

Turbolader der Transformation

Die Mobilitätsbranche braucht Deutschland nicht, aber Deutschland braucht diese Branche

von Prof. Dr. Robert Simon

1. Die Weitsicht

„Transformation“ in der Mobilitätsbranche bezieht sich auf die laufende Veränderung der Geschäftsmodelle der OEM und Zulieferer- Antriebsintelligenz, Autointelligenz, neue Mobilitätswelten, neue Wettbewerber. Weiter betrifft sie das Ökosystem in Wirtschaftsräumen, mithin die visionäre Kraft und das Umsetzungspotenzial von Politikern und Unternehmenslenkern.

2. Die Vision

Umsetzungskraft hat nur, wer eine Vorstellung von der Zukunft hat: „Ich stehe morgens in meinem Smart Home auf, kommuniziere mit Alexa über zu erledigende Bestellungen, werde von einem selbstfahrenden Auto vor der Haustüre abgeholt, sehe während der Fahrt die Nachrichten, schlafe noch ein wenig ehe ich mein Smart Office erreiche ...“

Man benötigt dafür nicht viel Phantasie, denn die Zeit der Umsetzung ist angebrochen. Wer sie nicht verschlafen will, muss den Turbolader einschalten.

3. Die Turbolader

Das „Transformationsspiel“ wird weltweit gespielt, nationale Grenzen versagen. Es wird weltweite internetbasierte Vertriebskanäle für Fahrzeuge und Ersatzteile geben. Es wird privatautonome Fahrzeugvermittlungen geben. Es gibt schwindendes Interesse an Marken und Fahrzeugeigentum. Der Nimbus des „Made in Germany“ hat gelitten und öffnet Flanken für Wettbewerber. Die EU kann keine Plattform für wirksame Innovationspolitik nach dem Beispiel Chinas sein.

Somit kommt es auf Folgendes an:

- Transformation ist strategisch und radikal. Ökosysteme und Geschäftsmodelle verändern, beinhaltet die Bereitschaft, Bestehendes zu verlassen. Deutsche Unternehmen können nicht führend sein, wenn ihr Heimatmarkt rückständig ist. Wer kauft von Unternehmen aus solch einem Land das Mobilitätskonzept der Zukunft? Öffentliches Bewusstsein für existenzielle Änderungen ist dringend zu schaffen.
- Transformation fordert politische Führung zur Umgestaltung industrieller Ökosysteme und die Förderung von Start Ups. Das ist konkrete Sache von Bundesländern im Verbund mit Unternehmen und Forschungsinstituten. Umfassende Pilotprojekte - nicht nur neue Fahrzeuge - als „Leuchttürme“ mit internationaler Ausstrahlung sind gefragt.
- Transformation benötigt Managementpotenzial und Finanzkraft. Das wird das „Spiel der Starken“ in der Mobilitätstechnik, Informatik, Telekommunikation, Chemie und Energie. Die gibt es in Deutschland, es kommt darauf an, mit ihnen konkrete Initiativen anzugehen.
- Transformation benötigt Menschen. Es geht um kreative Köpfe für Erfindungen und deren Umsetzung in der Produktion. Das verlangt eine innovationsfördernde Kultur in Unternehmen, ohne die aus einer Idee kein wettbewerbsfähiges Produkt entstehen kann.



Prof. Dr. Robert Simon

4. Die Innovatoren

Transformation fußt auf Innovationen. Ihre Treiber sind Menschen, die sich nicht um Konventionen scheeren und ihre Idee dort verfolgen, wo man sie gewähren lässt. Sie sind die eigentlichen Turbolader der Transformation, man muss ihnen günstige Voraussetzungen schaffen. Die sozialen und industriellen Netzwerke sowie das freie Denken sind unsere Stärken im Wettbewerb der Systeme.