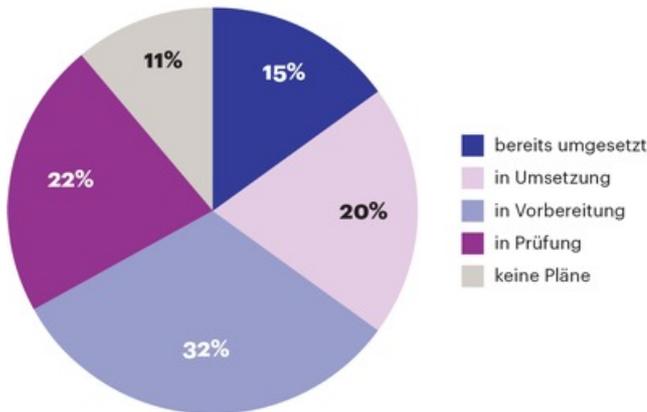


05.11.2018 - 11:01 Uhr

Globale Wettbewerbsstrategien vor dem Aus - Die Zukunft ist multilokal

Fast 90 Prozent der Unternehmen beschäftigen sich bereits mit Lokalisierung

Hat Ihr Unternehmen Maßnahmen zur Lokalisierung bereits umgesetzt oder überlegt, diese vorzunehmen?



Quelle: 2018 A.T. Kearney Foreign Direct Investment Confidence Index

Düsseldorf (ots) -

Dezentralisiertes Handeln wird über unternehmerischen Erfolg entscheiden.

"Die Gesetze der Globalisierung gelten nicht mehr wie gehabt. Zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit braucht es in Unternehmen einen Sinneswandel hin zu lokal integrierten Einheiten. Dabei gehen die Anforderungen weit über die Dezentralisierung von Produktion und Marketing hinaus", sagt Dr. Martin Eisenhut, Zentraleuropa-Chef der internationalen Top-Managementberatung A.T. Kearney. "In Zukunft werden Größenvorteile, Effizienzsteigerung und weltweit integrierte Wertschöpfungsketten alleine nicht mehr reichen, um relevant wachsen zu können."

Eisenhut beruft sich auf die jüngste Veröffentlichung des Global Business Policy Councils von A.T. Kearney "Competing in an Age of Multi-Localism". Der umfangreiche Bericht untersucht weltweit das Erstarken von Anti-Globalisierungs-Trends im Zusammenspiel mit neuen Technologien und veränderten Kundenbedürfnissen und zeigt Konsequenzen für die Wettbewerbsfähigkeit großer Unternehmen auf.

Die Autoren kommen zu dem Schluss, dass der Trend zur stärkeren Regionalisierung kein kurzlebige Mode-Phänomen ist, sondern als Zeitalter der sogenannten "Multilokalisierung" die Globalisierung ablösen wird. Als wesentliche Treiber nennen sie steigende politische Risiken, neue Konsumentenbedürfnisse, die sich von globalen Marken ab- und regionalen, authentischen Angeboten zuwenden, veränderte Industriepolitik und technologische Fortschritte wie Robotics und 3D-Druck.

Zusammengenommen und in ihren Wechselwirkungen analysiert entsteht das Gesamtbild einer multi-lokalen Welt und damit eines gänzlich veränderten Wirtschaftsumfelds. Zukünftig gelten die Präferenzen nicht mehr weltweiten, sondern den lokalen Gemeinschaften, Industrien, Produkten und Kulturen vor Ort mit ihren authentischen und spezifischen Unterschieden.

Wettbewerbsfähig, so folgern die Autoren, sind in Zukunft nur noch Konzerne, die es schaffen, sich in verschiedenen Regionen und Märkten als lokal integrierte Einheiten zu behaupten. Die notwendige Dezentralisierung ist dabei nicht nur auf bestimmte Funktionen beschränkt, sondern muss das gesamte Geschäftsmodell umfassen.

Der Bericht empfiehlt den Unternehmen, zwei grundlegende Verschiebungen in ihren Strategien vorzunehmen: Erstens gilt es, die weltweiten Abläufe und Wertschöpfungsketten für die Kernmärkte neu auszurichten. Besonderes Augenmerk verlangt die Interaktion von technologischen Entwicklungen wie Robotics oder additiven Fertigungsverfahren mit lokalen Faktoren wie Industriepolitik und Handelsschranken.

Zweitens müssten alle Sinne für die Wahrnehmung der lokalen Besonderheiten geschärft werden. Das heißt, Führungskräfte müssen lernen, schneller und effektiver lokale Gesamtstrategien zu entwickeln, umzusetzen und bei Bedarf anzupassen, während die Unternehmen Wissen und Einblicke entwickeln müssen, die auf ihre lokalen Märkte zugeschnitten ist.

Die Studie finden Sie hier: <http://ots.de/aNL2iy>

Über A.T. Kearney

A.T. Kearney ist eine der weltweit führenden Unternehmensberatungen für das Top-Management und berät global tätige Konzerne als auch führende mittelständische Unternehmen und öffentliche Institutionen. Das Beratungsunternehmen unterstützt seine Klienten bei der Transformation ihres Geschäftes und ihrer Organisation, um langfristig Vorteile zu erzielen. Im Mittelpunkt stehen dabei die Themen Wachstum und Digitalisierung, Innovation und Nachhaltigkeit sowie die Optimierung von komplexen Produktions- und Lieferketten. A.T. Kearney wurde 1926 in Chicago gegründet. 1964 eröffnete in Düsseldorf das erste Büro außerhalb der USA. Heute beschäftigt A.T. Kearney rund 3.600 Mitarbeiter in über 40 Ländern der Welt. Seit 2010 berät das Unternehmen Klienten klimaneutral.

Weitere Informationen finden Sie unter www.atkearney.de und auf Facebook: www.facebook.com/atkearney

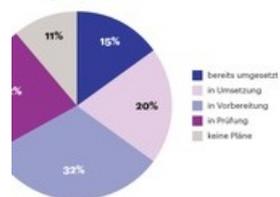
Kontakt:

Michael Scharfschwerdt
Director Marketing & Communications
A.T. Kearney GmbH
Charlottenstraße 57
10117 Berlin
Telefon: +49 30 2066 3363
E-Mail: Michael.Scharfschwerdt@atkearney.com

Medieninhalte

30 Prozent der Unternehmen beschäftigen sich bereits mit Lokalisierung

Wieviele Unternehmen Maßnahmen zur Lokalisierung bereits umgesetzt überlegt, diese vorzunehmen?



©18 A.T. Kearney Foreign Direct Investment Confidence Index

Globale Wettbewerbsstrategien vor dem Aus - Die Zukunft ist multilokal: A.T. Kearney: Trend zu Lokalisierung / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/15196 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "ots/A.T. Kearney"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001237/100821771> abgerufen werden.