

ATREUS WHITEPAPER

VERTRIEBSPROZESSE NEU DENKEN: **AUTOMOTIVE SUPPLIER UNTER TRANSFORMATIONS- DRUCK**

**Mit Agilität und Strategie zu nachhaltigem Wachstum
in einer volatilen Branche.**

Wie Zulieferer mit neuen Vertriebsprozessen, agilen Strukturen und konsequentlichem Claim-Management nachhaltig Margen sichern können.



© Composing: Ahmadinaawii, Rene Lj, peopleimages.com – stock.adobe.com

UNTERNEHMEN UNTER DRUCK – WARUM DER TRADITIONELLE VERTRIEB VERSAGT

Sinkende Margen, instabile Produktionsvolumen, komplexe Vergabeprozesse und der Eintritt internationaler Wettbewerber aus USA und Asien: Die Zulieferindustrie steht an einem Wendepunkt. Wer den Vertrieb nicht neu definiert, spielt künftig keine Rolle mehr.

- **Rückläufige Produktionsvolumen**

vor allem in Westeuropa und damit verbundene Überkapazitäten im Zulieferbereich führen zu immer stärkeren Kostendruck bei der Akquise von Neuaufträgen.

- **Ausbringungsmengen und Forecasts der OEMs**

sind immer unberechenbar geworden und forcieren die Notwendigkeit, ein professionelles Claim-Management zu implementieren.

- **Wettbewerbsintensität und weitere Unwägbarkeiten**

wie beispielsweise volatile Zollpolitik und unvorhersehbare politische Ereignisse gewinnen an Bedeutung.

- **Cash-Management**

aufgrund von Amortisationsforderung der Investitionen rückt mehr in den Fokus im Sales Bereich.

- **Neue Bieterverfahren der Automobilhersteller**

ziehen in den Vergabeprozess ein (z. B. Auktionen) und Bonus-/Malus-Systeme berücksichtigen die Liefer-, Qualitäts- und kommerziellen Mehrforderungen des Lieferanten.

“

„Wer in der Zulieferindustrie heute bestehen will, muss den Vertrieb komplett neu denken – sonst ist er raus.“



CHRISTIAN BAYER
Direktor Automotive
und Mobility

DIE 5 WICHTIGSTEN HANDLUNGSFELDER:

1 Strategische Account-Planung:

Ein durchdachter 5-Jahres-Plan mit Fokus auf Zielkunden und Projekte, Auslastungssteuerung und Prognosen (u.a. mit S&P-Daten) ist der Schlüssel zur Wettbewerbsfähigkeit. Die Definition der Zielkunden und Zielprojekte in Bezug auf Balancing des Kundenportfolios, Auslastung der einzelnen Werke, Wettbewerb in Region/Markt und Zukunftsfähigkeit des Automobilherstellers sind in der strategischen Planung zu berücksichtigen.

2 Agiles Akquise-Management:

Vergabeprozesse mit digitalen Tools und Bonus-Malus-Systemen verlangen neue Denkweisen. Schnelligkeit, Anpassungsfähigkeit und digitale Kompetenz sind entscheidend. Um während des gesamten Vergabeprozesses entscheidungsfähig zu sein, müssen ganzheitliche Ansätze sowie das Verhalten des Lieferanten in Bezug auf Engineering, Change- und Claim-Management berücksichtigt werden.

3 Effizientes Claim-Management durch smarte Tools:

Instabilität der international verzweigten Lieferketten, Inflation, politische Einflüsse und unwägbare Volumenvorhersagen der OEMs sind zum „New Normal“ geworden. Diese Tatsache erfordert eine stetige Überprüfung der Vertragsgegebenheiten und somit kommerzielle Anpassungen, um die Profitabilität der Projekte zu gewährleisten. Ein automatisiertes Vertrags- und Claim-Tracking sichert Margen, minimiert Risiken und erlaubt stringente Vertragsvereinbarungen in Bezug auf Mengen, Rohmaterial, Zoll- und Steuerthematiken. Denn die Balance zwischen der Aufrechterhaltung der Margen der aktuellen Lieferumfänge und der Akquise von Neuaufträgen stellt ein immer größer werdendes Spannungsfeld dar.

4 Kosten- und Cash-Management: Die Balance finden:

Im Zuge der zunehmenden Konsolidierung von Automobilherstellern im globalen Wettbewerb gewinnt die Anpassung und Sicherstellung transparenter Kostenstrukturen innerhalb einer kommerziellen Logik deutlich an Bedeutung. Die im Regelfall zentral organisierte Einkaufsstruktur der OEMs schafft die Grundlage für eine gezielte Analyse und den Vergleich länderspezifischer Kostendetails sowie der Overhead-Strukturen.

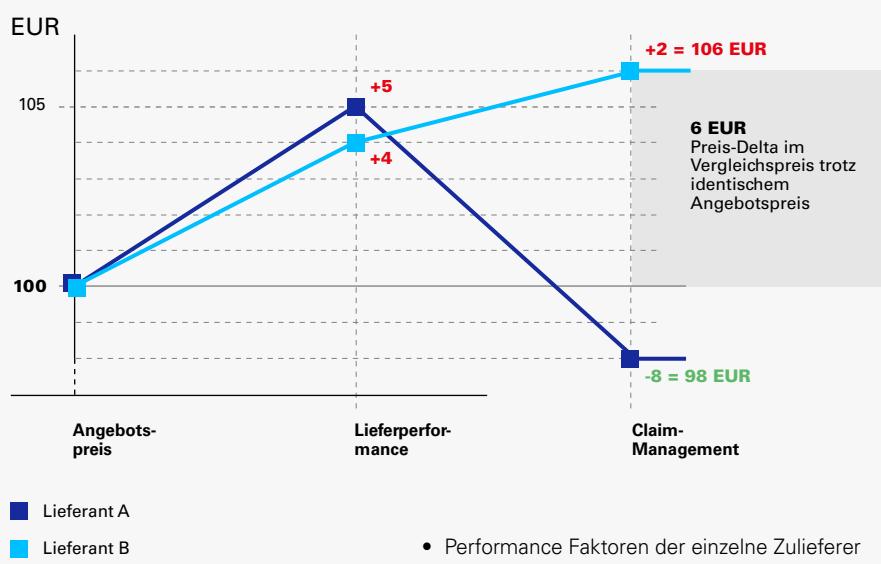
Parallel hierzu rückt das Cash-Management verstärkt in den Fokus, da vor allem bei kapitalintensiven Geschäftsbereichen erhebliche Vorfinanzierungen durch die OEMs verlangt werden – von Entwicklungskosten über gezielte Projektinvestitionen bis hin zu Capex. Der positive

Cash-Flow stellt sich häufig erst in der zweiten Produktionshälfte ein, sodass ein präzises, fortlaufendes Tracking des Gesamtprojekts – von Nominierung bis EOP – unerlässlich ist.

5 Marktanalysen & Battle Plan:

Starke Analytik und ein klar strukturierter „Battle Plan“ für Ihre Wettbewerbsstrategie steigern die Vorhersagegenauigkeit bei Preisdruck und verschaffen Klarheit im globalen Wettbewerb. Insbesondere gewinnen detaillierte Markt- und Wettbewerbsanalysen zunehmend an Bedeutung, um die Vergabestrategien der OEMs besser einschätzen zu können. Dadurch wird die Präzision bei der Prognose spezifischer Preisspektren in den jeweiligen Märkten deutlich verbessert.

Preis-Delta: Gleicher Angebotspreis, unterschiedliche Gesamtkosten



- Performance Faktoren der einzelne Zulieferer werden häufig in den Vergleichspreis einberechnet, um einen realen Vergleich sicherzustellen
- Einflussnahme des Lieferanten muss gewährleistet sein (Definition von KPIs zwischen OEM und TIER1)



„

„Interim CSOs von Atreus bringen Vertriebsteams schnell ins Fitnessprogramm – und setzen Impulse für nachhaltigen Erfolg.“

STEFAN RANDAK

Partner & Direktor, Leiter der Solution Group
Automotive und Mobility

ATREUS KOMPETENZCLUSTER: MACHER STATT BERATER

Interim Chief Sales Officer von Atreus packen an. Sie bieten maßgeschneiderte Lösungen für nachhaltiges Wachstum mit effektiver Vertriebsstrategie, dynamischer Umsatzsteigerung, setzen um und bringen Vertriebsteams wieder auf Geschwindigkeit.

Ein Interim CSO:

- analysiert die Vertriebsstrategie, identifiziert die größten Umsatztreiber und Schwachstellen und passt sie schnell und entschlossen an
- entwickelt individuelle Kundenstrategien
- ergreift kurzfristig Maßnahmen, um den Umsatz zu stabilisieren und langfristig ein nachhaltiges Wachstum sicherzustellen
- baut effizient geführte Beziehungen zum Kunden auf
- richtet Teams neu aus und bringen so den Vertrieb wieder auf Erfolgskurs

1

Individuelle Kundenstrategie

Steuerung eines nachhaltigen Wachstums durch die Festlegung und Umsetzung wirksamer Top-Down- & Bottom-up-Strategien, angepasst an die aktuellen Marktherausforderungen sowie die spezifischen Bedürfnisse und Erwartungen der Zielkunden.

2

Strategischer Aufbau und Führung von Kundenbeziehungen

Effiziente Strukturierung, Führung und Weiterentwicklung von Kundenbeziehungen, Vertriebskanälen und Vertriebsteams, um maximale Marktdurchdringung und Kundenbindung zu erzielen. Stärkung der Taktiken und Verhandlungen bei Akquisitionen.

3

Digitalisierung und CRM

Digitalisierungsprojekte zu Optimierung der existierenden Datenbestände und Einführung von CRM-Systemen.

4

Re-pricing und Claim-Management

Einführung von Tools zur professionellen und effektiven Umsetzung von kommerziellen Preis-anpassungen in Verbindung zum Vertragsmanagement. Sicherstellung von Kostenstrukturen angepasst an Märkte und Wettbewerbssituationen.



”

„Ein professionelles Claim-Management entscheidet inzwischen darüber, ob Projekte profitabel bleiben.“

CHRISTIAN BAYER

Direktor Automotive und Mobility

BEST-PRACTICE MANDATE: ERFOLG ENTSTEHT DURCH UMSETZUNG

1 Aufbau und Optimierung Vertriebsstruktur /Tier-1 Zulieferer

- Entwicklung und Umsetzung innovativer Vertriebsprozesse und Einführung von CRM-Systemen mit abgestimmten KPI-Setup
- Einführung eines effektivem Claim-Managements inkl. vertraglicher Grundlagen Definition
- Förderung eines Entrepreneurial Mindsets sowie Verbesserung des persönlichen Austauschs mit den Kunden
- Kontaktaufbau zu nationalen und europäischen Premium Automobilherstellern

2 Strategischer Aufbau eines effektivem Sales Teams inkl. Förderung von Kundenbeziehungen

- Rekrutierung neuer Mitarbeiter und Aufbau nachhaltiger Sales Strukturen
- Professionelles Onboarding
- Entwicklung einer mittel- und langfristigen Roadmap als Basis für zukünftiges Wachstum
- Optimierung der Schnittstellen zwischen Vertrieb, Engineering und Produktion um tieferen Zugang zum OEM herzustellen
- Training von Mitarbeitern im persönlichem Umgang mit den Kundenansprechpartnern

3 Optimierung im Bereich After Sales

- Reorganisation des After-Sales-Bereichs
- Aufbau einer proaktiven Aftersales Vertriebs- und Marketingstrategie inklusive Roll-Out
- Reduktion der Angebotsdurchlaufzeiten
- Einführung einer generischen Kosten- und Angebotsstruktur speziell für Ersatzteilgeschäft
- Umsatz- / Margensteigerung im zweistelligen Prozentbereich

Handlungsempfehlungen – Die Quick Wins



Klare Roadmaps und Forecasts nutzen, um Investitionen präzise zu steuern.



Claim-Management als Profitabilitätsgarant denken – Tools zeitnah implementieren.



Vertriebsteams konsequent digital trainieren und auf agile Methoden einschwören.



Kostenstrukturen regelmäßig international benchmarken und konsequent optimieren.



Battle Plan entwickeln – Wettbewerbsbeobachtung als Wachstumsfaktor und Frühwarnsystem nutzen.



WIR UNTERSTÜTZEN GLOBAL

Atreus ist Teil von Heidrick & Struggles, dem ersten globalen Leadership-Beratungsunternehmen, welches das gesamte Spektrum an Lösungen für Führungskräfte und High-End-Talente bietet. Mit 55 Standorten und rund 2.141 Search- und Consulting-Professionals verfügt Heidrick & Struggles über die erforderlichen Ressourcen und Kontakte, um globale, multinationale, nationale sowie lokale Aufträge umzusetzen.

ZUM ZWÖLFTHEN MAL IN FOLGE IST ATREUS BESTER BERATER AM MARKT

„Wir freuen uns sehr über die erneute Spitzenposition und die überaus positiven Rückmeldungen, speziell über die unserer Kunden. Das zeigt, dass unsere Beratungs- und Umsetzungsexpertise am Markt deutlich wahrgenommen wird. Zudem bestätigt es uns darin, der gestiegenen Nachfrage nach Interim Mandaten auf Transformations- und Restrukturierungsebene in allen Industriebereichen in unserer gewohnt hohen Qualität und Passgenauigkeit auch in Zukunft Rechnung zu tragen.“



Beste Unternehmensberater 2025
in den Beratungsfeldern:
Interimsmanagement
Operations Management
Restrukturierung

Beste Unternehmensberater 2025
in der Branche:
Auto & Zulieferer

Atreus GmbH
Landshuter Allee 8
80637 München
Deutschland
Tel.: +49 89 452249-0
kontakt@atreus.de

ATREUS.DE