

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Historische Entwicklungen in der Automobilindustrie.....	5
2.1	Erste Revolution in der Automobilindustrie	6
2.1.1	Grundlagen	6
2.1.2	Verschiebungen in der Wertschöpfungskette	9
2.1.3	Auswirkungen und Grenzen	11
2.2	Zweite Revolution in der Automobilindustrie	14
2.2.1	Grundlagen	14
2.2.2	Verschiebungen in der Wertschöpfungskette	19
2.2.3	Auswirkungen und Grenzen	28
3	Die Treiber der dritten Revolution	33
3.1	Veränderungen im politischen Umfeld (political)	33
3.1.1	Emerging Markets	33
3.1.2	Globale Erwärmung.....	41
3.1.3	Konflikt der Religionen – Terrorismus	44
3.2	Erneuerungen im ökonomischen Umfeld (economic)	45
3.2.1	Allgemeine ökonomische Treiber – Rohstoffpreise	45
3.2.2	Allgemeine ökonomische Treiber – Fahrzeugpreise	47
3.2.3	Ökonomische Treiber – Automobilhersteller	48
3.2.4	Ökonomische Treiber – Lieferanten	53
3.3	Ein neues soziales Umfeld (social)	56
3.3.1	Einführung	56
3.3.2	Übergreifende soziale Trends	57
3.3.3	Mein Auto als Lebensbereich	64
3.3.4	Mein Auto als Arbeitsbereich	72
3.3.5	Zusammenfassung	76
3.4	Exkurs: Low Cost Car.....	77

3.5 Herausforderungen im technologischen Umfeld (technology)	80
3.5.1 Einführung	80
3.5.2 Nanotechnologie	80
3.5.3 Bionik	82
3.5.4 Informationstechnologie	84
3.5.5 Technologieanwendungen	88
3.6 Neue Herausforderungen der Automobilindustrie	94
4 Der Konflikt zwischen Effizienz und Vielfalt	99
4.1 Effizienz	99
4.2 Das Kernproblem liegt in der Produktentstehung	104
4.2.1 Effizienzpotenziale innerhalb der Herstellerunternehmen	104
4.2.2 Effizienzpotenziale zwischen Automobilherstellern	107
4.2.3 Effizienzpotenziale zwischen Automobilhersteller und Zulieferer	111
4.3 Die fünf Varianten der Vielfalt	113
4.3.1 Definition	113
4.3.2 Der Konsument als Ausgangspunkt	114
4.3.3 Umsetzung in der Automobilindustrie	117
4.3.4 Zusammenfassung	125
5 Die Lösung des Konfliktes: Modularisierung	127
5.1 Einführung	127
5.2 Was ist Modularisierung?	129
5.3 Neue Formen der Modularisierung bei Automobilherstellern	133
5.3.1 Grundlagen des Modulbaukastens	133
5.3.2 Entwicklungsprozess	137
5.3.3 Organisatorische Veränderungen	141
5.4 Neue Formen der Modularisierung bei Lieferanten	146
5.4.1 Einführung	146
5.4.2 Markenaufkladung	148
5.4.3 Neue Kompetenzen	159
5.5 Weitere Möglichkeiten der Vielfalt („sechste Art“)	164

6 Quantitative Veränderungen zwischen OEMs und Lieferanten – die neue Wertschöpfung	171
6.1 Einleitung.....	171
6.2 Chassis	174
6.3 Motor	176
6.4 Powertrain.....	177
6.5 Body (Struktur).....	179
6.6 Body (Exterieur)	180
6.7 Interieur.....	181
6.8 Elektrik und Elektronik.....	184
7 Qualitative Veränderungen zwischen OEMs und Lieferanten – die neuen Beziehungen	191
7.1 Geschäftsmodelle der Effizienten Vielfalt.....	191
7.1.1 Commodity-Modell	191
7.1.2 Brand-Booster-Modell.....	195
7.1.3 Integrator-Modell	199
7.1.4 Assembler-Modell	202
7.2 Neues Rollenverständnis.....	207
7.2.1 Schritte des Wandels	207
7.2.2 Künftige Schwerpunkte der OEMs.....	215
7.2.3 Kompetenzverschiebungen in den unterschiedlichen Phasen der Geschäftsbeziehung.....	218
7.2.4 Keiretsu.....	223
7.3 Erfolgsfaktoren der Geschäftsbeziehungen	227
7.3.1 Einführung der Value Proposition	227
7.3.2 Die Annäherungstheorie	231
7.3.3 „Harte“ Wege zum Erfolg	233
7.3.4 „Softe“ Wege zum Erfolg.....	242
8 Zehn Thesen zur dritten Revolution in der Automobilindustrie.....	271
Literaturverzeichnis	285
Über die Autoren	289