



RESEARCH-FELLOWS

Strategische Marktanalysen & Research Services

Marktforschung für Maschinenbauer

**Eine Branche entdeckt das Potenzial guter
Informationen**

Februar 2013

Marktforschung für Maschinenbauer - eine Branche entdeckt das Potenzial guter Informationen

Maschinenbau: Tragende Säule der deutschen Wirtschaft

Mit knapp 15% Anteil am Bruttoinlandsprodukt und über 6.000 produzierenden Betrieben stellt der Maschinenbau eine gewichtige Größe der deutschen Industrie dar. Die Branche ist aufgrund der guten Weltmarktstellung ihrer Unternehmen Konjunkturlokomotive für Deutschland und schafft zahlreiche Arbeitsplätze.

Wichtige Herausforderungen der Branche sind unter anderem, dem erstarkenden Wettbewerb z.B. aus China oder Indien zu begegnen und die Abhängigkeit von einzelnen Kundenbranchen wie z.B. der Automobilindustrie zu reduzieren, um gegen Absatzschwankungen besser gewappnet zu sein.

Systematische Analyse von Markt, Kunden und Wettbewerb gewinnt an Bedeutung

Vor diesem Hintergrund beginnt eine zunehmende Anzahl von Maschinenbau-Unternehmen, sich systematisch mit Markt, Kunden und Wettbewerb sowie möglichen neuen Anwendungsbereichen zu beschäftigen. Matthias Meyer, Geschäftsführer des auf Industrie-Marktanalysen spezialisierten Beratungsunternehmens RESEARCH-FELLOWS in München, beschreibt seine Beobachtungen: „Wir sehen gerade bei mittelständischen Maschinenbauern, dass eine gut ausgebildete Generation von Managern damit beginnt, sich systematischer mit Märkten, Kunden und Wettbewerbern zu beschäftigen. Sie erkennen, dass belastbare Informationen zu Märkten und Kunden ein Wettbewerbsvorteil sein können und stoßen daher vermehrt systematische Analysen dazu an.“

Während in Unternehmen, die Endkundenprodukte produzieren, die Marktforschung schon lange ein etablierter Unternehmensbereich ist und systematisch betrieben wird, gewinnt die Analyse von Märkten, Wettbewerbern und Kunden im Maschinenbau erst jetzt zunehmende Bedeutung.

Marktforschung für Maschinenbauer: Zahlreiche Hürden zu bewältigen

Dabei stoßen die Verantwortlichen bei Maschinenbauunternehmen jedoch auf zahlreiche Hürden: Daten zu Märkten, Kunden oder Wettbewerbern sind teilweise nicht unmittelbar zugänglich. In vielen Unternehmen mangelt es an Kenntnis bezüglich der geeigneten Methodik, wie Märkte und Wettbewerber in komplexen und internationalen Märkten zu analysieren sind. Zugleich ist die Anzahl der Dienstleister, die sich auf Marktanalysen für die Industrie und den Maschinenbau spezialisiert haben, noch sehr überschaubar. Hierzu nochmal Matthias Meyer, Geschäftsführer von RESEARCH-FELLOWS: „Wir sehen im Markt, dass es sehr viele Marktforscher gibt, die für Consumer-Branchen wie Telekommunikation, Nahrungsmittel oder Kosmetik arbeiten. Vor komplexen, technisch anspruchsvollen Themen scheuen sich die meisten Dienstleister und nur wenige haben auch tatsächlich ausreichend Erfahrung, um fundierte Marktanalysen für den Maschinenbau durchzuführen.“

Dabei können spezialisierte Dienstleister helfen, Marktanalysen und Wettbewerbsanalysen in Maschinenbau-Unternehmen erfolgreicher und effizienter zu gestalten. Sie helfen bei der Auswahl der richtigen Methodik, kennen Datenquellen und mögliche Ansprechpartner für die Informationsbeschaffung gut und haben im Rahmen Ihrer Projekterfahrung auch ein gutes Gespür für Limitationen der Informationsbeschaffung im Maschinenbau entwickelt. „Man darf nicht davon ausgehen, dass die Datenlage überall auf der Welt so umfangreich ist wie wir es von Deutschland gewöhnt sind. Außerdem erfordern komplexe Recherchen auch den Zugang zu kostenpflichtigen Tools wie Datenbanken oder Suchmaschinen, die häufig bei Industrieunternehmen nicht vorhanden sind. Nicht zuletzt darf man den Ressourcenaufwand nicht unterschätzen, egal ob man die Marktforschung

intern betreibt oder nach außen vergibt. Die Assistentin der Geschäftsführung nebenbei mit dem Thema Marktforschung zu betrauen funktioniert in der Regel nicht.“, beschreibt Johannes Ganser, der bei RESEARCH-FELLOWS für industrielle Marktanalysen zuständig ist, die typischen Anlaufschwierigkeiten, wenn sich Maschinenbauer erstmalig intensiver mit Marktforschung beschäftigen.

Interne Marktforschung oder externe Berater: Die Mischung macht's

Die Erfahrungen von Maschinenbau-Unternehmen, die bereits erfolgreiche Markt- und Wettbewerbsanalyse-Systeme aufgebaut haben zeigen, dass in der Regel eine Kombination aus internen Ressourcen und externer Unterstützung die sinnvollste Organisation der Marktforschungsaktivitäten darstellt. So koordinieren die verantwortlichen Mitarbeiter des Unternehmens die internen Marktforschungsdaten, sammeln Infos z.B. aus dem Vertrieb und den Niederlassungen und stimmen mit der Geschäftsführung strategische Themen für die Marktforschung ab. Bei größeren Projekten und begrenzten internen Ressourcen unterstützen bei Bedarf auch spezialisierte Marktanalyse-Unternehmen bei der Beschaffung von Daten über Sekundärrecherche und Experteninterviews.

Neu auf dem Markt: Gezieltes Training für Marktforschungs-Mitarbeiter aus der Industrie

Für die Qualifizierung der internen Mitarbeiter bietet RESEARCH-FELLOWS ein spezialisiertes Training „Strategische Marktanalyse für Industrieunternehmen“ an, das die Verantwortlichen für Ihre Aufgabe schult. „Es ist immer wieder erstaunlich, wie stark die Mitarbeiter in der Marktforschung von Industrieunternehmen ihre Effizienz steigern können, wenn sie einen systematischen Prozess erlernen und einen Überblick über die zahlreichen Tools und Datenbanken erhalten, die eine Datenrecherche deutlich erleichtern.“, beschreibt einer der Trainer von RESEARCH-FELLOWS Johannes Ganser seine Erfahrungen aus den Marktanalyse-Trainings für Maschinenbauer. „Die Rückmeldungen sind durchwegs positiv und es macht Spaß zu sehen, wie die Teilnehmer des Trainings danach mit Freude an die Analysen herangehen.“

Weitere Informationen zu den Services von RESEARCH-FELLOWS für Maschinenbauer

Weitere Informationen zu Markt- und Wettbewerbsanalysen für den Maschinenbau:

http://www.research-fellows.de/without_fl/Html/machinery.html

Weitere Informationen zu den spezialisierten Trainings und Schulungen für den Maschinenbau: http://www.research-fellows.de/without_fl/Html/trainings.html

Über RESEARCH-FELLOWS, Kontakt

Über RESEARCH-FELLOWS

RESEARCH-FELLOWS ist ein spezialisiertes Beratungsunternehmen mit Sitz in München, das auf die Bereiche strategische Marktanalysen und Marktstudien sowie Ad Hoc Research zu Märkten und Unternehmen fokussiert ist. Das Unternehmen wurde 2005 von Matthias Meyer gegründet, der zuvor als Consultant bei einer führenden europäischen Strategieberatung tätig war und dort das europaweite Research Center leitete.

Durch die hohe Spezialisierung auf Marktanalyse und Research hat sich RESEARCH-FELLOWS im Markt einzigartige Kompetenzen und Erfahrungswerte aufgebaut. Der systematische Analyseansatz, der in mehr als 300 Projekten erfolgreich eingesetzt wurde, stellt eine umfassende und qualitativ hochwertige Projektdurchführung sicher. Die langen Kundenbeziehungen mit anspruchsvollen Kunden und unsere Zufriedenheitsquote bestätigen dies eindrucksvoll.

RESEARCH-FELLOWS unterstützt Firmen auch kurzfristig mit der professionellen Beantwortung von spezifischen Fragestellungen zu Märkten und Unternehmen. Das Leistungsspektrum umfasst dabei unter anderem das Anlegen von Unternehmensprofilen, das Anfertigen von Long- und Shortlists und Branchenrankings, die Analyse von Unternehmens- und Marktkennzahlen, die kurzfristige Erhebung und Auswertung individueller Marktdaten und das Durchführen von Benchmarkings.

Ansprechpartner für diesen Fachartikel

Bei Fragen zu den Inhalten dieses Artikels können Sie uns jederzeit kontaktieren. Wir freuen uns, von Ihnen zu hören.

Geschäftsleitung: **Matthias Meyer**, Dipl. Kaufm.
Tel.: +49 (0) 89 / 189 41 31-11
meyer@research-fellows.de



RESEARCH-FELLOWS

Erika-Mann-Straße 25
D-80636 München

Tel.: +49 (0) 89 / 189 41 31-10
Fax: +49 (0) 89 / 189 41 31-20
Web: www.research-fellows.de