

# Neuausrichtung und Organisation eines Unternehmensbereichs für Deutschland und Europa.

Ausgangslage	Projektauftrag	Vorgehen	Ergebnisse
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Der Wegfall der GVO wird zu gravierenden Veränderungen im Fahrzeughandel führen</li><li>▪ Marktanteile im Teilegeschäft zunehmend unter Druck durch neue Wettbewerber und neue Vertriebsformen auf allen Vertriebsstufen</li><li>▪ Wettbewerbsvorteil der freien Teilegroßhändler durch „All Makes“ Angebot</li><li>▪ OEM Hersteller (z.B. Renault, Opel) planen „Strategie All Makes“ zur Erschließung neuer Umsatz-/Ergebnispotentiale</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Analyse der Auswirkungen der neuen GVO auf das OT Geschäft im Konzern bis 2015</li><li>▪ Entwicklung unterschiedlicher Vertriebsstrategien und Reaktionsoptionen auf Marktveränderungen</li><li>▪ Neuausrichtung des OT-Geschäfts („Marke vs. Konzern“)</li><li>▪ In Anlehnung an die Lösung am deutschen Markt Erarbeitung europäischer Lösungen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Analyse der heutigen Organisation OT</li><li>▪ Analyse der strategischen Einflussfaktoren auf das OT-Geschäft</li><li>▪ Entwicklung möglicher Organisationsstrukturen</li><li>▪ Diskussion mit allen Beteiligten</li><li>▪ Planung der Fusion der regionalen Versorgungszentren</li><li>▪ Begleitung der Fusion</li><li>▪ Erarbeitung unterschiedlicher europäischer Lösungen, um die Vertriebsstufe NSC im Wettbewerb zu positionieren</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Fusion aller VZ im Rahmen der OT-LG</li><li>▪ Ausgestaltung der neuen Funktionen der OT-LG</li><li>▪ Zukunftsgerichtete Neuausrichtung des gesamten OT-Geschäfts</li><li>▪ Entwicklung einer möglichen Gesellschafts- und Finanzstruktur, eines Organisationskonzeptes sowie eines Business Plans für jede europäische Vertriebslösung</li></ul>

