**Tebis Consulting stellt repräsentative Umfrage zur Wettbewerbsfähigkeit des Werkzeug-, Modell- und Formenbaus vor**

Tebis Consulting, eine eigenständige Geschäftseinheit der Tebis AG, stellt mit „Marktsituation 2020 und künftige Anforderungen im Werkzeug-, Modell- und Formenbau“ die Ergebnisse seiner repräsentativen Umfrage aus dem Frühjahr dieses Jahres vor. An der Befragung, die der Branche Orientierungshilfe bietet, nahmen die Geschäftsführer von insgesamt 70 Unternehmen teil. Neben der Darstellung der derzeitig wichtigsten Blocker und Risikofaktoren fokussiert die Umfrage vor allem darauf, probate kurz- und mittelfristige Wege aus der Krise aufzuzeigen.

Zahl der Zeichen und Bilder:

ca. 8.000 Zeichen

3 Bilder

Weitere Informationen erhalten Sie von:

Silvia Mattei

Tebis

Technische Informationssysteme AG

Einsteinstraße 39

82152 Martinsried

Tel +49 / 89 / 8 1 80 3 - 1182

Fax +49 / 89 / 8 1 80 3 - 22 14

silvia.mattei@tebis.com

www.tebis.com

Wir freuen uns, wenn Sie diese Informationen Ihren Lesern übermitteln und uns ein Belegexemplar zusenden.

**Tebis Consulting veröffentlicht repräsentative Umfrage „Marktsituation und künftige Anforderungen im Werkzeug-, Modell- und Formenbau“**

***Tebis Consulting, die fertigungsnahe Unternehmensberatung und unabhängige Geschäftseinheit der Tebis AG, hat im Frühjahr 2020 eine Umfrage bei 70 Geschäftsführern im Werkzeug-, Modell- und Formenbau durchgeführt. Motivation für die Umfrage war es, der Branche, die sich bereits seit längerem einem wachsenden Marktdruck ausgesetzt sieht, inmitten der Corona-Krise eine valide Standortbestimmung zur Verfügung zu stellen. Der Branchenreport enthält differenzierte Aussagen zur Einschätzung der Marktlage, zu den künftigen Anforderungen sowie zu den konkreten Chancen, die sich den Playern der Branche bieten, und steht ab sofort zum kostenlosen*** [***Download***](https://www.tebis-consulting.com/de/landingpages/umfragereport) ***bereit.***

Jens Lüdtke, Leiter Tebis Consulting: „Die Geschäftsführer, die an unserer Befragung teilgenommen haben, zeichnen ein klares Profil der derzeitigen Situation, schätzen sich und ihre Wettbewerbsfähigkeit deutlich ein. Unübersehbar ist dabei der Wille, an der eigenen Wettbewerbsfähigkeit zu arbeiten. Unsere Einschätzung dazu lautet: Es gibt tatsächlich viele Stellschrauben, an denen die Unternehmen gerade jetzt in der Krise proaktiv drehen können, um mit wenig Aufwand viel Wirkung zu erzielen. Aber Konsequenz ist ein wichtiger Baustein dafür und ein strukturierter Plan die unerlässliche Grundlage. Wir haben vor diesem Hintergrund einen pauschalen Wegweiser entwickelt, den Unternehmen für ihre nächsten Schritte als kleine Orientierungshilfe zu Rate ziehen können.“

[*Hinweis für Redakteure: Dieser Wegweiser ist am Ende der Pressemeldung aufgeführt.*]

Im Folgenden finden sich einige der wichtigsten Umfrageergebnisse im Überblick:

* Bewertung der aktuellen Marktlage:

Im Vergleich zu den Krisen von 2001 und 2009 sehen 70% der Befragten die Lage kritischer, 7% schätzen sie vergleichbar ein – und immerhin 23% sehen mehr Chancen. Auf die genauere Nachfrage, welche konkreten Chancen und Möglichkeiten die Befragten in der aktuellen Situation wahrnehmen, stimmten über 85% der Aussage zu, dass genau jetzt der richtige Zeitpunkt sei, um Veränderungen und Optimierungen voranzutreiben.

Einschätzung in Bezug auf nachhaltige Veränderungen der Marktlage: Die Annahme, dass sich die angespannte Marktsituation zunehmend verschärfen wird, führt laut 61% der Befragten zu einem dauerhaft defensiveren Umgang mit Investitionen. 56% der Befragten sind der Meinung, dass sich zudem auch die Vergabekriterien von Aufträgen und Projekten ändern werden. Als positiv wird dabei von 25% der Befragten die Vermutung bewertet, dass künftig wieder verstärkt Aufträge in Deutschland vergeben werden.

* Wahrnehmung der aktuellen Chancen und Möglichkeiten:

Über 85% der befragten Geschäftsführer geben an, dass genau jetzt der richtige Zeitpunkt sei, um Veränderungen und Optimierungen voran zu treiben und um das Unternehmen weiterzuentwickeln. Dieser Aspekt ist speziell vor dem Hintergrund der Tatsache spannend, dass die Unternehmen aufgrund der Corona-Krise ohnehin gezwungen sind, ihre Organisationsstrukturen anzupassen. Eine chaotische Situation wie sie momentan gegeben ist, ist der Nährboden für grundlegende und nachhaltige Veränderungen.

56% der Befragten, gehen davon aus, dass diese Veränderung dauerhaft sein wird. Dazu Tomek Kawala, Consultant bei Tebis Consulting: „In unseren Gesprächen mit unseren Kunden hören wir eine große Bereitschaft heraus, in der momentanen Krise noch weiter an sich zu arbeiten und neben den Kommunikationsstrukturen vor allem auch die Prozesse auf den Prüfstand zu stellen. Bedenkt man dazu, dass auch eine deutliche Marktbereinigung zu erwarten ist – eine Annahme, die übrigens knapp 70% der Befragten mit uns teilen – dann wird auch die entsprechende wirtschaftliche Dringlichkeit deutlich. Wir können nur dazu raten, diese Veränderungen zwar zügig, aber nicht kopflos, sondern strukturiert und auf Konzeptbasis anzugehen.“

* Einfluss der aktuellen Krise auf die Faktoren Auftragsvergabe und Zukunftssicherheit der Branche(n):

In Bezug auf eine partnerschaftliche Zusammenarbeit werden Branchen wie Medizin/Pharma oder auch Verpackung/Consumer von den Befragten als interessant wahrgenommen (38% bzw. 20%). Demgegenüber finden sich die Branchen Automotive und Aerospace in puncto einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit 12% bzw. 11% Zustimmung am unteren Ende der Skala.

Generell wurde von zahlreichen Befragten beklagt, dass eine partnerschaftliche Zusammenarbeit branchenweit mittlerweile fast eine Ausnahme darstellt. Konkret gaben 79% an, dass ihrer Erfahrung nach Aufträge vornehmlich auf Basis des Preises vergeben werden. Kundennähe und Service-Orientiertheit würden von den Auftraggebern dagegen als nahezu irrelevant wahrgenommen – noch. Die Hoffnung der Befragten ist, dass auch derartige „weiche“ Entscheidungsfaktoren durch die Corona-Krise an Bedeutung gewinnen könnten. Ebenso sieht man eine große Chance, als lokaler Anbieter mit kürzeren Lieferzeiten und günstigeren Lieferkosten zu punkten. Dennoch wird China von 91% der Befragten nach wie vor als größter globaler Konkurrent zum deutschen Markt angesehen, gefolgt von Italien (62%), Portugal (56%) und Slowenien (35%) als den am stärksten eingestuften europäischen Mitbewerbern.

Dazu Jens Lüdtke, Leiter Consulting: Die Umfrageergebnisse haben uns dazu motiviert, Maßnahmenkataloge für jedes wichtige Wettbewerbsland zu entwickeln, Hierin möchten wir individuelle Vorschläge erarbeiten, wie der deutsche Werkzeug- und Formenbau sich in Bezug zu den europäischen Wettbewerbern bzw. China positionieren kann. Wir rufen in diesem Zusammenhang alle interessierten Unternehmen der Branche dazu auf, sich gerne an unserer Initiative zu beteiligen.“

* Die branchenspezifischen Kennziffern – Effizienzschub durch die Krise?

In einem eigenen Fragenblock geht die Tebis Consulting-Umfrage auch auf die Key-Faktoren ein, die für die Werkzeug-, Modell- und Formenbaubranche spezifisch- und maßgeblich für den wirtschaftlichen Erfolg sind: Dazu zählen die Durchlaufzeiten, die nach dem Preis als zweitwichtigstes Kriterium für die Auftragsvergabe angesehen werden: In Summe halten 41% der Befragten eine Reduzierung von min. 10-15% der Durchlaufzeiten bis Ende 2021 für notwendig.

In Punkto Effizienz sind sogar 63% der Meinung, dass bis Ende 2021 ein Steigerung von min. 10-15% zwingend erforderlich ist, um die eigene Wettbewerbsfähigkeit zu sichern.

Die produktive Maschinenlaufzeit – die im Branchendurchschnitt im deutschsprachigen Raum bei ca. 2.500 Stunden pro Jahr liegt – stellt ebenfalls eine der wichtigen branchentypischen Kennziffern dar. Die Befragten geben an, dass weniger als 3.500 Stunden pro Jahr auf Dauer nicht ausreichen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Höhe von 3.500 - 6.000 Stunden p.a. wird denn auch von 44% als Ziel für 2021 angestrebt. Weitere 41% sprechen sogar von >4.500h pro Jahr.

Wegweiser/ / Orientierungsliste von Tebis Consulting, der eigenständigen Geschäftseinheit der Tebis AG, für Unternehmer im Werkzeug-, Formen- und Modellbau:

Klarheit über die künftige strategische Ausrichtung gewinnen – Hinterfragen und ggfalls Überarbeiten der eigenen Unternehmensstrategie

Kenntnis über die eigenen Stärken und Schwächen – Sortieren der Optimierungsansätze

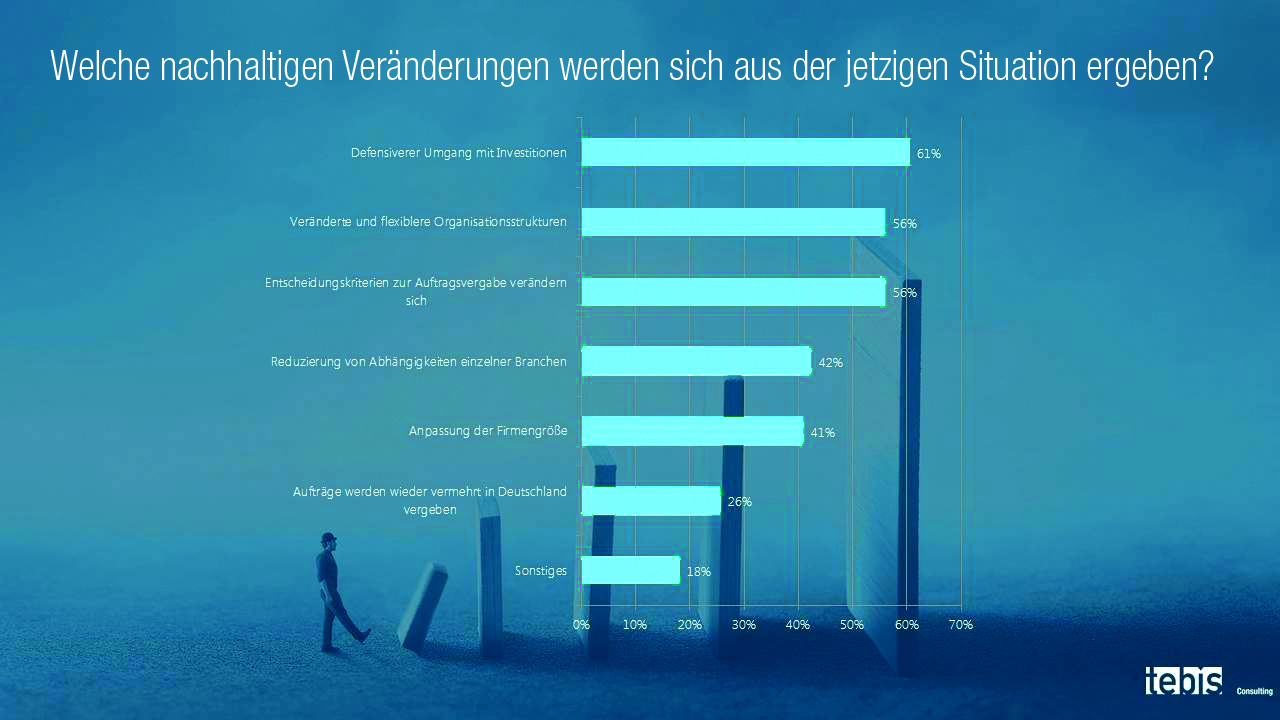
Erarbeitung eines (neuen) Sollprozesses: Wie und für wen will das Unternehmen in Zukunft arbeiten, wie soll es sich auf die künftigen Marktanforderungen einstellen

Erarbeitung eines konkreten Maßnahmenplans für eine machbare und zielorientierte Umsetzung

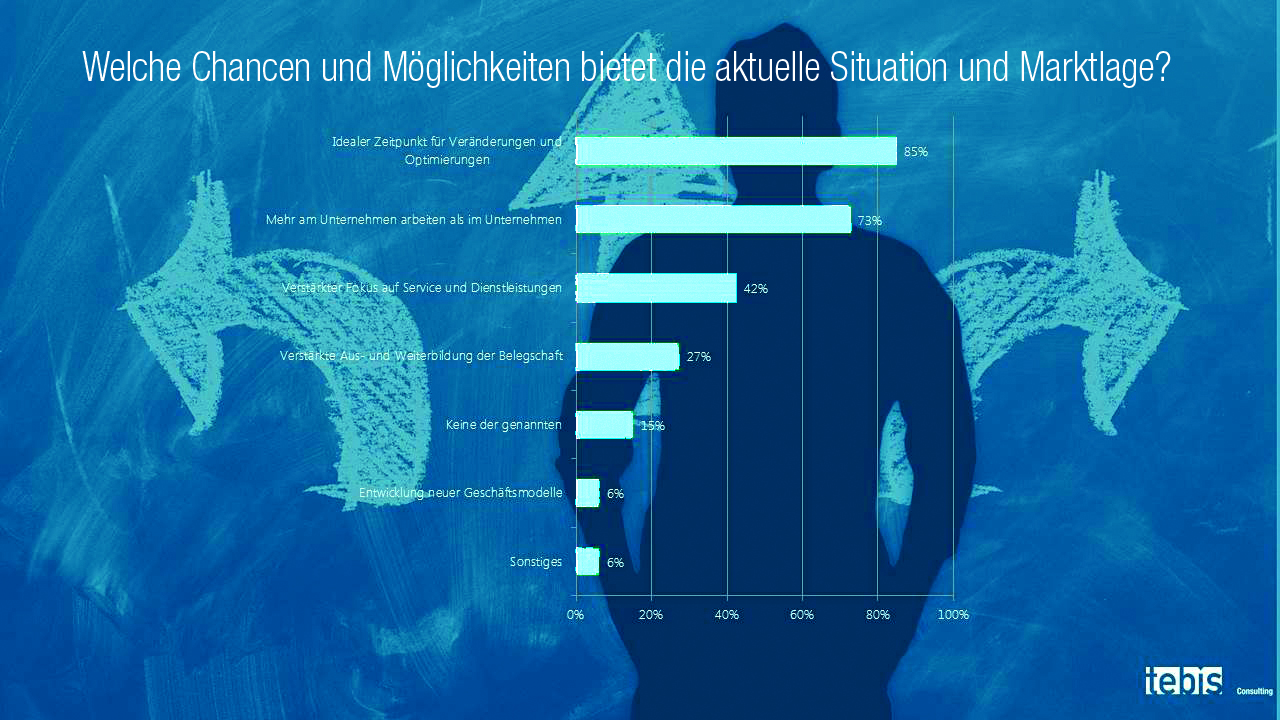
Konsequente Umsetzung des erarbeiteten Maßnahmenplans

Unternehmen, die diesen Vorschlagsplan zusammen mit Tebis Consulting umsetzen, beginnen oft mit einem firmenspezifischen Workshop zur Analyse der unternehmerischen Strategie mit Blick auf die Marktanforderungen oder einer Analyse der Wertschöpfungskette (Zielsetzung Effizienzsteigerung und Durchlaufreduzierung). Darüber hinaus gibt es zahlreiche weitere Möglichkeiten, die am Besten im Rahmen eines individuellen Vorgesprächs abgeklärt werden. Weitere Informationen und Kontaktangaben zu Tebis Consulting finden sich unter: <https://www.tebis.com/de/consulting>

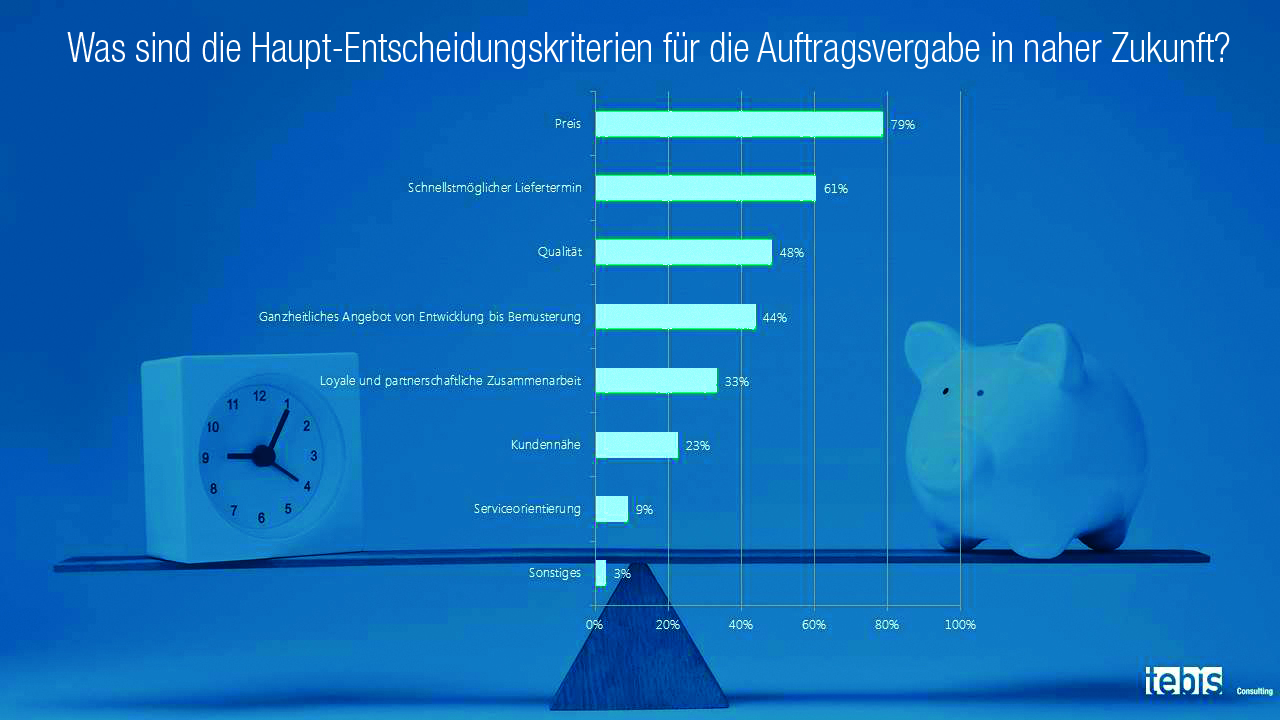
Bildmaterial



„*Marktsituation und künftige Anforderungen im Werkzeug-, Modell- und Formenbau*“, Folie 4 (Quelle: Tebis Consulting)



„*Marktsituation und künftige Anforderungen im Werkzeug-, Modell- und Formenbau*“, Folie 5 (Quelle: Tebis Consulting)



„*Marktsituation und künftige Anforderungen im Werkzeug-, Modell- und Formenbau*“, Folie 7 (Quelle: Tebis Consulting)

Über Tebis Consulting

Tebis Consulting berät Unternehmen aus den zerspanenden Branchen und sieht sich selbst als Teil des Werkzeug­, Modell­ und Formenbaus: Seit vielen Jahren vertrauen bereits gut 800 kleine und mittelständische Unternehmen der Expertise des VDWF-Mitglieds. Die Spezialisten von Tebis Consulting sehen sich als vertrauensvolle Partner und als Begleiter der beratenen Unternehmen. Die Kompetenz umfasst sowohl den Schwerpunkt strategische Ausrichtung als auch die Bereiche Prozesseffizienz, Projektmanagement und Mitarbeiterführung. Ziel ist, den Unternehmenskunden in die Lage zu versetzen, eine höhere Produktivität und eine gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit zu erreichen.

Darüber hinaus verfügt Tebis Consulting über eine eigene Benchmark-­Datenbank und ist Mitbegründer des «Marktspiegels Werkzeugbau».

Die von Tebis Consulting angebotenen **Managementseminare** unterstützen Entscheider im Unternehmen dabei, neue Strategien sowie effiziente und ressourcenschonende Lösungsansätze für ihre Managementaufgaben zu erarbeiten. Das Team um Leiter Jens Lüdtke sitzt in Göppingen, Baden-Württemberg, und stellt eine eigenständige Geschäftseinheit der Tebis AG dar.

Mehr zu Tebis Consulting findet sich unter: <https://www.tebis.com/de/consulting>