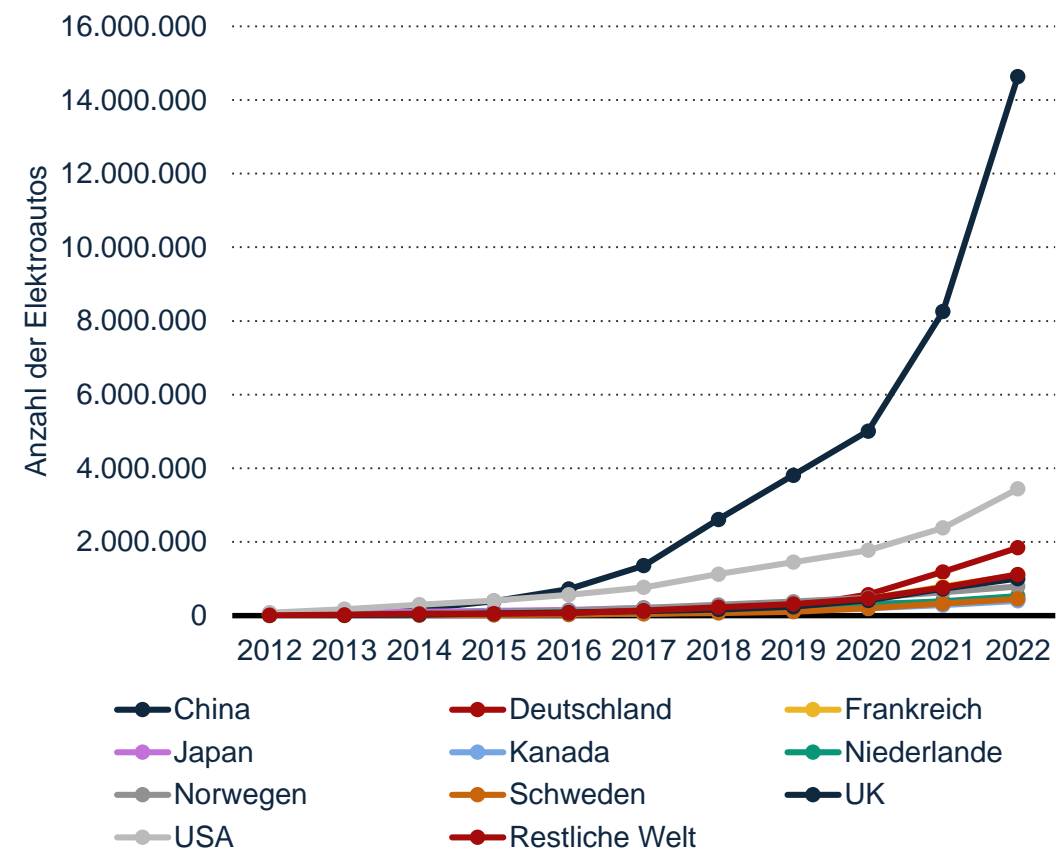
Oliver Zipse, 2020 (Vorstandsvorsitzender der BMW AG)

Anteile der Antriebsarten am Absatz von Automobilen weltweit und absolute Anzahl der Elektroautos weltweit nach Ländern (Quelle Statista)

Antriebsverteilung beim Pkw-Absatz bis 2035



Anzahl der zugelassenen Elektroautos weltweit nach Ländern



Wie viel sind Statistiken und Prognosen wert? Das aktuelle Dilemma der deutschen Automobilindustrie

Nachrichten > Auto > News > Autoabsatz > Elektroauto-Notbremse! Händler kaufen keine E-Autos mehr an

Nachfrage eingebrochen

Fast unverkäuflich! Jetzt ziehen Händler die Elektroauto-Notbremse

Umfrage zeigt Akzeptanzprobleme

Immer weniger Deutsche wollen E-Autos kaufen

29.04.2024 | 16:36

🏠 > Wirtschaft > Elektromobilität auf dem Rückzug - woran liegt es?

Elektromobilität auf dem Rückzug - woran liegt es?

Viele Autohändler und Hersteller hierzulande klagen, dass sich Elektroautos immer schlechter verkaufen. Die Nachfrage geht weiter zurück, wie die Zahlen des Kraftfahrtbundesamts zeigen. Das hat nicht nur mit den fehlenden Kaufprämien zu tun.

Markt für Elektroautos fällt "wie ein Kartenhaus" zusammen: Hat E-Mobilität noch eine Zukunft?

Stand: 13.3.2024, 9:57 Uhr
Von Arne Wiechern

WIRTSCHAFT

"Toxische Mischung"

Warum verkaufen sich E-Autos so schlecht?

Elektromobilität 15. Mai 2024 Von Peter Weißenberg Lesezeit: ca. 5 Minuten

E-Autos verkaufen sich schlecht – dennoch gehört ihnen die Zukunft

Der Elektroautomarkt ist in der Krise – ein großes Problem für Hersteller und Zulieferer. Einige Ursachen liegen auch in technischen Unwägbarkeiten. Denn die Entwicklung neuer Antriebe und

Quellen: Ntv, Focus, ZDF, BR, SWR, VDI

Globale Megatrends beeinflussen die Automobilindustrie von OEM bis KMU



Healthcare
Innovation



Urbanisierung



Digitalisierung und
technologischer Fortschritt



Klimawandel und
ökologische Nachhaltigkeit



Gender und
soziale Gleichheit



Cybersecurity



Demografischer
Wandel



Consumer Empowerment und
veränderte Präferenzen



Transport und
Mobilität



Nahrungsmittel-
versorgung



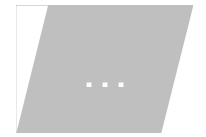
Wirtschaftliche Globalisierung
und Ungleichheit



New Work



Energiewende und
erneuerbare Energien



Bei der großen Anzahl an Trends und Entwicklungen ist ein strukturierter Strategieprozess notwendig

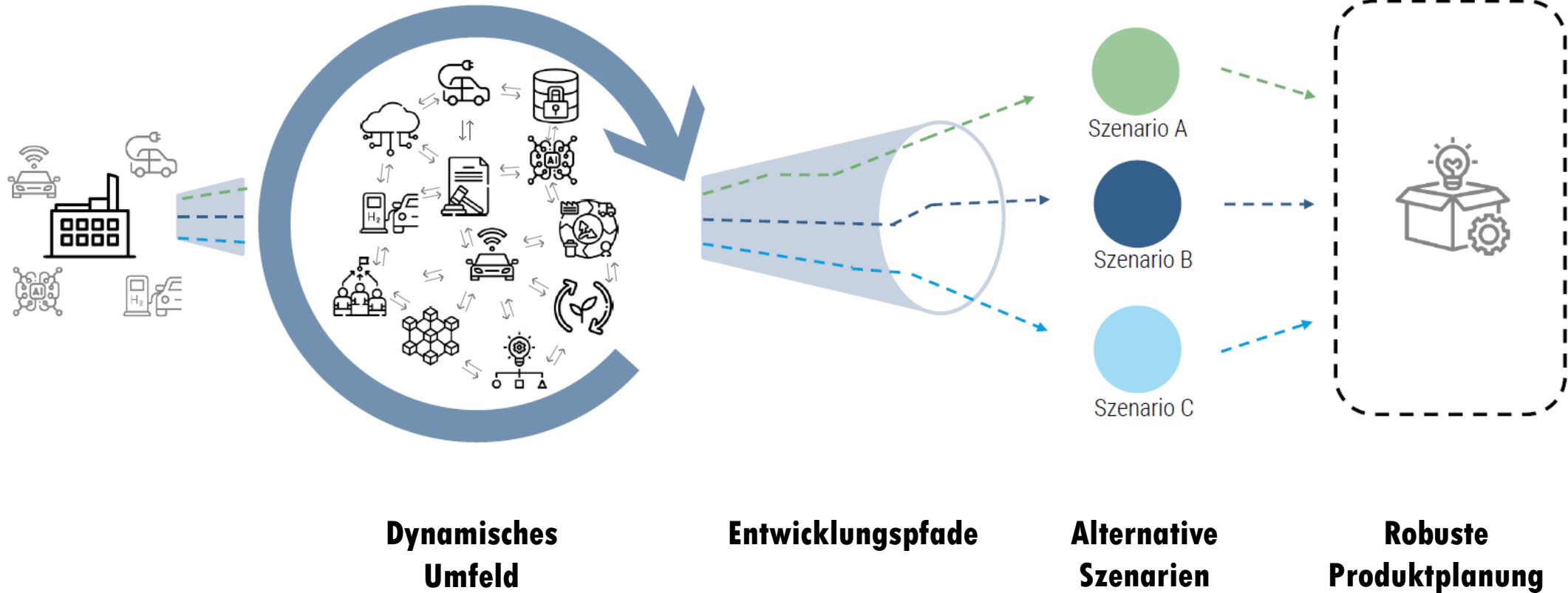
Agenda

- 1 Vorstellungsrunde & Vorstellung TrendAuto2030+
- 2 Motivation

- 3 Szenarien der deutschen Automobilindustrie

- 4 Strategieentwicklung und Beispiele der OEMs
- 5 Workshop
- 6 Zusammenfassung und Feedback

Wozu Szenario-Entwicklung? Szenario-Technik in der Automobilindustrie



Übersicht über die identifizierten Szenarien

- **Fokus auf Wertschöpfungsszenarien**
- **Keines der Szenarien wird 1zu1 eintreffen**
- **Szenarien dienen für die intelligentere Entscheidungsfindung und als Orientierungshilfe**
- **Auf Basis der Szenarien werden Ableitungen getroffen**
 - **Chancen und Herausforderungen herausgearbeitet**
 - **Robuste Strategien entwickelt**



Software-Vorherrschaft: Die digitale Dominanz der Softwarehersteller



Der Aufbruch in eine Wasserstoffwirtschaft



Der Schutz des Klimas rückt in den Vordergrund



Der Weg in eine „Post-Globalisierung“

Software-Vorherrschaft Situation im Jahr 2030



Im Jahr 2030 zeichnen sich die Fahrzeuge durch einen hohen Anteil softwarebasierter Funktionen aus.



Durch leistungsstarke Steuereinheiten sind Fahrzeuge miteinander vernetzt. Das Autonome Fahren (Level 2-3) wird auf Autobahnen und in Städten zunehmend Standard.



Softwarehersteller sind ein fester Bestandteil der Industrie geworden und stellen Schlüsselkomponenten im Bereich Software und Datenmanagement zur Verfügung und schaffen neue Dienstleistungen in der individuellen Mobilität.



Softwarefeatures erzielen einen höheren Wertbeitrag als Hardwarekomponenten, wodurch OEMs zunehmend an Einfluss verlieren.



Wasserstoff-Wirtschaft Situation im Jahr 2030



Fortschritte bei der Brennstoffzellentechnologie führen zu merklichen Effizienzsteigerungen in der Wasserstoffnutzung. Automobilhersteller investieren stark in die Weiterentwicklung der Brennstoffzellentechnologie.



Knapp die Hälfte aller neu zugelassenen Nutzfahrzeuge und Busse nutzen Brennstoffzellen.,



Die Regierung unterstützt proaktiv den Ausbau der Wasserstoffinfrastruktur und weitet das Tankstellennetz auf ein ausreichendes Versorgungsniveau aus.

Bildquelle: j-mel - stock.adobe.com

Verfehlung der Klimaziele Situation im Jahr 2030



Die Verfehlung der Klimaziele hat zu einer drastischen Verschärfung in der Mobilität geführt. Der Individualverkehr wird deutlich teurer.



Die EU, USA und China fördern nun massiv den Ausbau von Elektrofahrzeugen wodurch erste Rohstoffengpässe zu einer enormen Verschärfung von Recyclingquoten bei Produkten und Materialien geführt hat .



Mit dem radikalen Ausbau der Elektromobilität ist das Versorgungsnetz zunehmend instabil. Die Folge ist die steigende Gefahr an Black-Outs.



Bildquelle: j-mel - stock.adobe.com

Post-Globalisierung Situation im Jahr 2030



Im Jahr 2030 ist die Welt von geopolitischen Spannungen und Protektionismus geprägt. Es kommt zu einer globalen Rezession.



OEMs gehen zunehmend zu einer regionalen Fertigung über. Lokale Zulieferer werden zu wichtigen Impulsgebern der Innovation.



Die Isolierung der Märkte führt zu einer technologischen Stagnation, wodurch Fahrzeuge mit Verbrennungsmotor im Jahr 2030 immer noch einen signifikanten Marktanteil bei Neuzulassungen verzeichnen.



Bildquelle: <https://www.pexels.com/de-de/foto/person-mit-spielzeugflugzeug-auf-weltkarte-3769138/>

Agenda

- 1 Vorstellungsrunde & Vorstellung TrendAuto2030+
- 2 Motivation
- 3 Szenarien der deutschen Automobilindustrie

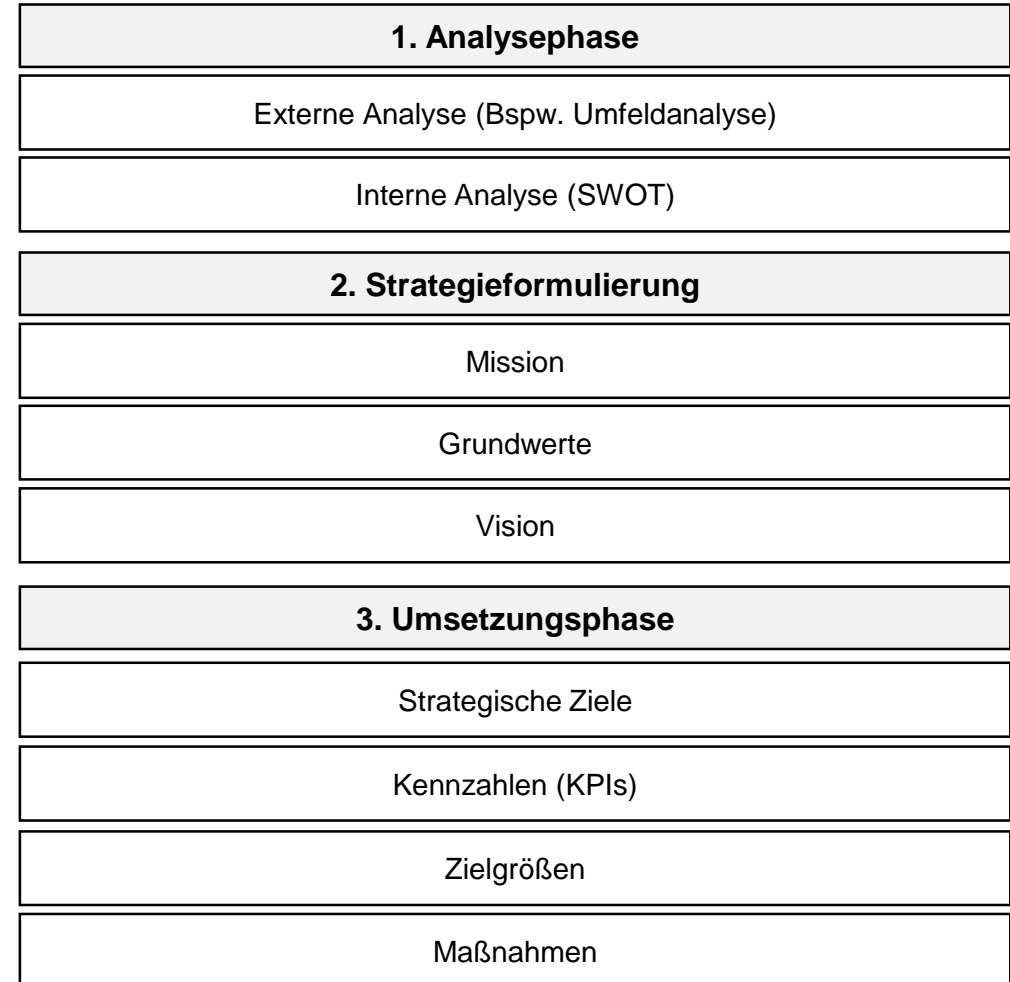
- 4 Strategieentwicklung und Beispiele der OEMs

- 5 Workshop
- 6 Zusammenfassung und Feedback



Alfred D. Chandler (1962)
Dozent am MIT und bekannt für das Buch
„Strategy and Structure“

„Strategy can be defined as the determination of the basic **long-term goals and objectives** of an enterprise, and the adoption of courses of action and the allocation of resources necessary for carrying out those goals.“



PESTEL-Analyse zur Analyse der Makro-Umwelt



PESTEL-Analyse

- Analyse der makroökonomischen Faktoren, die das Geschäftsumfeld beeinflussen
- Betrachtung von politischen, wirtschaftlichen, sozialen, technologischen, umweltbezogenen und rechtlichen Faktoren
- Betrachtung von finanziellen und nicht-monetären Kennzahlen



Politik

- Regulierung und Compliance
- Handelsvereinbarungen
- Politische Stabilität



Wirtschaft

- Wirtschaftswachstum und -rückgänge
- Wechselkurse
- Inflation
- Zinssätze



Soziales

- Arbeitskräfte
- Kundenerwartungen
- Gesellschaftliche Verantwortung



Technologie

- Innovationsgeschwindigkeit (Produkte)
- Technologische Entwicklungen (Prozesse)



Umwelt

- Umweltschutzgesetze
- Nachhaltigkeitsforderungen von Kunden und Politik
- Abfallentsorgung



Recht

- Compliance
- Arbeitsrecht
- Produkthaftung

Analysephase – Externe Analyse durch BMW

Analysephase

Strategie-
formulierung

Umsetzungs-
phase

Vorgehen:

Analyse der Veränderungen im Umfeld durch interne Analysten und Abstimmungen mit den Stakeholdern in „XChange-Formate“. Als Ordnungsrahmen dienen fünf Einflussfelder.

Xchange-Formate:

BMW setzt in der Strategieentwicklung auf einen kontinuierlichen Austausch mit allen Stakeholdern. Dazu wurden unter „XChange“ Formate zum Austausch mit der Unternehmenswelt, Wissenschaft, NGOs, Politik und Zivilgesellschaft zusammen-gefasst.

Beispiel

Technologie:

- Fahrzeuge sollen sich nahtlos in das digitale Ökosystem der Nutzer integrieren.
- Wachsende Bedeutung von Software-Updates und autonomem Fahren.

Ökologie:

- Regierungen setzen das Pariser Klimaabkommen in nationale Gesetze um.
- Wachsende Bedeutung von Wasserstoff als Energieträger.

Ökonomie:

- Enge Verbindung zwischen Ökologie und Ökonomie, zunehmende Bedeutung von Ressourceneffizienz.
- Geopolitische Risiken und Klimawandel erfordern Absicherung der Lieferketten

Politik:

- Zunehmende Regulierungen und Heterogenität der Gesetzgebungen weltweit beschränken den Handlungsspielraum im automobilen Wertschöpfungsmodell.
- Smart-City-Technologien werden voraussichtlich vor allem in chinesischen Städten eine Rolle spielen

Gesellschaft:

- Fahrzeugbesitz bleibt abhängig von Einkommen, Haushaltsgröße und Wohnort, während die Corona-Pandemie das Mobilitätsverhalten kaum beeinflusst hat.
- In Ballungsräumen werden On-Demand-Mobility-Dienste weiterhin ergänzend genutzt

BMW nutzt einen breiten Austausch mit Stakeholdern zur Beobachtung der Umweltentwicklungen in den Bereichen Technologie, Ökologie, Ökonomie, Politik, Gesellschaft



Wesentlichkeitsanalyse zur Identifikation von relevanten Themenfeldern

Analysephase

Strategie-
formulierung

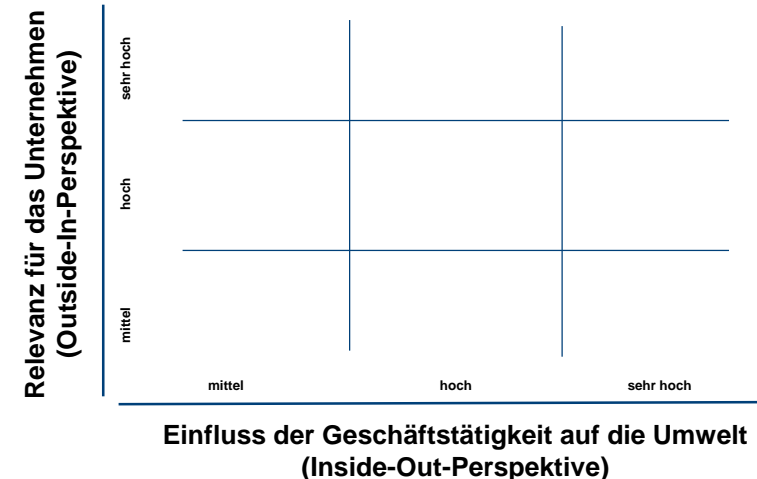
Umsetzungs-
phase

Wesentlichkeitsanalyse

- Die traditionelle Wesentlichkeitsanalyse zielt darauf ab, relevante Themen für das Unternehmen und seine Stakeholder zu identifizieren und zu bewerten.
- Es wird untersucht, wie diese Themen die Geschäftstätigkeit beeinflussen und welche Auswirkungen sie auf die langfristige Leistungsfähigkeit und Nachhaltigkeit des Unternehmens haben.
- Der Ansatz der doppelten Wesentlichkeit erweitert dies, indem nicht nur die Relevanz eines Themas für das Unternehmen, sondern auch die Auswirkungen des Unternehmens auf Umwelt und Gesellschaft berücksichtigt werden. (Berichtspflicht nach Corporate sustainability reporting der EU)

Vorgehen

1. Festlegung der Anspruchsgruppen und der Rahmenbedingungen
2. Erstellung eines Umsetzungsplans
3. Ermittlung der Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekte und der Chancen und Risiken (Inside-Out- und Outside-In-Perspektive)
4. Analyse der Ergebnisse, Erstellung der Wesentlichkeitsmatrix und Abschätzung des Potenzials
5. Sinnvolle Nutzung, Präsentation und Veröffentlichung der Wesentlichkeitsanalyse und –matrix



Quelle: csr-tools.com

Analysephase – Wesentlichkeitsmatrix von Audi



Vorgehen:

In einer Wesentlichkeitsanalyse werden die für ein Unternehmen bedeutenden Nachhaltigkeitsthemen ermittelt. Diese ist in der Regel einer Umfeld-/Unternehmensanalyse nachgelagert. Beispiel Audi:

1. **Identifikation** der für Audi **relevantesten Nachhaltigkeitsthemen** für das Unternehmen
2. **Priorisierung** der **Themen** durch eine Online-Umfrage mit **>2000 Stakeholdern**
3. **Erweiterung der Analyse** um eine interne Bewertung der ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen

Beispiel

Relevanz aus Stakeholdersicht	sehr hoch	<ul style="list-style-type: none"> • Faire Arbeitsbedingungen und moderne Arbeitsformen • Nachhaltige Unternehmensführung • Kreislaufwirtschaft und Nachhaltige Materialien 	<ul style="list-style-type: none"> • Emissionen und Energie entlang der Wertschöpfungskette • Alternative Antriebstechnologien und Emissionen der Fahrzeuge 	
	hoch	<ul style="list-style-type: none"> • Neue Mobilitätskonzepte • Compliance und Integrität • Naturschutz und Biodiversität • Unternehmenskultur, Integration und Vielfalt 	<ul style="list-style-type: none"> • Verantwortung in der Lieferkette • Ökonomische Stabilität • Arbeits- und Gesundheitsschutz 	
	mittel	<ul style="list-style-type: none"> • Verantwortungsbewusste Digitalisierung • Stakeholder-Orientierung und langfristige Kundenbeziehungen • Gesellschaftliches Engagement 	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrzeugsicherheit 	
		mittel	hoch	sehr hoch


Einfluss der Geschäftstätigkeit des Audi Konzerns auf Umwelt und Gesellschaft


Das Instrument der Wesentlichkeitsanalyse wird durch Audi im Themenbereich Nachhaltigkeit genutzt, kann aber auch in weiteren Themenbereichen eingesetzt werden




Quelle: Audi Report 2023, Bildquelle: Audi AG, Weitere Informationen Wesentlichkeitsanalyse: Green Controlling, Steinke et al (2014)


Strategieformulierung – Vision, Strategie und Mission




Vision¹⁾ 


Eine Vision beschreibt eine bessere Zukunft – sie ist ein „Traum mit Verfallsdatum“ und muss regelmäßig erneuert werden.



Strategie¹⁾ 

Strategie definiert die langfristige Verhaltensweise zur Erreichung von langfristig gesteckten Zielen.



Mission¹⁾ 

Unter einer ausformulierten Mission wird ein Leitbild oder ein Mission Statement verstanden.

Beispiele

2)



Mercedes-Benz Cars Strategie

Unser Ziel: Wir bauen die begehrtesten Autos der Welt

Denken und Handeln als Luxusmarke	Fokussieren auf profitables Wachstum	Erweitern der Kundenbasis durch Ausbau von Top-End Luxury	Intensivieren der Kundenbindung und Steigern der Umsätze während des Lebenszyklus	Führen bei Elektromobilität und digitalen Erlebnissen	Senken der Kostenbasis, Verbessern des industriellen Fußabdrucks und der Widerstandsfähigkeit von Lieferketten
---	--	---	---	---	--

Angetrieben durch ein hochqualifiziertes und motiviertes Team

Nachhaltigkeit, Integrität und Diversität bilden unser Fundament

3)



Our mission is to accelerate the world's transition to sustainable energy.

Quelle: 1) Müller-Stewens, Lechner – Strategisches Management (2005), 2) Geschäftsbericht 2023 | Mercedes-Benz Group, 3) Tesla 2023 Impact Report

Der Hoshin Kanri Cycle ist eine nützliche Methode zur Umsetzung der Strategie

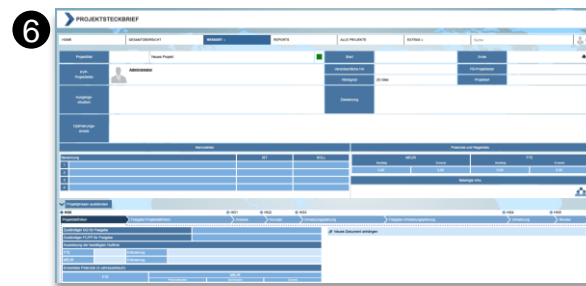


Hoshin Kanri Cycle

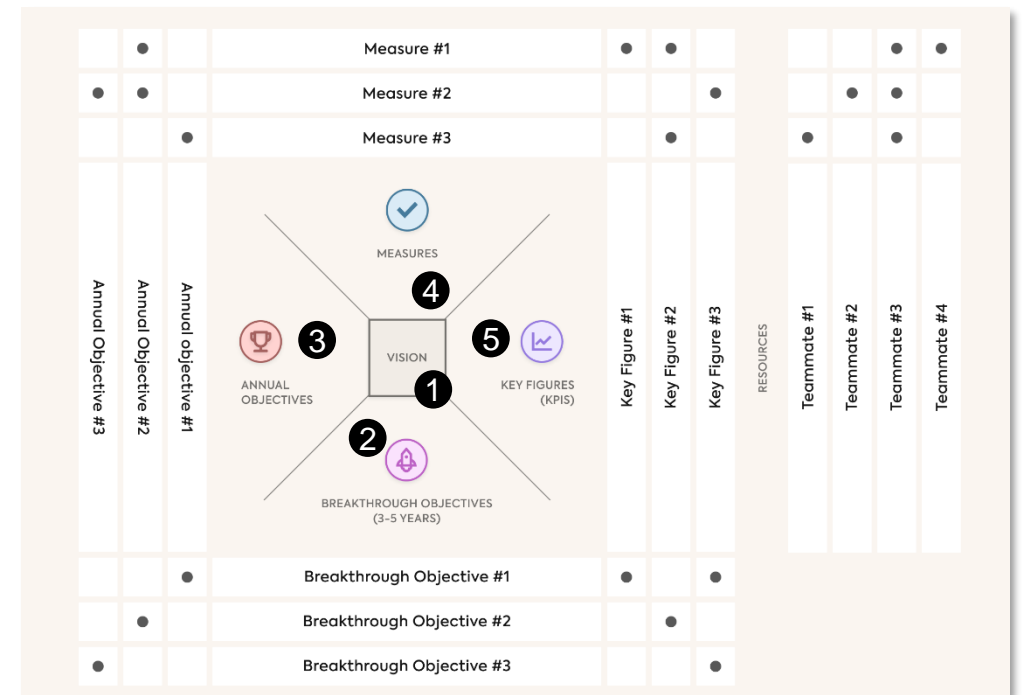
- Methode zur Strategieumsetzung, die Vision, Strategien und Ziele in einer übersichtlichen Matrix visualisiert
- Vorteile sind klare Zielsetzung und Zusammenarbeit aller Ebenen
- Abstimmung ist zeitintensiv und bedarf Mitarbeiterengagement

Vorgehen

- 1 Formulieren einer Vision
- 2 Ableiten von Durchbruchzielen (3-5 Jahre) aus der Vision
- 3 Festlegen von Jahresziele
- 4 Maßnahmen mit Mitarbeitenden bestimmen
- 5 Kennzahlen definieren (Ergebnis-, Prozesskennzahlen, Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit)
- 6 Umsetzung kontrollieren
- 7 Lernen und anpassen



PMO Tool



Quelle: Mooncamp

Die Balanced Scorecard ist eine Methode zur Zieldefinition und Umsetzung

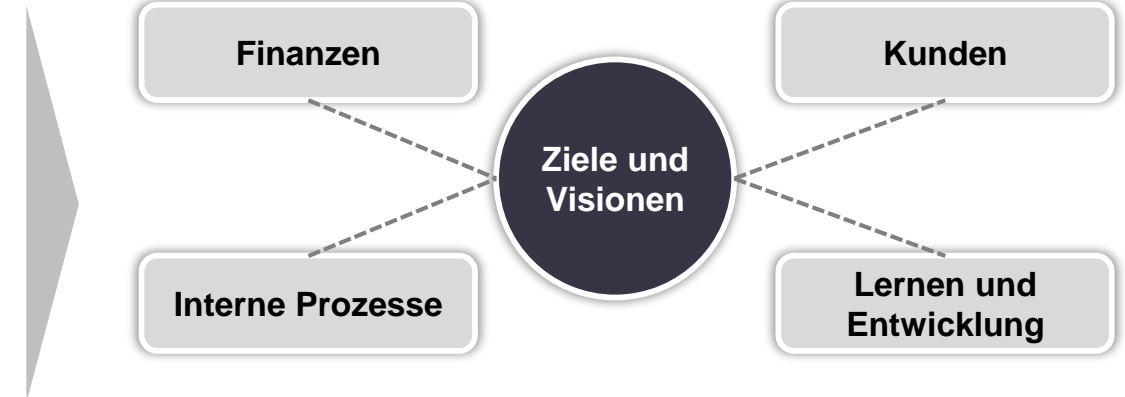
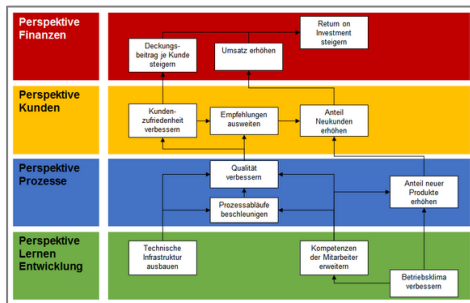


Balanced Scorecard

- Methode zur Planung, Messung, Umsetzung der Strategie
- Berücksichtigung von 4 Perspektiven: Finanz-, Kunden-, Entwicklungs- und Prozessperspektive
- Betrachtung von finanziellen und nicht-monetären Kennzahlen

Vorgehen

1. In den 4 Perspektiven werden die wichtigsten Ziele formuliert
2. Für jedes Ziel werden Kennzahlen, Zielvorgaben und Maßnahmen abgeleitet
3. Zusammenhänge zwischen den Perspektiven können in einer Strategy Map visualisiert werden.



Quelle: Harvard Business Review, Unternehmerlexikon

Umsetzungsphase – Abgeleitete Kennzahlen von Stellantis



Vorgehen:

Ausgehend von vier Kernzielen, operationalisiert Stellantis diese durch die Umsetzung von Zielen in vier Bereichen.

1. Kernziele



2. Umsetzungsbereiche

1. Foundation (Operatives, Portfolio)
2. Care (Nachhaltigkeit)
3. Tech (Technologien wie Software)
4. Value (Digitalisierung, Märkte)

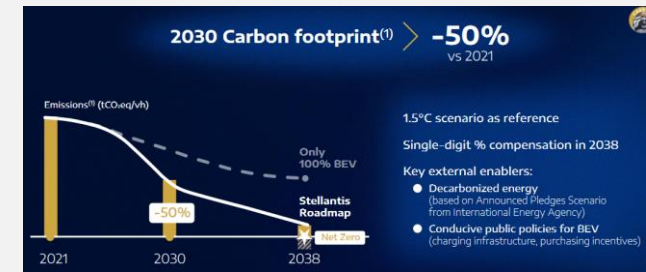


3. Beispiele aus den Umsetzungsbereichen

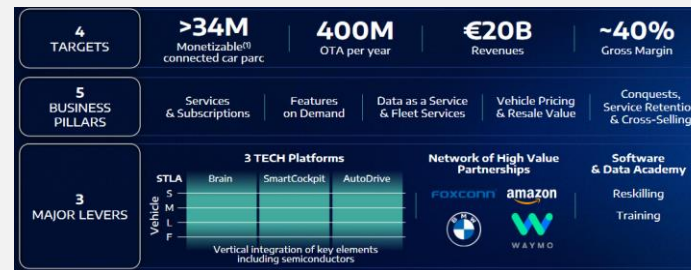
Foundation



Care



Tech

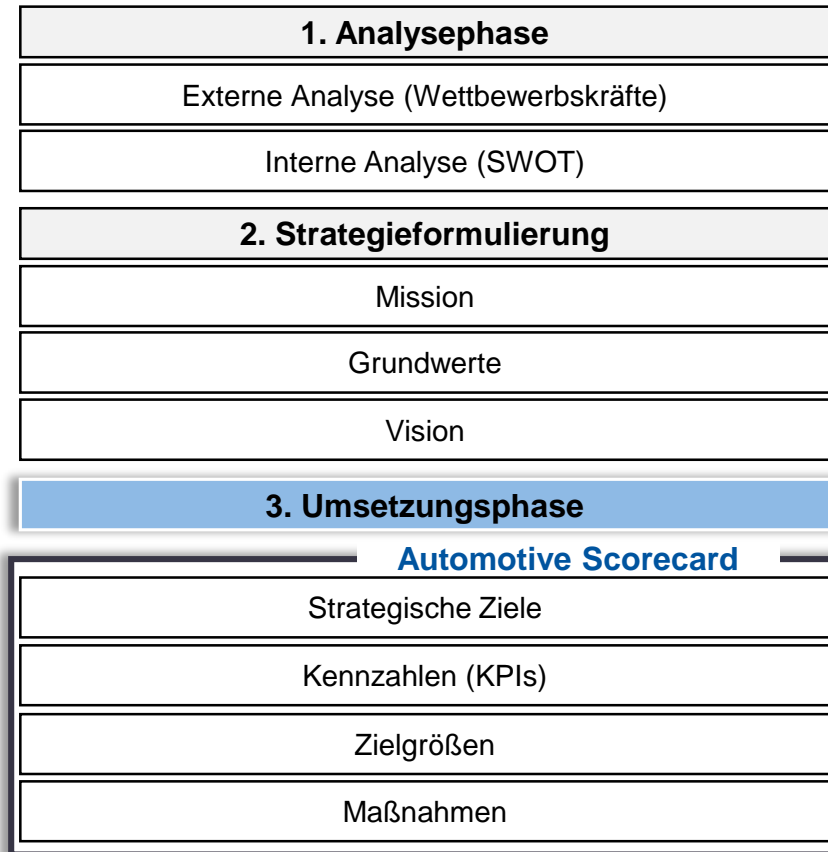


Value

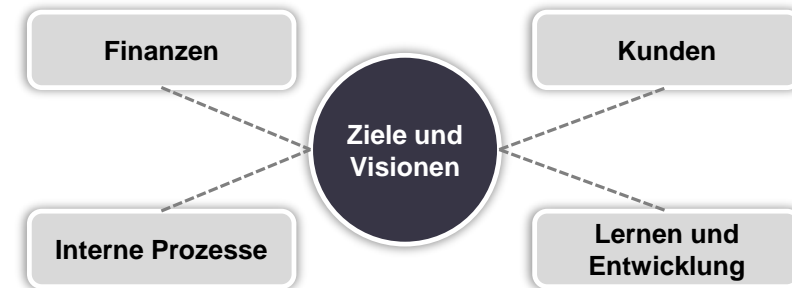


Quelle: Stellantis Long-Term Strategic Plan 2022

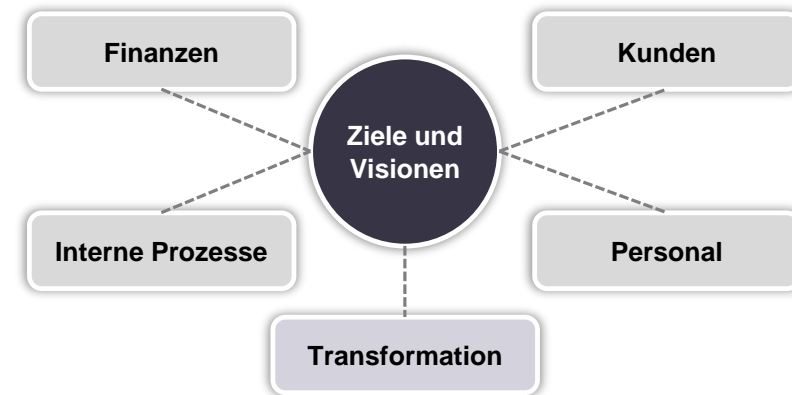
Einordnung des Konzepts in den Strategieprozess



Von der klassischen Balanced Scorecard (BSC)...

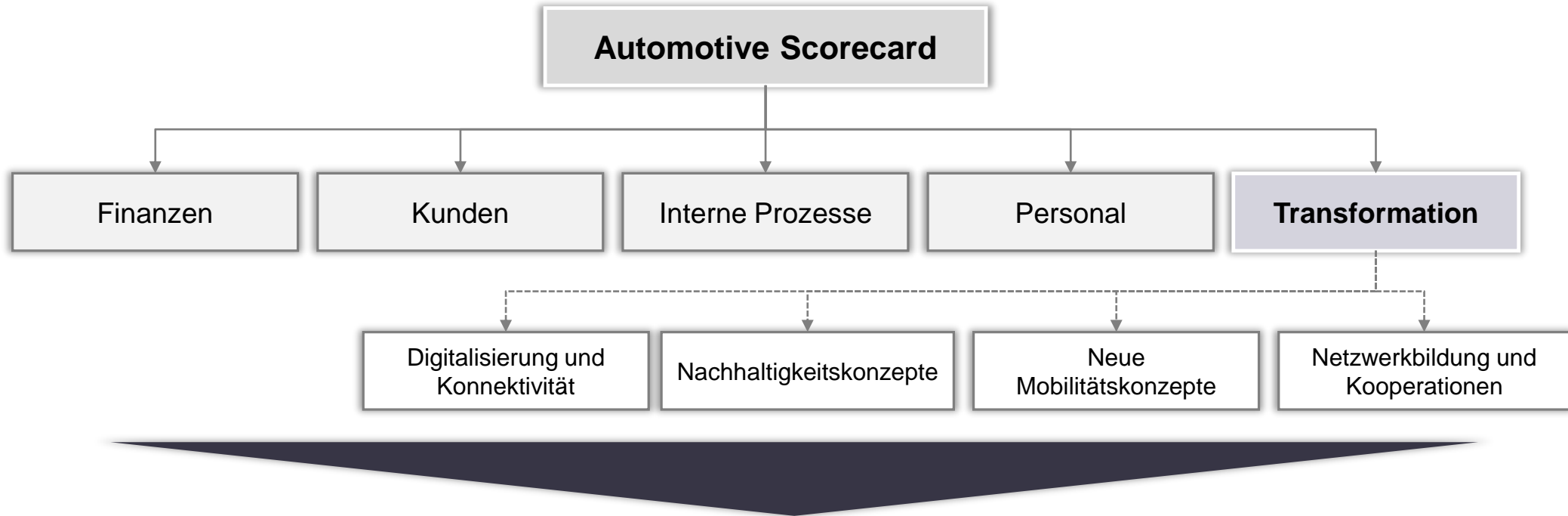


...zur Methodik der Automotive Scorecard.



Die Transformationsperspektive der Automotive Scorecard

Die Einführung der *neuen Leistungsperspektive* bzw. die separate Betrachtung der *Transformation* im Strategieprozess ist notwendig, um Bewusstsein für die notwendige Veränderung zu schaffen



Die Transformationsperspektive umfasst viele *Aspekte*, die den Wandel der Automobil- und Zulieferindustrie betreffen und bietet im Vergleich zu den anderen Perspektiven eine *langfristigere Sichtweise*

Definition von strategischen Zielen für KMUs der Automobil- und Zulieferindustrie



Im ersten Schritt der Konzeptentwicklung werden *branchenspezifische* strategische **Ziele** für KMUs der Automobil- und Zulieferindustrie definiert und ausführlich beschrieben...

Strategische Ziele der Automotive Scorecard				
Finanzperspektive	Kundenperspektive	Interne Prozessperspektive	Personalperspektive	Transformationsperspektive
Umsatzwachstum	Erhöhung der Kundenzufriedenheit	Qualitätsverbesserung	Förderung der Mitarbeiterentwicklung	Förderung von Digitalisierung und Konnektivität
Kostenreduktion	Intensivierung von Kundenbeziehungen	Effizienzsteigerung	Erhöhung der Mitarbeiterzufriedenheit	Implementierung von Nachhaltigkeitskonzepten
Steigerung der Kapitalrendite (ROI)	Erweiterung der Marktpräsenz	Erhöhung der Flexibilität in der Produktion	Förderung einer Innovationskultur	Integration neuer Mobilitätslösungen
Verbesserung des operativen Cashflows	Verbesserung des Markenimages	Optimierung des Lieferkettenmanagements	Sicherstellung der Arbeitssicherheit	Ausweitung von strategischen Partnerschaften

- Die Vorgabe strategischer Ziele ermöglicht KMUs eine *schnellere* und *ressourceneffizientere* Strategieumsetzung
- Strategische Ziele sind auf die Herausforderungen der Automobil- und Zulieferindustrie zugeschnitten

Maßnahmen zur Umsetzung der strategischen Ziele der Automotive Scorecard



Im nächsten Schritt der Konzeptentwicklung werden **Kennzahlen** und **Maßnahmen** für die strategischen Zielen der Automotive Scorecard abgeleitet

Automotive Scorecard			
Leistungsperspektive	Strategisches Ziel	Kennzahlen	Maßnahmen
Transformation	Förderung der Digitalisierung und Konnektivität	<ul style="list-style-type: none"> • Digitalisierungsgrad der Geschäftsprozesse • Automatisierungsgrad der Produktionsprozesse • Investitionen in digitale Infrastruktur 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementierung von ERP-Systemen • Einsatz von automatisierten Produktionstechniken • Einsatz von KI zur Optimierung von Lieferketten
	Implementierung von Nachhaltigkeitskonzepten	<ul style="list-style-type: none"> • CO2-Emissionen • Energieverbrauch pro Produktionseinheit • Gesamtenergieverbrauch • Anteil erneuerbarer Energien • Recyclingquote • ESG-Ratings 	<ul style="list-style-type: none"> • Investitionen in nachhaltige Technologien • Einsatz energieeffizienter Maschinen und Anlagen • Additive Fertigungsverfahren (3D-Druck) • Nachhaltige Beschaffung und transparente Lieferketten • Implementierung von Rücknahmeprogrammen für alte Teile • ESG-Berichte
	Integration neuer Mobilitätskonzepte	<ul style="list-style-type: none"> • Anzahl neuer Mobilitätsprojekte • Umsatz aus neuen Mobilitätslösungen • Investitionen in neue Antriebstechnologien • Anteil Elektromobilität im Produktportfolio 	<ul style="list-style-type: none"> • Diversifizieren des Produktportfolios • Anwendung bestehender Produkte für neue Mobilitätskonzepte prüfen • Entwicklung antriebsunabhängiger Produkte
	Ausweitung von strategischen Partnerschaften	<ul style="list-style-type: none"> • Anzahl Projekte mit strategischen Partnern • Anzahl neuer strategischer Partner • Messe- und Industrieveranstaltungen pro Jahr 	<ul style="list-style-type: none"> • Initiierung und Beteiligung an F&E-Projekten • Netzwerken und Teilnahme an Industrieveranstaltungen • Kooperationen mit Forschungseinrichtungen prüfen • Branchenübergreifende Kooperationen eingehen

- KMUs können aus einer Reihe von Kennzahlen und Maßnahmen auswählen, um strategische Ziele zu operationalisieren
- **Maßnahmenkatalog** bietet breites Anwendungsspektrum in der Automobil- und Zulieferindustrie

Agenda

- 1 Vorstellungsrunde & Vorstellung TrendAuto2030+
- 2 Motivation
- 3 Szenarien der deutschen Automobilindustrie
- 4 Strategieentwicklung und Beispiele der OEMs

- 5 **Workshop**

- 6 Zusammenfassung und Feedback

Workshop

Erarbeiten einer Grundlage für die Strategieentwicklung

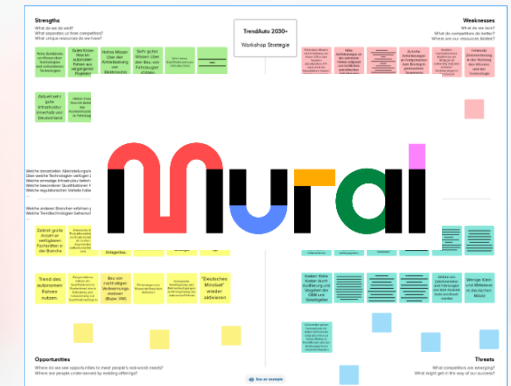
Die Frage, die wir mit Ihnen beantworten möchten:

Wie begegne ich den aktuellen Herausforderungen strategisch?

1. Welche Methoden und Werkzeuge nutzen Sie in der Strategieentwicklung? In welchen Intervallen wenden Sie diese an?
 - Berichte und Gruppendiskussion
2. Was sind Ihre größten Herausforderungen, Chancen, Stärken und Risiken?
 - SWOT-Analyse mit Diskussion auf Mural
3. Ableiten von Zielen und Maßnahmen aus den identifizierten Herausforderungen
 - Exemplarisches Ausfüllen einer Automotive Scorecard

Time box:
30 Minuten pro Slot

Hilfsmittel:



Agenda

- 1 Vorstellungsrunde & Vorstellung TrendAuto2030+
 - 2 Motivation
 - 3 Szenarien der deutschen Automobilindustrie
 - 4 Strategieentwicklung und Beispiele der OEMs
 - 5 Workshop
-
- 6 Zusammenfassung und Feedback
-

- Im immer **volatileren Umfeld der Automobilbranche** wird es zunehmend **wichtiger** sich mit der **Implementierung** einer **Unternehmensstrategie** zu beschäftigen
- Die **Strategieentwicklung** lässt sich in **drei Phasen** aufteilen:
 1. **Analysephase**
 2. **Strategieformulierung**
 3. **Umsetzungsphase**
- Es gibt **zahlreiche Instrumente** die bei der Strategieentwicklung unterstützen und **unternehmensspezifisch ausgewählt** werden müssen

Bitte geben Sie ein **Feedback zur Veranstaltung** unter folgendem Link:
https://trendauto2030plus.de/?ff_landing=58



Projektteam | Bei Fragen und Anmerkungen, kommen Sie gerne auf uns zu!



Henning Neumann

Gruppenleiter Prozessmanagement
Werkzeugmaschinenlabor WZL der
RWTH Aachen University
Campus-Boulevard 30, 52074 Aachen
Tel: +49 151 4318 1987
Mail: H.Neumann@wzl.rwth-aachen.de



Dennis Hertell

Wissenschaftlicher Mitarbeiter
Werkzeugmaschinenlabor WZL der
RWTH Aachen University
Campus-Boulevard 30, 52074 Aachen
Tel: +49 160 894 03 57
Mail: d.hertell@wzl.rwth-aachen.de