

Maschinenbau-Barometer

Rückblick auf das 2. Quartal 2014
Ausblick auf die nächsten
12 Monate



Agenda

- 1 Vorwort
- 2 Hintergrund und Untersuchungsansatz
- 3 Zentrale Ergebnisse
- 4 Die wichtigsten Kennzahlen zum Geschäftsausblick
- 5 Ergebnisse
- 6 Teilnehmerstatistik
- 7 Ansprechpartner

Vorwort

1

Vorwort

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

für die vorliegende zweite Ausgabe des PwC Maschinenbau-Barometers haben wir erneut ein Stimmungsbild der deutschen Maschinen- und Anlagenbaubranche eingeholt. Wie schätzen die befragten rund 100 Führungskräfte die deutsche und globale Wirtschaftslage ein? Welche potenziellen Wachstumshindernisse aber auch -chancen sehen sie? Die aufschlussreichen Ergebnisse haben wir für Sie in dieser Studie zusammengefasst.



Festzuhalten bleibt: Auch im 2. Quartal 2014 beurteilen die Befragten die Aussichten für das laufende Jahr positiv. Sie sind besonders für das eigene Unternehmen zuversichtlich gestimmt. Der deutsche Maschinen- und Anlagenbau bleibt weiterhin stark exportorientiert: 72 Prozent der befragten Unternehmen erwarten mindestens die Hälfte ihres Gesamtumsatzes aus dem Ausland.

"Digitaler Vertrieb", die Transformation also vom Außen- und Innendienst, technischen Vertrieb und Produktentwicklung in den digitalen Bereich, ist für Maschinen- und Anlagenbauer ein bedeutender Erfolgsfaktor. Wir haben die Studienteilnehmer nach der Relevanz des Themas für ihr Unternehmen befragt. Umsatz- und mitarbeiterstarke Unternehmen - so zeigen die Ergebnisse - messen den Instrumenten des digitalen Vertriebs eine hohe Bedeutung bei. Kleinere Unternehmen haben anscheinend das Potenzial, das das Thema bietet, noch nicht erkannt.

Mein Dank gilt allen Führungskräften, die an der Umfrage teilgenommen haben.
Ich wünsche Ihnen eine aufschlussreiche Lektüre und freue mich auf Ihre Fragen und Anregungen.

Essen, Juli 2014

Martin Theben

Partner und Leiter
Industrielle Produktion

Hintergrund und Untersuchungsansatz

2

Hintergrund



Hintergrund

Das Maschinenbau-Barometer ist die Auswertung einer Umfrage unter Führungskräften des deutschen Maschinen- und Anlagenbaus mit dem Ziel, eine Einschätzung der Befragten hinsichtlich der deutschen und globalen Wirtschaftslage zu erheben. Ferner sind die Bewertung und Entwicklung der Gesamtbranche und des eigenen Unternehmens von großem Interesse in Bezug auf entscheidende Einflussfaktoren wie Umsatz, Kosten, Investitionen und Personalentwicklung. Die Umfrage ist als Panelbefragung konzipiert. Sie wird quartalsweise erhoben und enthält neben einem festen Fragenkatalog auch immer ein Thema von aktueller Relevanz.

Die Ergebnisse der Befragung werden zukünftig in zwei Branchen-Indizes für die gegenwärtige Einschätzung sowie für die Prognose einfließen: Der erste Index misst die aktuellen Trends der Preise, Umsätze, Vollzeitbeschäftigung und Investitionen der Maschinenbauer, während der Index für die Prognose einen Hinweis auf die Erwartung der genannten Wirtschaftsfaktoren gibt. Somit wird sich mit der Zeit die Möglichkeit ergeben, die erwartete und tatsächliche Entwicklung der globalen Maschinenbaubranche genau zu analysieren.

Um das aktuelle Stimmungsbild der Branche abzurunden, wird in jeder Ausgabe des Barometers auch ein Thema aufgegriffen, das im deutschen Maschinenbau von besonderer Relevanz ist. Die Befragten werden somit in jedem Quartal zu einem neuen zeitgemäßen Thema Stellung nehmen können.

Alle bisher erschienen Ausgaben des Maschinenbau-Barometers stehen im Internet unter www.pwc.de/maschinenbau-barometer als Download zur Verfügung.

Untersuchungsansatz

Erhebungsmethode: Telefonische CATI-Interviews

Durchführung der Befragung: TNS Emnid, Bielefeld

Zielgruppe: Führungskräfte der Unternehmen in der Maschinenbaubranche

Erhebungszeitraum: 04.06.-26.06.2014

Stichprobengröße: N = 101

Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet.

Zentrale Ergebnisse

3

Zentrale Ergebnisse - 1/3

- Die befragten deutschen Maschinenbauer bleiben hinsichtlich der aktuellen Wirtschaftslage und der Entwicklung des Wirtschaftswachstums auch weiterhin verhalten optimistisch.
- Wie im Vorquartal wird auch gegenwärtig die deutsche Wirtschaft und ihre Entwicklung leicht optimistischer gesehen als die Entwicklung der Weltwirtschaft.
- Die zuversichtliche Grundstimmung spiegelt sich auch in der Wahrnehmung der eigenen Branche wider. Die positivsten Erwartungen verbinden die Befragten allerdings stark mit ihren eigenen Unternehmen. Hierbei sehen 90 Prozent der Befragten die Unternehmensentwicklung mindestens auf Branchenniveau.
- Im Schnitt erwarten die Unternehmen ein Umsatzwachstum von 3,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Im Vorquartal lag dieser Wert noch bei 4,6 Prozent.
- 72 Prozent der Befragten erwarten mindestens die Hälfte ihres Gesamtumsatzes aus dem Ausland. Das Ergebnis spricht für die Exportorientierung der deutschen Maschinenbaubranche.

Zentrale Ergebnisse - 2/3

- Insgesamt ergibt sich das folgende Stimmungsbild: nach wie vor werden die größten Hindernisse in den kommenden zwölf Monate in der Konkurrenzsituation mit ausländischen Mitbewerbern und der eigenen Kostenstruktur gesehen. Zentrale Maßnahmen zur Stärkung der eigenen Wettbewerbsposition sind Ausgabenerhöhungen in den Bereichen „F&E“, „Produkteinführungen“, „IT“ sowie „Expansion auf ausländische Märkte“. Im Vergleich zum Vorquartal sind die geplanten Ausgabenerhöhungen leicht rückläufig.
- 50 Prozent der größeren Unternehmen (ab € 1 Milliarde Umsatz) und erfolgreiche Unternehmen (gemessen an Wachstumserwartungen und Unternehmensentwicklung) haben die Bedeutung des Themas „Digitaler Vertrieb“ erkannt. Kleinere Unternehmen haben anscheinend Chancen und Risiken des Themas noch nicht richtig analysiert.
- Ersatzteil-Online-Shop (68 Prozent), Online-CRM-System (59 Prozent) und Produktkonfiguratoren (55 Prozent) sind die am häufigsten genannten „Digitalen Vertriebs-Instrumente“. Mit offenen Plattformen und Online-Händler-Vertrieb tun sich deutsche Maschinen- und Anlagenbauer noch schwer.

Zentrale Ergebnisse - 3/3

- Größere Unternehmen (ab 1.000 Mitarbeiter) messen den Instrumenten des „Digitalen Vertriebs“ bereits heute eine höhere Bedeutung als kleinere Unternehmen bei. Vor allem kundennahe Themen wie „Mobile Commerce“ und „Kunden-Produktkonfigurator“ werden als besonders wichtig angesehen.

Die wichtigsten Kennzahlen zum Geschäftsausblick

4

Die wichtigsten Kennzahlen zum Geschäftsausblick - 1/2

Geschäftsausblick der Maschinenbauer auf die nächsten zwölf Monate	2014		Veränderung	Seite
	1Q 14	2Q 14	1Q 14 – 2Q 14	
Optimistisch hinsichtlich deutscher Wirtschaftslage	66%	69%	=	16
Optimistisch hinsichtlich globaler Wirtschaftslage	55%	54%	=	18
Erwartung eines positiven Umsatzwachstums	80%	87%	↑	29-30
Durchschnittlich erwartete Wachstumsrate	4,6%	4,5%	=	29-30
Planung größerer Investitionen	51%	50%	=	33
Anteil des Investitionsvolumens am Gesamtumsatz	6,3%	7,0%	↑	33
Erhöhung der Anzahl von Vollzeitbeschäftigten	33%	29%	↓	32
Durchschnittliche Erhöhung der Personalzahl	0,1%	0,1%	=	32
Erwartete Hindernisse für das Unternehmenswachstum:				
• Konkurrenz aus ausländischen Märkten	68%	71%	=	35
• Mangel an Fachkräften	58%	60%	=	35
• steigende Personalkosten	61%	54%	↓	35
• Wechselkursschwankungen	38%	48%	↑	35
• Mitarbeitermangel in Produktion und Service	40%	45%	↑	35

Die wichtigsten Kennzahlen zum Geschäftsausblick – 2/2

Geschäftsausblick der Maschinenbauer auf die nächsten zwölf Monate	2014		Veränderung 1Q '14 – 2Q '14	Seite
	1Q 2014	2Q 2014		
• sinkende Rentabilität	41%	43%	=	35
• Rohstoff- und Energiekosten	43%	42%	=	35
• gesetzliche Vorschriften	30%	33%	=	35
• schwache Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen	39%	32%	↓	35
• Finanzierungseinschränkungen	24%	22%	=	35
• Steuerpolitik	27%	21%	↓	35
• politische Entwicklung im Ausland	21%	12%	↓	35
• höhere Zinsen	16%	11%	↓	35

Eine Abweichung von bis zu drei Prozentpunkten gegenüber dem Vorquartal wird als unverändertes Stimmungsbild gewertet.

Ergebnisse

5

Ergebnisse

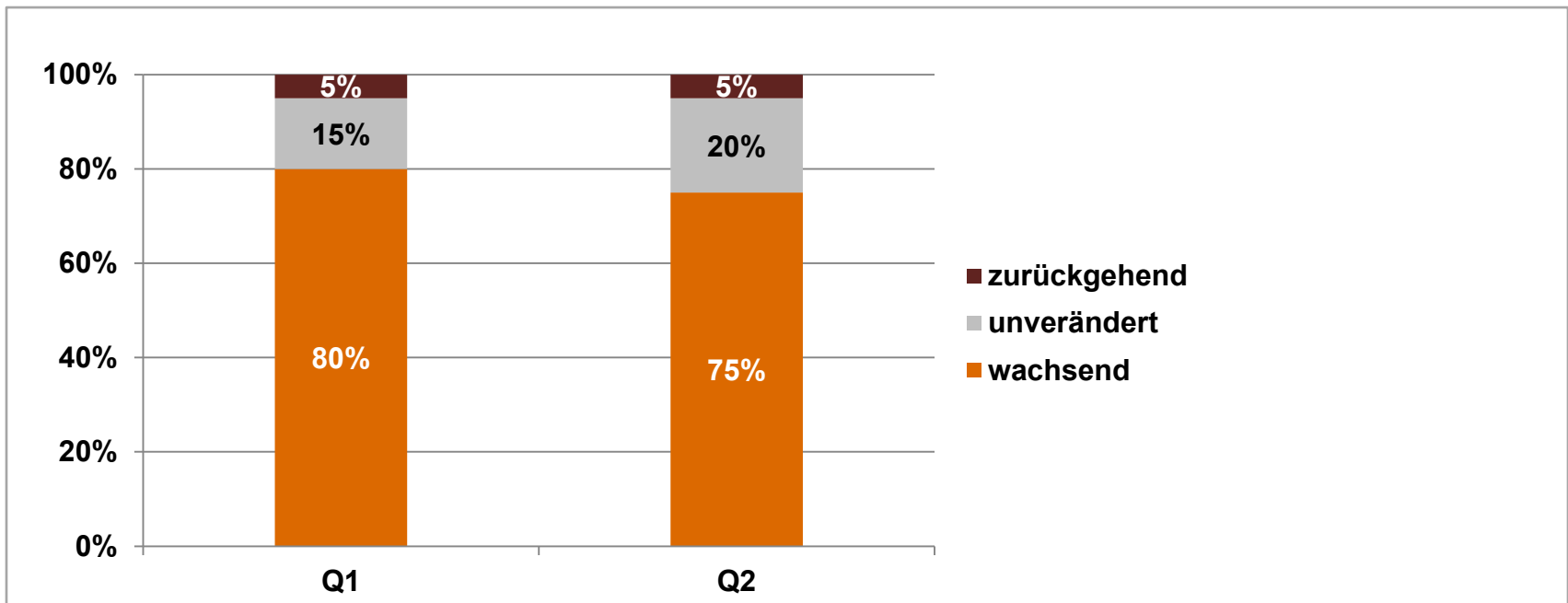
Aktuelle Wirtschaftslage



Ergebnisse – Einschätzung der aktuellen Wirtschaftslage in Deutschland, 2. Quartal 2014

75 Prozent der Maschinenbauer gehen bezüglich der aktuellen Wirtschaftslage in Deutschland von einem mäßigen bis starken Wachstum aus. Damit sind es fünf Prozent weniger als im Vorquartal.

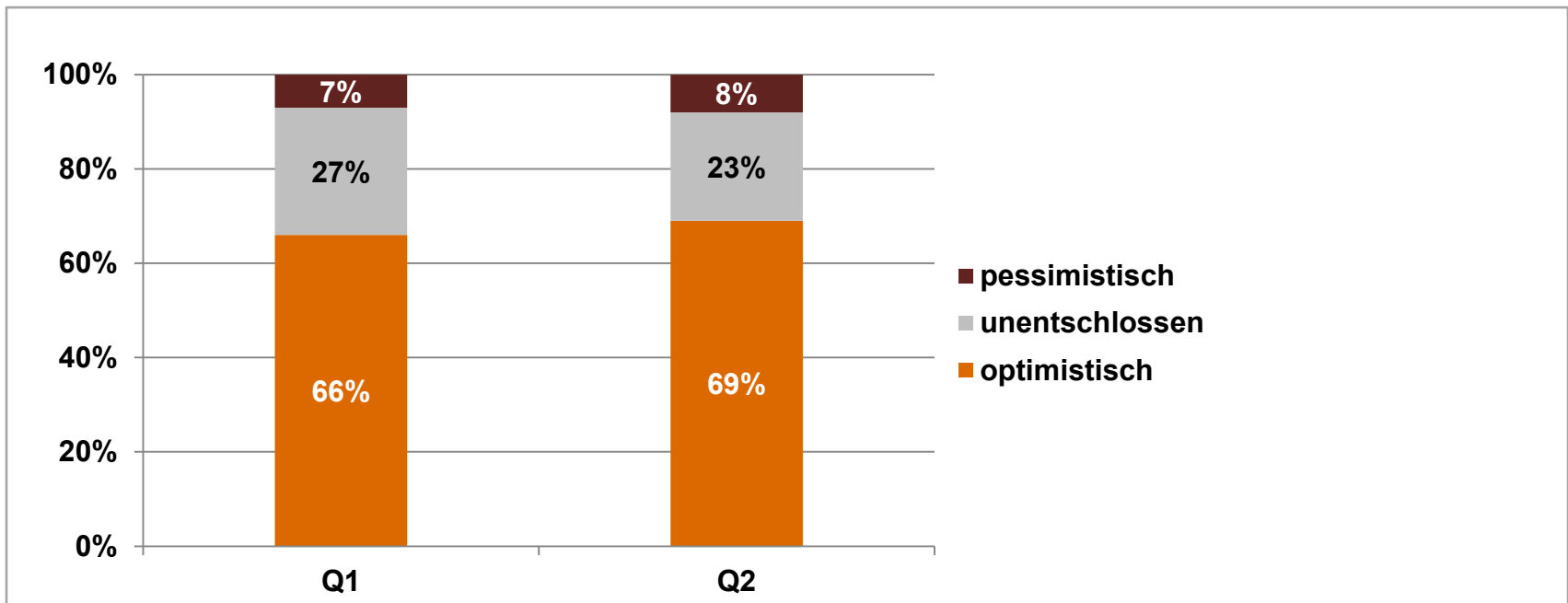
Nach wie vor erwarten lediglich fünf Prozent einen Rückgang.



F1: Wie schätzen Sie die aktuelle Wirtschaftslage in Deutschland ein?

Ergebnisse – Einschätzung der deutschen Wirtschaftslage, nächsten zwölf Monate

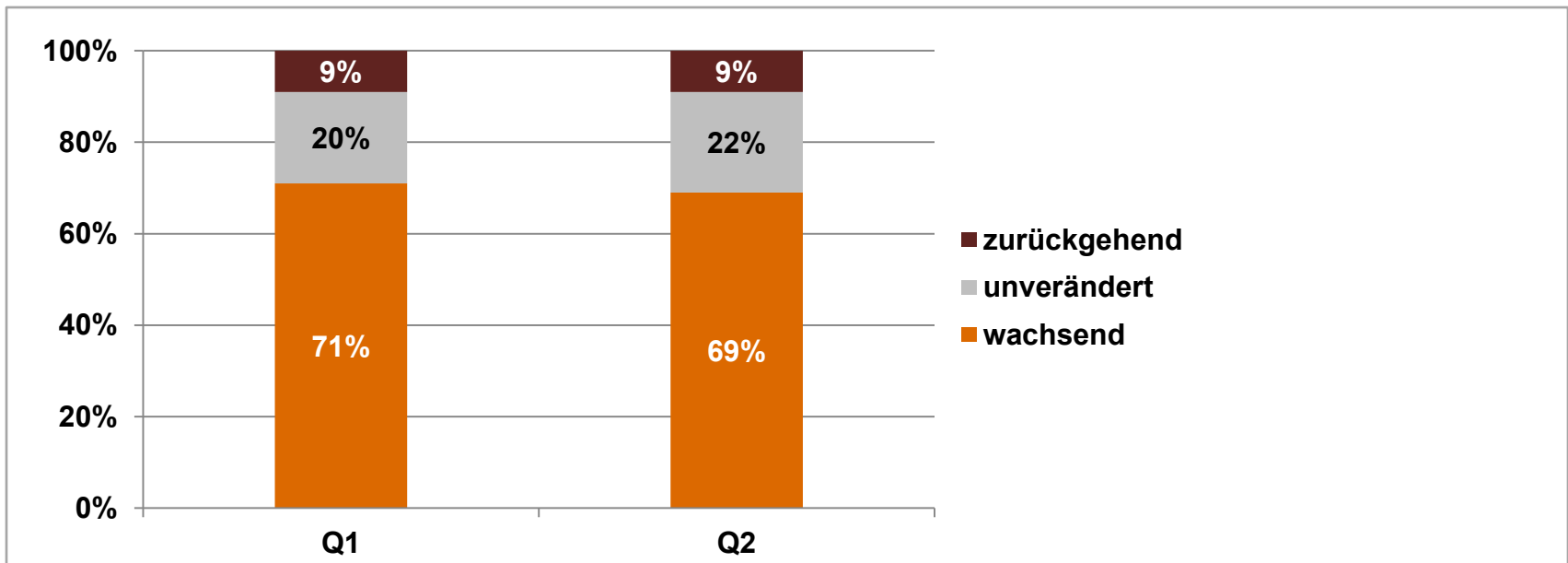
69 Prozent der Befragten sehen der Entwicklung der deutschen Wirtschaft in den kommenden zwölf Monaten optimistisch entgegen. Während im letzten Quartal 27 Prozent in dieser Frage unentschlossen waren, sind es jetzt noch 23 Prozent. Lediglich acht Prozent sind pessimistisch gestimmt.



F2: Mit Blick auf die nächsten zwölf Monate, wie bewerten Sie die Entwicklung der deutschen Wirtschaft?

Ergebnisse – Einschätzung der aktuellen globalen Wirtschaftslage, 2. Quartal 2014

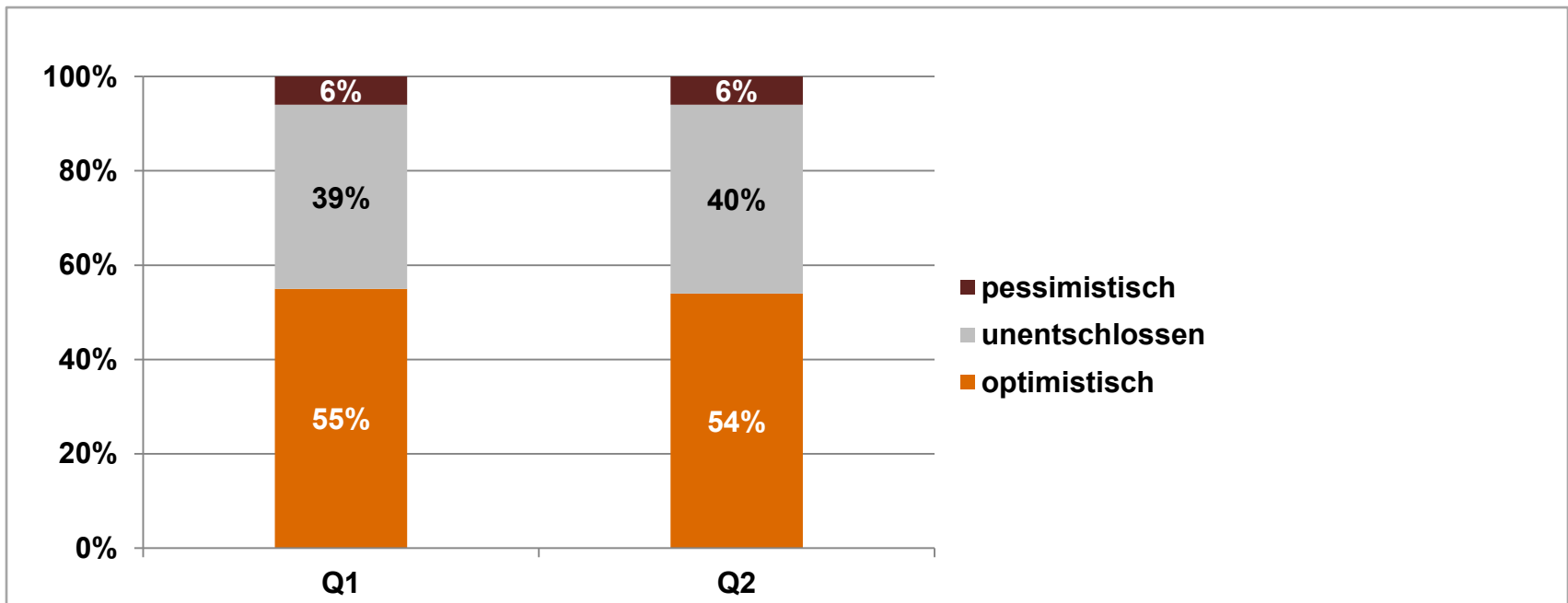
Bei der Einschätzung der aktuellen globalen Wirtschaftslage ergibt sich ein ähnliches Bild wie im Vorquartal: Die überwiegende Mehrheit der Befragten (69 Prozent) rechnet mit einem Wachstum. Allerdings bewerten lediglich drei Prozent dieses Wachstum als stark, während 66 Prozent das Wachstum als mäßig einstufen. Weiterhin nehmen neun Prozent einen mäßigen Rückgang wahr.



F3: Und wie schätzen Sie die aktuelle globale Wirtschaftslage ein?

Ergebnisse – Einschätzung der globalen Wirtschaftslage, nächsten zwölf Monate

Knapp mehr als die Hälfte sieht der Entwicklung der Weltwirtschaft zumindest leicht optimistisch entgegen, sechs Prozent sind hingegen pessimistisch gestimmt. 40 Prozent der Befragten sind in dieser Frage unentschlossen. Das entspricht weitestgehend dem Stimmungsbild des Vorquartals.



F4: Und wie schätzen Sie die Entwicklung der Weltwirtschaft, bezogen auf die nächsten zwölf Monate, ein?

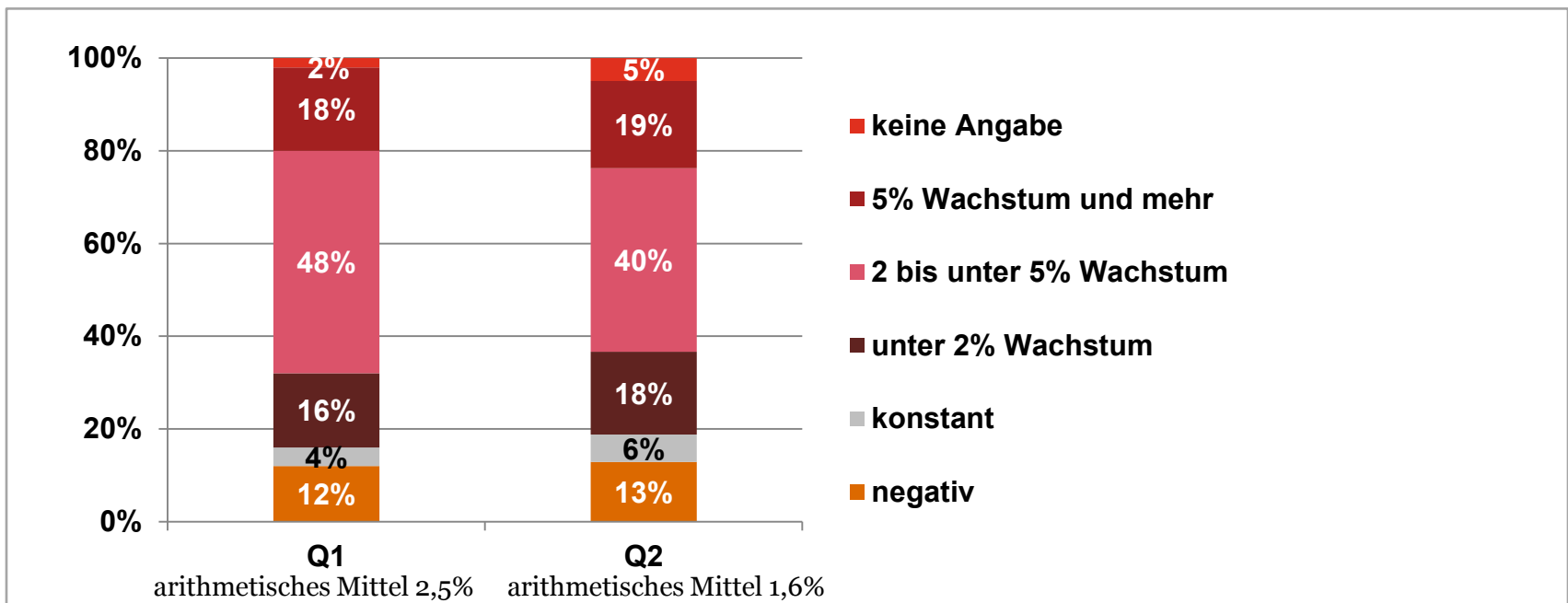
Ergebnisse

Unternehmensentwicklung



Ergebnisse – Umsatzentwicklung der Gesamtbranche 2014

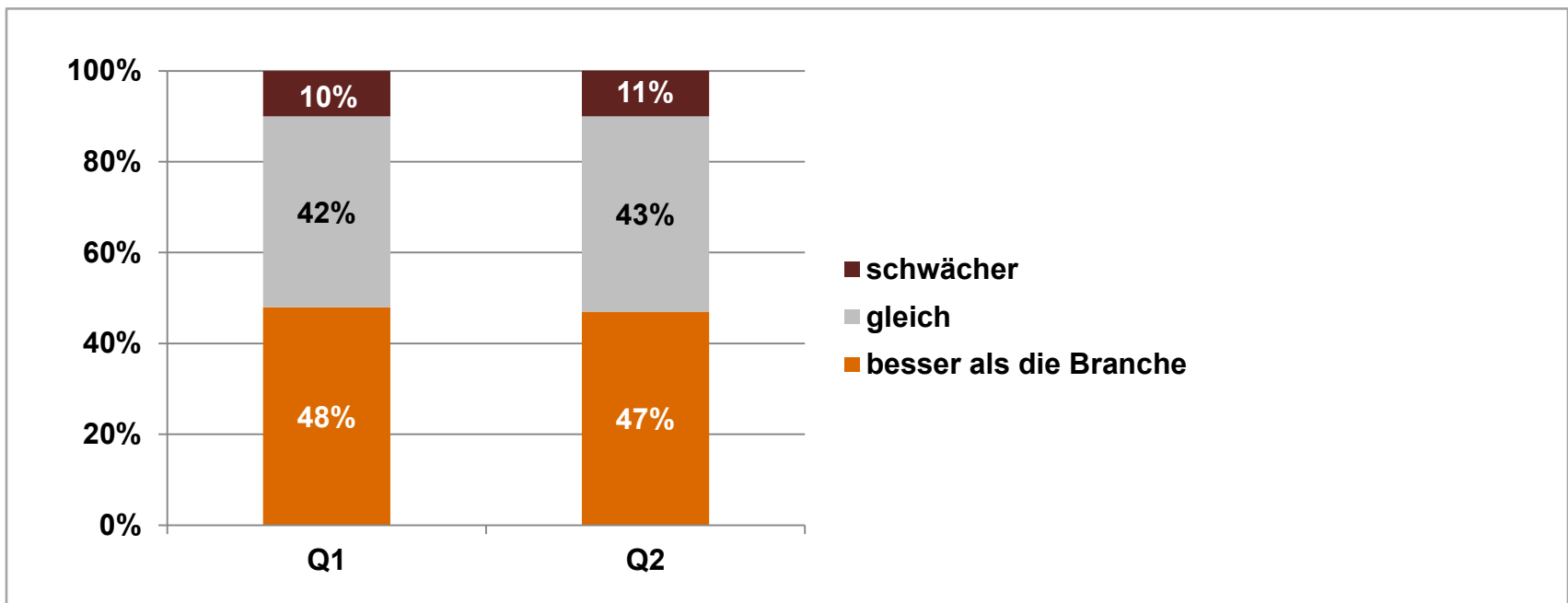
77 Prozent der Befragten erwarten auch für den Maschinenbausektor eine positive Umsatzentwicklung für 2014 im Vergleich zum Vorjahr. Im Schnitt gehen die Befragten von 0,9 Prozent weniger Wachstum als im Vorquartal aus.



F5: Nun zu Ihrer Branche. Wie schätzen Sie die Umsatzentwicklung Ihrer Gesamtbranche für 2014 im Vergleich zum Vorjahr ein?

Ergebnisse – Unternehmensentwicklung 2014 im Vergleich zur Gesamtbranche

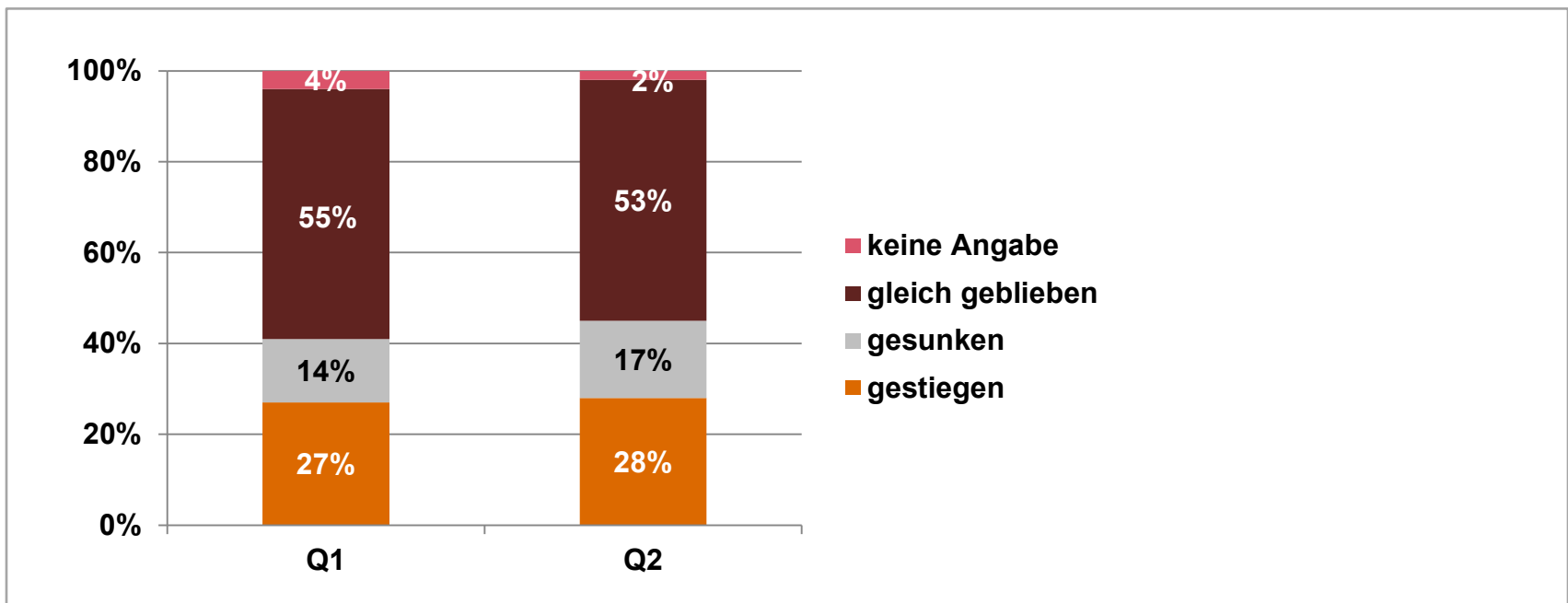
Insgesamt sind die Befragten bezüglich der eigenen Unternehmensentwicklung positiv gestimmt: ganze 90 Prozent gehen 2014 von einer Entwicklung aus, die sich zumindest auf Branchenniveau bewegt. Dieses Ergebnis ist deckungsgleich mit dem aus dem Vorquartal.



F6: Wie schätzen Sie Ihre eigene Unternehmensentwicklung für 2014, im Vergleich zur Gesamtbranche ein?

Ergebnisse – Gewinnmarge der letzten drei Monate

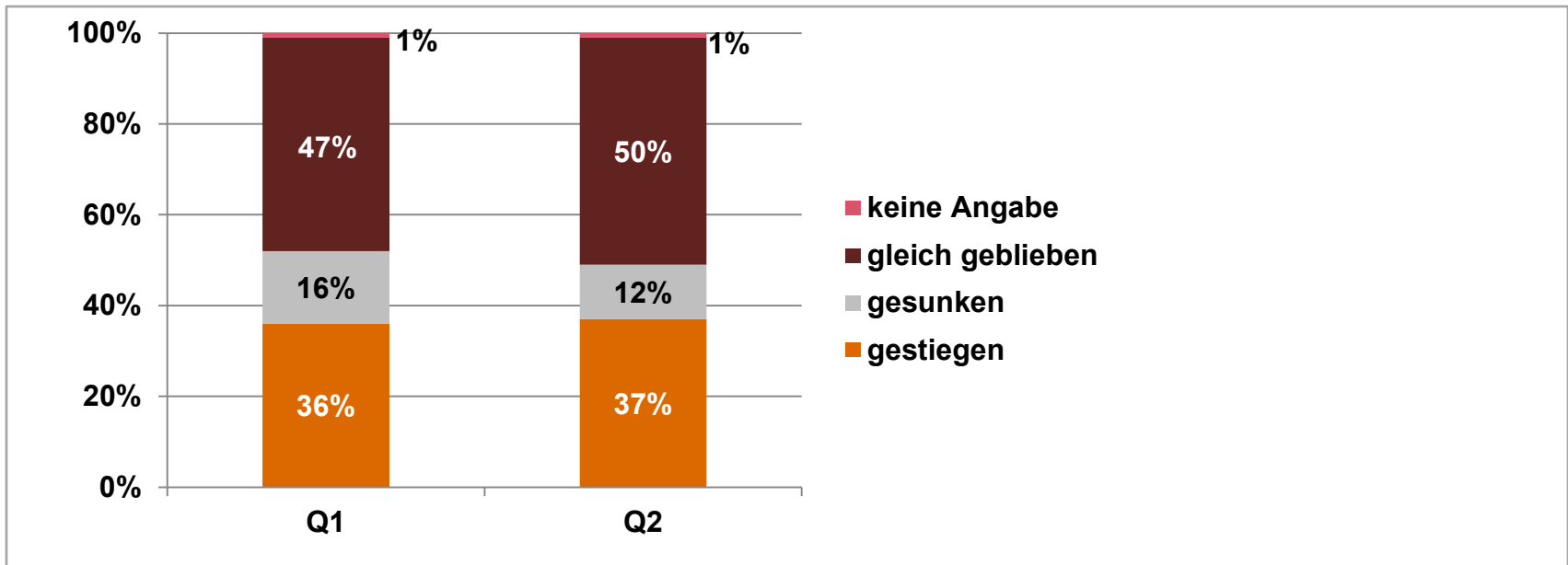
In den letzten drei Monaten ist die Gewinnmarge bei mehr als der Hälfte der Unternehmen gleich geblieben und bei 17 Prozent gesunken. 28 Prozent der Befragten geben an, dass ihre Gewinnmarge im fraglichen Zeitraum gestiegen sei.



F7: Nun zur jüngsten Geschäftsentwicklung in den letzten drei Monaten. Ist Ihre Gewinnmarge in den vergangenen drei Monaten... ?

Ergebnisse – Kosten in den letzten drei Monaten

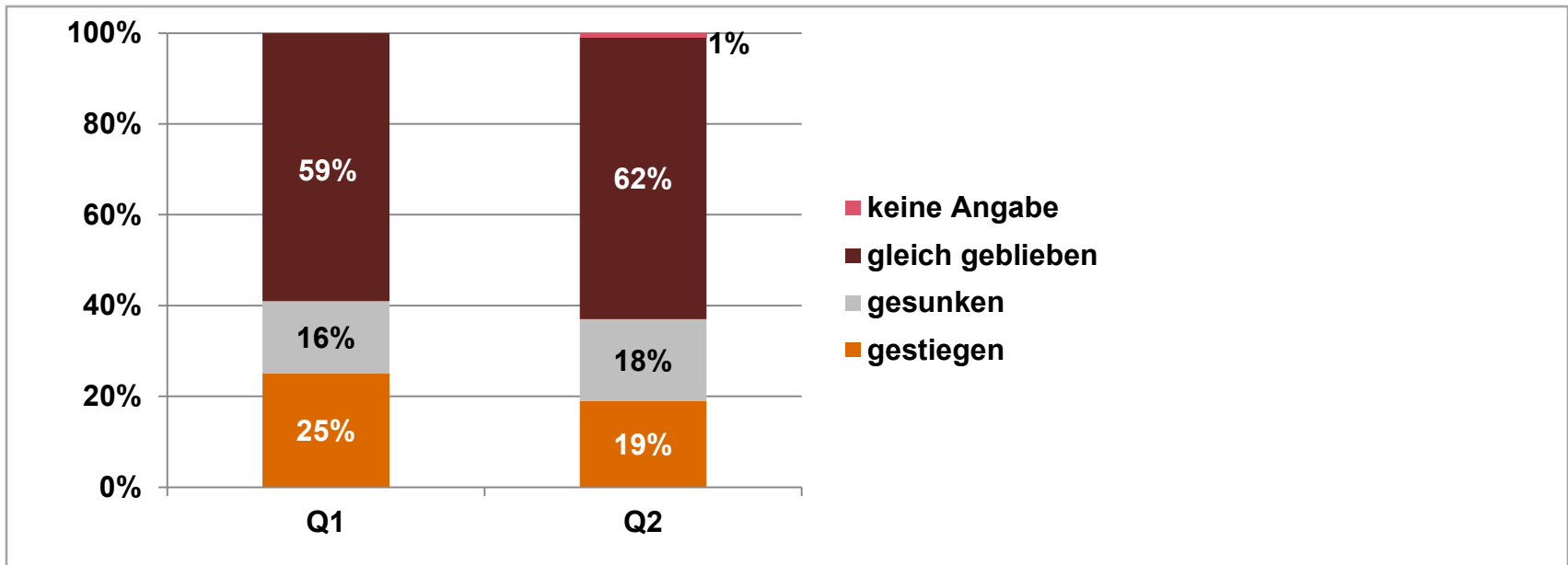
Für die Hälfte der Maschinenbauer sind die Kosten im vergangenen Quartal gleich geblieben, während mehr als ein Drittel mit höheren Kosten konfrontiert war. Mit zwölf Prozent geben im Vergleich zum Vorquartal weniger der Befragten einen Kostenrückgang an (minus vier Prozentpunkte). Insbesondere umsatzstärkere Unternehmen geben überdurchschnittlich häufig an, dass ihre Kosten gesunken seien.



F8: Sind Ihre Kosten in den letzten drei Monaten... ?

Ergebnisse – Änderungen der Verkaufspreise

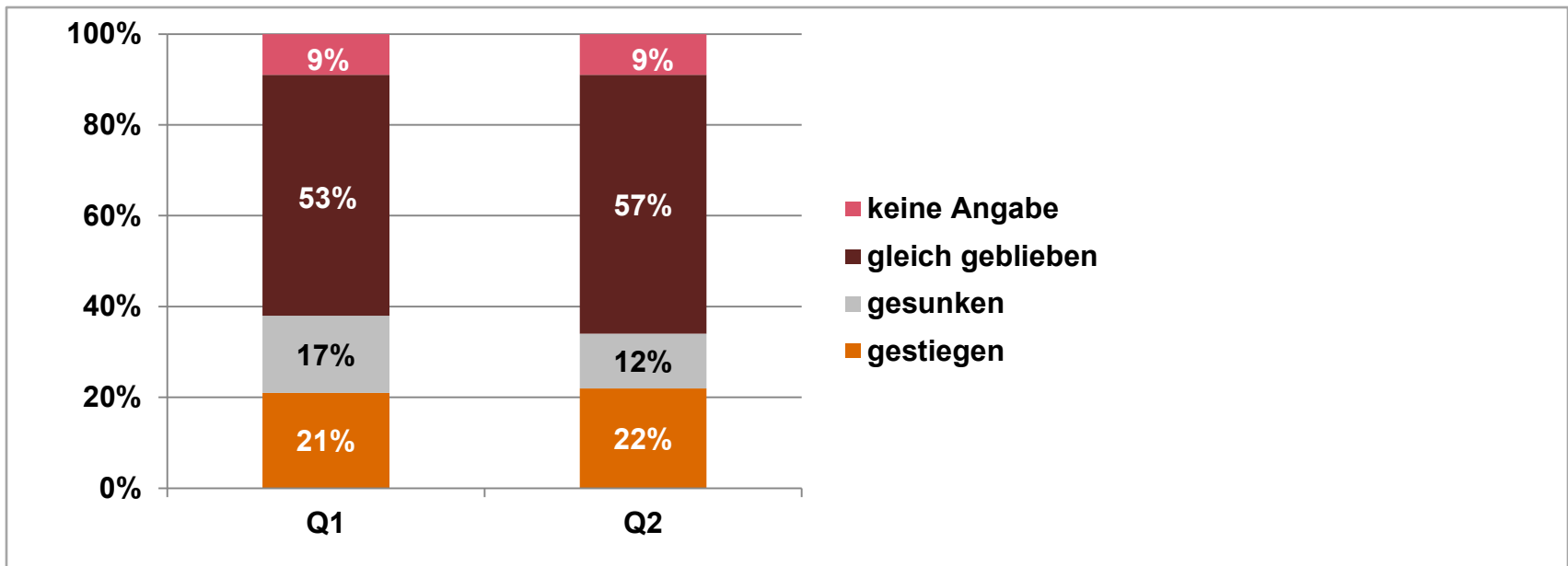
19 Prozent der Befragten haben im ersten Quartal die Verkaufspreise für ihre Produkte oder Dienstleistungen angehoben. Das sind sechs Prozentpunkte weniger als im Vorquartal. Demgegenüber boten 18 Prozent ihre Leistungen zu einem günstigeren Verkaufspreis an, zwei Prozent weniger als im Vorquartal.



F9: Und sind Ihre Verkaufspreise für Ihre Produkte oder Dienstleistungen in den letzten drei Monaten... ?

Ergebnisse – Investitionsentwicklung der vergangenen drei Monate

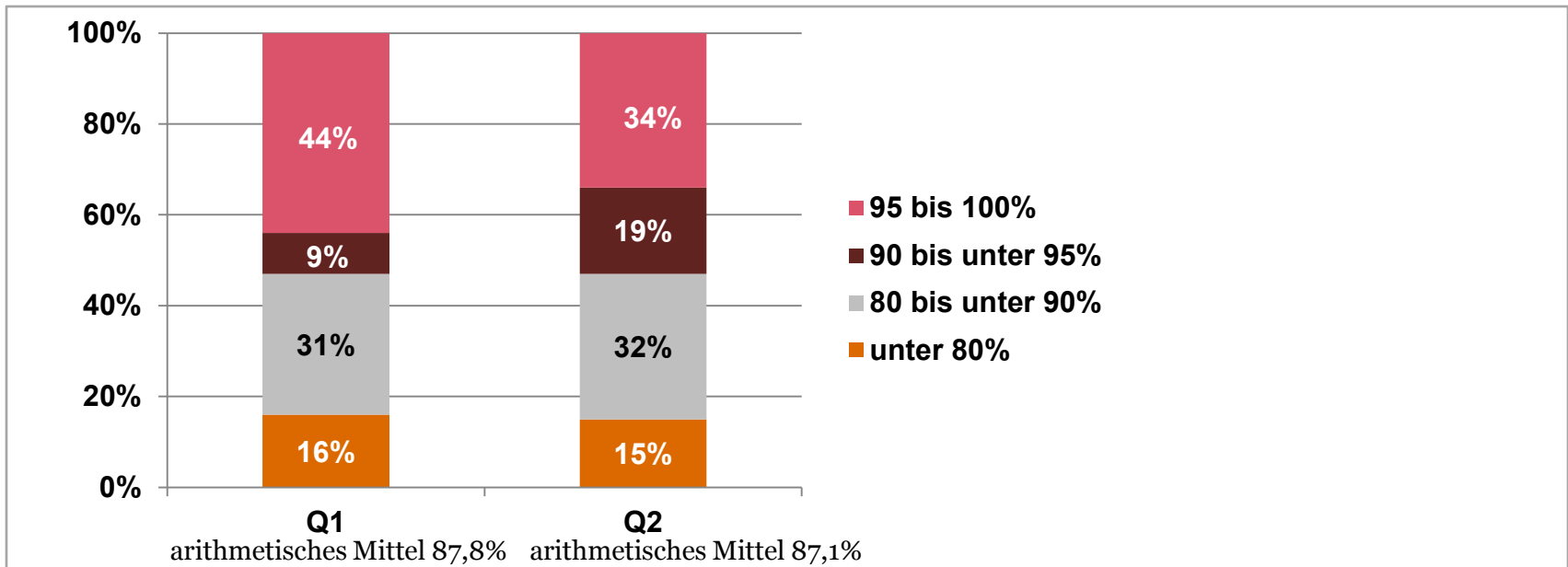
Bei mehr als der Hälfte der Befragten blieb die Investitionsentwicklung gemessen am Umsatz konstant. Gegenüber dem Vorquartal haben weniger der befragten Maschinenbauer ihre Investitionen in den letzten drei Monaten gesenkt (minus fünf Prozentpunkte). 22 Prozent geben einen Anstieg an.



F10: Wie würden Sie für die vergangenen drei Monate die Investitionsentwicklung Ihres Unternehmens in Prozent vom Umsatz beschreiben? Sind Ihre Investitionen... ?

Ergebnisse – Aktuelle allgemeine Auslastung

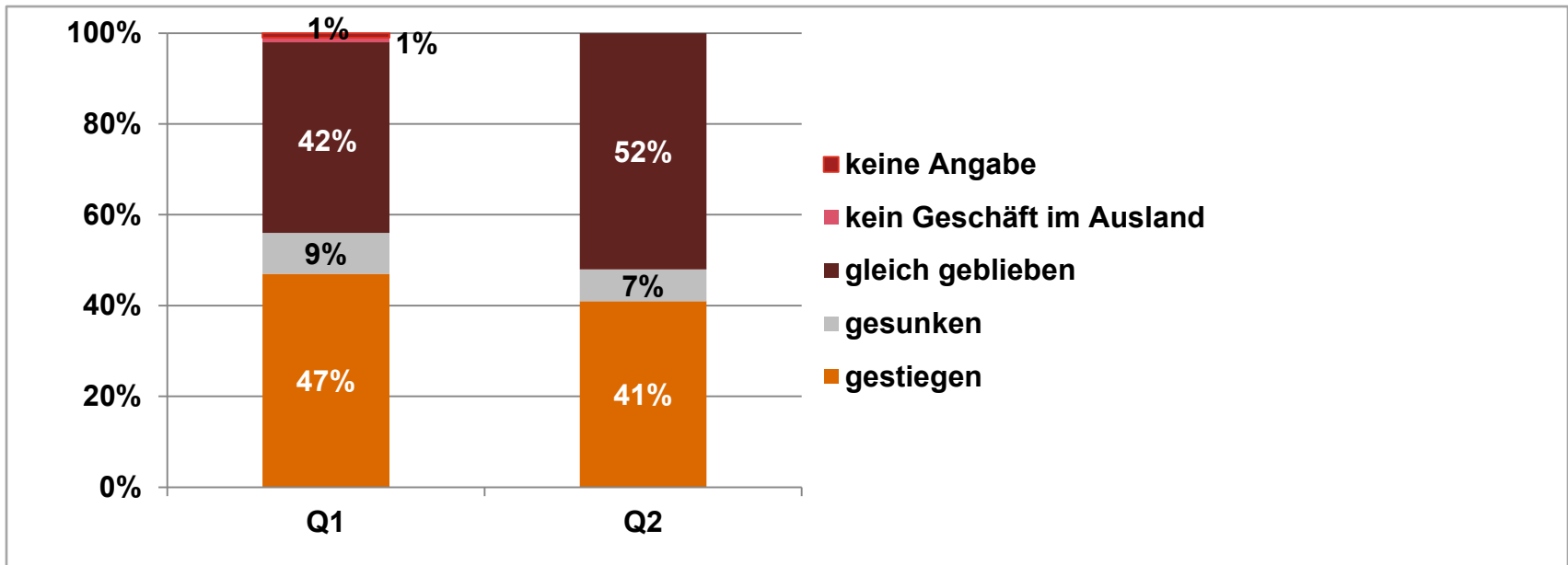
Bezogen auf die allgemeine Kapazität des Unternehmens liegt die aktuelle Auslastung kaum verändert bei durchschnittlich 87,1 Prozent. Bei 34 Prozent sind die Kapazitäten fast ausgeschöpft. Das sind zehn Prozentpunkte weniger als im Vorquartal.



F11: Würden Sie die aktuelle Auslastung am ehesten sehen als... ?

Ergebnisse – Auslandsgeschäft in den letzten drei Monaten

41 Prozent der befragten Unternehmen geben an, dass ihr Auslandsgeschäft in den vergangenen drei Monaten gestiegen ist. Bei 52 Prozent ist das Geschäft im Ausland gleich geblieben, bei lediglich sieben Prozent gesunken. Die umsatzstärksten Unternehmen (ab € 500 Millionen Umsatz) konnten ihren Auslandsgeschäft in den vergangenen drei Monaten überdurchschnittlich häufig steigern.



F12: Ist Ihr Geschäft im Ausland in den vergangenen drei Monaten... ?

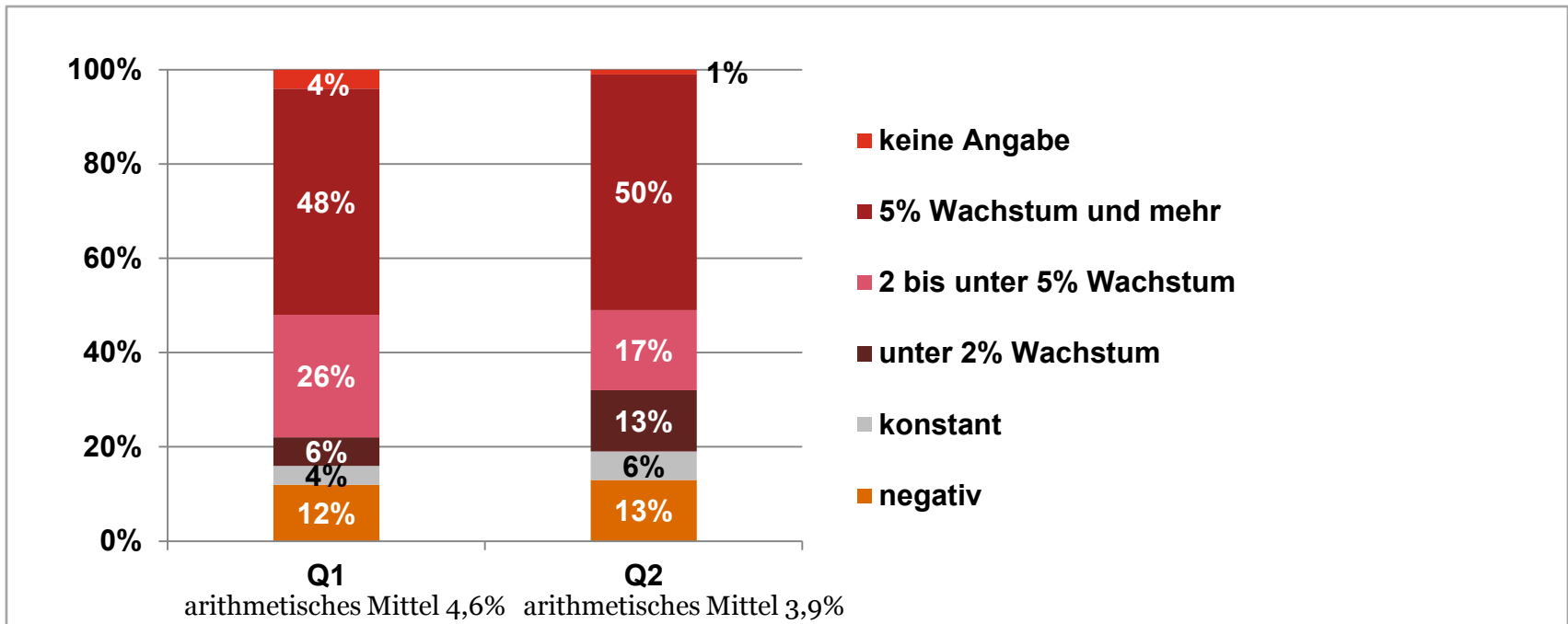
Ergebnisse

Geschäftsausblick auf die nächsten zwölf Monate



Ergebnisse – Umsatzwachstum 2014

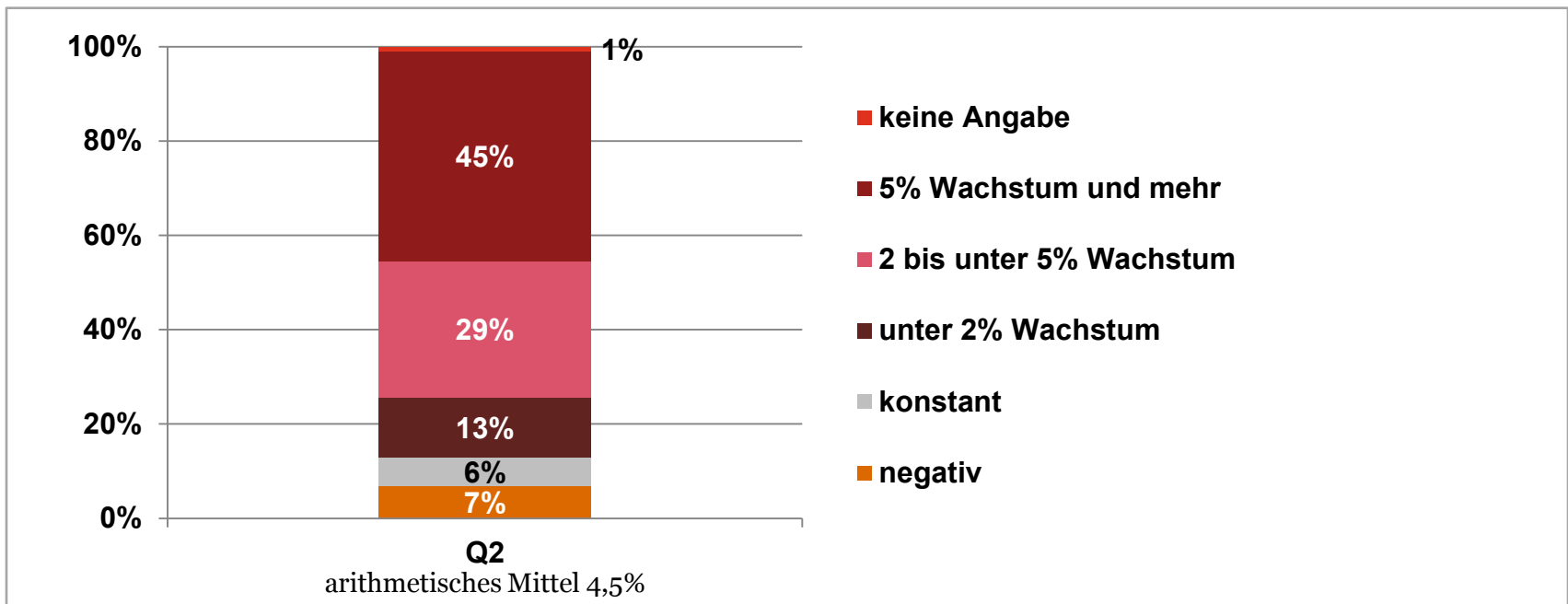
80 Prozent der befragten Maschinenbauer rechnen für ihr Unternehmen im Jahr 2014 mit einem Wachstum gegenüber dem Vorjahr. Im Schnitt beläuft sich das geschätzte Umsatzplus auf 3,9 Prozent. Im Vorquartal lag der Durchschnitt noch bei 4,6 Prozent.



F13: Mit welchem Umsatzwachstum rechnen Sie für Ihr Unternehmen 2014 verglichen mit 2013?

Ergebnisse – Umsatzwachstum, nächsten zwölf Monate

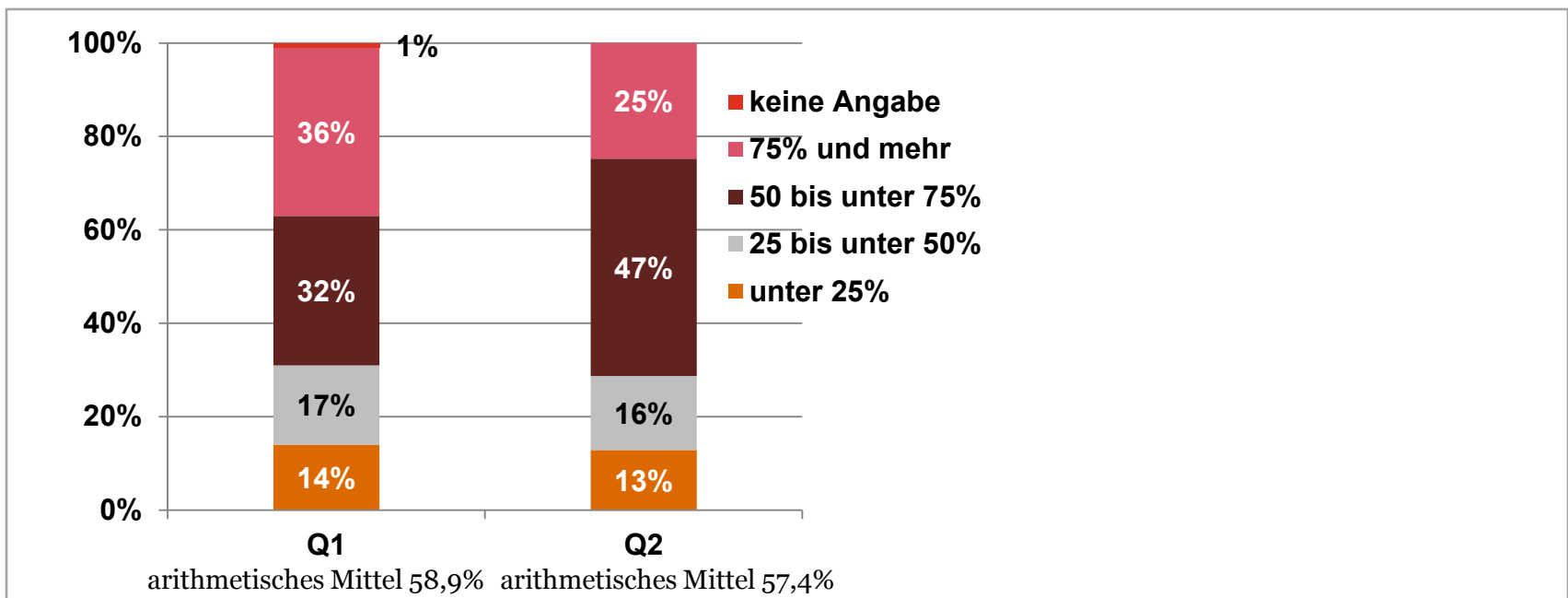
87 Prozent der befragten Maschinenbauer rechnen für ihr Unternehmen in den kommenden zwölf Monaten mit einem Wachstum. Im Schnitt beläuft sich das geschätzte Umsatzplus auf 4,5 Prozent.



F13a: Und mit welcher Umsatzentwicklung rechnen Sie für die nächsten zwölf Monate für Ihr Unternehmen?
(Anmerkung: Frage wurde erstmals ab 2. Quartal 2014 gestellt.)

Ergebnisse – Gesamtumsatz aus dem Ausland, nächsten zwölf Monate

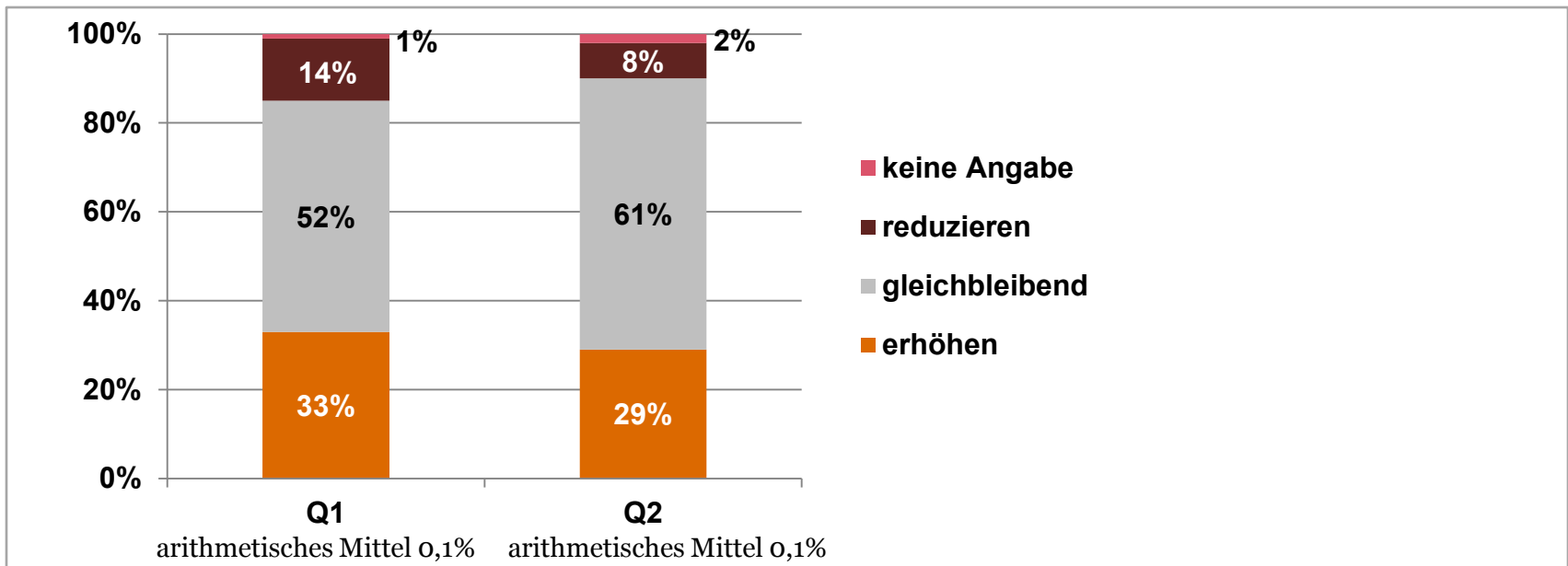
Die befragten Unternehmen erwarten, dass ihr Auslandsgeschäft in den kommenden zwölf Monaten im Schnitt einen Anteil von 57,4 Prozent am Gesamtumsatz ausmachen wird. 72 Prozent der Befragten erwarten mindestens die Hälfte ihres Gesamtumsatzes aus dem Ausland. Im Vorquartal lag dieser Wert bei 68 Prozent. Mit zunehmender Umsatzgröße der Unternehmen steigt auch der durchschnittliche prozentuale Anteil des Auslandsgeschäfts am Gesamtumsatz.



F14: Wie viel Prozent Ihres Gesamtumsatzes erwarten Sie in den kommenden zwölf Monaten aus dem Ausland?

Ergebnisse – Geplante Anzahl Vollzeitbeschäftigter, nächsten zwölf Monate

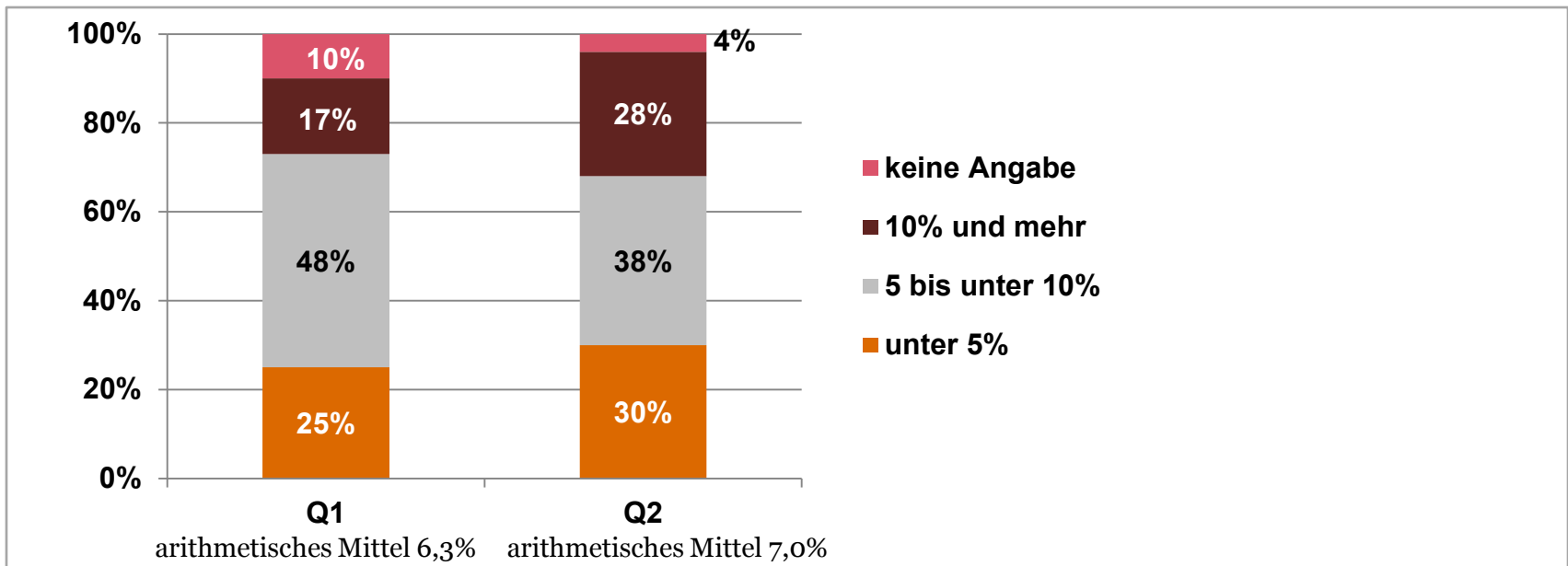
61 Prozent der Unternehmen planen keine Veränderung bezüglich des Auf- oder Abbaus ihres Personals (Vollzeitbeschäftigte) in den nächsten zwölf Monaten. Mit acht Prozent liegt der Anteil der Unternehmen, die ihren Personalbestand reduzieren wollen, deutlich unter dem Wert aus dem ersten Quartal. Im Schnitt soll die Personalzahl wie im Vorquartal marginal um durchschnittlich 0,1 Prozent angehoben werden.



F15: Planen Sie in den nächsten zwölf Monaten die Anzahl der FTEs (rechnerische Vollzeitbeschäftigte) in Ihrem Unternehmen... ?

Ergebnisse – Größere Investitionsplanungen, nächsten zwölf Monate

Die Hälfte der befragten Maschinenbauer plant in den nächsten zwölf Monaten größere Investitionen. Das durchschnittliche Investitionsvolumen beläuft sich auf sieben Prozent des Gesamtumsatzes. Das ist eine Steigerung gegenüber dem Vorquartal um 0,7 Prozentpunkte. Der Anteil derer, die mindestens zehn Prozent ihres Gesamtumsatzes investieren wollen, ist um elf Prozentpunkte gestiegen.



F17: Von den Unternehmen, die größere Investitionen planen: Welchen Anteil des Gesamtumsatzes planen Sie zu investieren?

Ergebnisse – Ausgabenerhöhungen nach Bereichen, nächsten zwölf Monate

Bereich	Ja-Antworten (Q1)
Forschung und Entwicklung	53% (69%)
Produkteinführung	51% (61%)
Informationstechnologie	51% (48%)
Expansion ins Ausland	50% (47%)
Anlagenerweiterung	43% (41%)
Marketing und Vertrieb	38% (45%)
Werbung	32% (34%)
Übernahme von Unternehmen	12% (22%)
Internethandel	7% (10%)
andere Bereiche	11% (11%)

Nach wie vor stehen die Bereiche „Forschung und Entwicklung“ (53 Prozent), „Produkteinführung“ (51 Prozent) und „IT“ (51 Prozent) im Fokus der Ausgabenerhöhungen der kommenden zwölf Monate. Die durchschnittliche prozentuale Ausgabenerhöhung liegt bei „Forschung und Entwicklung“ bei 11,3 Prozent und bei „IT“ bei 11,9 Prozent. Diese Werte lagen im Vorquartal bei 10,2 respektive 11,5 Prozent.

F19: Planen Sie in den nächsten zwölf Monaten, Ihre Ausgaben in den folgenden Bereichen zu erhöhen?

Ergebnisse – Hindernisse fürs Unternehmenswachstum, nächsten zwölf Monate

Hindernis	Ja-Antworten (Q1)
Konkurrenz aus ausländischen Märkten	71% (68%)
Mangel an Fachkräften	60% (58%)
steigende Personalkosten	54% (61%)
Wechselkursschwankungen	48% (38%)
Mangel an Mitarbeitern in Produktion und Service	45% (40%)
sinkende Rentabilität	43% (41%)
Rohstoff- und Energiekosten	42% (43%)
gesetzliche Vorschriften	33% (30%)
schwache Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen	32% (39%)
Finanzierungseinschränkungen	22% (24%)
Steuerpolitik	21% (27%)
Politische Entwicklungen im Ausland	12% (21%)
höhere Zinsen	11% (16%)

Die Konkurrenz aus ausländischen Märkten, der Mangel an Fachkräften und die steigenden Personalkosten stellen für die befragten Maschinenbauer auch im 2. Quartal die größten Hindernisse für das Unternehmenswachstum in den nächsten zwölf Monaten dar.

F20: Sehen Sie in den folgenden Punkten Hindernisse für ihr Unternehmenswachstum in den nächsten zwölf Monaten?

Ergebnisse

Geplante Aktivitäten, nächsten zwölf Monate

Aktivitäten	Ja-Antworten (Q1)
Expansion auf neue ausländische Märkte	58% (59%)
Neue Produktions- und Vertriebsanlagen im Ausland	37% (36%)
Aufnahme einer strategischen Allianz	24% (28%)
Start eines Joint Ventures mit einem anderen Unternehmen	21% (22%)
Kauf eines anderen Unternehmens	18% (25%)
Reduzierung der Aktivitäten auf bestimmte ausländische Märkte	10% (6%)
Ausgliederung von Unternehmensbereichen	10% (2%)
Reduzierung, Schließung oder Verkauf von bestimmten Produktions- und Vertriebsanlagen im Ausland	3% (3%)
Verkauf von Unternehmensbereichen an andere Unternehmen	1% (5%)

Die Expansion auf neue ausländische Märkte, neue Produktions- und Vertriebsanlagen im Ausland und die Aufnahme einer strategischen Allianz sind nach wie vor die am häufigsten geplanten Aktivitäten der befragten Unternehmen in den nächsten zwölf Monaten. Einen deutlichen Zuwachs gab es bei dem Anteil der Unternehmen, die eine Ausgliederung von Unternehmensbereichen planen.

F21: Planen Sie die folgenden Aktivitäten in den nächsten zwölf Monaten?

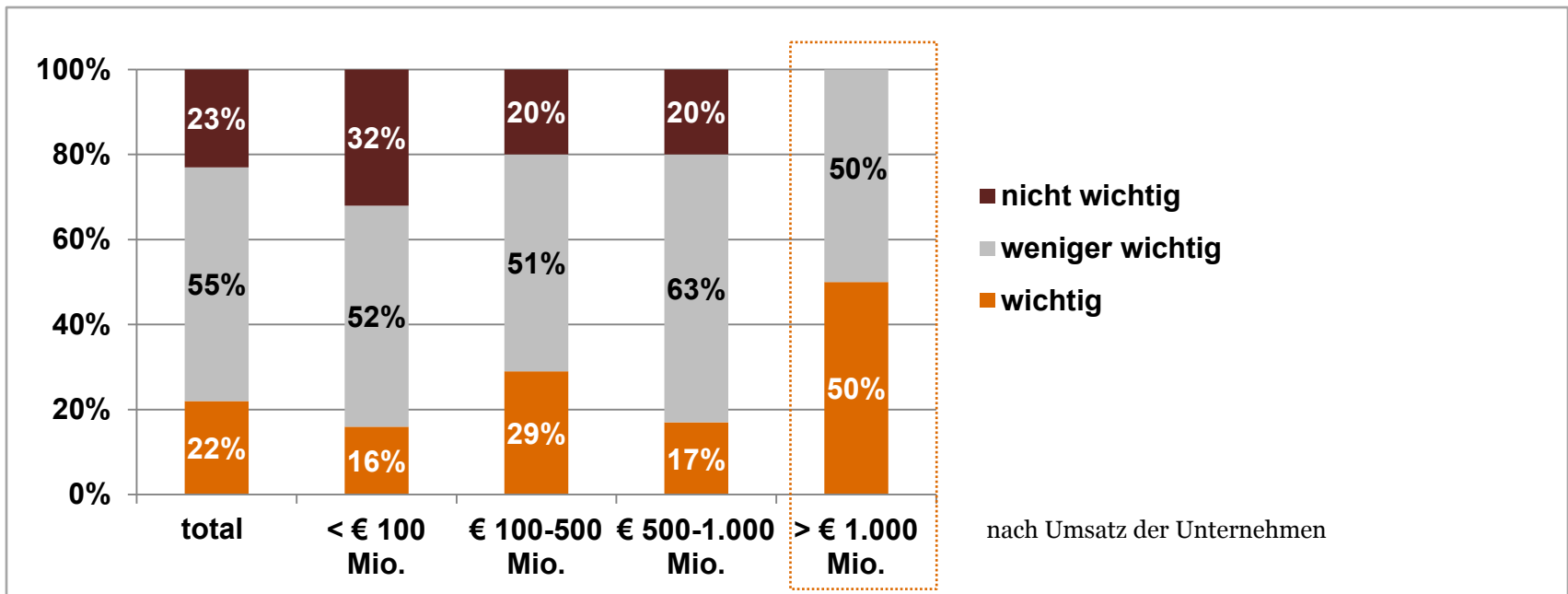
Ergebnisse

Aktuelles Thema: „Digitaler Vertrieb“



Ergebnisse – Relevanz des Themas „Digitaler Vertrieb“

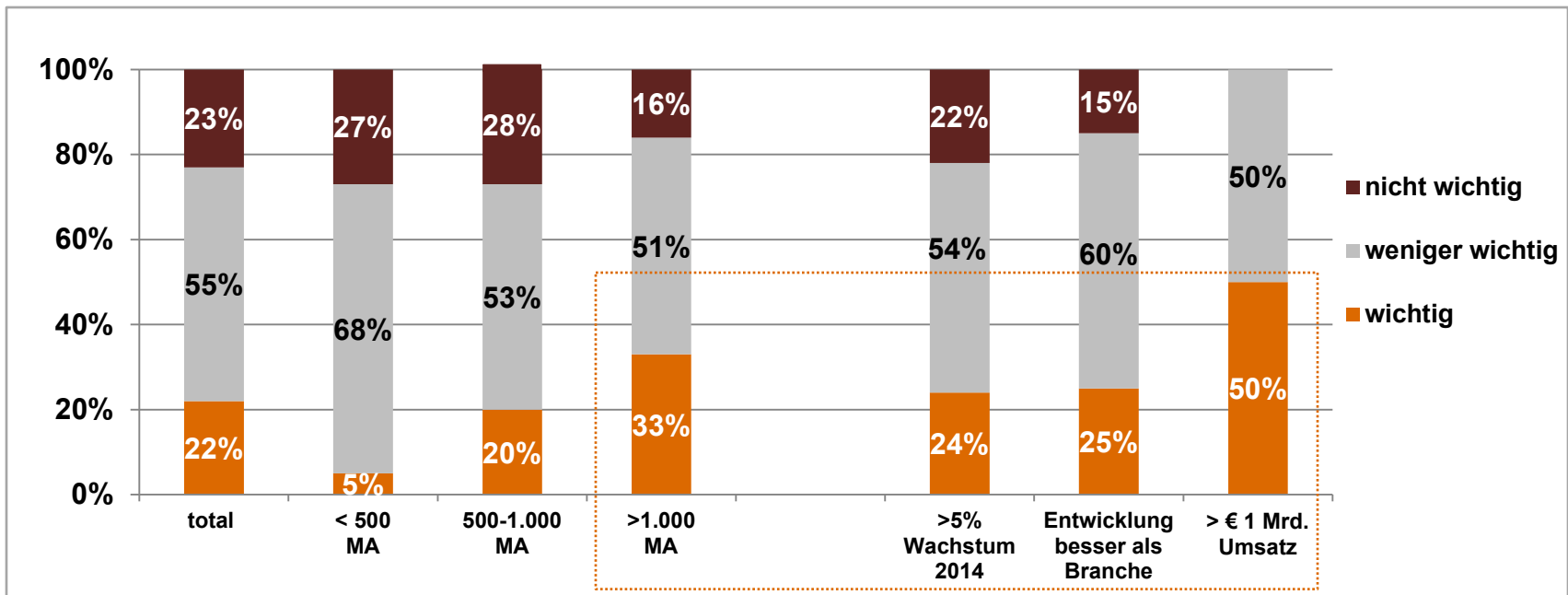
50 Prozent der größeren Unternehmen (ab € 1 Milliarde Umsatz) haben die Bedeutung des „Digitalen Vertriebs“ erkannt. Kleinere Unternehmen haben anscheinend Chancen und Risiken des Themas noch nicht richtig analysiert bzw. verstanden.



F22: Wie wichtig ist das Thema „Digitaler Vertrieb“ für Ihr Unternehmen? Würden Sie sagen das Thema „Digitaler Vertrieb“ ist für ihr Unternehmen...?

Ergebnisse - Relevanz des Themas „Digitaler Vertrieb“

50 Prozent der größeren Unternehmen (ab € 1 Milliarde Umsatz) sowie erfolgreiche Unternehmen (gemessen an der Wachstumserwartung und Unternehmensentwicklung) haben die Bedeutung des „Digitalen Vertriebs“ erkannt. Kleinere Unternehmen (nach Anzahl der Mitarbeiter) haben scheinbar Chancen und Risiken noch nicht richtig analysiert und gedeutet.

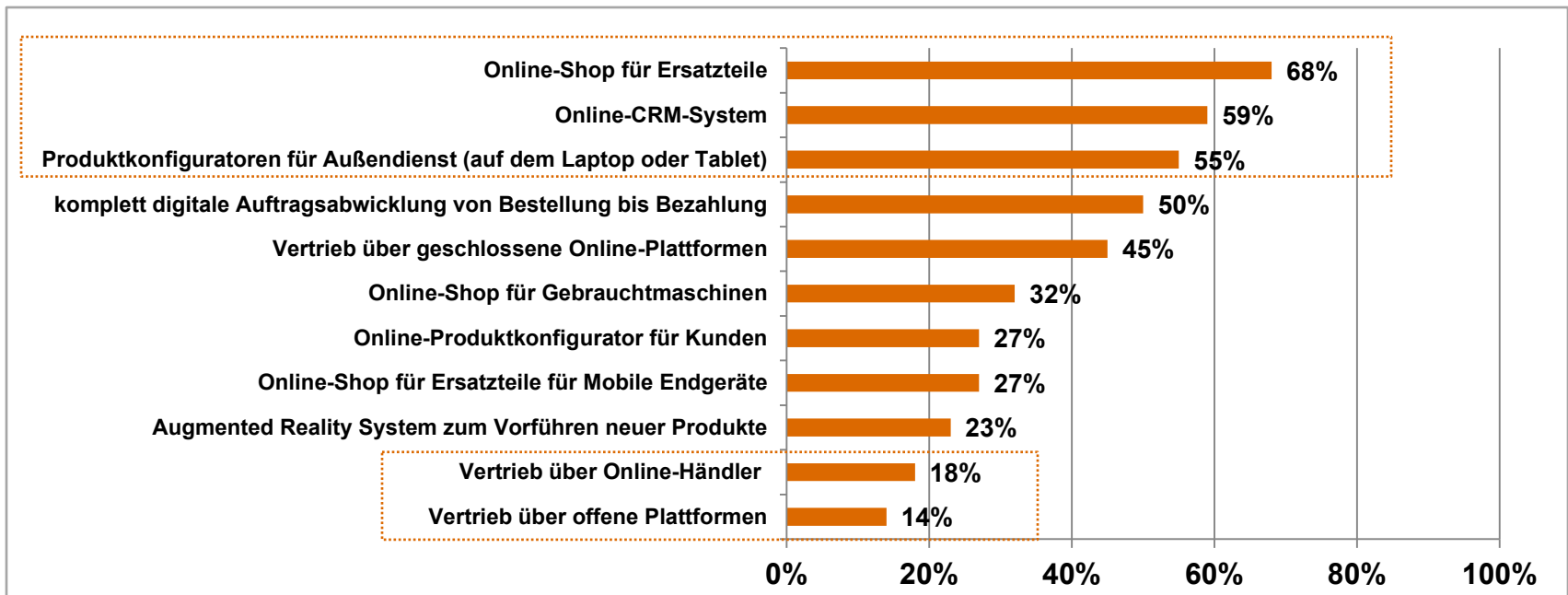


F22: Wie wichtig ist das Thema „Digitaler Vertrieb“ für Ihr Unternehmen? Würden Sie sagen das Thema „Digitaler Vertrieb“ ist für ihr Unternehmen...?

Ergebnisse

Besonders wichtige Aspekte

Ersatzteil-Online-Shop (68 Prozent), Online-CRM-System (59 Prozent) und Produktkonfiguratoren (55 Prozent) sind die am häufigsten genannten „Digitalen Vertriebs-Instrumente“. Mit offenen Plattformen und Online-Händler-Vertrieb tun sich deutsche Maschinen- und Anlagenbauer hingegen schwer.

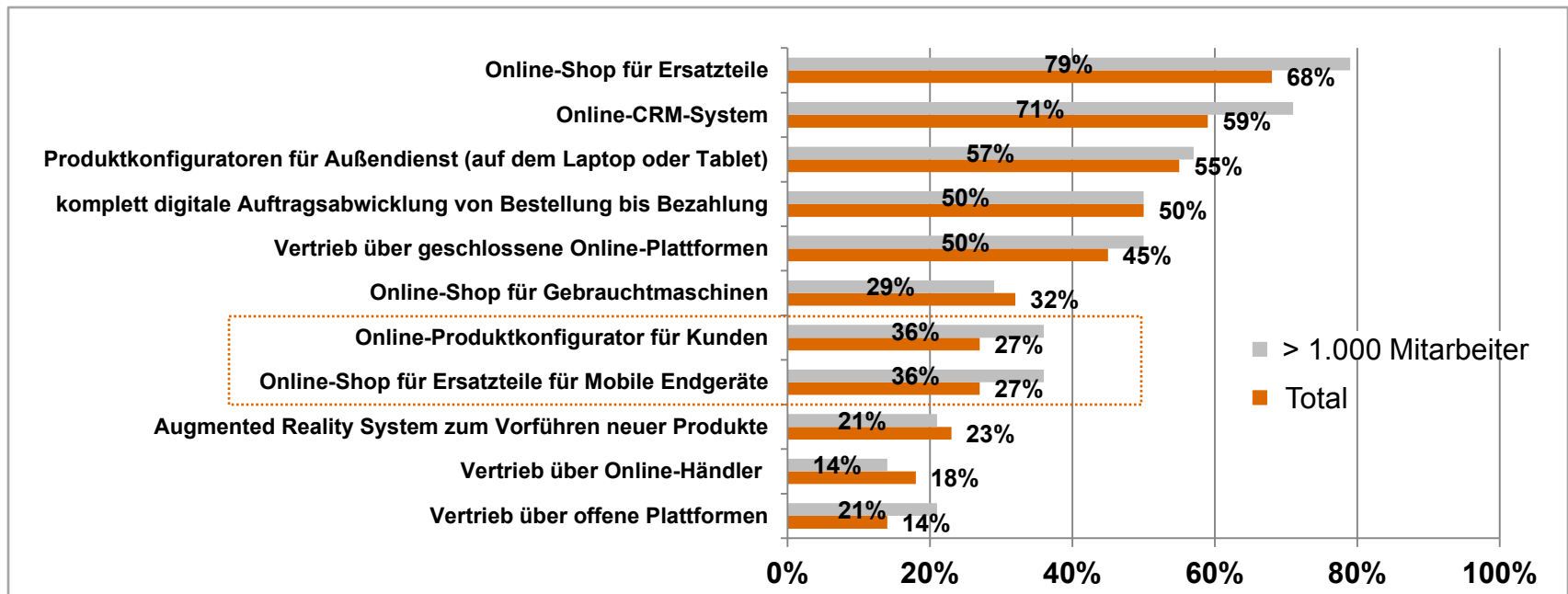


F23: Für diejenigen Unternehmen, denen das Thema „Digitaler Vertrieb“ wichtig ist: Welche Aspekte sind dabei für Ihr Unternehmen besonders wichtig? (Mehrfachnennungen möglich)

Ergebnisse

Besonders wichtige Aspekte

Größere Unternehmen (ab 1.000 Mitarbeiter) messen den Instrumenten des „Digitalen Vertriebs“ bereits heute eine höhere Bedeutung bei als kleinere Unternehmen. Vor allem kundennahe Themen wie „Mobile Commerce“ und „Kunden-Produktkonfigurator“ werden als besonders wichtig angesehen.



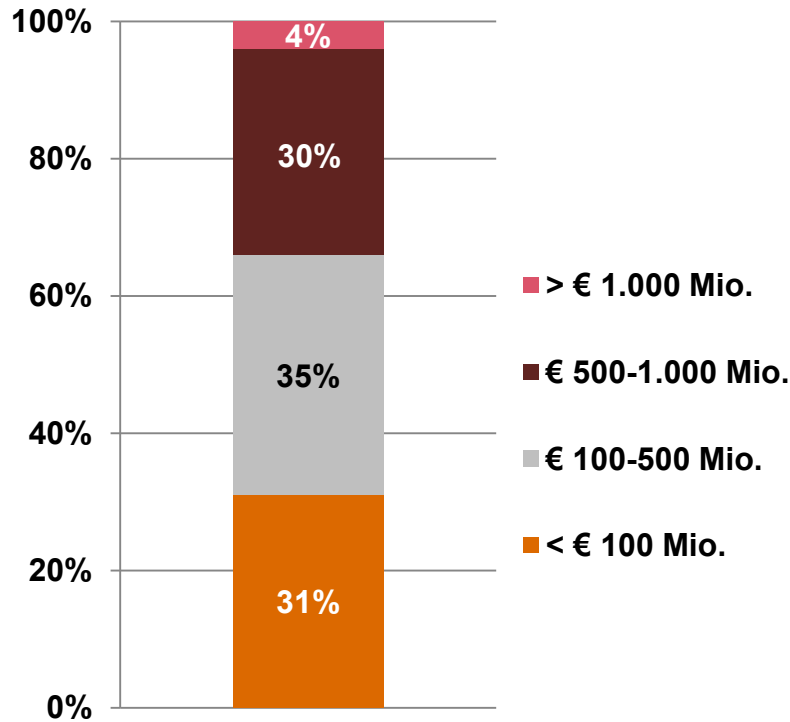
F23: Für diejenigen Unternehmen, denen das Thema „Digitaler Vertrieb“ wichtig ist: Welche Aspekte sind dabei für Ihr Unternehmen besonders wichtig? (Mehrfachnennungen möglich)

Teilnehmerstatistik

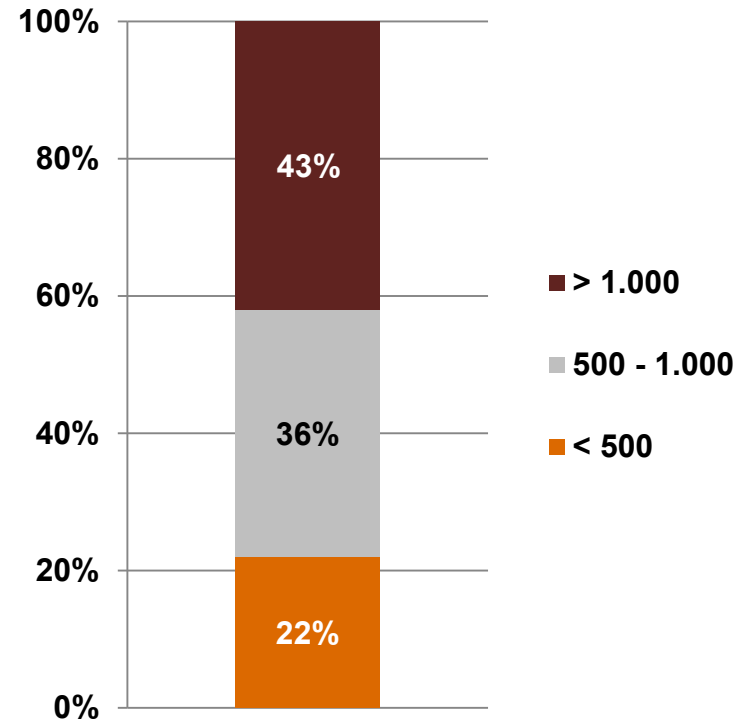
6

Teilnehmerstatistik

Jahresnettoumsatz in den befragten Unternehmen

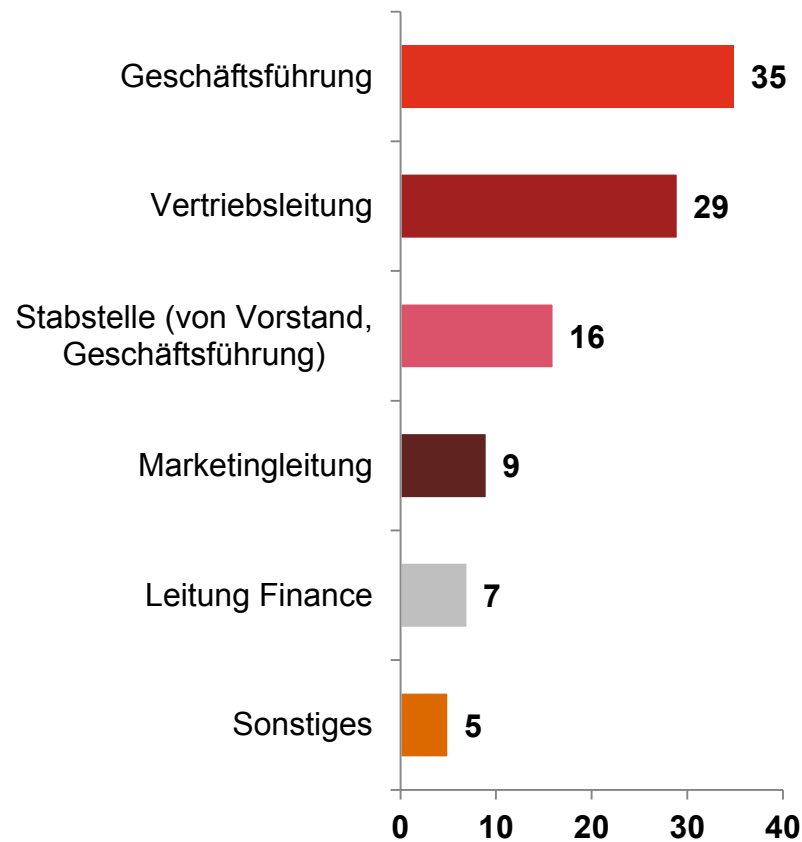


Mitarbeiter in den befragten Unternehmen

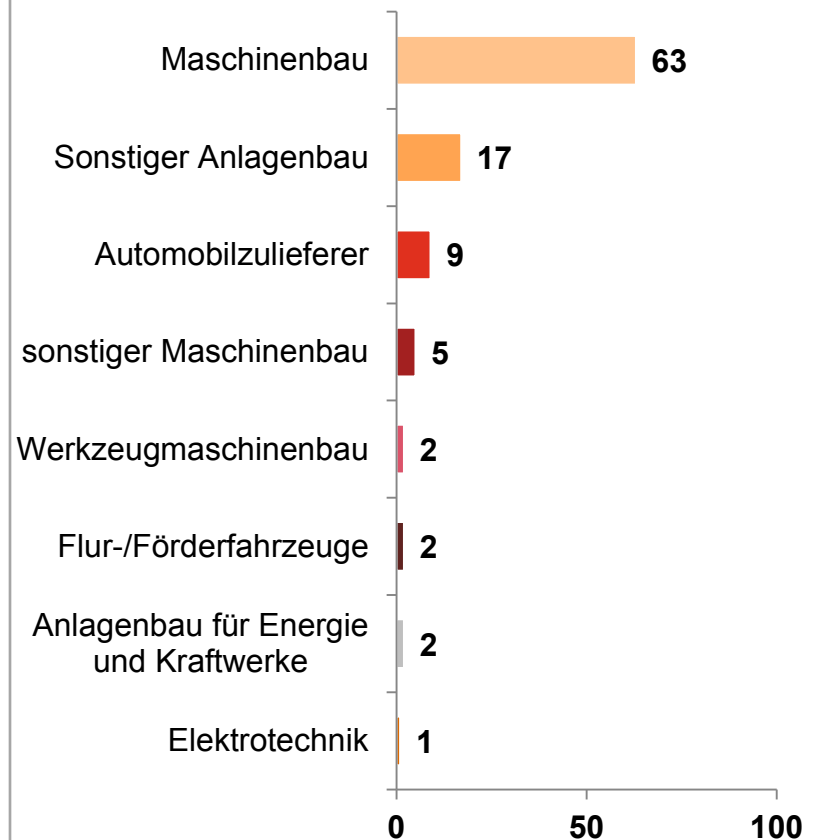


Teilnehmerstatistik

Funktion der Befragten



Branchenzugehörigkeit



Ansprechpartner



Ansprechpartner



Martin Theben
Partner und Leiter
Industrielle Produktion
Telefon: +49 201 438-1524
martin.theben@de.pwc.com



Martin Petry
Partner
IP Leader Advisory
Telefon: +49 201 438-2116
martin.petry@de.pwc.com



Nikolas Beutin
Partner
Pricing, Sales & Marketing
Telefon: +49 89 5790-5926
nikolas.beutin@de.pwc.com

Vielen Dank.

© 2014 PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.
Alle Rechte vorbehalten. „PwC“ bezeichnet in diesem Dokument die PricewaterhouseCoopers
Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, die eine Mitgliedsgesellschaft der
PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) ist. Jede der Mitgliedsgesellschaften der PwCIL
ist eine rechtlich selbstständige Gesellschaft.