

6. Branchenbarometer Sicherheitstechnik, Teil 2

Blick in die Zukunft: Positiv!

Dr. Peter Fey

Auch der zweite Teil des 6. Branchenbarometers von PROTECOR & WIK und der Unternehmensberatung Dr. Wieselhuber & Partner liefert exklusive Einblicke in die Branche. Die Teilnehmer rechnen unter anderem mit Preissteigerungen und einem hohen Investitionsniveau. Zudem werden Veränderungen in der Branchenstruktur durch neue Wettbewerber erwartet.

Bei der Preis- und Kostenentwicklung erwarten die Teilnehmer wie auch bei der letzten Befragung eine sich öffnende Schere: Während etwa 73 Prozent der Unternehmen sogar von steigenden Preisen in Höhe von durchschnittlich 1,6 Prozent ausgehen, erwarten sie gleichzeitig weiter steigende Kosten in Höhe von durchschnittlich etwa 3,5 Prozent – was deutlich über der erwarteten Inflationsrate in Deutschland für 2018 in Höhe von 1,7 Prozent liegt. Sollten sich die Kosten tatsächlich mehr als doppelt so stark wie die Preise entwickeln, ist bei den Unternehmen mit einer Ergebnisbelastung in Höhe von bis zu etwa 1,9 Prozentpunkten zu rechnen. Bei der erwarteten Entwicklung der verschiedenen Kostenarten fallen die

Personalkosten auf, bei denen mit einem Anstieg in Höhe von etwa 4,4 Prozent gerechnet wird (4,6 Prozent in der Ausgabe 11/2016 von PROTECTOR & WIK). Dicht gefolgt werden diese vom erwarteten Anstieg der Sachkosten in Höhe von etwa 3,8 Prozent (vormals plus 2,6 Prozent), das Schlusslicht bildet der prognostizierte Anstieg der Materialkosten in Höhe von etwa 2,5 Prozent (vormals minus 0,4 Prozent). Um die erwarteten Kostensteigerungen und den zu erwartenden Ergebnisdruck zu kompensieren, sind von den teilnehmenden Unternehmen effizienzsteigernde Maßnahmen in Höhe von mindestens 1,9 Prozent zu initiieren.

In Summe bewegen sich die Investitionen mit durchschnittlich etwa 5,0 Prozent

vom Umsatz insbesondere im Vergleich zur vorhergehenden Erhebung (3,7 Prozent in 11/2016) auf recht hohem Niveau. Im Vergleich zur erwarteten Markt- und Umsatzentwicklung kommt in der Investitionsquote die hohe Zukunftsorientierung der Branche zum Ausdruck. So verlangen vor allem die technische Entwicklung in Kombination mit der digitalen Transformation aber auch die geänderten Erwartungshaltungen des Marktes (zum Beispiel hinsichtlich des Serviceniveaus) Investitionen in die Zukunftsfähigkeit der Unternehmen. Die Investitionsquoten bewegen sich in allen Branchensegmenten auf einem ähnlich hohen Niveau; eine Ausnahme hiervon stellt lediglich der Brandschutz dar, der mit gerade einmal etwa 2,5 Prozent die niedrigsten Investitionen aufweist.

Wettbewerbsstrategie

Von den Befragten wird vorwiegend auf die Differenzierungsstrategie gesetzt: Für die Strategie der Kostenführerschaft ergab sich lediglich eine unterdurchschnittliche Ausprägung in Höhe von 2,2 (von maxi-

mal 5,0 Punkten). Die wesentlichen Differenzierungshebel werden wie bisher auch in einem sehr guten After-Sales-Service (4,6), einem ausgezeichnetem Lieferservice (4,2) und einer exzellenten Hardware (4,1) gesehen. Hierdurch wird deutlich, dass die Performance am Ende der Wertschöpfungskette als das entscheidende Differenzierungsmerkmal gegenüber den Wettbewerbern gewertet wird, da sie eine nachhaltige Kundenbindung aufbauen kann.

Wachstumsstrategie

Bei der Wachstumsstrategie liegt mit deutlichem Abstand der Fokus auf der Durchdringung der bestehenden Märkte mit Produktinnovationen (4,3 von maximal 5,0 Punkten, 3,7 in 11/2016). Die Bearbeitung der Bestandsmärkte mit den bestehenden Produkten wird lediglich mit 3,6 (4,2 in 11/2016) bewertet. Regional liegt der Fokus auf der DACH-Region, wobei einige Unternehmen auch in Europa Wachstumsschancen sehen. Wachstum außerhalb von Europa (3,0) nimmt hingegen die schwächste Ausprägung bei den Wachstumsstrategien ein. Interessant ist, dass die frühere Nummer 1 mit der früheren Nummer 2 den Platz getauscht hat. Die Wertung ist allerdings konsistent zur Einschätzung der Bedeutung des technischen Fortschritts und der Digitalisierung, denn der Innovationsdynamik der Branche kommt auch in Zukunft eine hohe Bedeutung zu.

Angriffspotenziale im Stammgeschäft

Das größte Angriffspotenzial erwarten die Befragten nach wie vor aus dem deutschsprachigen Raum (3,8 von maximal 5,0 Punkten, 3,9 in 11/2016), das heißt von den unmittelbaren Wettbewerbern. Angriffe von Wettbewerbern aus den asiatischen Märkten (3,5) werden aktuell sehr viel kritischer gesehen, als noch in früheren Befragungen (Vorjahr 2,7). Dies verdeutlicht in eklatanter Weise, welchen Stellenwert asiatische Anbieter mittlerweile selbst im Qualitätsmarkt Deutschland eingenommen haben. Diesem Angriffspotenzial mit Innovationen zu begegnen ist nur als folgerichtig zu bezeichnen. Aus dem amerikanischen Markt wird mit den geringsten Angriffen gerechnet (2,8), allerdings ist bemerkenswert, dass der aktuelle Wert deutlich über dem der Voruntersuchung liegt (1,9). Etablierte

amerikanische Player, vor allem aber wohl die Akquisitionsstrategien des einen oder anderen Players (zum Beispiel Flir Systems) zeigen hier Wirkung.

Grundsätzliche Branchenentwicklung

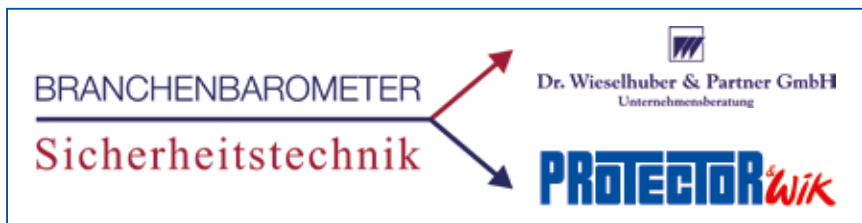
Die genannten Ergebnisse fügen sich nahtlos in die bisherigen Resultate ein: So gehen die Befragten überwiegend davon aus,

Vorerhebung signifikant abgeschwächt, so dass davon auszugehen ist, dass wenig Neigung zu deren Veränderung besteht. Allerdings plädiert ein Teil der Befragten eher dazu, die Wertschöpfung am Frontend – in Richtung der Errichter – auszuweiten, was wiederum konsistent zur Bedeutung des Service für eine Differenzierungsstrategie ist. Passend hierzu ist die Frage nach möglichen Kooperationen beantwortet: Spitzenreiter sind Vertriebskooperationen



Dr. Peter Fey, ist Mitglied der Geschäftsleitung der Münchner Unternehmensberatung Dr. Wieselhuber & Partner.

Bild: Dr. Wieselhuber & Partner GmbH



dass sich die Branchenstruktur durch neue Anbieter ausweitet (3,6 von maximal 5,0 Punkten, 2,8 in 11/2016), während die Annahme, die Branchenstruktur bleibt eher statisch mit lediglich 2,5 bewertet wird. Die Veränderung ist mehr als deutlich, denn der Wettbewerb aus den Bereichen Smart Home im unteren Branchensegment auf der einen Seite und die Aktionen von Playern wie zum Beispiel Apple beziehungsweise Cloud-/Plattform-Anbietern wie zum Beispiel Amazon auf der anderen Seite hinterlassen allmählich ihre Spuren: Wurden diese Anbieter vor einigen Jahren noch belächelt, gelten sie in einzelnen Marktsegmenten mittlerweile durchaus als ernst zu nehmende Marktteilnehmer.

Weitere Ergebnisse

Hinsichtlich der Wertschöpfungskette haben sich die Bewertungen gegenüber der

und Kooperationen im Bereich Planung/Errichtung. Allerdings fällt auch hier auf: Die Ausprägungen der Antworten haben im Schnitt um über 40 Prozent abgenommen, was darauf schließen lässt, dass Kooperationen nicht aggressiv angegangen werden. Hinsichtlich der Frage nach den Schlüsselressourcen nehmen der Service (4,8 von 5,0) und die Technologie beziehungsweise der F&E-Bereich (4,1) die Spitzenpositionen ein – auch dies ist eine stimmige Aussage zur Wichtigkeit der weiter oben abgefragten Trends beziehungsweise Strategiemuster.

Dr. Peter Fey, Mitglied der Geschäftsleitung, Dr. Wieselhuber & Partner GmbH, www.wieselhuber.de

Artikel als PDF für Abonnenten von Sicherheit.info Premium
www.sicherheit.info
 Webcode: 2111259