

arcplan präsentiert Routenplan für die Automobilindustrie

25.06.2014, 18:40 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *arcplan Information Services GmbH*

Langenfeld, 24. Juni 2014 – Kleinere Karossen, Carsharing, E-Cars und E-Bikes, neue Antriebskonzepte und stets leichtere Materialien: Geht es nach den Forschern des Fraunhofer-Instituts für System- und Innovationsforschung sind dies die zentralen Trends, die die Automobilindustrie derzeit beschäftigen. arcplan, führender innovativer Softwareanbieter von Business Intelligence (BI)- und Planungslösungen, hat in diesem Zusammenhang drei Herausforderungsfelder identifiziert, die zukunftsorientierte Unternehmen angehen müssen, um künftig mithalten zu können.

Oberste Priorität bei der Geschäftsstrategie haben für die meisten Firmen Kostenreduzierungen und Effizienzsteigerungen. Das geht aus der Studie „IT-Trends in der Automobilindustrie“ von Pierre Audoin Consultants hervor. „In Zeiten wachsenden Kosten- und Wettbewerbsdrucks ist es ratsam, sich möglichst bald und umfassend Gedanken zu machen, wie die eigene Organisation bezüglich Supply Chain Management, Servicestrategie und Big Data aufgestellt ist, und wie sich Prozesse, die von diesen drei Entwicklungen betroffen sind, sinnvoll rationalisieren und optimieren lassen“, erklärt Ekrem Namazci, Director Strategic Accounts EMEA bei arcplan.

Die folgenden Ausführungen zeigen anhand von Erfahrungen aus der Praxis, dass neben einer neuen, durchdachten und umfassenden Herangehensweise, IT-unterstützte Analysen wie Business Intelligence (BI) helfen, die Transparenz zu erhöhen, um datenuntermauerte, fundierte Entscheidungen treffen zu können.

1. Herausforderung Supply Chain-Optimierung

Von der Einzelteilbeschaffung bis zum Verkauf, von der Logistik bis zur Pflege, Wartung und zum Service: Wollen Automobilunternehmen ihr jeweiliges Produkt, aber auch Geschäftsprozesse optimieren, gilt es, die gesamte Lieferkette im Blick zu haben. Bereits in den kleinsten Bereichen lassen sich zumeist Einspar- und Verbesserungspotenziale entdecken. Voraussetzung ist jedoch, dass Daten korrekt und übersichtlich zusammengeführt und dargestellt werden. Denn erst verlässliche Analysen ermöglichen Einblicke: Wie etwa lassen sich neue technische Entwicklungen und Kundenanforderungen für den Bau neuer Modelle nutzen? Wie lassen sich Zulieferer dazu bringen, mitzuziehen? An welchen Stellen der Lieferkette muss in Knowhow investiert werden? Wie und wo lassen sich Produktionskosten senken, die verschiedenen Produktionsstätten sinnvoll vernetzen? Business Intelligence-Tools erleichtern die Suche nach Antworten auf Fragen wie diese. So wird es für Unternehmen der Automobilindustrie beispielsweise immer wichtiger, Synergien zu nutzen, Bereiche zu identifizieren, die Wiederverwertungsmöglichkeiten eröffnen. Sei es bei den verschiedenen Automodellen eines großen Konzerns oder bei einzelnen Arbeitsschritten: BI schafft Transparenz für einzelne Prozesse und Bereiche, um so die ganzheitliche Entscheidungsfindung zu verbessern. So können Anwender mithilfe weniger Klicks beispielsweise erfahren, wie lange ein bestimmtes Ersatzteil durchschnittlich verwendbar ist, wie hoch die Entwicklungskosten und die Verkaufsmarge eines bestimmten Modells sind, oder wie es um die Auslastung der unterschiedlichen Produktionsstätten bestellt ist. Gute Analysen verbessern die Planungs- und Investitionssicherheit.

2. Herausforderung Service-Neuorientierung

Ein weiterer Bereich, der viele Unternehmen vor große Herausforderungen stellt, ist ein verändertes Konsumentenverhalten gepaart mit dem Ruf nach mehr Servicequalität. Insbesondere bei den Wartungszyklen fehlt es so manchem Automobilhersteller heutzutage an Transparenz. Es wird jedoch immer wichtiger, die Zuverlässigkeit eines Produktes sicherzustellen. Wer genau weiß, wann und wie welche Fehler aufgetreten sind, kann diese Informationen für künftige Entscheidungen und Verbesserungen nutzen. BI-Tools helfen, Service-Dienstleistungen zu analysieren und beispielsweise aufzuzeigen, wann ein Auto weshalb in der Reparatur war. Immer fortschrittlichere Autos erleichtern die Fehlerrückmeldung zusätzlich. Alle wichtigen Daten lassen sich heute wesentlich besser zusammenführen und untereinander vernetzen, um so die Servicequalität zu steigern – im Sinne des Kunden, für den nachhaltigen Geschäftserfolg.

3. Herausforderung Big Data

In der aktuellen Digital-Universe-Studie prognostizieren die Analysten der IDC, dass im laufenden Jahr weltweit 2,7 Billionen Gigabyte an Daten generiert werden, was gegenüber 2011 einem Anstieg von 50 Prozent entspricht. Fest steht: Es gibt immer mehr Möglichkeiten, Daten zu sammeln. Nun gilt es, sinnvolle Wege zu finden, dieses riesige Informationspotenzial durchdacht zu kanalisieren und für den Unternehmenserfolg zu nutzen. Predictive Analytics, also vorausschauende Analysen, bieten gute Möglichkeiten, die Datenflut zu bändigen und für künftige Geschäftsentscheidungen zu nutzen.

Zudem gilt es, vorausschauend und im engen Gespräch mit dem Kunden zu arbeiten. Achim Röhe, VP Professional Services EMEA APAC von arcplan führt aus: „Wir versuchen mit unseren Lösungen jederzeit auf aktuelle Kundenanforderungen einzugehen. Das gilt auch für Herausforderungen, denen sich die Automobilindustrie stellen muss. In erster Linie sollte es bei allen Geschäftsbestrebungen darum gehen, Kundenfeedback bestmöglich einfließen zu lassen – Stichwort Customer Intelligence.“ Zudem müsse ein gutes Gleichgewicht zwischen Zentralität und Dezentralität gefunden werden.

Dazu noch einmal Ekrem Namazci: „Ein Automobilproduzent wird künftig nicht wettbewerbsfähig sein, wenn er nicht die Informationen vorliegen hat, die er benötigt, um zu wissen, was die Konkurrenz macht, welche Technologien im Fokus stehen. BI ermöglicht die umfassende und durchdachte Datensammlung und Neuzusammenstellung, um hierdurch neue Erkenntnisse zu gewinnen. Der Markt wird immer dynamischer, das Kaufverhalten verändert sich ständig. Mit den richtigen Tools als Schützenhilfe, lassen sich aktuelle und künftige Herausforderungen jedoch deutlich einfacher angehen.“

Portrait

Über arcplan

arcplan ist ein führender innovativer Softwareanbieter von Business Intelligence, Dashboard-, Corporate Performance- und Planungslösungen für den mobilen und stationären Einsatz. Seit 1993 hat arcplan weltweit mehr als 3.200 Kunden geholfen, ihre bestehende IT-Infrastruktur zur besseren Entscheidungsunterstützung optimal zu nutzen. Allen Anwendern den einfachen Zugang zu relevanten Informationen zu ermöglichen und die Zusammenarbeit zu fördern, sind die wichtigsten Erfolgsfaktoren zur Verbesserung der Unternehmensperformance. Mit arcplan – it simply works.

www.arcplan.de

News-ID: 802523 • Views: 865 (Stand: 08.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/802523/arcplan-praesentiert-Routenplan-fuer-die-Automobilindustrie.html>