



UdZ

3/2007

Unternehmen der Zukunft

FIR-Zeitschrift für Betriebsorganisation und Unternehmensentwicklung

Schwerpunkt:

Information management



Foto: © 2007 RACC, España

www.fir.rwth-aachen.de



MYCAREVENT: Die automobile Servicewelt der Zukunft

Experten erarbeiten Szenarien für die Herausforderungen im Aftersales Markt der Automobilindustrie

Projektinfo

MYCAREVENT – MobilitY and CollAboRative work in European Vehicle Emergency NeTworks

Projekt-/

Forschungsträger

EC, Information Society Technologies

Fördernummer

IST-004402

Laufzeit

01.10.2004 – 31.09.2007

Projektpartner

FIR, Eidgenössische Technische Hochschule Zürich, Aachen University, Universiteit Maastricht, RAC, Europäisches Microsoft Innovation Centre GmbH, Telefónica Investigación Y Desarrollo SA Unipersonal, Limburgs Universiteit Centrum, Deutsches Institut für Normung e.V., Euro IT&C BV, Bayerische Motoren Werke AG, Elektroniksystem- und Logistik-GmbH, Omitec Instrumentation Limited, Volkswagen AG, MUL Services GmbH (formerly VISION UNLTD. business solutions OHG), Care2Wear A/S, Acaservi SA, DaimlerChrysler AG, CSW Group Limited, Centro Ricerche FIAT

Kontakt

Dipl.-Wi.-Ing. André Quadt

Web

www.mycarevent.com



Dass auf den Automobilssektor völlig neue Herausforderungen zukommen, darüber ist sich die Branche einig. Welche das sind, wie diese genau aussehen und was getan werden kann um diese aktiv zu gestalten, haben DaimlerChrysler und FIR mit einem Expertenteam ermittelt.

The automotive Sector is subject to radical changes. This, industry experts are sure about. How exactly these changes look like, however, and what needs to be done to tackle the resulting challenges, DaimlerChrysler and FIR have investigated together with a team of distinguished experts for the automotive aftersales market.

Einleitung

Für alle Unternehmen ist es essenziell, sich den Herausforderungen der Zukunft zu stellen. Um Lösungsansätze entwickeln zu können, ist es allerdings unabdingbar, diese Herausforderungen zu erkennen und so weit zu konkretisieren, dass strategische und operative Maßnahmen daraus abgeleitet werden können. Die Szenariotechnik ist ein etabliertes Werkzeug, um wichtigste Trends und Einflüsse herauszukristallisieren und daraus Vorschläge für mögliche Lösungen abzuleiten. Unter der Federführung von DaimlerChrysler und FIR hat das MYCAREVENT-Konsortium mehrere Zukunftsworkshops durchgeführt, um für den automobilen Aftersales Markt die „Service World of the Future“ zu entwickeln. Dadurch kann zwar keine exakte Vorhersage der Zukunft bestimmt werden, dennoch sind sich die Experten einig, dass zwei dominante Strömungen die Entwicklung auf diesem Sektor entscheidend beeinflussen werden. Unternehmen müssen für beide Fälle vorbereitet sein. Deshalb wurden nicht nur die Szenarien selbst beschrieben, sondern auch eine Ableitung konkreter Folgen für den Markt durchgeführt.

Szenariotechnik – Ermittlung der Determinanten

Um die Zukunft zu beschreiben, ist zu aller erst zu ermitteln, welche Faktoren diese Zukunft in besonderem Maße beeinflussen. Deshalb wurde innerhalb des Expertengremiums zunächst eine Liste von 18 Deskriptoren entwickelt, darunter die Regulierungspolitik der Europäischen Kommission, die Mobilfunktechnologie und die mögliche Skepsis von Kunden gegenüber digitalen Dienstangeboten (digitale Reizüberflutung). Ergänzt wurden diese 18 Deskriptoren um sechs Prämissen. Während sich die Deskriptoren in verschiedene Richtungen entwickeln können, liegt die Entwicklungstendenz der Prämissen bereits fest. Die zunehmende Diversität von Antriebssystemen (Hybrid, Elektro, Brennstoffzellen, Wasserstoffverbrennungsmotoren, etc.) kann beispielsweise als gegeben betrachtet werden. Ausgehend von den Deskriptoren und Prämissen hat das Szenario-Team zwei mögliche Versionen der Zukunft im automobilen Aftersales ent-

wickelt. Dabei wurden nicht nur die weitreichenden Kompetenzen der Konsortialmitglieder genutzt, sondern weitere Experten, beispielsweise von Bosch oder der Deutschen AutomobilTREUHAND, einbezogen.

Ergebnisse – Reich und Loyal oder Alles für Jeden?

Das erste der Szenarien geht von einer anhaltend positiven wirtschaftlichen Entwicklung aus. Insgesamt zeichnet es sich durch folgende Charakteristika aus: Die Gruppenfreistellung aus 2002 bleibt weitgehend unverändert bestehen, eine weitere erzwungene Liberalisierung findet nicht statt. Die Zahl der Mehr-Marken-Händler wächst dadurch nur moderat. Die Branche ist durch die Einführung der Euro5-Verordnung allerdings gezwungen, die Einhaltung von Standards im Bereich der Informationsbereitstellung zu verbessern. Durch die neuen, schärferen Abgasvorschriften verjüngt sich auch der Fahrzeugbestand, was durch das gute ökonomische Wachstum unterstützt wird. Insgesamt führt das dazu, dass vorwiegend neue Fahrzeuge im Markt sind, die zwar komplexe und teure Wartungsdienstleistungen benötigen, jedoch wesentlich seltener gewartet werden müssen. Eine besondere Herausforderung liegt darin, dass komplexe Tätigkeiten nur von gut ausgebildetem und damit teurem Personal durchgeführt werden können, während der mögliche Gewinn im Service pro Fahrzeug und Jahr durch die verlängerten Wartungszyklen signifikant sinkt. Die gute Einkommensentwicklung führt allerdings dazu, dass einerseits die Kunden die komplexen und jungen Fahrzeuge bevorzugt zum Fachhändler bringen (Loyalität) und sich andererseits technische Neuerungen schnell verbreiten und vom Kunden auch in kleineren Fahrzeugklassen intensiv nachgefragt werden (technischer Enthusiasmus, vgl. Bild 1).

Begrenztes Wachstum, Deregulierung und Preiswettbewerb

Für den Fall, dass die wirtschaftliche Entwicklung sich schneller abkühlt als die guten Konjunktur-



Bild 1
Der Kunde der Zukunft ist loyal und technikverliebt



Bild 2
Ungünstige wirtschaftliche Entwicklungen führen zu einer verstärkten Nachfrage nach einfachen, günstigen Serviceangeboten

daten es im Augenblick nahe legen, erwarten die Experten allerdings ein anderes Bild. Durch den Kaufkraftverlust altert der Fahrzeugbestand signifikant. Neue Technologien im Fahrzeugbereich können sich nur begrenzt durchsetzen. Der digitale Stress, Befürchtungen hinsichtlich des Datenschutzes und der langsame Ausbau von Hochleistungsmobilfunknetzen bremsen die Entwicklung innovativer Informationsdienste. Dadurch bietet sich für Dienstleister wenig Möglichkeit der Differenzierung. Der Wettbewerb ist in erster Linie vom Preiskampf geprägt. Die Gewinner sind große Ketten unabhängiger Werkstätten, die durch Skaleneffekte Preisvorteile erzielen. Durch das geringe Maß an Differenzierung sind die Dienstleistungsangebote sehr ähnlich. Die Regulierungspolitik der Europäischen Kommission intensiviert diesen Trend, indem verstärkt allgemeine Standards für die Informationsbereitstellung durchgesetzt werden (vgl. Bild 2).

Interpretation der Ergebnisse

Die Darstellung der möglichen Varianten des zukünftigen Marktes erlaubt den Marktteilnehmern die Entwicklung individueller Strategien. Darüber hinaus lassen sich „robuste Maßnahmen“ ableiten, die in jedem der beiden Szenarien Anwendung finden und so eine Verbesserung der zukünftigen Situation sicherstellen. Für MYCAREVENT hat das Expertenteam eine entsprechende Analyse durchgeführt. Das Ergebnis ist eine Liste von 19 Empfehlungen. Sie richtet sich an die verschiedenen Marktteilnehmer und beschreibt die für eine Vorbereitung auf die Zukunft erforderlichen Maßnahmen. Eines der Schlüsselemente ist dabei die Realisierung von Skaleneffekten, entweder durch ein Hosting-Angebot an verschiedene Hersteller, die dadurch Betriebskosten für ihr GVO-System sparen, oder für unabhängige Werkstattketten. Im Allgemeinen sind Werkstattketten eher in der Lage, dem Konkurrenzkampf mit den Fachwerk-

stätten oder einem standardisierten Markt zu begegnen und stellen deshalb eine bevorzugte Kundengruppe dar. Diese Kunden benötigen dabei in erster Linie „Brot und Butter“-Funktionen, so dass MYCAREVENT sich zuerst auf die Informationsbereitstellung in diesem Bereich konzentrieren sollte.

Zusammenfassung

Durch die Anwendung der Szenariotechnik wurden zwei konkrete Szenarien erarbeitet, die es den Teilnehmern des Aftersales Marktes ermöglichen, sich auf die zukünftigen Herausforderungen im automobilen Aftersales vorzubereiten. Die von DaimlerChrysler und FIR eingebrachte Erfahrung in der Durchführung konnte sicherstellen, dass die Resultate valide und umsetzbar ausgefallen sind. Damit ist MYCAREVENT auch für zukünftige Herausforderungen gewappnet. Nähere Informationen über die Workshop-Ergebnisse sind über den angegebenen Kontakt verfügbar. **!**



Dipl.-Wi.-Ing. André Quadt
 Fachgruppenleiter Informationstechnologie-
 management am FIR
 im Bereich Informationsmanagement
 Tel.: +49 241 47705-505
 E-Mail: Andre.Quadt@fir.rwth-aachen.de



Impressum

UdZ – Unternehmen der Zukunft
 FIR-Zeitschrift für Betriebsorganisation
 und Unternehmensentwicklung
 8. Jg., Heft 3/2007, ISSN 1439-2585
 „UdZ – Unternehmen der Zukunft“ informiert mit Unterstützung des Landes Nordrhein-Westfalen vierteljährlich über die wissenschaftlichen Aktivitäten des FIR

Herausgeber

Forschungsinstitut für Rationalisierung e.V.
 an der RWTH Aachen
 Pontdriesch 14/16, D-52062 Aachen
 Tel.: +49 241 47705-0
 Fax: +49 241 47705-199
 E-Mail: info@fir.rwth-aachen.de
 Web: www.fir.rwth-aachen.de
 Bankverbindung: Sparkasse Aachen
 BLZ 390 500 00, Konto-Nr. 000 300 1500

Direktor

Univ.-Prof. Dr.-Ing. Dipl.-Wirt. Ing. Günther Schuh

Geschäftsführer

Dr.-Ing. Volker Stich

Bereichsleiter

Dipl.-Ing. Gerhard Gudergan (Dienstleistungsmanagement)
 Dipl.-Ing. Dipl.-Wirt. Ing. Peter Laing (Informationsmanagement)
 Dipl.-Ing. Carsten Schmidt (Produktionsmanagement)

Redaktion, Satz, Layout und Database Publishing
 Olaf Konstantin Krueger, M.A. (Informationsmanagement)
 Tel.: +49 241 47705-150

E-Mail: OlafKonstantin.Krueger@fir.rwth-aachen.de,
redaktion-udz@fir.rwth-aachen.de
 School of Communication, Information and New Media
 University of South Australia, Adelaide SA 5001 Australia
 Ph.: +61 8 8302 4656, E-mail: office@m-publishing.com

Design und Bildbearbeitung, Satz und Layout
 Birgit Kreitz, FIR, Tel.: +49 241 47705-153

Bildnachweis

Soweit nicht anders angegeben, FIR-Archiv

Anzeigenpreisliste

Es gilt Tarif Nr. 4 vom 01.02.2007

Druck

Kuper-Druck GmbH
 Eduard-Mörrike-Straße 36, D-52249 Eschweiler

Copyright

Kein Teil dieser Publikation darf ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung des Herausgebers in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden

Weitere Literatur im Web

www.fir.rwth-aachen.de/service

