

Ansätze

Neue Branchen erschließen...

Neue Branchen erschließen bedeutet, dass ein Unternehmen seine Geschäftstätigkeiten auf bisher nicht bediente Sektoren ausweitet. Dies kann durch die Einführung neuer Produkte oder Dienstleistungen, den Eintritt in geografisch neue Märkte oder die Nutzung bestehender Technologien in neuen Anwendungsbereichen geschehen. Ziel ist es, zusätzliche Einnahmequellen zu schaffen, das Wachstum zu fördern und Risiken zu diversifizieren.

... in der Automobilindustrie

In der Automobil- und Zulieferindustrie bedeutet das Erschließen neuer Branchen die Nutzung bestehender technischer und produktionstechnischer Kompetenzen, um in neue Märkte wie die Luft- und Raumfahrt, Medizintechnik oder erneuerbare Energien einzutreten. Dies kann durch die Entwicklung neuer Anwendungen für vorhandene Technologien oder die Anpassung von Produktionsprozessen zur Herstellung neuer Produkte geschehen.

Chancen

Wachstumspotenzial: Erschließung neuer Märkte kann zu erheblichem Umsatzwachstum führen.

Diversifizierung: Reduzierung der Abhängigkeit von einem einzelnen Markt oder Produkt, was das Risiko mindert.

Innovationsförderung: Neue Branchen bieten Möglichkeiten für innovative Anwendungen und Produkte.

Wettbewerbsvorteil: Nutzung vorhandener Kompetenzen und Technologien in neuen Märkten kann Wettbewerbsvorteile schaffen.

Risiken

Hohe Investitionskosten: Der Eintritt in neue Branchen erfordert oft erhebliche finanzielle Mittel.

Marktrisiko: Ungewissheit über den Erfolg und die Marktakzeptanz neuer Produkte oder Dienstleistungen.

Komplexität: Verwaltung und Koordination neuer Geschäftsbereiche können die organisatorische Komplexität erhöhen.

Fokusverlust: Gefahr, dass das Kerngeschäft durch die Diversifikation vernachlässigt wird.

Bezug zur Plattformökonomie

Die Plattformökonomie erleichtert das Erschließen neuer Branchen, indem sie den Zugang zu Ressourcen, Daten und Technologien ermöglicht und die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Akteuren fördert.

Anwendungsbeispiele

Luft- und Raumfahrt: Automobilhersteller nutzen ihre Expertise in Leichtbaumaterialien und Fertigungstechnologien zur Entwicklung von Komponenten für die Luft- und Raumfahrt.

Medizintechnik: Einsatz von Sensor- und Automatisierungstechnologien aus der Automobilindustrie für medizintechnische Geräte und Anwendungen.

Erneuerbare Energien: Entwicklung von Energiemanagementsystemen und Batteriespeichertechnologien für Solaranlagen und Windkraftwerke.

Agrartechnik: Verwendung autonomer Fahr- und Steuerungssysteme aus der Automobilindustrie in landwirtschaftlichen Maschinen und Geräten.

Erste Schritte

1. Markt- und Potenzialanalyse: Untersuchung potenzieller neuer Märkte und Branchen, um Chancen und Risiken zu bewerten.

2. Strategieentwicklung: Entwicklung einer klaren Strategie für den Eintritt in neue Branchen, basierend auf den Unternehmenszielen und -ressourcen.

3. Pilotprojekte starten: Implementierung von Pilotprojekten zur Erprobung und Weiterentwicklung neuer Produkte oder Dienstleistungen.

4. Partnerschaften aufbauen: Aufbau von Kooperationen mit Unternehmen und Forschungseinrichtungen in den neuen Branchen.

Relevante Kompetenzen

Marktforschung und Analyse: Fähigkeiten zur Analyse von Markttrends, Kundenbedürfnissen und Wettbewerbslandschaften.

Strategisches Management: Kompetenzen zur Entwicklung und Umsetzung von Diversifikationsstrategien.

Projektmanagement: Fähigkeiten zur Planung und Umsetzung von Pilotprojekten und neuen Geschäftsfeldern.

Technologisches Verständnis: Wissen über aktuelle und zukünftige technologische Entwicklungen und deren Anwendungen in neuen Branchen.

Kontakt

Wirtschaftsförderung Nordschwarzwald
GmbH

Westliche Karl-Friedrich-Str. 29-31
75172 Pforzheim

E-Mail: info@trafonetz.de

Web: www.trafonetz.de

Quellen

Caballero-Morales, S.-O. (2021) "Innovation as recovery strategy for SMEs in emerging economies during the COVID-19 pandemic", *Research in international business and finance*, Vol. 57, S. 101396.

Chavan, L. & Jindal, P. (2024) "Revolutionizing the Automobile Industry", in Li, E., Nair, A. J., Manohar, S., Mittal, A. & Ahmed, W. (Hg.) *Balancing Automation and Human Interaction in Modern Marketing*, IGI Global, S. 248–262.

Helbling, S. & Nyffenegger, F. (2021) "Automobilzulieferer – Die Krise treibt den Umbruch", in Luban, K. & Hänggi, R. (Hg.) *ANSTZE ZUM UMGANG MIT KRIESENEREIGNISSEN FR UNTERNEHMEN ARBEITSTITEL*, [S.l.], MORGAN KAUFMANN, S. 87–105.

Horster, E (Hg.) (2023) *Customer Experience Management*, München, Haufe.

Iruthayasamy, L. (2021) "Blue Ocean Versus Red Ocean", in Iruthayasamy, L. (Hg.) *Understanding Business Strategy*, Singapore, Springer Singapore, S. 93–114.

Johnson, G., Whittington, R. & Scholes, K. (2017) *Exploring strategy: Text and cases*, 11. Aufl., Harlow, England, London, New York, [etc.], Pearson.

Kulkarni, B. & Sivaraman, V. (2019) "Making a Blue Ocean Shift: Tata Ace captures a new market", *Journal of Business Strategy*, Vol. 41, No. 4, S. 11–20.

Kulkarni, B. & Sivaraman, V. (2019) "Making a Blue Ocean Shift: Tata Ace captures a new market", *Journal of Business Strategy*, Vol. 41, No. 4, S. 11–20.

Loh, K. L. & Mohd Yusof, S. (2018) "Blue ocean leadership activities improve firm performance", *International Journal of Lean Six Sigma*, Vol. 11, No. 2, S. 359–375.

Masias, A., Marcicki, J. & Paxton, W. A. (2021) "Opportunities and Challenges of Lithium Ion Batteries in Automotive Applications", *ACS Energy Letters*, Vol. 6, No. 2, S. 621–630.

Mirghaderi, S. A., Sheikh Aboumasoudi, A. & Amindoust, A. (2023) "Developing an open innovation model in the startup ecosystem industries based on the attitude of organizational resilience and blue ocean strategy", *Computers & Industrial Engineering*, Vol. 181, S. 109301.

O'Brien, J. (2022) *Supplier Relationship Management: Unlocking the Value in Your Supply Base*, 3. Aufl., London, Kogan Page Ltd; Kogan Page.

Raut, R. D., Gardas, B., Luthra, S., Narkhede, B. & Kumar Mangla, S. (2020) "Analysing green human resource management indicators of automotive service sector", *International Journal of Manpower*, Vol. 41, No. 7, S. 925–944.

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

