



Erfolgsstrategien im Maschinenbau - Wachstum gegen den Trend

- Münchner Management Kolloquium am 9. und 10. März 2004 präsentiert aktuelle Instrumente und Methoden für Wachstumsstrategien unter problematischen Rahmenbedingungen
- **Prof. Dr. Roman Boutellier**, Vorsitzender der Konzernleitung SIG Holding, **Udo Stark**, Vorsitzender des Vorstands mg technologies ag, **Ernst Susanek**, Vorsitzender der Geschäftsführung Zeppelin GmbH, **Peter Wellenhofer**, Vorsitzender der Geschäftsführung Brückner Maschinenbau GmbH

Wie schaffen es Unternehmen, in einer in Deutschland statistisch stagnierenden Branche entgegen dem Trend weiter zu expandieren, Marktanteile zu gewinnen und das Unternehmensergebnis zu verbessern? Diese oder ähnliche Fragen stellen sich viele Manager und Führungskräfte von Unternehmen des Maschinenbaus. Dabei ist die Frage nach den Erfolgsfaktoren nicht pauschal zu beantworten. Jedes Unternehmen hat individuelle Chancen und Stärken, die unter anderem von den Strukturen, den Kernkompetenzen, dem Kundenstamm, der Innovationsfähigkeit und vor allem den Mitarbeitern abhängen. Auf dem Münchner Management Kolloquium 2004 werden Referenten aus Maschinenbauunternehmen und anderen Branchen ihre individuellen Antworten auf die Frage nach möglichen Wachstumsstrategien geben.

(Zeichen: 680)

Bei zunehmendem globalem Konkurrenzdruck, vor allem aus dem asiatischen Raum, ist schnelle Innovations- und Wandlungsfähigkeit die Voraussetzung für die Beibehaltung des Erfolgskurses. Nur durch einen technologischen Vorsprung kann zumindest für einen begrenzten Zeitraum der Wettbewerb auf Distanz gehalten werden. Dabei sind die Zahlen alles andere als ermutigend, wenn beispielsweise in China bestimmte Maschinen zu 20 Prozent der Kosten eines vergleichbaren deutschen Fabrikats hergestellt werden. Die Zeiten des billigen Kopierens von Produkten sind längst vorbei. Die Maschinen bieten im Standardbereich häufig vergleichbar gute Qualität zu einem deutlich günstigeren Preis.

(Zeichen: 596)

Zur Sicherung einer erfolgsträchtigen zukünftigen Marktposition investieren viele Unternehmen, wie Peter Wellenhofer, Vorsitzender der Geschäftsführung der Brückner Maschinenbau GmbH, auf dem Münchner Management Kolloquium 2004 erläutern wird, in Technologiezentren für die Basisentwicklung von Maschinen, Anlagen und Verfahren der nächsten und übernächsten Generation. Die Technologieführerschaft hilft zu verhindern, in den direkten Preiswettbewerb mit Billiganbietern zu geraten und diesen auf kurz oder lang zu verlieren.

(Zeichen: 465)

Die Markt- und Technologieführerschaft zu erreichen und nachhaltig zu sichern, ist erklärtes Ziel von Udo Stark, Vorsitzender des Vorstands der mg technologies ag. Die mg zählt in 90 Prozent ihrer Geschäftsfelder zu den Markt- und Technologieführern. Um diese Position zu sichern, gehört die ständige Optimierung des Portfolios und der Strukturen sowie permanentes Kostenmanagement zu den Schwerpunktthemen in der Konzernführung. Der nationale Standort hat an Bedeutung verloren. So sind beispielsweise die Hälfte der Mitarbeiter von mg im Ausland tätig. Der Umsatz wird bereits zu zwei Dritteln im Ausland getätigt. Durch eine Verlagerung von Aktivitäten ins Ausland verlieren für viele Unternehmen lokale Absatzmarktrisiken und Standortnachteile im Inland zunehmend an Brisanz.

Problematisch bleibt es für die Unternehmen, die aufgrund ihrer Strukturen nicht die Möglichkeit einer Verlagerung von Kernaktivitäten und Kerngeschäften besitzen.
(Zeichen: 821)

Portfoliostrategien, Standort- und Langfrist-Szenarien sollten nicht darüber hinwegtäuschen, dass in vielen Unternehmensbereichen nach wie vor „die Hausaufgaben gemacht“ werden müssen, bevor über weitreichende Veränderungen entschieden wird. Dazu gehören Programme zur Effektivitäts- und Effizienzsteigerung, Einbindung der Mitarbeiter über Verbesserungsprogramme und Schaffung von Anreizsystemen. Sind die internen Möglichkeiten vollständig ausgeschöpft, die erzielten Effekte aber dennoch nicht ausreichend, ist eine Entscheidung von strategischer Reichweite erforderlich. Die Referenten des Münchner Management Kolloquiums 2004 werden neben strategischen Betrachtungen auch die robusten, handwerklichen Methoden und Konzepte vorstellen und die jeweils erzielbaren Erfolgsspannen umreißen und den Nachweis erbringen, dass Wachstum gegen den Trend möglich und auch realisierbar ist.
(Zeichen: 888)

Anmeldeformulare und Auskünfte zum **Münchener Management Kolloquium**, das 2004 unter dem Motto „**Zukunft des Wachstums**“ steht, sind erhältlich bei
TCW Transfer-Centrum GmbH & Co. KG, Leopoldstraße 145,
Tel. (+89) 360 523-0, per Fax (+89) 361 023 20,
per E-Mail: Mail@tcw.de oder im INTERNET unter: www.tcw.de.

Hinweis an die Redaktionen: Für Journalisten ist die Teilnahme kostenlos.