

Pressemitteilung

Expertenumfrage in der Stahl- und Gießereiindustrie

Wirtschaftliche Einschätzungen und strategische Planungen 2013

Würzburg/München, 21.05.2013 – Technologie- und Kostenführerschaft sowie internationale Wettbewerbsfähigkeit – diese Herausforderungen stehen in 2013 für die Unternehmen der Stahl- und Gießereiindustrie auf den obersten Rängen der strategischen Zielsetzungen. Trotz sehr skeptisch bewerteter Wachstumsdynamik der Gesamtwirtschaft beurteilen die Player der Branchen die Entwicklung der eigenen Unternehmen positiv und haben großes Vertrauen in ihre Leistungsfähigkeit. Dies und weitere strategische Planungen zeigt das aktuelle Branchenpanel Foundry|Steel, erhoben von der Technologieagentur ProTEC Marketing.

Ein differenzierter Blick auf die „gesamte Wirtschaft“, die „eigene Branche“ und das „eigene Unternehmen“ liefert sehr unterschiedliche Einschätzungen seitens der Führungskräfte der Stahl- und Gießereibetriebe. So sehen nur 17 % der Befragten die gesamte Wirtschaftsentwicklung für die kommenden zwölf Monate positiv, der weitaus größere Teil von 64 % als eher verhalten. Projiziert auf das eigene Unternehmen stellt sich die Bewertung optimistischer dar: Über 40 % blicken positiv auf das Jahr.

Im Fokus der strategischen Herausforderungen 2013 stehen Themen wie das Erreichen von Technologie- und Kostenführerschaft sowie die Stärkung der internationalen Wettbewerbsposition. Vor allem der Entwicklung innovativer Produkte kommt eine erhebliche Bedeutung zu. 65 % der Befragten planen mit Hilfe exzellenter Innovationsleistungen ihre Technologieführerschaft auszubauen. Damit sollen sowohl bestehende Marktpotentiale ausgeschöpft, als auch neue nationale wie internationale Märkte erschlossen werden.

Als Hemmnisse bei der Zielerreichung bewerten die Studienteilnehmer vor allem stark schwankende Auftragsvolumina, den vorherrschenden Konkurrenzdruck und hohe Personal(zusatz)kosten. Mit umfassenden strategischen Planungen steuert man diesen Entwicklungen entgegen und setzt in erster Linie auf die Festigung von Kundenbindungen gefolgt von der Absicht im Neukundengeschäft zuzulegen. Weitere Prioritäten liegen im Ausbau der eigenen Marktpositionierung und einer, damit verbundenen, klaren Differenzierung vom Wettbewerb. Dieses Package beinhaltet komplexe Herausforderungen für die Unternehmen in 2013.

Der zweite Teil der Studie präsentiert Hintergründe zu Marketing- und Kommunikationsaktivitäten, differenzierte Bewertungen von klassischen und nicht-klassischen Kommunikationsmaßnahmen im Kontext der voranschreitenden Digitalisierung sowie der Medienkompetenz der avisierten Zielgruppen.

Interessierte finden weitere Informationen online unter www.protec-marketing.de. Dort steht auch ein Summary der Studie zum Download bereit.

2.765 Zeichen einschließlich Leerzeichen



**PROTEC
MARKETING**

Bildmaterial zur Studie

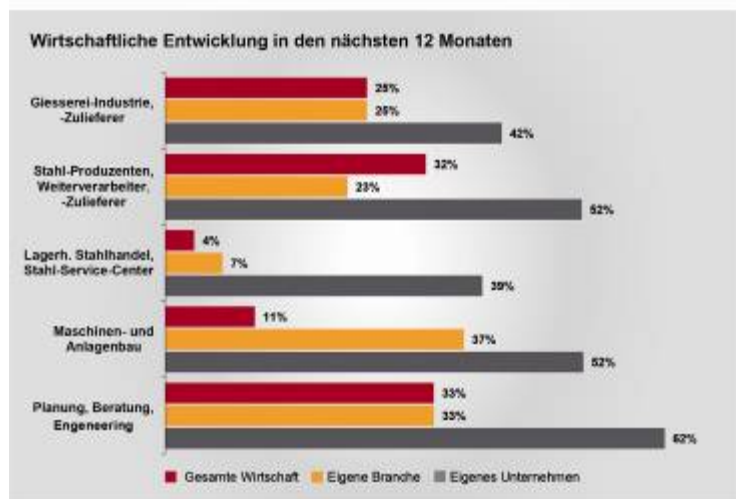


Bild1: Wirtschaftliche Brancheneinschätzungen (Quelle: Foundry|Steel Branchenpanel 2013)

Informationen zum Foundry|Steel Branchenpanel

Vorliegende Erkenntnisse basieren auf dem Foundry|Steel Branchenpanel. Zum fünften Mal in Folge wurden von der Technologie-Marketingagentur ProTEC Marketing Geschäftsführer, Marketing- und Vertriebsleiter der deutschen Stahl- und Gießereiindustrie sowie deren Zulieferer zu Markteinschätzungen, Herausforderungen, Veränderungen und Strategien befragt. Die Trackingstudie liefert jährlich Benchmarks, die für eigene Strategien, Aktivitäten und Planungen genutzt werden können. Mit Blick auf das Jahr 2013 entstand daraus ein spannendes Trendbarometer von Experten für Experten.

Über ProTEC Marketing

ProTEC Marketing versteht sich als Beratungsunternehmen für strategisches Marketing. Entstanden aus einem Geschäftsfeld der Stahleisen Communication Düsseldorf und deren Verbänden hat sich das Agenturteam auf die strategische Kommunikationsberatung von Kunden in Technologiemarkten spezialisiert.

Kernkompetenzen liegen neben Consulting und Research, in der integrierten Kommunikationsführung mit Schwerpunkt auf Public Relation, Corporate, Verkaufsförderung und Media. Mit Ideen, Konzept, Research, Beratung, Kreation, Text und Projektumsetzung schafft das dynamische Team eine Vielzahl von erfolgreichen Kommunikationskanälen - offline wie online. ProTEC Marketing steht für die Kopplung von Kreativität mit Technologie-Know-how und schafft so Wettbewerbsvorteile für seine Kunden.

Ansprechpartner für weiterführende Informationen

Frau Andrea B. Ferkinghoff
ProTEC Marketing
Geschäftsführung
Würzburger Str. 23
97230 Estenfeld/Würzburg
Tel.: +49 9305-98885-21
Ferkinghoff@protec-marketing.de
www.protec-marketing.de