

Geleitwort

Die Automobilindustrie, zumal die deutsche, hat in den zurückliegenden Jahren einen grundlegenden Strukturwandel durchgemacht, der zur Wiedergewinnung ihrer Wettbewerbsfähigkeit dringend geboten war. Dabei spielten Reorganisationsmaßnahmen im Bereich der Produktion eine entscheidende Rolle. Dieser Prozess ist naturgemäß nicht abgeschlossen. Seine Gestaltung bleibt eine dauerhafte Herausforderung für jedes Unternehmen, das seine Wettbewerbsfähigkeit erhalten will.

Die Erfahrung der jüngsten Vergangenheit hat gezeigt, dass der Erfassung des Wettbewerbsumfelds hierbei eine zentrale Bedeutung zukommt. Dies gilt insbesondere aus zwei Gründen. Zum einen muss das Unternehmen auf Veränderungen des Wettbewerbsumfeldes angemessen reagieren können. Zum andern kann es aus dem Verhalten von Wettbewerbern lernen. Dies gilt sicher nicht nur für die Automobilindustrie, aber hier war in den zurückliegenden Jahren eine besondere Dynamik zu beobachten. Es ist daher nahe liegend, dass Wolfgang Freibichler die Problematik am Beispiel dieser Branche analysiert, zumal er eigene berufliche Erfahrungen in diese Analyse einbringen kann.

In der vorgelegten Arbeit verfolgt er das Ziel, ausgehend von einer Beschreibung der Rahmenbedingungen des strategischen Produktionsmanagements in der Automobilindustrie und einer Erfassung der bestehenden Ansätze zur Wettbewerbsanalyse in dieser Branche ein integriertes Konzept zur Wettbewerbsanalyse zu entwickeln. Er überprüft das Konzept in einer repräsentativen Umfrage, die alle weltweit tätigen Automobilproduzenten umfasst und leitet konkrete Handlungsempfehlungen für den praktischen Einsatz ab.

Durch Integration der existierenden Ansätze „Strategische Frühaufklärung“, „Konkurrentenanalyse nach Porter“, „Competitive Intelligence“ und „Technologische Konkurrenzanalyse“, die jeweils spezifische Ziele verfolgen, gelingt es Freibichler ein generell einsetzbares Analyseinstrument zu entwickeln, das er Competitive Manufacturing Intelligence nennt.

Unter den drei erkenntnisleitenden Zielsetzungen

- Die relative Leistungsfähigkeit der eigenen Produktion bestimmen.
- Aus den Produktionsstrategien der Wettbewerber lernen.
- Umweltveränderungen frühzeitig erkennen.

entwickelt Freibichler sein Konzept in inhaltlicher, prozessualer und organisatorischer Sicht.

Die inhaltlichen Gestaltungsparameter betreffen die Festlegung relevanter Wettbewerber, die Berücksichtigung von Hintergrundinformationen, die Analyse der Produktionsstrategie und die Bestimmung des Leistungsniveaus. Der Arbeit liegt eine Umfrage bei allen weltweit tätigen Automobilunternehmen zu Grunde.

Mit seinem Konzept des „Competitive Manufacturing Intelligence“ liefert Freibichler einen integrativen Ansatz zur Wettbewerbsanalyse in der Automobilindustrie, der als theoretisch fundiertes, leistungsfähiges Analyseinstrument der Praxis wichtige Impulse geben kann.

Prof. Dr. Walter Habenicht