

Marktlage und zukünftige Entwicklung im Werkzeug-, Modell- und Formenbau 2022

Marktlage: Die jährliche Umfrage von Tebis Consulting unter rund 90 Geschäftsführern aus der Branche steht komplett zum Download auf der Unternehmenswebsite bereit

© Tebis Consulting

MARKTUMFRAGE IM WERKZEUG-, FORMEN- UND MODELLBAU

„Chancen gibt es viele“

Die von Tebis Consulting jährlich durchgeführte Marktumfrage bildet die aktuelle Situation der Unternehmen im deutschsprachigen Raum ab und zeigt dabei nicht nur Entwicklungen im Vergleich zum Vorjahr, sondern auch aktuelle Trends und Sorgen der Unternehmen auf.

Werkzeug-, Modell- und Formenbau-Unternehmen bewegen sich in einem Spannungsfeld zwischen steigendem Preisdruck, kurzfristigen Aufträgen, Abhängigkeiten von einzelnen Unternehmen und Industrien sowie zurückgehenden Renditen. Vor Beginn der Ukraine-Krise schien es, als sei die Talsohle durchschritten. Jetzt trifft die Branche auch eine Verschärfung der

Lieferkettenproblematik – ganz zu schweigen von dem immensen Leid, das der Krieg in Europa verursacht. Eine prekäre Lage – aber durchaus keine aussichtslose.

Die rund 90 befragten Unternehmen bilden dabei die KMU-dominierte Landschaft des deutschen Werkzeug-, Modell- und Formenbaus ab: Etwa 14 Prozent der Betriebe weisen eine über 100-köpfige Belegschaft auf. Die Mehrheit jedoch,

knapp 60 Prozent, gaben an, höchstens 40 Mitarbeiter zu beschäftigen. 22 Prozent der Befragten sind dabei Leiter einer internen Abteilung, 78 Prozent Geschäftsführer externer Unternehmen. Allen Unternehmen wurden dieselben 21 Fragen gestellt.

Wettbewerbsfähig durch technologische Differenzierung

Während in der letztjährigen Studie noch 70 Prozent der befragten Unternehmen die Marktlage als „kritisch“ bis „sehr kritisch“ beurteilten, schätzen sie jetzt die Hälfte der Teilnehmer als „gut“ bis „sehr gut“ ein. „Dabei darf man jedoch nicht vergessen, dass sich weiterhin 50 Prozent der Unternehmen in einer prekären Lage befinden“, merkt Tebis Consulting-Leiter Jens Lüdtker an. „Der Zuwachs kommt aus den Bereichen Medizintechnik und Automotive, entsprechend profitieren

13%

der Unternehmen wenden 4 bis 5 Stunden für eine Werkzeug- oder Projektkalkulation auf. Ist das viel oder wenig?

Die Projektkalkulation bindet häufig zu viel an Zeit und Ressourcen

© Tebis Consulting

nur die Unternehmen, die in diesen Industrien aktiv sind.“ Sich angesichts der besseren Auftrags- und auch Preissituation zu entspannen, sei deshalb noch zu früh. Das offenbart auch die Einschätzung der Unternehmen, dass sich der Trend zur Vergabe von Aufträgen in den deutschsprachigen Raum, wenn überhaupt, nur geringfügig verbessert – China als stärkster Konkurrent ist nach wie vor sehr präsent.

Worin sich die Branche weitgehend einig ist: Effizienzsteigerung und Durchlaufzeit-Reduzierung sind wichtige Faktoren, um die Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten. „Um sich hier weiterzuentwickeln, benötigen Unternehmen eine konkrete Strategie“, erklärt Lüdtker. „In Maschinen mit hohen Laufzeiten zu investieren ist naheliegend, das zeigt auch unsere Studie. Dennoch ist es immens wichtig, sich mit der eigenen Unternehmensausrichtung zu befassen und diese eben auch zu hinterfragen.“ Dazu gehört vor allem, innovative Geschäftsmodelle oder Verfahren zu erarbeiten. Denn im Bereich Technologieentwicklung besitzt die Branche großes Potenzial: Nur 20 Prozent der befragten Unternehmen gaben an, auf eigene Patente zurückgreifen zu können. Und nur 30 Prozent der Studienteilnehmer setzen regelmäßig auf Forschungsprojekte. „Hier ist Luft nach

54 %

der Befragten erkennen bei ihren Produkten eine technologische Differenzierung zum Wettbewerb.

Doch wie viele dieser Unternehmen haben auch eigene Patente angemeldet?



Branche einnimmt. Die Auswertung zeigt, dass knapp 40 Prozent der befragten Unternehmen lediglich einen Zeitaufwand von 5 Stunden pro Woche für aktiven Vertrieb aufwenden. Nur 20 Prozent besitzen überhaupt einen oder mehrere Vertriebsmitarbeiter in Vollzeit. „Das ist viel zu wenig!“, dessen ist sich Lüdtker sicher, denn „die Professionalisierung dieses Bereichs ist ein entscheidender Stellhebel zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit.“ Die Vernachlässigung

Marketing und Vertrieb aufwenden“, rät der Consultant. Immerhin ist zu beobachten, dass das Thema ‘Social Media’ immer mehr in den Fokus der Betriebe gerät. Laut Lüdtker ist die Außendarstellung eine Überschrift, für die Unternehmen in ihrer Strategie unbedingt Maßnahmen und Entwicklungsschritte festlegen sollten.

Differenzierung ist der Schlüssel

Die Studie zeigt einmal mehr: Die Branche durchläuft gerade einen von außen erzwungenen Veränderungsprozess. Dass sich vor allem die Problematik des Preisdrucks von selbst löst, ist nicht zu erwarten. Notwendig ist vielmehr, sich den aktuellen Herausforderungen mit aller Offenheit zu stellen, sich aus der Komfortzone zu bewegen, um sich weiterzuentwickeln – heraus aus der Vergleichbarkeit hin zu mehr Differenzierung. „Möglichkeiten gibt es viele“, sagt Lüdtker. „Insgesamt hat uns die Umfrage durchaus viele Gründe geliefert, optimistisch zu sein. Wichtig sind eine klare Vision, eine passende Strategie und eine gezielte Umsetzung.“ ♦

46 %

der Unternehmen erwarten für 2022 und 2023 im Bereich Medizintechnik eine wachsende Nachfrage.

Wachstumsmärkte wie die Medizintechnik versprechen eine steigende Nachfrage

© Tebis Consulting

oben“, so Lüdtker. „Über Forschung und Entwicklung kann man sich sehr gut von ausländischen Mitbewerbern abgrenzen. Allerdings setzt das die Bereitschaft voraus, regelmäßige Investitionen in diesem Bereich zu tätigen.“

Der Vertrieb – ein vernachlässigter Erfolgsfaktor
Bedenklich sei der Stellenwert, den die Professionalisierung des Vertriebs in der

hingegen führe insbesondere zu großen Abhängigkeiten von einzelnen Kunden oder Industrien und beeinträchtigt dadurch die langfristige Zukunftsfähigkeit von Unternehmen.

Im Gegensatz dazu steht der große Aufwand, der in die Projektkalkulation investiert wird: „Da kommt im Durchschnitt ein Mannjahr zusammen. Einen Teil dieser Zeit könnten die oftmals hochqualifizierten Mitarbeiter auch sinnvoller für

Info

ANBIETER
Tebis Consulting
73033 Göppingen
Tel. +49 7161 919560
www.tebis-consulting.com