

# Maschinenbau muss in China aufpassen

VDMA: Angebote im mittleren Preissegment besonders wichtig

Börsen-Zeitung, 23.8.2013  
 po Frankfurt – China ist der größte Maschinenbaumarkt der Welt (siehe Grafik). Klar, dass auch der technisch führende deutsche Maschinenbau daran teilhaben will. Eine Studie des Instituts für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim in Zusammenarbeit mit dem Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA) hat ergeben, dass deutsche Unternehmen den chinesischen Markt noch stärker in ihrer Strategie- und Geschäftsmodellentwicklung berücksichtigen müssen. Viele deutsche Maschinen seien für die Bedürfnisse der Kunden in China „überfunktioniert“.

## Abwanderungsgefahr

Entsprechend groß sei die Gefahr einer Abwanderung dieser Kunden zum lokalen chinesischen Wettbewerber, heißt es in der Studie. „Das mittlere Marktsegment ist für die zukünftige Positionierung deutscher Maschinenbauer in China besonders wichtig, da es sich laut unserer Umfrage in den nächsten drei bis fünf Jahren zum größten Teilsegment des chinesischen Maschinenbaus entwickeln wird“, so Wolfgang Albeck vom Institut für Mittelstandsforschung. Von heute gut einem Drittel des Gesamtmarktes dürfte das mittlere Segment in drei bis fünf Jahren auf gut 40% des Gesamtmarktes zulegen. Und dort sei auch das stärkste Wachstum von 6% zu beobachten.

Frankfurter Allgemeine Zeitung, 23. August 2013

## China muss Heimatmarkt werden

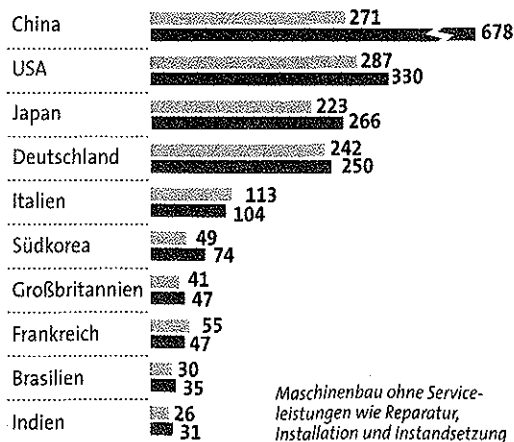
VDMA fordert Maschinenbauer zum Umdenken auf

hpa. FRANKFURT, 22. August. China ist für viele deutsche Maschinenbauer längst zum wichtigsten Absatzgebiet neben dem Heimatmarkt geworden. Und viele Mittelständler wissen auch, dass es auf Dauer nicht reichen wird, im Reich der Mitte nur Maschinen mit höchster Qualität zu entsprechenden Preisen verkaufen zu wollen. Wer nicht nur in Nischen überleben will, muss – gerade in China – in das mittlere Preis- und Leistungssegment vordringen. Diese Botschaft streut auch der deutsche Maschinenbauverband VDMA seit längerem unter seinen Mitgliedern und hat sie nun durch eine Untersuchung der Universität Mannheim untermauern lassen. Die hiesigen Unternehmer müssten China als zweiten Heimatmarkt verstehen, lautet das Fazit der Studie, und ihre Geschäftsmodelle entsprechend anpassen.

China ist in den vergangenen Jahren in rasantem Tempo zum weltgrößten Maschinenmarkt aufgestiegen. 2012 wurden dort Anlagen für 678 Milliarden Euro umgesetzt, Amerika folgte weit abgeschlagen mit 330 Milliarden Euro. Und nach

## China führt

Weltweiter Umsatz im Maschinenbau in Mrd. Euro  
 2008 2012



Maschinenbau ohne Serviceleistungen wie Reparatur, Installation und Instandsetzung

© Börsen-Zeitung

Quelle: VDMA

Die Fokussierung auf nur ein Segment oder nur auf reife Märkte reiche in Zukunft nicht mehr aus, um weltweit wettbewerbsfähig zu bleiben, meinen die Autoren der Studie. Mit ihren leistungsstarken, aber vergleichsweise teuren Maschinen trafen die deutschen Maschinenbauer die Preis-Leistungs-Erwartungen gerade in China nicht in vollem Umfang. „Hat man das Potenzial, in China langfristig orientiert vorzugehen, dann sollte man es auch anpacken. Ich meine, es ist besser, selbst in die Höhle des Löwen zu gehen, anstatt

zu warten, bis die chinesische Konkurrenz irgendwann in der eigenen Höhle auftaucht“, mahnt VDMA-Präsident Thomas Lindner. In drei bis fünf Jahren, geht aus der Studie hervor, werde fast jeder vierte deutsche Maschinenbauer über Forschungs- und Entwicklungseinheiten in China verfügen.

## Geringe Kenntnis

Mit dem Entstehen wettbewerbsfähiger Anbieter in China (und anderen Emerging Markets) bestünden darüber hinaus auch zunehmend Alternativen für die Kunden vor Ort. Deshalb müssten deutsche Hersteller über eine verstärkte Anpassung ihrer Produkte und Geschäftsmodelle an die lokalen Bedürfnisse nachdenken.

Diesbezüglich scheint wirklich Nachholbedarf zu bestehen. Denn nur ein Viertel der Unternehmen, die sich an der aktuellen Studie beteiligten, kennen ihre chinesischen Rivalen ähnlich gut wie ihre europäischen Konkurrenten vor der Haustür.

Die Welt, 23. August 2013

UNIVERSITÄT MANNHEIM

## Deutsche Maschinen oft zu teuer für chinesischen Markt

Deutsche Maschinenbauer bieten in China oft zu teure und hochwertige Maschinen an. Das ergab eine mit dem Branchenverband VDMA entwickelte Studie der Universität Mannheim. Mit ihren leistungsstarken, im Vergleich aber teuren Anlagen trafen die deutschen Anbieter nicht immer die Preis-Leistungserwartungen der chinesischen Kunden. Die Gefahr, dass diese dann lieber bei lokalen Anbietern zugriffen, sei groß. Um im weltweit größten Maschinenbaumarkt nicht ins Hintertreffen zu geraten, müssten die deutschen Konzerne ihre Angebote besser auf die lokalen Bedürfnisse zuschneiden.

Ansicht der Fachleute vom Institut für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim wird das mittlere Maschinensegment in China künftig die stärkste Dynamik aufweisen und zum größten Teilsegment mit einem Anteil von gut 40 Prozent des Gesamtmarktes werden. Die Herausforderung für die deutschen Hersteller bestehe darin, weiterhin ihre Hochtechnologie voranzubringen und zu verkaufen und gleichzeitig eine Strategie für dieses mittlere Segment zu haben.

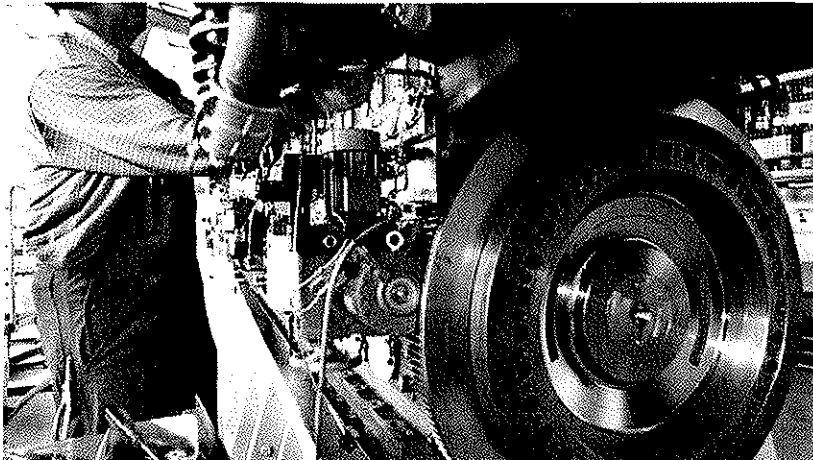
Der VDMA und die Forscher raten den Unternehmen, verstärkt Kooperationen in China einzugehen, dort auch Forschungseinheiten aufzubauen und ihre Stärken in Service und Beratung auch im mittleren Segment auszuspielen. Die Gefahr bestehe darin, dass die in China angebotenen Maschinen „überfunktioniert“ seien und damit auch zu teuer. Da China seinen eigenen Maschinenbau auch mit staatlicher Hilfe kräftig ausbaut, drohe der Verlust von Marktanteilen, wenn es nicht gelinge, sich noch besser auf die lokalen Wünsche der Kunden einzustellen, heißt es.

NEUE STUDIE

22.08.2013, 13:50 Uhr

## Deutsche Maschinen oft zu teuer für China

Chinesische Kunden greifen wegen dem Preis-Leistungsverhältnis deutscher Maschinenbauer häufiger bei lokalen Anbietern zu. Wollen die Deutschen auf dem Markt nicht ins Hintertreffen geraten, müssen sie sich anpassen.



Die deutsche Investitionsgüterindustrie lieferte 2012 Maschinen und Anlagen im Wert von 17 Milliarden Euro nach China. Im Vorjahr waren es noch 19 Milliarden Euro gewesen.

Quelle: ap

**Düsseldorf.** Deutsche Maschinenbauer bieten in China oft zu teure und hochwertige Maschinen an. Das ergab eine mit dem Branchenverband VDMA entwickelte und am Donnerstag veröffentlichte Studie der Universität Mannheim. Mit ihren leistungsstarken, im Vergleich aber teuren Anlagen trafen die deutschen Anbieter nicht immer die Preis-Leistungserwartungen der chinesischen Kunden. Die Gefahr, dass diese dann lieber bei lokalen Anbietern zugriffen, sei groß. Um im weltweit größten Maschinenbaumarkt nicht ins Hintertreffen zu geraten, müssten die deutschen Konzerne ihre Angebote besser auf die lokalen Bedürfnisse zuschneiden.

VDMA-Präsident Thomas Lindner betonte: „Hat man das Potenzial, in China langfristig orientiert vorzugehen, dann sollte man es auch anpacken. Ich meine, es ist besser, selbst in die Höhle des Löwen zu gehen, anstatt zu warten, bis die chinesische Konkurrenz irgendwann in der eigenen Höhle auftaucht.“

### Größte Baumaschinenhersteller der Welt (Umsatz 2011)

Alles anzeigen

35 Milliarden Dollar

Caterpillar (USA)

21,8 Milliarden Dollar

10 Milliarden Dollar

10 Milliarden Dollar

7,9 Milliarden Dollar

7,9 Milliarden Dollar

7,2 Milliarden Dollar

6,5 Milliarden Dollar

5,8 Milliarden Dollar

5,4 Milliarden Dollar

China ist mit 678 Milliarden Euro Umsatz in 2012 der mit Abstand weltweit größte Markt für Maschinen gefolgt von den USA mit 330 Milliarden Euro. In den vergangenen neun Jahren wuchs der chinesische Markt nach

Berechnungen des Verbandes Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA) jährlich um durchschnittlich rund 27 Prozent. Die deutsche Investitionsgüterindustrie lieferte 2012 Maschinen und Anlagen im Wert von 17 Milliarden Euro nach China. Im Vorjahr waren es noch 19 Milliarden Euro gewesen.



Ifm/VDMA-Chinastudie

## Maschinenbau muss in China verstärkt das mittlere Marktsegment bearbeiten

22.08.13 | Redakteur: Jürgen Schreier



Der Elektromotoren- und Ventilatorenhersteller EBM-Papst produziert in China vor Ort. (Bild: EBM-Papst/VDMA)

**Die Fokussierung auf nur ein Marktsegment oder reife Märkte reicht nicht mehr aus, um weltweit wettbewerbsfähig zu bleiben. Dieses Fazit zieht die China-Forschungsstudie „Lokale Geschäftsmodelle zur Bearbeitung des mittleren Marktsegments in China“ und empfiehlt eine stärkere Konzentration auf das mittlere Preissegment in China.**

Erstellt wurde die China-Forschungsstudie „Lokale Geschäftsmodelle zur Bearbeitung des mittleren Marktsegments in China“ vom Institut für Mittelstandsforschung (Ifm) der

Universität Mannheim in Zusammenarbeit mit dem VDMA. Die Studie analysiert Chancen und Risiken, denen sich der deutsche Maschinenbau durch die dynamische Entwicklung des chinesischen Marktes ausgesetzt sieht.

### **China bietet weiterhin gewaltige Absatzpotenziale**

China ist mit 678 Mrd. Euro Umsatz (2012) der weltweit größte Markt für Maschinen (vor den USA mit 330 Mrd. Euro). 2003 lag der Maschinenumsatz in China bei 77 Mrd. Euro, neun Jahre später bereits bei 678 Mrd. Euro. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (Compound Annual Growth Rate) belief sich in China von 2003 bis 2012 auf 27,3 %.

„Hat man das Potenzial, in China langfristig orientiert vorzugehen, dann sollte man es auch anpacken. Ich meine, es ist besser, selbst in die Höhle des Löwen zu gehen, anstatt zu warten, bis die chinesische Konkurrenz irgendwann in der eigenen Höhle auftaucht“, erklärte Dr. Thomas Lindner VDMA-Präsident und Vorsitzender der Geschäftsführung Groz-Beckert AG, anlässlich der Veröffentlichung der Studie. In drei

bis fünf Jahren, so die Studie, werde fast jeder vierte deutsche Maschinenbauer über F&E-Einheiten in China verfügen.

## BILDERGALERIE



### **Augenmerk stärker auf das mittlere Marktsegment richten**

Deutsche Unternehmen müssten deshalb den chinesischen Markt noch stärker in ihrer Strategie- und Geschäftsmodellentwicklung berücksichtigen. Denn viele deutsche Maschinen seien für die Bedürfnisse der Kunden in China „überfunktioniert“. Die Gefahr der Abwanderung dieser Kunden zum lokalen chinesischen Wettbewerber sei daher groß, befürchten die Mannheimer Wissenschaftler.

„Das mittlere Marktsegment ist für die zukünftige Positionierung deutscher Maschinenbauer in China besonders wichtig, da es sich laut unserer Umfrage in den nächsten drei bis fünf Jahren zum größten Teilsegment des chinesischen Maschinenbaus entwickeln wird - von heute 34,3 % des Gesamtmarktes auf 40,3 % in drei bis fünf Jahren - und dort auch das stärkste Wachstum mit 6 % zu beobachten ist“, erklärte Wolfgang Albeck (Ifm Mannheim). „Mit ihren leistungsstarken und vergleichsweise teuren Angeboten treffen die deutschen Maschinenbauer allerdings nicht immer die Preis-Leistungserwartungen der lokalen Kunden im vollen Umfang.“

Mit der Entstehung wettbewerbsfähigerer Anbieter in China - und anderen Emerging Markets - bestehen darüber hinaus auch zunehmend Alternativangebote für die Kunden vor Ort, weshalb deutsche Unternehmen über eine verstärkte Anpassung ihrer Produkte und Geschäftsmodelle an die lokalen Bedürfnisse nachdenken müssten. Allerdings würden nur ein Viertel der Unternehmen, die sich an der Studie beteiligt haben, ihre chinesischen Rivalen ähnlich gut kennen wie ihre europäischen Konkurrenten, was gezielte Wettbewerbsmaßnahmen erschwere.

### **Duale Geschäftsmodelle als Reaktionsmöglichkeit**

Um in China zukünftig weiter wachsen zu können sowie sich gegenüber aufstrebenden

chinesischen Wettbewerbern zu positionieren, sollten sich deutsche Maschinenbauer frühzeitig und ergebnisoffen mit der Verfolgung eines dualen Geschäftsmodells auseinandersetzen.

Für deutsche Maschinenbauer heißt das: Erstens weltweiter Ausbau bzw. Absicherung des bestehenden Premiumangebots, vor allem durch Innovationen. Und zweitens die parallele Erschließung neuer Wachstumspotenziale im mittleren Marktsegment vor allem in Emerging Markets wie China. „Die langfristige Marktentwicklung in China, hin zu leistungsfähigeren und qualitativ hochwertigeren Maschinen, begünstigt deutsche Unternehmen überproportional. Gleichzeitig muss die Erschließung neuer Kundengruppen im mittleren Marktsegment vorangetrieben werden“, so die Analyse der Mannheimer Wissenschaftler.

### **Premiumtechnologien ins Medium-Segment transferieren**

Zur Bearbeitung dieses mittleren Marktsegments sollten sich die deutschen Maschinenbauer auf ihre bestehenden Stärken und Wettbewerbsvorteile aus dem Premiumsegment, d. h. Technologie, Marke, Beratung, Service etc. besinnen und diese, auf die lokalen Bedürfnisse angepasst, in das mittlere Marktsegment transferieren.

[www.unternehmeredition.de](http://www.unternehmeredition.de)

## **VDMA empfiehlt Anpassung an China**



China gehört zu den am schnellsten wachsenden Märkten der Welt. Doch um mithalten zu können, müssen deutsche Maschinenbauer ihre Produkte stärker an ihn anpassen. Bild:

Panthermedia/Songquan  
Deng

Der Verband Deutscher Maschinen- und Anlagebau (VDMA) mahnt eine stärkere Orientierung am Wachstumsmarkt China an. „Aufgrund der zunehmenden Bedeutung Chinas und der damit verbundenen Dynamik muss das Land in Zukunft noch stärker ins Zentrum der Unternehmensstrategie deutscher Maschinenbauer rücken“, lautet das Fazit der Studie „Lokale Geschäftsmodelle zur Bearbeitung des mittleren Marktsegments in China“. China sei mit 678 Mrd. EUR Umsatz der weltweit größte Markt für Maschinen. Und er wächst rasant: 2003 lag er noch bei 77 Mrd. EUR. Doch um auf den fahrenden Zug aufspringen zu können, müssten deutsche Maschinenbauer ihre Produkte mehr an die Bedürfnisse des chinesischen Marktes anpassen. Denn diese seien oft „überfunktioniert“ und zu teuer. Die Gefahr, dass Kunden zu günstigeren und weniger spezialisierten Anbietern überlaufen könnten, ist groß. Das mittlere Marktsegment sei für China deshalb besonders relevant – die Autoren der Studie schätzen, dass dessen Bedeutung in den nächsten Jahren von 34,3 auf 40,3% zulegen wird. [www.vdma.org](http://www.vdma.org)

# Produktion

## Deutscher Maschinenbau muss Preisstrategie in China anpassen

Erstellt am 22. August 2013

**Um auf dem chinesischen Markt gegenüber lokalen Anbietern nicht den Anschluss zu verlieren, müssen die deutschen Maschinenbauer im Reich der Mitte verstärkt das mittlere Marktsegment bearbeiten und auch günstigere, weniger leistungsstarke Maschinen anbieten. Das ergibt eine aktuelle Studie im Auftrag des VDMA.**

FRANKFURT (ks). Viele deutsche Maschinen sind für die Bedürfnisse der Kunden in China „überfunktioniert“, so ein Ergebnis der China-Forschungsstudie „Lokale Geschäftsmodelle zur Bearbeitung des mittleren Marktsegments in China“ des Instituts für Mittelstandsforschung (ifm) der Universität Mannheim in Zusammenarbeit mit dem VDMA. Die Gefahr der Abwanderung dieser Kunden zum lokalen chinesischen Wettbewerber sei daher groß, befürchten die Mannheimer Wissenschaftler.

„Das mittlere Marktsegment ist für die zukünftige Positionierung deutscher Maschinenbauer in China besonders wichtig, da es sich laut unserer Umfrage in den nächsten drei bis fünf Jahren zum größten Teilsegment des chinesischen Maschinenbaus entwickeln wird – von heute 34,3% des Gesamtmarktes auf 40,3% in drei bis fünf Jahren – und dort auch das stärkste Wachstum mit plus 6% zu beobachten ist“, erklärte Wolfgang Albeck, ifm Mannheim. „Mit ihren leistungsstarken und vergleichsweise teuren Angeboten treffen die deutschen Maschinenbauer allerdings nicht immer die Preis-Leistungserwartungen der lokalen Kunden im vollen Umfang.“

Mit der Entstehung wettbewerbsfähigerer Anbieter in China – und anderen Emerging Markets – bestehen darüber hinaus auch zunehmend Alternativangebote für die Kunden vor Ort, weshalb deutsche Unternehmen über eine verstärkte Anpassung ihrer Produkte und Geschäftsmodelle an die lokalen Bedürfnisse nachdenken müssten. Allerdings würden nur ein Viertel der Unternehmen, die sich an der Studie beteiligt haben, ihre chinesischen Rivalen ähnlich gut kennen wie ihre europäischen Konkurrenten, was gezielte Wettbewerbsmaßnahmen erschwere.

„Die Fokussierung auf nur ein Segment bzw. nur auf reife Märkte reicht nicht mehr aus, um weltweit wettbewerbsfähig zu bleiben“, so eine weitere Aussage der Studie.

China ist mit 678 Mrd Euro Umsatz (2012) mittlerweile mit Abstand der weltweit größte Markt für Maschinen (vor den USA mit 330 Mrd Euro). 2003 lag der Maschinenumsatz in China bei 77 Mrd Euro, neun Jahre später bereits bei 678 Mrd Euro. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate in China lag von 2003 bis 2012 bei 27,3%. „Hat man das Potenzial, in China langfristig orientiert vorzugehen, dann sollte man es auch anpacken. Ich meine, es ist besser, selbst in die Höhle des Löwen zu gehen, anstatt zu warten, bis die chinesische Konkurrenz irgendwann in der eigenen Höhle auftaucht“, erklärte Dr. Thomas Lindner VDMA-Präsident und Vorsitzender der Geschäftsführung Groz-Beckert AG, anlässlich der Veröffentlichung der Studie. In drei bis fünf Jahren, so die Studie, werde fast jeder vierte deutsche Maschinenbauer über F&E-Einheiten in China verfügen.

### Duale Geschäftsmodelle als Reaktionsmöglichkeit

Um in China zukünftig weiter wachsen zu können sowie sich gegenüber aufstrebenden chinesischen Wettbewerbern zu positionieren, sollten sich deutsche Maschinenbauer frühzeitig und ergebnisoffen mit der Verfolgung eines dualen Geschäftsmodells auseinandersetzen. Für deutsche Maschinenbauer heißt das: Erstens weltweiter Ausbau bzw. Absicherung des bestehenden Premiumangebots, vor allem durch Innovationen. Und zweitens die parallele Erschließung neuer Wachstumspotenziale im mittleren Marktsegment vor allem in Emerging Markets wie China. „Die langfristige Marktentwicklung in China, hin zu leistungsfähigeren und qualitativ hochwertigeren Maschinen, begünstigt deutsche Unternehmen überproportional. Gleichzeitig muss die Erschließung neuer Kundengruppen im mittleren Marktsegment vorangetrieben werden“, so die Analyse der Mannheimer Wissenschaftler.

Zur Bearbeitung dieses mittleren Marktsegments sollten sich die deutschen Maschinenbauer auf ihre bestehenden Stärken und Wettbewerbsvorteile aus dem Premiumsegment, d. h. Technologie, Marke, Beratung, Service etc. besinnen und diese, auf die lokalen Bedürfnisse angepasst, in das mittlere Marktsegment transferieren, heißt es in der Studie weiter.

**VDMA: Chinas Aufstieg verändert deutschen Maschinenbau**

*„Aufgrund der zunehmenden Bedeutung Chinas und der damit verbundenen Dynamik muss das Land in Zukunft noch stärker ins Zentrum der Unternehmensstrategie deutscher Maschinenbauer rücken. Die Fokussierung auf nur ein Segment bzw. nur auf reife Märkte reicht nicht mehr aus, um weltweit wettbewerbsfähig zu bleiben“, so das Ergebnis der China-Forschungsstudie „Lokale Geschäftsmodelle zur Bearbeitung des mittleren Marktsegments in China“, des Instituts für Mittelstandsforschung (ifm) der Universität Mannheim in Zusammenarbeit mit dem VDMA. Die Studie analysiert Chancen und Risiken, denen sich der deutsche Maschinenbau durch die dynamische Entwicklung des chinesischen Marktes ausgesetzt sieht.*


**China bietet große Absatz- und Wachstumspotenziale**

China ist mit 678 Milliarden Euro Umsatz (2012) der weltweit größte Markt für Maschinen (vor den USA mit 330 Milliarden Euro). 2003 lag der Maschinenumsatz in China bei 77 Milliarden Euro, neun Jahre später bereits bei 678 Milliarden Euro. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (Compound Annual Growth Rate) in China lag von 2003 bis 2012 bei 27,3 Prozent. „Hat man das Potenzial, in China langfristig orientiert vorzugehen, dann sollte man es auch anpacken. Ich meine, es ist besser, selbst in die Höhle des Löwen zu gehen, anstatt zu warten, bis die chinesische Konkurrenz irgendwann in der eigenen Höhle auftaucht“, erklärte Dr. Thomas Lindner VDMA-Präsident und Vorsitzender der Geschäftsführung Groz-Beckert AG, anlässlich der Veröffentlichung der Studie. In drei bis fünf Jahren, so die Studie, werde fast jeder vierte deutsche Maschinenbauer über F&E-Einheiten in China verfügen.

**Datum:**

22.08.2013

**Unternehmen:**

 VDMA - Verband  
Deutscher Maschinen- und  
Anlagenbau e.V.

**Mittleres Marktsegment zukünftig besonders wichtig**

Deutsche Unternehmen müssten deshalb den chinesischen Markt noch stärker in ihrer Strategie- und Geschäftsmodellentwicklung berücksichtigen. Denn viele deutsche Maschinen seien für die Bedürfnisse der Kunden in China „überfunktioniert“. Die Gefahr der Abwanderung dieser Kunden zum lokalen chinesischen Wettbewerber sei daher groß, befürchten die Mannheimer Wissenschaftler. „Das mittlere Marktsegment ist für die zukünftige Positionierung deutscher Maschinenbauer in China besonders wichtig, da es sich laut unserer Umfrage in den nächsten drei bis fünf Jahren zum größten Teilssegment des chinesischen Maschinenbaus entwickeln wird - von heute 34,3 Prozent des Gesamtmarktes auf 40,3 Prozent in drei bis fünf Jahren - und dort auch das stärkste Wachstum mit plus sechs Prozent zu beobachten ist“, erklärte Wolfgang Albeck, ifm Mannheim. „Mit ihren leistungsstarken und vergleichsweise teuren Angeboten treffen die deutschen Maschinenbauer allerdings nicht immer die Preis-Leistungserwartungen der lokalen Kunden im vollen Umfang.“

Mit der Entstehung wettbewerbsfähigerer Anbieter in China - und anderen Emerging Markets - bestehen darüber hinaus auch zunehmend Alternativangebote für die Kunden vor Ort, weshalb deutsche Unternehmen über eine verstärkte Anpassung ihrer Produkte und Geschäftsmodelle an die lokalen Bedürfnisse nachdenken müssten. Allerdings würden nur ein Viertel der Unternehmen, die sich an der Studie beteiligt haben, ihre chinesischen Rivalen ähnlich gut kennen wie ihre europäischen Konkurrenten, was gezielte Wettbewerbsmaßnahmen

erschwere.

### **Duale Geschäftsmodelle als Reaktionsmöglichkeit**

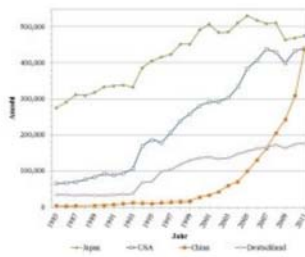
Um in China zukünftig weiter wachsen zu können sowie sich gegenüber aufstrebenden chinesischen Wettbewerbern zu positionieren, sollten sich deutsche Maschinenbauer frühzeitig und ergebnisoffen mit der Verfolgung eines dualen Geschäftsmodells auseinandersetzen.

Für deutsche Maschinenbauer heißt das: Erstens weltweiter Ausbau bzw. Absicherung des bestehenden Premiumangebots, vor allem durch Innovationen. Und zweitens die parallele Erschließung neuer Wachstumspotenziale im mittleren Marktsegment vor allem in Emerging Markets wie China. „Die langfristige Marktentwicklung in China, hin zu leistungsfähigeren und qualitativ hochwertigeren Maschinen, begünstigt deutsche Unternehmen überproportional. Gleichzeitig muss die Erschließung neuer Kundengruppen im mittleren Marktsegment vorangetrieben werden“, so die Analyse der Mannheimer Wissenschaftler.

Zur Bearbeitung dieses mittleren Marktsegments sollten sich die deutschen Maschinenbauer auf ihre bestehenden Stärken und Wettbewerbsvorteile aus dem Premiumsegment, d. h. Technologie, Marke, Beratung, Service etc. besinnen und diese, auf die lokalen Bedürfnisse angepasst, in das mittlere Marktsegment transferieren.



## China wird zu einem Land der Erfinder



Quelle: Universität Trier

Patentanmeldungen verschiedener Länder im Vergleich.

**26.08.2013 - China hat die Zahl der Patentanmeldungen in den vergangenen Jahren norm in die Höhe geschraubt. Eine bedeutende Rolle spielen dabei nicht nur weltweit agierende Konzerne, treibende Kräfte sind vor allem auch die Universitäten. Das haben Wissenschaftler der Universität Trier und der TU München analysiert.**

Galt China noch vor Kurzem als ein Land, in dem fröhlich kopiert werde, und in dem man sich um die **Verletzung von Patent- oder Markenrechten** (<http://www.springer-professional.de/978-3-642-19840-3---management-geistigen-eigentums/4418028.html?sessionid=5D7073C136DDD09BE8CF82FCED1B7F2E.sprprofttc0202>) nicht sonderlich schere, haben sich die Verhältnisse inzwischen geändert: Nimmt man die Zahl der Patentanmeldungen pro Jahr als Indikator für Innovation und Erfindungsreichtum, hat China Deutschland längst überholt und ist in die absolute Weltspitze vorgezogen.

In China sind **Universitäten treibende Innovationskräfte** (<http://www.springer-professional.de/warum-gehen-die-patentanmeldungen-aus-hochschulen-zurueck/2435052.html?sessionid=5D7073C136DDD09BE8CF82FCED1B7F2E.sprprofttc0202>). So gehörten im Jahr 2011 nach Angaben des chinesischen Patentamtes (SIPO) neben weltweit agierenden Technologiekonzernen wie Huawei und ZTE auch fünf Universitäten zu den zehn größten Patentanmeldern Chinas. Dies geht aus einer **Studie** ([http://papers.ssm.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2304224](http://papers.ssm.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2304224)) hervor, in der die Autoren Christian Fisch und Jörn Block (Universität Trier) gemeinsam mit

Philipp Sandner (TU München und Munich Innovation Group) die Entwicklung der Patente aus chinesischen Universitäten einordnen und analysieren. Die Wissenschaftler kamen zu dem Ergebnis, dass die Bedeutung von Universitäten für Innovation in China in den vergangenen Jahren stark angestiegen ist und eine zentralere Rolle einnimmt als beispielsweise in Deutschland.

Die Dynamik der Entwicklung in China hat nach Ansicht des Verbands Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e. V. (VDMA) Auswirkungen auf den deutschen Maschinenbau. Das Land müsse noch stärker ins Zentrum der Unternehmensstrategien rücken: „Die Fokussierung auf nur ein Segment bzw. nur auf reife Märkte reicht nicht mehr aus, um weltweit wettbewerbsfähig zu bleiben“, so das Ergebnis der **China-Forschungsstudie** (<http://www.institut-fuer-mittelstandsforschung.de/kos/WNetz?art=News.show&id=1788>) „Lokale Geschäftsmodelle zur Bearbeitung des mittleren Marktsegments in China“, des Instituts für Mittelstandsforschung (ifm) der Universität Mannheim in Zusammenarbeit mit dem VDMA.

### China bietet Maschinenbauern große Absatz- und Wachstumspotenziale

China ist mit 678 Milliarden Euro Umsatz (2012) der weltweit größte Markt für Maschinen (vor den USA mit 330 Milliarden Euro). 2003 lag der Maschinenumsatz in China bei 77 Milliarden Euro, neun Jahre später bereits bei 678 Milliarden Euro. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (Compound Annual Growth Rate) in China lag von 2003 bis 2012 bei 27,3 Prozent. „Hat man das Potenzial, in China langfristig orientiert vorzugehen, dann sollte man es auch anpacken. Ich meine, es ist besser, selbst in die Höhle des Löwen zu gehen, anstatt zu warten, bis die chinesische Konkurrenz irgendwann in der eigenen Höhle auftaucht“, erklärte Dr. Thomas Lindner VDMA-Präsident und Vorsitzender der Geschäftsführung Groz-Beckert AG, anlässlich der Veröffentlichung der Studie.

Um in China zukünftig weiter wachsen zu können sowie sich gegenüber aufstrebenden chinesischen Wettbewerbern zu positionieren, sollten sich deutsche Maschinenbauer frühzeitig und ergebnisoffen mit der Verfolgung eines dualen Geschäftsmodells auseinandersetzen. Für deutsche Maschinenbauer heißt das laut den Autoren der Studie: erstens weltweiter Ausbau bzw. Absicherung des bestehenden Premiumangebots, vor allem durch **Innovationen** (<http://www.springer-professional.de/978-3-631-19050-1---smarte-innovation/3402196.html?sessionid=5D7073C136DDD09BE8CF82FCED1B7F2E.sprprofttc0202>). Und zweitens die parallele Erschließung neuer Wachstumspotenziale im mittleren Marktsegment vor allem in Emerging Markets wie China. „Die langfristige Marktentwicklung in China, hin zu leistungsfähigeren und qualitativ hochwertigeren Maschinen, begünstigt deutsche Unternehmen überproportional. Gleichzeitig muss die Erschließung neuer Kundengruppen im mittleren Marktsegment vorangetrieben werden“, so die Analyse der Mannheimer Wissenschaftler.

Quelle: Dieter Beste | Redaktion Springer für Professionals

### Von der Redaktion empfohlen - lesen Sie jetzt

- **Innovation im Maschinenbau entlang des Produktlebenszyklus (PLC).** In Smarte Innovation - Ergebnisse und neue Ansätze im Maschinen- und Anlagenbau, VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden, 2012, Seite 75-97 [weiter](#)
- **Perspektiven des deutschen Innovationssystems: Technologische Wettbewerbsfähigkeit und wirtschaftlicher Wandel.** In Innovationssysteme - Technologie, Institutionen und die Dynamik der Wettbewerbsfähigkeit, VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden, 2009, Seite 249-266 [weiter](#)
- **Einführung.** In Management geistigen Eigentums - Die unternehmerische Gestaltung des Technologieverwertungsrechts, Springer Berlin Heidelberg Berlin, Heidelberg, 2013, Seite 1-6 [weiter](#)

## **VDMA: Chinas rasanter Aufstieg führt zu Veränderungen für deutsche Maschinenbauer**

Erstellt am 22. August 2013



**Aufgrund der zunehmenden Bedeutung Chinas und der damit verbundenen Dynamik muss das Land in Zukunft noch stärker ins Zentrum der Unternehmensstrategie deutscher Maschinenbauer rücken. Die Fokussierung auf nur ein Segment bzw. nur auf reife Märkte reicht nicht mehr aus, um weltweit wettbewerbsfähig zu bleiben“, so das Ergebnis der China-Forschungsstudie „Lokale Geschäftsmodelle zur Bearbeitung des mittleren Marktsegments in China“, des Instituts für Mittelstandsforschung (ifm) der Universität Mannheim in Zusammenarbeit mit dem VDMA.**

FRANKFURT. Die Studie analysiert Chancen und Risiken, denen sich der deutsche Maschinenbau durch die dynamische Entwicklung des chinesischen Marktes ausgesetzt sieht. China ist mit 678 Milliarden Euro Umsatz (2012) der weltweit größte Markt für Maschinen (vor den USA mit 330 Milliarden Euro). 2003 lag der Maschinenumsatz in China bei 77 Milliarden Euro, neun Jahre später bereits bei 678 Milliarden Euro. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (Compound Annual Growth Rate) in China lag von 2003 bis 2012 bei 27,3 Prozent. „Hat man das Potenzial, in China langfristig orientiert vorzugehen, dann sollte man es auch anpacken. Ich meine, es ist besser, selbst in die Höhle des Löwen zu gehen, anstatt zu warten, bis die chinesische Konkurrenz irgendwann in der eigenen Höhle auftaucht“, erklärte Dr. Thomas Lindner VDMA-Präsident und Vorsitzender der Geschäftsführung Groz-Beckert AG, anlässlich der Veröffentlichung der Studie. In drei bis fünf Jahren, so die Studie, werde fast jeder vierte deutsche Maschinenbauer über F&E-Einheiten in China verfügen.

### **Mittleres Marktsegment zukünftig besonders wichtig**

Deutsche Unternehmen müssten deshalb den chinesischen Markt noch stärker in ihrer Strategie- und Geschäftsmodellentwicklung berücksichtigen. Denn viele deutsche Maschinen seien für die Bedürfnisse der Kunden in China „überfunktioniert“. Die Gefahr der Abwanderung dieser Kunden zum lokalen chinesischen Wettbewerber sei daher groß, befürchten die Mannheimer Wissenschaftler. „Das mittlere Marktsegment ist für die zukünftige Positionierung deutscher Maschinenbauer in China besonders wichtig, da es sich laut unserer Umfrage in den nächsten drei bis fünf Jahren zum größten Teilsegment des chinesischen Maschinenbaus entwickeln wird – von heute 34,3 Prozent des Gesamtmarktes auf 40,3 Prozent in drei bis fünf Jahren – und dort auch das stärkste Wachstum mit plus sechs Prozent zu beobachten ist“, erklärte Wolfgang Albeck, ifm Mannheim. „Mit ihren leistungsstarken und vergleichsweise teuren Angeboten treffen die deutschen Maschinenbauer allerdings nicht immer die Preis-Leistungserwartungen der lokalen Kunden im vollen Umfang.“

Mit der Entstehung wettbewerbsfähigerer Anbieter in China – und anderen Emerging Markets

– bestehen darüber hinaus auch zunehmend Alternativangebote für die Kunden vor Ort, weshalb deutsche Unternehmen über eine verstärkte Anpassung ihrer Produkte und Geschäftsmodelle an die lokalen Bedürfnisse nachdenken müssten. Allerdings würden nur ein Viertel der Unternehmen, die sich an der Studie beteiligt haben, ihre chinesischen Rivalen ähnlich gut kennen wie ihre europäischen Konkurrenten, was gezielte Wettbewerbsmaßnahmen erschwere.

### **Duale Geschäftsmodelle als Reaktionsmöglichkeit**

Um in China zukünftig weiter wachsen zu können sowie sich gegenüber aufstrebenden chinesischen Wettbewerbern zu positionieren, sollten sich deutsche Maschinenbauer frühzeitig und ergebnisoffen mit der Verfolgung eines dualen Geschäftsmodells auseinandersetzen.

Für deutsche Maschinenbauer heißt das: Erstens weltweiter Ausbau bzw. Absicherung des bestehenden Premiumangebots, vor allem durch Innovationen. Und zweitens die parallele Erschließung neuer Wachstumspotenziale im mittleren Marktsegment vor allem in Emerging Markets wie China. „Die langfristige Marktentwicklung in China, hin zu leistungsfähigeren und qualitativ hochwertigeren Maschinen, begünstigt deutsche Unternehmen überproportional. Gleichzeitig muss die Erschließung neuer Kundengruppen im mittleren Marktsegment vorangetrieben werden“, so die Analyse der Mannheimer Wissenschaftler.

Zur Bearbeitung dieses mittleren Marktsegments sollten sich die deutschen Maschinenbauer auf ihre bestehenden Stärken und Wettbewerbsvorteile aus dem Premiumsegment, d. h. Technologie, Marke, Beratung, Service etc. besinnen und diese, auf die lokalen Bedürfnisse angepasst, in das mittlere Marktsegment transferieren.

---

Artikel gedruckt aus TECHNIK + EINKAUF: <http://www.technik-einkauf.de>

URL zum Artikel: <http://www.technik-einkauf.de/news/vdma-chinas-rasanter-aufstieg-fuehrt-zu-veraenderungen-fuer-deutsche-maschinenbauer/>

# AE

23.08.2013 10:10 | Studie

## Maschinenbau: Mittleres Marktsegment in China immer wichtiger

News

"China muss in Zukunft noch stärker ins Zentrum der Unternehmensstrategie deutscher Maschinenbauer rücken. Die Fokussierung auf nur ein Segment oder nur auf reife Märkte reicht nicht mehr aus", so das Ergebnis der China-Forschungsstudie 'Lokale Geschäftsmodelle zur Bearbeitung des mittleren Marktsegments in China', des Instituts für Mittelstandsforschung (IFM) der Universität Mannheim in Zusammenarbeit mit dem VDMA.



[vergrößern](#)

Der dynamische chinesische Markt zwingt deutsche Maschinenbauer zum Umdenken. (Quelle: EBM Papst)

"Hat man das Potenzial, in China langfristig orientiert vorzugehen, dann sollte man es auch anpacken. Ich meine, es ist besser, selbst in die Höhle des Löwen zu gehen, anstatt zu warten, bis die chinesische Konkurrenz irgendwann in der eigenen Höhle auftaucht", erklärte Dr. Thomas Lindner VDMA-Präsident und Vorsitzender der Geschäftsführung von Groz-Beckert, anlässlich der Veröffentlichung der Studie. In drei bis fünf Jahren, so die Studie, werde fast jeder vierte deutsche Maschinenbauer über F&E-Einheiten in China verfügen.

Deutsche Unternehmen müssten deshalb den chinesischen Markt noch stärker in ihrer Strategie- und Geschäftsmodellentwicklung berücksichtigen. Denn viele deutsche Maschinen seien für die Bedürfnisse der Kunden in China überfunktioniert. Die Gefahr der Abwanderung dieser Kunden zum lokalen chinesischen Wettbewerber sei daher groß, befürchten die Mannheimer Wissenschaftler. "Das mittlere Marktsegment ist für die zukünftige Positionierung deutscher Maschinenbauer in China besonders wichtig, da es sich laut unserer Umfrage in den nächsten drei bis fünf Jahren zum größten Teilsegment des chinesischen Maschinenbaus entwickeln wird – von heute 34,3 % des Gesamtmarktes auf 40,3 % in drei bis fünf Jahren – und dort auch das stärkste Wachstum mit plus sechs Prozent zu beobachten ist", erklärte Wolfgang Albeck, IFM Mannheim. "Mit ihren leistungsstarken und vergleichsweise teuren Angeboten treffen die deutschen Maschinenbauer allerdings nicht immer die Preis-Leistungserwartungen der lokalen Kunden."

### Land im Detail

#### Chinas Maschinenmarkt

China ist mit 678 Milliarden Euro Umsatz (2012) der weltweit größte Markt für Maschinen (vor den USA mit 330 Milliarden Euro). 2003 lag der Maschinenumsatz in China bei 77 Milliarden Euro, neun Jahre später bereits bei 678 Milliarden Euro. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (Compound Annual Growth Rate) in China lag von 2003 bis 2012 bei 27,3 %.

Mit der Entstehung wettbewerbsfähiger Anbieter in China – und anderen Emerging Markets – bestehen darüber hinaus auch zunehmend Alternativangebote für die Kunden vor Ort, weshalb deutsche Unternehmen über eine verstärkte Anpassung ihrer Produkte und Geschäftsmodelle an die lokalen Bedürfnisse nachdenken müssten. Allerdings würden nur ein Viertel der Unternehmen, die sich an der Studie beteiligt haben, ihre chinesischen Rivalen ähnlich gut kennen wie ihre europäischen Konkurrenten, was gezielte Wettbewerbsmaßnahmen erschwere.

(mf)

### Mehr zum Thema »

- [Industrial Security: Schützt die Produktion!](#) 28.08.2013
- [Smartphone Apps in Unternehmen: Security ist Pflicht](#) 17.07.2013
- [Mehr als Stahl und Koks](#) 04.06.2013
- [Marktübersicht Apps in der Automatisierung/ IEE App-Guide](#) 12.05.2013

### Weitere Infos

VDMA - Verband Deutscher Maschinen-und Anlagenbau e. V.  
Lyoner Str. 18  
D 60528 Frankfurt/Main

[Zum Firmenprofil](#)

**Quelle:** <http://www.all-electronics.de/texte/anzeigen/51495/>



Erschließen Sie neue Märkte für  
Ihre aktuelle Netzwerkstrategie



[Impressum](#) | [Newsletter](#) | [Shop](#) | [Sitemap](#) | [RSS](#)

[Speziale](#) | [Videos](#) | [Bilderstreifen](#) | [Whitepaper](#) | [Lexikon](#) | [Heftarchiv](#) | [Media](#)

computer-automation.de

Di., 03.09.2013

[Home](#) | [Managementebene](#) | [Steuerungsebene](#) | [Feldebene](#) | [Anbieter](#) | [Köpfe der Automation](#) | [Beruf&Karriere](#) | [Termine](#)

[Antriebe](#) | [Mechatronik](#) | [Bildverarbeitung](#) | [E-Mechanik/Interfaces](#) | [Vernetzung](#) | [Sensoren & Aktoren](#) | [Stromversorgungen](#)

[Home](#) > [Feldebene](#) > [Antriebe](#) > [News](#)

26. August 2013

[Drucken](#) | [Schrift](#)

**Maschinenbau**

## Stärkerer Fokus auf Chinas mittleres Marktsegment gefordert

**China muss noch stärker ins Zentrum der Unternehmensstrategie deutscher Maschinenbauer rücken. Dies empfiehlt eine aktuelle China-Forschungsstudie des Instituts für Mittelstandsforschung (ifm) der Universität Mannheim in Zusammenarbeit mit dem VDMA. Computer&AUTOMATION führt Auszüge der Studie auf.**

Anzeige

Die Fokussierung auf nur ein Segment beziehungsweise nur auf reife Märkte reicht für den deutschen Maschinenbau nicht mehr aus, um weltweit wettbewerbsfähig zu sein. So das Ergebnis der Studie 'Lokale Geschäftsmodelle zur Bearbeitung des mittleren Marktsegments in China'. Sie analysiert Chancen und Risiken, denen sich der deutsche Maschinenbau durch die dynamische Entwicklung des chinesischen Marktes ausgesetzt sieht.

### Ergebnisse der China-Forschungsstudie



Fotostrecke starten: Klicken Sie auf ein Bild (5 Bilder)

Um in China zukünftig weiter wachsen zu können, raten die Mannheimer Wissenschaftler deutschen Maschinenbauern sich frühzeitig mit einem dualen Geschäftsmodell auseinanderzusetzen. Das heißt, das eigene Premiumangebot weltweit auszubauen und abzusichern - vor allem durch Innovationen. Parallel dazu sollten deutsche Maschinenbauer neue Wachstumspotenziale im mittleren Marktsegment vor allem in Emerging Markets wie China erschließen.

Weiter empfehlen die Wissenschaftler deutschen Unternehmen, sich auf ihre bestehenden

### Elektromechanik Kongress 2013

#### Programm & Anmeldung



Am 24. September 2013 findet der [Elektromechanik Kongress 2013](#) mit den Themenschwerpunkten 'Verbindungstechnik' und 'Systemintegration in Schaltschränke und Gehäuse' in Landshut statt.

[Melden Sie sich jetzt an!](#)

#### Aktuell informiert!

computer-automation.de

Regelmäßig aktuell informiert - mit dem Branchennewsletter der Automation.

Probieren!

[Newsletter vom 27.08.2013](#)

[Newsletter vom 22.08.2013](#)

[Newsletter vom 20.08.2013](#)

#### Mitmachen!

[Newsletter abonnieren](#)

#### Personalien der Branche

##### Im Überblick: Wer wechselte wohin?



Neuer Vorstand bestätigt - Produktmanager wechselt Unternehmen - Vertriebsleiter eingestellt:

[zu den Personalien der Branche](#)

Stärken und Wettbewerbsvorteile aus dem Premiumsegment - wie Technologie, Marke, Beratung, Service - zu besinnen und diese in das mittlere Marktsegment Chinas zu transferieren.

Davina Spohn

#### Weiterführende Links:

**VDMA: Maschinenbauprodukte - Deutschland bleibt Exportweltmeister**  
**Maschinenbau: VDMA senkt Produktionsprognose für 2013**

#### Film ab!



Technologien, Interviews, Messeimpressionen - die Automatisierungs-Banche in Ton und Bild.

[zu den Videos](#)

#### Bilderstrecken



Technologische Neuheiten, Branchenpartys und News: Fotografische Eindrücke aus der Automatisierungsbranche

[zu den Bilderstrecken](#)

#### Nachgehakt



#### Hinter den Kulissen der Automation

Im Interview: Die Experten der Automation.

[zu den Interviews ...](#)

#### Aktuelles Heft



#### Ausgabe 8/2013

#### Schaltschränke effizient geplant

Über Online-Tools lassen sich begleitende Arbeiten zur Schaltschrankplanung zeitsparend gestalten – und die Effizienz der Elektrokonstruktion erhöhen. Hilfreich dabei sind nicht zuletzt Produkt-Konfiguratoren und Apps.

[Zum aktuellen Heft](#)

IMPRESSUM | AGB | DATENSCHUTZ | PARTNER

© COPYRIGHT 2013 WEKA FACHMEDIEN GMBH  
 ALLE RECHTE VORBEHALTEN.