



Bilder: MBtech

MBtech kann jetzt Fahrzeugvarianten und auch Showcars für die Kunden komplett entwickeln – inklusive Design.

## „Technologie- mit Preisführerschaft vereinen“

*Aktuelle Veränderungen in der Automobilindustrie haben deutliche Auswirkungen auf das Geschäft der Engineering- und Consulting-Dienstleister. In diesem Exklusivinterview erläutern die beiden Geschäftsführer Werner Kropsbauer und Hartmut Tresp, wie die MBtech Group als Tochterunternehmen von Daimler mit einem erweiterten Kompetenzspektrum neue Kunden gewinnt.*

**Die Engineering-Dienstleister werden von der Automobilkrise auch massiv gebeutelt. Wie reagiert MBtech darauf?**

**Kropsbauer:** Auch in der Krise arbeiten wir konsequent an den technologischen und entwicklungstechnischen Herausforderungen. Wir haben beispielsweise vor einem Jahr ein Projekthaus für alternative Antriebe gegründet. Dort entwickeln wir Applikations-Know-how für Start-Stopp-Systeme, Hybride, Leistungselektronik und den Elektromotor. Auf diese Weise stärken wir unsere Kompetenz in den Bereichen Powertrain und Elektrik/Elektronik. Alternative Antriebe werden in Zukunft eine wichtige Rolle spielen.

**Das kann aber nicht die einzige Reaktion auf die Krise sein ...**

**Kropsbauer:** Ist es auch nicht. Wir haben beispielsweise einen neuen Designprozess implementiert, der CAx-Technik mit der Hardware von Clay-, Hart- und Datenkontrollmodellen optimal verknüpft. Damit erweitern wir unsere Prozesskette um einen entscheidenden Baustein. Wir können Fahrzeugvarianten und auch Showcars für unsere Kunden komplett entwickeln – inklusive Design.

Daneben haben wir unsere Kapazitäten für virtuelle Entwicklung aufgestockt. MBtech verfügt jetzt über selbst entwickelte Hardware-in-the-Loop-Prüfstän-

de sowie Software-Module und kann sie auch ferngesteuert aus anderen Ländern betreiben. Außerdem haben wir ein Mehrkörper-Simulationstool für die virtuelle Fahrzeugentwicklung aufgebaut.

**Dennoch ist MBtech noch einiges von einer durchgängigen Wertschöpfungskette entfernt ...**

**Kropsbauer:** Die Lücken werden immer kleiner. Beispielsweise sind wir neben dem Produkt-Engineering auch bei der Produktionsplanung sehr versiert. Wir sind in der Lage, komplette Fabrikgebäude zu planen und mit sehr schlanken Produktionsstrukturen auszurüsten.



**Dipl.-Betriebswirt Werner Kropsbauer (56)** ist seit 2007 Sprecher der Geschäftsführung der MBtech Group. Zuvor war er bei Mercedes-Benz in verschiedenen Werken als Controller, Projektmanager und Leiter „Planung und Controlling“ in der Pkw-Entwicklung tätig.



**Dipl.-Wirtsch.-Ing. Hartmut Tresp (56)** ist seit 1998 in der Geschäftsführung der MBtech Group tätig. Zuvor war er 18 Jahre bei der Daimler AG in verschiedenen technischen Abteilungen tätig und leitete zuletzt den Bereich „Organisation und Datenverarbeitung“.

Außerdem begleiten wir die Entwicklungsaktivitäten durch eine leistungsfähige Consulting-Abteilung, die Kunden in Bereichen wie Leichtbau, Produkt- und Lebenszyklus-Management und Supply-Chain-Management ergebnisorientiert und erfolgreich berät.

### Neue Kompetenzen entlang der Prozesskette – schön und gut. Sind diese in eine globale Strategie eingebettet?

**Tresp:** Getreu unserem Slogan „Global Expertise in Automotive Solutions“ bauen wir unsere weltweite Präsenz konsequent aus. Neben Niederlassungen in den USA und China haben wir auch zwei Standorte in Polen und Tschechien gegründet.

Wir nutzen unser Know-how aus dem Schwerpunkt Automotive, um in verwandten Branchen wie Aufbauhersteller, Offroad, Offshore bis hin zur Luft- und Raumfahrt neue Kunden zu generieren. In etwa fünf Jahren soll ein Viertel unseres Umsatzes von diesen Non-Automotive-Kunden kommen. Drittens entwickeln wir neue Kooperationsmodelle.

### Was muss man sich unter neuen Kooperationsmodellen vorstellen?

**Tresp:** Ich möchte das in fünf Punkte gliedern: Erstens ist es unser Ziel, die Technologie- mit der Preisführerschaft zu vereinen. Das heißt, wie können wir zukunftsweisende technologische Themen mit einer für den Kunden attraktiven Kostenstruktur verbinden? Dazu dienen unsere Tochterfirmen, beispielsweise die in Tschechien und Polen mit ihren geringeren Fixkosten. Von dort

aus betreuen wir zu attraktiven Prozesskosten Kunden in Osteuropa, Deutschland und weltweit, insbesondere in Kombination mit unseren Leistungen und Kapazitäten in Deutschland.

Zweites Thema sind internationale Projekte. Wenn beispielsweise unsere Consultants aus Deutschland, China und den USA Kundenprojekte gemeinsam betreuen, basieren ihre Lösungsansätze auf den gleichen Prozessen, Methoden und Fachwissen. Dieses weltweit gleich hohe Qualitätsniveau ist international optimal einsetzbar.

Drittens legen wir den Fokus auf die Value-Chain. Wir unterstützen unsere Kunden nicht nur durch Produktentwicklung, sondern bieten ihnen auf Wunsch beispielsweise die oben erwähnten Prüfstände und Softwaretools an. Wenn es der Kunde wünscht, betreiben wir in seinem Auftrag sogar die Prüfstände.

Als vierten Baustein nutzen wir unser internes Know-how, um damit die Mitarbeiter unserer Kunden intensiv zu schulen und zu qualifizieren.

Fünftens verknüpfen wir unser Engineering sehr eng mit dem Consulting. Wenn unsere Consultants die Prozesse bei einem Kunden optimieren, ist das ein guter Anknüpfungspunkt für die weiteren Dienstleistungen von MBtech, sei es in der Entwicklung oder Produktionsplanung. Umgekehrt taucht bei so manchem Entwicklungsprojekt der Bedarf nach qualifiziertem Consulting auf, sei es bei der Gesamtfahrzeug-Entwicklung, beim Antriebsstrang oder der Elektronik. Mit diesem Komplettangebot haben wir na-

hezu ein Alleinstellungsmerkmal im Wettbewerb.

### Deutschland, Polen, Tschechien, USA, China: fünf Standorte, fünf Sprachen. Ist das noch reibungslos zu steuern?

**Tresp:** Das Know-how für unsere internationalen Standorte bringen wir aus Deutschland mit. Deshalb legen wir großen Wert darauf, dass möglichst alle unsere Mitarbeiter Deutsch können.

In Tschechien beispielsweise gibt es genügend Personal mit guten Deutschkenntnissen. Aber auch mit Russischkenntnissen, was die weitere Expansion im Osten fördert. Daneben ist Englisch die etablierte Sprache bei der internationalen Zusammenarbeit.

### In welchen regionalen Märkten will MBtech mittelfristig wachsen?

**Kropsbauer:** In Brasilien (mit dem restlichen Südamerika), Indien und der Türkei sehen wir interessante Möglichkeiten, die wir vorerst noch auf Projektbasis bearbeiten. In Zukunft sind Auslandsstandorte dort nicht ausgeschlossen.

### Ist die enge Verbindung zur Daimler AG nicht ein Hindernis für Kundenaufträge von OEM-Wettbewerbern?

**Tresp:** Wenn wir unser Kundenwissen an unseren Anteilseigner weitergeben würden, wären wir ganz schnell aus dem Markt. Viele unserer Kunden fordern jedoch ein hohes Gesamtfahrzeug-Verständnis von ihrem Dienstleister. Da genießen wir als Daimler-Tochter hohes Ansehen. ■