

## **Asien wandelt sich vom Imitator zum Innovator**

[www.medianet.com](http://www.medianet.com) 20.10.2008



MP Corporate Finance Der Geschäftsführer Wolfgang Quantschnigg stellt eine aktuelle Studie zur Situation der globalen Werkzeugmaschinenbranche vor, die bei den heimischen Herstellern einen dringenden Handlungsbedarf ortet

**Wien.** Eine aktuelle Studie des zentraleuropäischen Finanzberatungsunternehmens MP Corporate

Finance beleuchtet die Situation der globalen Werkzeugmaschinenindustrie. Die wichtigsten Ergebnisse in Kürze: Die seit Jahren positive Markt-entwicklung und die insgesamt sehr gute Ertragslage wird von großen Playern im Werkzeugmaschinen-Markt genutzt, die vorhandenen Strukturen unter anderem über eine verstärkte Akquisitionstätigkeit zu verändern. Dazu werden traditionelle Strukturen gezielt aufgebrochen, mit dem Ziel, große Werkzeugmaschinenanbieter mit komplettem Maschinenprogramm zu formen. Insgesamt kommt es in Europa zu einer Konsolidierung der klein-teilig strukturierten Werkzeugmaschinenbranche. Die Folge: Unternehmen mittlerer Größe müssen sich entweder den neuen Strukturen anpassen oder schneller als der Markt wachsen, um in der Konsolidierung bestehen zu können.

Die weltweite Werkzeugmaschinenproduktion stieg zwischen 2003 und 2007 um über 70% auf ein Volumen von 51,8 Mrd. € Asien dominiert den Verbrauch an Werkzeugmaschinen mit über 48%. China war in 2007 mit einem Weltmarktanteil von gut 21% der mit Abstand weltweit größte Einzelmarkt für Werkzeugmaschinen. Zugleich ist China auch größter Importeur von Werkzeugmaschinen. Europa hält etwas über 44% der weltweiten Produktion, 2003 waren es aber noch ca. 50%, was bedeutet, dass sich in den letzten Jahren ca. 6% der Weltproduktion nach Asien verlagerten. Die drei großen europäischen Player sind Deutschland, Italien und die Schweiz. Europa bleibt, trotz der Wachstumsmärkte in Asien, der große Heimatmarkt für die deutschsprachigen Hersteller.

### **„Asien holt stark auf“**

Wolfgang Quantschnigg, Geschäftsführer der **MP Corporate Finance**, im medianet-Interview:

**medianet:** Welche sind derzeit die wichtigsten Emerging Markets für Österreichs Werkzeugmaschinenhersteller?

*Wolfgang Quantschnigg:* Mit Russ-land, Tschechien, Polen, Ungarn, der Slowakei und der Ukraine sind allein sechs osteuropäische Staaten den Top 15 „Emerging Markets“ zuzurechnen. Die Hersteller müssen ihre Präsenz in CEE und den GUS-Staaten weiter

ausbauen. China verlangt nach entsprechender Größe, die EU muss sicher an erster Stelle stehen.

**medianet:** Wie viele Werkzeugmaschinen exportiert Asien nach Europa?

*Quantschnigg:* Europa produziert Werkzeugmaschinen im Wert von 4,3 Mrd. Euro und damit mehr, als es selbst verbraucht. In Asien wird im Wert von etwa 25 Mrd. € fast gleich viel produziert wie verbraucht. Beide Regionen produzieren und handeln Hochtechnologie, aber aus China werden einfachere Maschinen nach Europa importiert. Europa muss aufpassen, dass es nicht komplette Maschinensortimente an asiatische Hersteller verliert. Es gibt europäische Hersteller von Rundschleifmaschinen, die der Meinung sind, dass in wenigen Jahren alle Flachschleifmaschinen nur noch aus dem asiatischen Raum kommen.

**medianet:** Wie lange können Europas Hersteller ihren Know-how-Vorsprung gegenüber der Konkurrenz aus Asien noch halten?

*Quantschnigg:* Den technologischen Vorsprung der Europäer gibt es nach wie vor, er wird aber geringer. Einige asiatische Länder, auch China, holen stark auf. Ganze Branchen in Asien wandeln sich zurzeit von Imitatoren zu Innovatoren. Der große Vorsprung, den die europäischen Hersteller mit Sicherheit noch Jahre verteidigen können, liegt in der Integration der Werkzeugmaschinen in die Prozessketten der Kunden.

**medianet:** Wann werden asiatische Hersteller in diesen Punkten aufgeholt haben?

*Quantschnigg:* Die Asiaten sind heute schon echte Wettbewerber, denn Japan und Taiwan sind technologisch mit führend. Hier gibt es keine großen Unterschiede zu Europa. China kann auf Masse aufbauen und hat begonnen, sich zum Beispiel durch Beteiligungen an europäischen Herstellern Know-how zu sichern. Ebenso holen die Inder stark auf.

**medianet:** Mit welchen Strategien können mittelgroße heimische Hersteller in der aktuellen Konsolidierungsphase überleben, und wie akut ist ihr Handlungsbedarf?

*Quantschnigg:* Kleinere Hersteller agieren oft in ihrer Nische als technologischer Spezialist. Große Anbieter wie zum Beispiel MAG haben sich in den letzten Jahren im Rahmen einer gezielten Strategie klar positioniert. Die mittelgroßen heimischen Hersteller sind häufig noch zu sehr auf Technologie fixiert. Die gesamte eigene strategische Vorgehensweise muss künftig noch häufiger überdacht und gegebenenfalls angepasst werden. Produktseitig sinnvolle Zusammenschlüsse oder gesellschaftsrechtliche Verflechtungen sind Wege, wie man sich zu einem universellen Anbieter mit internationaler Größe entwickeln kann. Ein Beteiligungserwerb in CEE und CIS kann hierbei rasch Erfolg bringen. Der Handlungsdruck muss insgesamt als groß bezeichnet werden.

**medianet:** Welche Hindernisse stellen sich den Unternehmen bei der Anpassung an die neuen Markterfordernisse entgegen?

*Quantschnigg:* Die begrenzte eigene Kapitalkraft sowie das Verharren in der mittelständischen Tradition sind große Hürden für die Unternehmen. In der nach wie vor mittelständisch geprägten europäischen Werkzeugmaschinenindustrie haben die traditionellen Familienstrukturen Unternehmen zu dem gemacht, was sie heute sind. Erfolgreiche Mittelständler beherrschen die Kunst, ihre Traditionen und Werte nicht zu einem Hemmnis für die Entwicklung ihres Unternehmens werden zu lassen.

[www.modern-products.net](http://www.modern-products.net)