



Peter Saubert
Ingenieurbüro und
Unternehmensberatung

© 2017 Peter Saubert - Ingenieurbüro und Unternehmensberatung - Positionierung der Testingbereiche unter dem Eindruck der sich abzeichnenden neuen Megatrends und dem erwarteten Strukturwandel der Automobilbranche

Positionierung der Testingbereiche der Automobilindustrie unter dem Eindruck der sich abzeichnenden neuen Megatrends und dem erwarteten Strukturwandel der Automobilbranche

Aus der heutigen Sicht erscheinen tiefgreifende Änderungen der Automobilindustrie in den kommenden 10 Jahren für sehr wahrscheinlich. Viele Elemente dieses Wandels sowie ihre Auswirkungen ist heute noch nicht seriös abschätzbar, auch wenn viel darüber spekuliert wird. In der täglichen Arbeit macht es also keinen Sinn, Dinge vorzubereiten, von denen man nicht weiß ob sie kommen und wie sie sich auswirken. Es erscheint also eine Strategie des „Weiter so mit angezogener Handbremse“ als sinnvoll und richtig.

Auf der anderen Seite etablieren sich in der Gesellschaft aber heute schon Trends, die in ihrer Auswirkung erkennbar sind. Zum Beispiel kann aus der Abgask Diskussion in Verbindung mit dem Öko- und dem Nachhaltigkeitstrend schon heute gesagt werden, die Anforderungen an die Transparenz der Erfüllung gesetzlicher Normen wird zunehmen. Der Trend zum Grünen wird sich in grünem Testen manifestieren.

Auch gibt es Produkte (z.B. elektrische Lenkunterstützungen oder wendekreisreduzierende Systeme), die werden gerade durch die Urbanisierung profitieren. Produkte, die es in Zukunft in größeren Mengen gibt, sollten sorgfältiger und systematischer abgesichert werden.

Mit der zunehmenden Vernetzung werden die IT-Risiken, wie Viren, Datenverluste, externe Übernahme der Steuerung, etc. dominanter. Hier bedarf es neuer Strategien und Methoden, die bis dato in der Automobilindustrie nicht etabliert sind. Es können aber sicher viele dieser Strategien und Methoden aus dem Mobilfunk und der IT mit kleinen Anpassungen übernommen werden.

Die exemplarisch aufgezählten Veränderungen machen deutlich, dass es in absehbarer Zeit Personalüberhänge in den konventionellen Bereichen geben dürfte, während die Zukunftsbereiche kein Personal in der notwendigen Menge finden werden. Die Frage ist also, was ist im Testing strategisch zu tun?

Die Antwort liegt nicht auf der Hand. Trägt man sich aber auf Basis der prognostizierten Megatrends hypothetische Entwicklungen auf, stellt man eine extreme Verdichtung von Ressourcenbedarfen in z.B. ca. 5 Jahren fest (variiert stark in Abhängigkeit von den Szenarien). Im Projektmanagement „Neuaustrichtung des Testings“ kann man jetzt versuchen, den Ressourcenbedarf nach hinten oder nach vorne zu verlagern.

Die Verschiebung nach hinten lässt sich nicht immer beliebig machen. Der Markt könnte eigene Dynamiken entwickeln und die Leistung fordern. Also stellt sich die Frage, welche Maßnahmen der Projektsteuerung schon heute getroffen werden können.

Heute schon gibt es zahlreiche Bereiche, die auf Grund von historischen Entwicklungen weniger systematisch, weniger automatisiert, weniger simulationsbasiert, ... arbeiten. Es ist absolut sinnvoll, in diesen Bereichen heute schon zu beginnen, die Personalstärke durch zunächst Effektivitätssteigerungen und später durch Effizienzsteigerungen zu reduzieren. Dazu wird wahrscheinlich nur sehr eingeschränkt zusätzliches Personal benötigt, das über externe Dienstleister beschafft werden kann.

Besonders geeignet sind für solche Maßnahmen natürlich zuerst Produkte, die heute schon im Markt sind und in Zukunft auf Grund eines bekannten Trends wachsen werden. Das Personal, das freigesetzt werden kann, liefert das Potential nachfolgende Projekte anzugehen, die heute noch nicht sinnvoll umrissen werden können.

Es ergibt sich auch die Möglichkeit, Personal frühzeitig auf die kommenden Anforderungen hin zu qualifizieren. Damit vermeidet man Personalabbau und schafft sich in einem angespannten Arbeitsmarkt Wettbewerbsvorteile.

Ein weiterer Projekttyp, der sich bereits heute für das Testing aufdrängt, ist das „Grüne Testen“. Die Bedeutung der Umweltnormen nimmt immer mehr zu. Leider ist nur die Erfüllung der Norm keine nachhaltige Positionierung des Unternehmens, in dem der Normprozess hinterlegt wurde. Es stellt sich die Frage, welche weitergehenden Vorteile z.B. durch das nachhaltige und grüne Testen erreicht werden können. Dies sollte mehr als nur ein Marketingargument sein. Grünes

Testen bedeutet zu guter letzt weniger Ressourcenverbrauch. Das wirkt auf Kostenfaktoren wie Energieverbrauch, Prototypen, Personal, Facilities u.v.a.m.

Dieser kleine, unvollständige Abriss zeigt, dass sich Unternehmen, die heute bereits mit der Ausrichtung auf die Megatrends beschäftigen, in der Zukunft Engpässe vermeiden oder reduzieren können. Dazu bedarf es keinen Blick in die Glaskugel, sondern der Umsetzung von Aufgaben, die heute schon bekannt sein können. Aufgaben, die frühzeitig erledigt sind, werden beim Greifen der neuen Megatrends, von denen heute keiner weiß, wie sie wirklich wirken werden, keine Ressourcen mehr binden.