



MEGASTRAT

**Megatrends für individuelle Chancenprognosen
und strategische Entwicklung nutzbar machen**

**Cross-Impact-Analyse der
Automobilhersteller (von McKinsey &
Company)**





Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

Copyright

© Copyright 2024 Das MegaStrat-Konsortium

Bestehend aus:

- BWCON GMBH (E10040962)
- HOCHSCHULE DER MEDIEN (HDM) (E10202533)
- INFORMATION S.L. (INFO) (E10202533)
- Universität Süddänemark (SDU) (E10209170)
- GAIA (E10204201)
- GRÜN Innovation Group A/S (E10082413)

Dieses Dokument darf ohne schriftliche Genehmigung des MegaStrat-Konsortiums weder ganz noch teilweise für irgendeinen Zweck kopiert, reproduziert oder verändert werden. Darüber hinaus muss eine Nennung der Autoren des Dokuments und aller relevanten Teile des Urheberrechtsvermerks eindeutig erfolgen.

Dieses Dokument kann ohne vorherige Ankündigung geändert werden.

Dokumentenklassifizierung

Titel	Cross-Impact-Analyse der Automobilhersteller (von McKinsey & Company)
Typ	Factsheet zur Fallstudie
Ausgabe	
Partner	MegaStrat-Konsortium
Autoren	Janina Belke, Manon van Leeuwen
Verbreitungsebene	öffentlich

Versionskontrolle

Version	Beschreibung	Name	Datum
	angepasst nach Fit4Future		





Cross-Impact-Analyse der Automobilhersteller (von McKinsey & Company)

Kurzzusammenfassung

McKinsey & Company nutzt Cross-Impact-Analysen in verschiedenen Kontexten, um seinen Kunden dabei zu helfen, fundierte strategische Entscheidungen zu treffen. Beispielsweise kann das Unternehmen eine Cross-Impact-Analyse verwenden, um die potenziellen Auswirkungen von Änderungen in einer Branche oder einem Markt auf die Geschäftsabläufe eines Unternehmens zu bewerten oder um die potenziellen Auswirkungen von Änderungen in den internen Abläufen eines Unternehmens auf dessen Geschäftsabläufe zu bewerten.

Beschreibung

Kontext

McKinsey & Company ist ein führendes globales Managementberatungsunternehmen, das sich auf die Bereitstellung einer breiten Palette von Dienstleistungen für Unternehmen und Organisationen in verschiedenen Branchen spezialisiert hat, darunter Strategie, Betrieb und Organisationsdesign. Eines der Kernkompetenzen des Unternehmens ist die Cross-Impact-Analyse, eine Methode zur Bewertung der potenziellen Auswirkungen von Veränderungen in einem Bereich eines Unternehmens oder einer Organisation auf andere Bereiche.

Ein Beispiel für eine Fallstudie zur Cross-Impact-Analyse und ihren Ergebnissen ist eine Studie des Beratungsunternehmens McKinsey & Company. In der Studie wurde untersucht, wie die Cross-Impact-Analyse verwendet wurde, um die potenziellen Auswirkungen von Veränderungen in der Automobilindustrie auf einen großen europäischen Automobilhersteller zu bewerten.

Der Automobilhersteller stand vor mehreren Herausforderungen, darunter einer Verschiebung der Verbraucherpräferenzen hin zu Elektrofahrzeugen, strengeren Emissionsvorschriften und einem zunehmenden Wettbewerb durch neue Marktteilnehmer. Das Unternehmen nutzte eine Cross-Impact-Analyse, um die potenziellen Auswirkungen dieser Änderungen auf seinen Geschäftsbetrieb, einschließlich seines Produktportfolios, seiner Produktionsprozesse und seiner Lieferkette, zu bewerten. Das Unternehmen nutzt auch Cross-Impact-Analysen in der Szenarioplanung und im Risikomanagement. Beispielsweise kann das Unternehmen eine Cross-Impact-Analyse verwenden, um die potenziellen Auswirkungen verschiedener potenzieller Szenarien auf die Geschäftstätigkeit eines Unternehmens zu bewerten, z. B. Änderungen der wirtschaftlichen Bedingungen, technologischer Entwicklungen oder des regulatorischen Umfelds.

Die Cross-Impact-Analyse ergab, dass die Verschiebung der Verbraucherpräferenzen hin zu Elektrofahrzeugen erhebliche Auswirkungen auf das Produktportfolio und die





Produktionsprozesse des Unternehmens haben würde. Als Ergebnis dieser Analyse beschloss das Unternehmen, in die Entwicklung von Elektrofahrzeugen zu investieren und seine Produktionsprozesse an die neue Technologie anzupassen.

Durchführung

Inmitten einer dynamischen Automobillandschaft suchte ein großer europäischer Automobilhersteller die strategische Beratung von McKinsey bei der Bewältigung von Herausforderungen wie der Verlagerung der Verbraucherpräferenzen hin zu Elektrofahrzeugen, strengen Emissionsvorschriften und der verschärften Konkurrenz durch aufstrebende Marktteilnehmer. McKinsey begann mit einer Cross-Impact-Analysestudie, um die potenziellen Auswirkungen dieser Branchenveränderungen auf die Geschäftsabläufe des Kunden umfassend zu bewerten.

Die Analyse umfasste eine eingehende Untersuchung der möglichen Auswirkungen auf das Produktportfolio, die Produktionsprozesse und die Lieferkette des Unternehmens. Die Cross-Impact-Analyse-Methodik von McKinsey erwies sich nicht nur als entscheidend für das Verständnis des Zusammenhangs dieser Faktoren, sondern auch für die Szenarioplanung und das Risikomanagement. Das Unternehmen hat die denkbaren Auswirkungen verschiedener Szenarien, einschließlich Änderungen der wirtschaftlichen Bedingungen, technologischer Fortschritte und des regulatorischen Umfelds, geschickt bewertet.

Die Ergebnisse der Cross-Impact-Analyse trugen maßgeblich dazu bei, die erheblichen Auswirkungen der zunehmenden Verbraucherpräferenz für Elektrofahrzeuge auf das Produktportfolio und die Produktionsprozesse des Unternehmens aufzuzeigen.

Auf der Grundlage dieser Erkenntnisse traf der europäische Automobilhersteller strategische Entscheidungen und entschied sich dafür, in die Entwicklung von Elektrofahrzeugen zu investieren und seine Produktionsprozesse an die sich entwickelnde Technologielandschaft anzupassen.

Diese Fallstudie veranschaulicht die Kompetenz von McKinsey beim Einsatz der Cross-Impact-Analyse als strategisches Instrument, das es Unternehmen ermöglicht, nicht nur potenzielle Herausforderungen vorherzusehen, sondern auch fundierte Entscheidungen zu treffen, die sie in einem sich schnell entwickelnden Geschäftsumfeld zu Widerstandsfähigkeit und Erfolg führen.

Auswirkungen

Die Cross-Impact-Analyse ergab außerdem, dass strengere Emissionsvorschriften erhebliche Auswirkungen auf das Produktportfolio und die Lieferkette des Unternehmens haben würden. Als Ergebnis dieser Analyse beschloss das Unternehmen, in neue Technologien zu investieren, um die Emissionsleistung seiner bestehenden Produktlinie zu verbessern, und Änderungen an seiner Lieferkette vorzunehmen, um sicherzustellen, dass es die erforderlichen Komponenten zu angemessenen Kosten beschaffen kann.





Ebenso zeigte die Analyse, dass ein verstärkter Wettbewerb durch neue Marktteilnehmer erhebliche Auswirkungen auf den Marktanteil und die Rentabilität des Unternehmens haben würde. Als Ergebnis dieser Analyse beschloss das Unternehmen, in neue Technologien zu investieren und seine Marketing- und Vertriebsstrategien zu ändern, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Als Ergebnis der Cross-Impact-Analyse war das Unternehmen in der Lage, die potenziellen Auswirkungen von Veränderungen in der Automobilindustrie auf seinen Geschäftsbetrieb zu identifizieren und strategische Entscheidungen zu treffen, die ihm bei der Anpassung an die sich ändernden Marktbedingungen halfen.

Diese Fallstudie veranschaulicht, wie die Cross-Impact-Analyse verwendet werden kann, um die potenziellen Auswirkungen von Veränderungen in einer Branche oder einem Markt auf den Geschäftsbetrieb eines Unternehmens zu bewerten und strategische Entscheidungen zu treffen, die dem Unternehmen helfen, sich an veränderte Bedingungen anzupassen.

In der von McKinsey & Company durchgeführten Fallstudie sind die spezifischen Ergebnisse der Cross-Impact-Analyse bei einem großen europäischen Automobilhersteller:

- Die Verschiebung der Verbraucherpräferenzen hin zu Elektrofahrzeugen hätte erhebliche Auswirkungen auf das Produktportfolio und die Produktionsprozesse des Unternehmens.
- Strengere Emissionsvorschriften hätten erhebliche Auswirkungen auf das Produktportfolio und die Lieferkette des Unternehmens.
- Ein verstärkter Wettbewerb durch neue Marktteilnehmer hätte erhebliche Auswirkungen auf den Marktanteil und die Rentabilität des Unternehmens.

Das Unternehmen nutzte diese Erkenntnisse, um strategische Entscheidungen zu treffen, die ihm halfen, sich an die sich ändernden Marktbedingungen anzupassen. Als Ergebnis der Cross-Impact-Analyse entschied das Unternehmen:

- Investieren Sie in die Entwicklung von Elektrofahrzeugen und ändern Sie die Produktionsprozesse, um sie an die neue Technologie anzupassen.
- Investieren Sie in neue Technologien, um die Emissionsleistung der bestehenden Produktlinie zu verbessern, und nehmen Sie Änderungen an der Lieferkette vor, um sicherzustellen, dass die erforderlichen Komponenten zu angemessenen Kosten beschafft werden können.
- Investieren Sie in neue Technologien und nehmen Sie Änderungen an Ihren Marketing- und Vertriebsstrategien vor, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Diese konkreten Erkenntnisse aus der Cross-Impact-Analyse halfen dem Unternehmen, die potenziellen Auswirkungen von Veränderungen in der Automobilindustrie auf seinen Geschäftsbetrieb zu erkennen und strategische Entscheidungen zu treffen, die ihm bei der Anpassung an die sich ändernden Marktbedingungen halfen.



Ressourcen

Links

<https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/a-road-map-for-europes-automotive-industry>

Bilder:

