Roland Berger-Studie: Durch den verstärkten Einsatz von Baukastensystemen kann die Industrie um bis zu 30 Prozent höhere Umsatzanteile in den aufstrebenden Märkten erzielen

(ddp direct) 86 Prozent der Unternehmen setzen heute Baukastensysteme für ihre Produkte ein
Modulare Produkte sorgen heute für 48 Prozent der Gesamtumsätze der Unternehmen
Zwei Drittel der Firmen planen, ihren Anteil an modularen Produkten zu erhöhen. Insbesondere Maschinenbau und High-Tech-Branchen holen auf
Baukastensysteme sind flexibel einsetzbar und kostengünstig dadurch können Unternehmen in Schwellenländern um bis zu knapp ein Drittel höhere Umsatzanteile erzielen
Komplexität der Systeme und unterschiedliche Kundenanforderungen sind die wichtigsten Herausforderungen

München, April 2012: Im globalen Wettbewerb wird der Einsatz von Baukastensystemen in der Produktgestaltung immer wichtiger. Schon heute setzen 86 Prozent der Unternehmen Module ein. Damit generieren sie knapp die Hälfte ihrer Gesamtumsätze Tendenz steigend. Denn zwei von drei Unternehmen planen, in den nächsten Jahren Baukastensysteme stärker zu nutzen, um schnell und kostengünstig zu wachsen. Vor allem in Schwellenländern eröffnet die Modularisierung Firmen die Möglichkeit, um bis zu ein Drittel höhere Umsatzanteile zu erzielen. Doch die Komplexität der Baukastensysteme sowie die Notwendigkeit, auf verschiedene Kundenanforderungen einzugehen, stellen eine große Herausforderung für Unternehmen dar. Das sind die zentralen Ergebnisse der neuen Studie "Modularisierung Wie lassen sich modulare Produktbaukästen für Wachstum und Internationalisierung nutzen" von Roland Berger Strategy Consultants.

"Wer sich als produzierendes Unternehmen im globalen Wettbewerb behaupten will, kommt an der Modularisierung von Produkten nicht vorbei", sagt Jochen Gleisberg, Studienautor und Partner von Roland Berger Strategy Consultants. "Allerdings ist die Einführung von Baukastensystemen ein wichtiges strategisches und funktionsübergreifendes Thema. Damit sollten sich nicht nur Ingenieure, sondern auch Manager auseinandersetzen."

Unternehmen erkennen den Trend zur Modularisierung
Schon heute nutzen 86 Prozent der Firmen modulare Systeme in ihrer Produktgestaltung. Dies entspricht mittlerweile 48 Prozent ihrer Gesamtumsätze. Der Trend geht jedoch zu einem stärkeren Einsatz von Baukastensystemen in verschiedenen Industriesektoren. So geben zwei Drittel der befragten Unternehmen an, in Zukunft verstärkt Module und gemeinsame Plattformen nutzen zu wollen, um flexibler und kostengünstiger produzieren zu können.

Der Umsatzanteil, der durch Produkte basierend auf Modulen oder Plattformen generiert wird, könnte bis 2015 sogar auf 67 Prozent steigen. "Die meisten produzierenden Unternehmen haben erkannt, welche Rolle Modularisierung in ihrer Wachstumsstrategie spielt vor allem in den aufstrebenden Märkten", erklärt Stefan Pötzl, Co-Autor der Studie. "Der Einsatz von Baukastensystemen wird daher voraussichtlich bis 2015 um rund 19 Prozent zunehmen." So wollen Unternehmen aus dem Anlagenbau den Anteil modularer Produkte bis 2015 von 19 auf 43 Prozent erhöhen, Unternehmen im Bereich Maschinenbau von 47 auf 70 Prozent. Auch im Bereich Medizintechnik ist innerhalb der nächsten drei Jahre eine starke Ausweitung von 42 auf 63 Prozent geplant.

Vier branchenübergreifende Strategien
Bei der Modularisierung setzen Unternehmen auf unterschiedliche Strategien. 46 Prozent der Firmen arbeiten mit plattformbasierten Produkten: Auf derselben Plattform werden individuelle Module für die kundenspezifischen Anforderungen aufgesetzt. 26 Prozent der Unternehmen setzen hingegen auf eine modulbasierte Struktur. Hier werden dieselben Module mit unterschiedlichen Plattformen kombiniert, um auf die Marktbedürfnisse zu reagieren. 14 Prozent setzen komplett standardisierte Produkte ein und ebenfalls 14 Prozent bieten völlig individualisierte Produkte an.

"Einen erheblichen Unterschied sehen wir dabei zwischen Konzernen und mittelständischen Firmen", erklärt Gleisberg. "Alle Großunternehmen verfolgen mittlerweile eine modulare Strategie, sei es auch nur partiell. Anders bei den mittelständischen Betrieben: 20 Prozent von ihnen nutzen immer noch keine modularen Systeme und lassen sich dadurch ein enormes Potenzial entgehen." Doch auch die Strategie unterscheidet sich nach Unternehmensgröße maßgeblich: Setzen Konzerne ihre Modulsysteme sowohl auf Produkt- als auch auf regionaler Ebene konsequent durch (75%), ist die Strategie des Mittelstands vor allem auf Produkte (75%) fokussiert. "Nur ein Viertel der Mittelständler schafft es, die Modularisierung konsequent durch alle Märkte durchzusetzen. Oft fehlt es an der ausreichenden Entwicklungskompetenz in diesen Märkten. Somit können Synergien nicht vollständig erschlossen und Produkte müssen mit viel Aufwand individuell für die verschiedenen Märkte entwickelt werden."

Modularisierung: eine strategische Aufgabe im Unternehmen
Der Nachholbedarf in vielen Firmen zeigt, dass die Nutzung von Baukastensystemen noch nicht in allen Unternehmensbereichen verankert ist. Während die Modularisierung in der Produktion, Produktentwicklung und im Produktmanagement eine wichtige Rolle spielt, besteht bei Vertrieb und Marketing noch Handlungsbedarf. Sowohl die Organisation als auch die Prozesse sind in diesen Bereichen noch nicht vollständig auf Modularisierung ausgerichtet und können damit nicht das gesamte Potenzial erschließen. Gerade an der Schnittstelle zum Kunden ist es wichtig, die Vorteile des Konzepts zu kommunizieren und die Auftragsgestaltung entsprechend zu steuern, um aufwändige und risikoreiche Sonderentwicklungen zu vermeiden.

Ebenso wichtig ist eine zeitige und intensive Einbindung der Kunden in die Entwicklung modularer Systeme, um auf ihre Bedürfnisse besser eingehen zu können. Doch lediglich die Hälfte der Befragten binden ihre Kunden in diesen Entwicklungsprozess stark ein. "Rund 60 Prozent der Unternehmen gehen das Thema nicht strukturiert an. Das kann sich leider auf den Erfolg der Endprodukte negativ auswirken, weil die Module nicht konsequent auf die Kundenbedürfnisse ausgerichtet werden", so Pötzl.

Modularisierung als Erfolgsmodell in Entwicklungsmärkten
In den Entwicklungsmärkten ist der Einsatz von modularen Systemen für fast 60 Prozent der Befragten der wichtigste Erfolgshebel in der Produktstrategie. Denn Baukastensysteme bieten Unternehmen die Möglichkeit, kostengünstig und schnell auf Änderungen des Marktes zu reagieren und ihr Produktangebot entsprechend anzupassen. Im Vergleich setzen nur ein Viertel der Umfrageteilnehmer auf Nischenprodukte und acht Prozent auf Billigprodukte, um in den aufstrebenden Märkten erfolgreich zu agieren.

"Wichtig ist aber nicht nur, dass eine modulare Strategie mit einer klaren Produktstrategie einhergeht, sondern auch, dass sie vom Top-Management des Unternehmens getragen wird", sagt Gleisberg. "Nur wenn die Unternehmensführung die Modularisierung konsequent und durch alle Bereiche umsetzt, kann diese Strategie Früchte tragen." Denn schließlich stellen modulare Systeme auch eine Herausforderung für die Firmen dar. Die Komplexität der Systeme, die reibungslose Verzahnung von einzelnen Modulen und Plattformen sowie die verschiedenen Anforderungen der Kunden und der Märkte setzen voraus, dass Unternehmen die modulare Strategie gut durchdenken und strukturiert umsetzen.

Die Studie können Sie kostenlos herunterladen unter: www.rolandberger.com/pressreleases

Abonnieren Sie unseren kostenlosen Newsletter unter:
www.rolandberger.com/press-newsletter

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
http://shortpr.com/tysvcf

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
http://www.themenportal.de/unternehmen/roland-berger-studie-durch-den-verstaerkten-einsatz-von-baukastensystemen-kann-die-industrie-um-bis-zu-30-prozent-hoehere-umsatzanteile-in-den-aufstrebenden-maerkten-erzielen-31818

Pressekontakt

Roland Berger Strategy Consultants

Frau Claudia Russo
Mies-van-der-Rohe-Str. 6
80807 München

claudia_russo@de.rolandberger.com

Firmenkontakt

Roland Berger Strategy Consultants

Frau Claudia Russo
Mies-van-der-Rohe-Str. 6
80807 München

rolandberger.com
claudia_russo@de.rolandberger.com

Roland Berger Strategy Consultants, 1967 gegründet, ist eine der weltweit führenden Strategieberatungen. Mit 2.500 Mitarbeitern und 47 Büros in 35 Ländern ist das Unternehmen erfolgreich auf dem Weltmarkt aktiv. Die Strategieberatung ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschließlichen Eigentum von rund 220 Partnern.