

14.05.2018 10:36 CEST

Trotz blendender Konjunktur droht deutschen Schlüsselindustrien wie dem Automobilsektor und Maschinenbau ein gravierender Strukturwandel

München, Mai 2018: Die deutsche Wirtschaft ist im Konjunkturhoch, die Unternehmen blicken optimistisch in die Zukunft. Doch sie sollten darüber nicht vergessen, dass sie mit wachsenden Herausforderungen konfrontiert sind: Digitalisierung, Fachkräftemangel, nachlassende Innovationskraft sowie protektionistischen Tendenzen – in vielen Branchen ist ein Strukturwandel dringend nötig. Doch viele Unternehmen machen sich das nicht rechtzeitig bewusst, bzw. sind darauf nicht ausreichend vorbereitet. Besonders betroffen sind die deutschen Vorzeigebereiche Automobil und Maschinenbau, so die neue Roland Berger-Studie *"Sturmtief voraus! Wo Unternehmen trotz guter Konjunktur mit sektoralen Krisen rechnen müssen"* ([Download](#)).

"Die gute Konjunktur führt leicht zu Trägheit", sagt Falco Weidemeyer, Senior Partner bei Roland Berger und Leiter des Bereichs Corporate Performance. "Dabei sollten Unternehmen in guten Zeiten ihre Geschäftsmodelle hinterfragen, Business-as-usual ist gerade jetzt gefährlich."

Viele Industriebereiche stehen vor erheblichem Strukturwandel

Davon sind auch die Studienteilnehmer überzeugt: Trotz guter Konjunktur glauben 88 Prozent der befragten Restrukturierungsexperten, dass ein branchenspezifischer Strukturwandel für Anpassungsbedarf sorgt. Dazu kommen der technologische Wandel (ca. 86%) und der globale Wettbewerb (75%). Vor allem deutsche Vorzeigebereiche wie Automobil (ca. 95%), Anlagenbau (ca. 87%) und Handel (ca. 84%) werden Veränderungen stark zu

spüren bekommen.

"Die Veränderungen bergen auch Wachstumschancen", sagt Sascha Haghani, Co-Geschäftsführer in der DACH-Region und globaler Leiter des Competence Center Restructuring und Corporate Finance von Roland Berger. "Allerdings gilt das nur für Unternehmen, die Entwicklungen aktiv mitgestalten. Doch genau das gelingt vielen Unternehmen noch nicht."

Die Gründe: Managementfehler (90%), neue Wettbewerber (ca. 78%) sowie disruptive Technologien (ca. 74%). "Unternehmen müssen schneller auf unvorhergesehene Veränderungen reagieren können, nur so können sie zukunftsfähig bleiben."

Verschiedene Branchen – unterschiedliche Herausforderungen

In ihrer Studie haben die Experten von Roland Berger sechs wichtige Industriebranchen in Deutschland genauer analysiert:

Konsumgüter und Handel: Umbruch voll im Gange

Im Handel und Großhandel läuft der Umbruch schon länger, er ist aber bei Weitem noch nicht abgeschlossen. Disruptive digitale Entwicklungen haben vor allem die Geschäftsmodelle klassischer Händler erodiert. Hier heißt es schnell gegenzusteuern, um den Wettlauf um die Kunden nicht zu verlieren. Denn die wollen heute parallel über On- und Offline-Kanäle einkaufen. Bis 2022 werden die E-Commerce-Umsätze weltweit um 65 Prozent wachsen – auf rund 2,6 Billionen Dollar. Investitionen in digitale Technologien sind daher unerlässlich.

Automobilindustrie: Im Jahrhundertwandel

Trends wie E-Mobilität, autonomes Fahren oder neue Mobilitätskonzepte wie Car Sharing und Ride Hailing bedrohen zunehmend das traditionelle Geschäftsmodell der Autoindustrie, das bisher auf dem Verkauf von Fahrzeugen beruht. Die Branche muss sich umfassend für eine neue Generation von Mobilitätsnutzern öffnen und passende datengetriebene Geschäftsmodelle entwickeln. Dass hier Investitionen nötig sind, haben auch Venture Capital-Investoren erkannt: Ihre Investitionen in Mobilität stiegen

von 2016 auf 2017 um 130 Prozent.

Energiewirtschaft: Sinkende Margen, hohe Verschuldung

Die Energieversorger kämpfen seit Jahren mit sinkenden Gewinnmargen im Erzeugungsgeschäft. Waren es vor zehn Jahren noch über 20 Prozent (EBITDA), sind es heute nur noch 6 Prozent. Dazu kommt eine hohe Verschuldung: Jedes fünfte Unternehmen ist bereits nicht mehr kreditwürdig. Zwar hat die Branche bereits reagiert, doch Trends wie eine zunehmend dezentralisierte Energieerzeugung, die Abkehr von fossilen Brennstoffen oder die Sektorenkopplung erfordern weitere Anpassung. Netzbetreiber sollten neue Geschäftsfelder erschließen, etwa Ladeinfrastrukturen, dezentrale Erzeugungstechniken und Mobilitätsplattformen.

Maschinenbau: Trügerische Sicherheit durch gute Lage

Die zahlreichen Hidden Champions des deutschen Maschinenbaus sind relativ gut durch vergangene Krisen gekommen. Auch im aktuell schwierigen politischen und wirtschaftlichen Umfeld behauptet sich die Branche weiter. Doch der Druck steigt: Abnehmer brauchen weniger Kapazitäten, Additive Manufacturing und neue Wettbewerber nehmen Marktanteile weg. Potenzial bieten Service-Angebote und neue Einsatzbereiche für vorhandene Technologien. Dafür braucht es eine gute Datenbasis und entsprechende Ressourcen.

Finanzindustrie: Gefangen in dauerhafter Transformation

Die Banken kämpfen mit innovativen FinTechs, anspruchsvolleren Kunden, Margendruck und wachsenden regulatorischen Anforderungen. Die Branche braucht echte Innovation, um ihre Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln. Hilfreich sind strategische Kooperationen mit externen Partnern, optimierte Prozesse sowie eine schnellere und flexiblere Organisation.

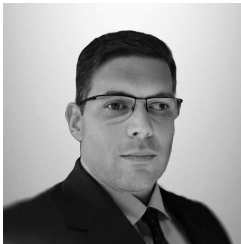
Gesundheitswesen: Revolution rückt näher

Das Internet mit seinem Angebot an hochwertigen medizinischen Informationen verändert die Rolle von Patienten und Ärzten genauso wie datengestützte Diagnosen auf Basis Künstlicher Intelligenz. Herausforderungen wie der demografische Wandel, Fachkräftemangel und

der Zwang zu Effizienz kommen dazu. Die Akteure müssen Patientenbedürfnisse besser analysieren, maßgeschneiderte Angebote entwickeln und verstärkt in digitale Geschäftsmodelle investieren.

Roland Berger, 1967 gegründet, ist die einzige der weltweit führenden Unternehmensberatungen mit deutscher Herkunft und europäischen Wurzeln. Mit rund 2.400 Mitarbeitern in 35 Ländern ist das Unternehmen in allen global wichtigen Märkten erfolgreich aktiv. Die 52 Büros von Roland Berger befinden sich an zentralen Wirtschaftsstandorten weltweit. Das Beratungsunternehmen ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschließlichen Eigentum von rund 230 Partnern.

Kontaktpersonen



Raphael Dörr

Pressekontakt

Head of Corporate Communications & PR

raphael.doerr@rolandberger.com

+49 89 9230 8792



Silvia Constanze Zösch

Pressekontakt

Press Contact Global PR

silvia.zoesch@rolandberger.com

+49 89 9230 8750