



**Diplomatic Council**  
The Global Think Tank



## **Experte: Maschinen- und Anlagenbau vor enormen Herausforderungen**

**Dr. Harald Schönfeld:** „Eines der wichtigsten Industriesegmente Deutschlands steht auf der Kippe. Der Maschinen- und Anlagenbau läuft Gefahr, in die gleiche Falle zu geraten wie die Autoindustrie: zwischen amerikanische Innovationsstärke und chinesische Kostenführerschaft.“

**UNO-Denkfabrik:** „Die Liste der Herausforderungen ist lang: Software, Robotik, Künstliche Intelligenz, das Internet der Dinge, Satellitennetze, Deglobalisierung und Lieferkettenprobleme.“

**Gefahr: Ausverkauf der deutschen Industrie an China als Ausweg aus dem Innovationsdruck aus den USA**

*Neues Buch „Maschinen- und Anlagenbau – Interim Manager berichten aus der Praxis“. Autoren: Eckhart Hilgenstock, Falk Janotta, Peter Lüthi, Hans Rolf Niehues, Manfred Richter, Dr. Uwe Seidel, Götz Stapelfeldt, Michael Weimar. Herausgeber: Dr. Harald Schönfeld, Jürgen Becker. 312 Seiten, Paperback, ISBN 978-3-947818-75-4*

Frankfurt, 25. April 2022 – Der deutsche Maschinen- und Anlagenbau steht vor enormen Herausforderungen. Zwar haben sich viele Hersteller längst auf die Digitalisierung eingestellt. Aber der Aufbau der damit verbundenen Kompetenzfelder wie Software, Robotik, Künstliche Intelligenz (KI) und dem Internet der Dinge fordert die Finanz- und Innovationskraft vieler Betriebe heraus. Mit dieser Analyse weist Dr. Harald Schönfeld, Interim-Management-Experte bei der UNO-Denkfabrik Diplomatic Council, darauf hin, dass „eines der wichtigsten Industriesegmente Deutschlands auf der Kippe steht“.

Der Fachmann warnt: „Die deutsche Autobranche hat erfahren, was es bedeutet, zwischen amerikanische Innovationsstärke und chinesische Kostenführerschaft zu geraten. Jetzt läuft mit dem Maschinen- und Anlagenbau die zweite industrielle Säule Deutschlands Gefahr, in dieselbe Falle zu geraten.“ Dr. Harald Schönfeld ist Herausgeber der beiden Bücher „Automotive“ und „Maschinen- und Anlagenbau“ aus der Reihe „Interim Manager berichten aus der Praxis“. Interim Manager, also „Führungskräfte auf Zeit“, gelten als besonders erfahren, weil sie immer wieder neue Aufgaben in unterschiedlichen Firmen übernehmen und dabei einen guten Überblick über Branchentrends gewinnen können. Der Experte mahnt: „Der Maschinen und Anlagenbau ist gut beraten, sich im Unterschied zur Autobranche frühzeitig auf die neue Wettbewerbslage einzustellen und gegenzusteuern.“



## **Künftig keine Maschine oder Anlage ohne KI**

Dr. Harald Schönfeld gibt ein Beispiel: „Es wird künftig keine technische Maschine oder Anlage mehr geben ohne Künstliche Intelligenz. Doch die meisten Hersteller in Deutschland haben sich bisher gar nicht mit KI befasst, weil sie noch mit der Vernetzung der Gerätschaften im Internet der Dinge zugange sind.“ Vor allem mangelt es vielen Maschinen- und Anlagenbauern an Software-Kompetenz, hat Schönfeld im Gespräch mit Führungskräften aus der Branche festgestellt. „Bei aller Innovationskraft im hiesigen Maschinen- und Anlagenbau lässt sich nicht übersehen, dass die mittelständisch geprägte Branche in Sachen Software schwerlich mit den US-Digitalkonzernen mithalten kann.“ Hinzu kommt der Aufbau einer neuen Generation von Satellitennetzwerken etwa durch den Amazon-Gründer Jeff Bezos (Kuiper) und den Tesla-Bauer Elon Musk (Starlink). „Die Satelliten sind ideal, um Geräte, Maschinen und Industrieanlagen rund um den Globus zu vernetzen. In der Automobilbranche zeichnet sich dieses Szenario bereits am Horizont ab“, sagt Dr. Harald Schönfeld, und prognostiziert: „Die Satellitenkommunikation wird in einigen Jahren genau wie die KI auch den Maschinen- und Anlagenbau erreichen.“

Verschärft wird die Wettbewerbssituation nach Einschätzung von Schönfeld, weil die US-Hersteller verstärkt auf eigenentwickelte Mikroprozessoren setzen. Dadurch machen sie sich unabhängig von Chiplieferanten und verschaffen sich zugleich deutliche Wettbewerbsvorteile bei der Leistungsfähigkeit ihrer Geräte. „Ich kann mir kaum einen deutschen Maschinen- oder Anlageanbauer vorstellen, der eine eigene Chipentwicklung beginnt“, sagt Schönfeld.

Zu diesen technologischen Hürden gesellen sich nach Einschätzung des UNO-Experten die anhaltende Deglobalisierung und die Lieferkettenprobleme. „Für viele deutsche Anbieter stehen Absatz- und Rohstoffmärkte sowie Zulieferer gleichermaßen im Feuer“, weiß Schönfeld aus zahlreichen Gesprächen in der Branche.

## **Mehrgleisige Strategie für die Zukunft**

Für die Unternehmen des Maschinen- und Anlagenbaus empfiehlt Dr. Harald Schönfeld eine mehrgleisige Strategie. Erstens sollten die Hersteller zügig ihr firmeninternes Know-how bei Software, Künstlicher Intelligenz und dem Internet der Dinge vertiefen. Zweitens rät er zu strategischen Partnerschaften mit „Anbietern von Programmierkapazitäten“, da es „unmöglich sein wird, eine ausreichend große Zahl an Softwareentwicklern einzustellen“. Drittens gilt es schleunigst die Logistikketten zu flexibilisieren, um auf weitere Eventualitäten von Corona-Nachfolgen über internationale Handelshemmnisse bis hin zu kriegerischen Auseinandersetzungen vorbereitet zu sein. „Es geht nicht darum, alle möglichen Szenarien durchzuspielen, sondern sich darauf vorzubereiten, bei unerwarteten Ereignissen gleich welcher Art den Betrieb aufrecht zu erhalten“, verdeutlicht Dr. Harald Schönfeld.



# Diplomatic Council

## The Global Think Tank



### **Ausverkauf der deutschen Industrie an China**

Die Rolle Chinas sieht der Fachmann im Unterschied zum Automobilsektor im Maschinen- und Anlagenbau allerdings weniger als Konkurrenz denn als potenzielle Aufkäufer. „Angesichts des anstehenden Innovationsdruck aus den USA, dem der hiesige Mittelstand längerfristig möglicherweise nicht standhalten kann, laufen wir Gefahr, dass es zu einem weiteren Ausverkauf deutscher Betriebe an China im großen Stil kommt“, warnt Dr. Harald Schönfeld. Nach seiner Einschätzung sind selbst die sogenannten „Hidden Champions“, also beinahe unsichtbare Weltmarktführer, gefährdet, weil die chinesischen Investoren bereit sind, Preise weit über dem Marktniveau zu zahlen. Der Grund dahinter ist laut Schönfeld geopolitischer Natur: Chinas Staatschef Xi Jinping will „ganz offensichtlich“ das Label „Made in China“ zu einem Qualitätssiegel machen, ganz ähnlich, wie „Made in Germany“ zunächst abfällig gemeint und erst mit dem Erstarken der deutschen Industrie nach dem Zweiten Weltkrieg anerkend am Markt wahrgenommen wurde. Dr. Harald Schönfeld prognostiziert: „Eine künftige Innovations- und damit Wirtschaftlichkeitsschwäche im deutschen Maschinen- und Anlagenbau würde chinesische Investoren erneut scharenweise als Retter in der Not nach Deutschland treiben. Vermutlich würden dann zwar die politischen Hürden für Übernahmen erhöht werden, aber für die heimischen Betriebe würde das kaum die Rettung bedeuten.“

Mit der neuen Fachbuchreihe „Von Interim Managern lernen“ will Dr. Harald Schönfeld als Herausgeber vor allem die Innovationskraft, die Wirtschaftlichkeit und die Flexibilität der deutschen Wirtschaft stärken. „Interim Manager, die quer durch alle Branchen und alle Fachgebiete über unterschiedliche Unternehmen hinweg aktiv sind, bergen ein enormes Firmen-übergreifendes Know-how, das wir mit unserer Fachbuchreihe zutage fördern wollen“, sagt Schönfeld.

Die Fachbuchreihe „Von Interim Managern lernen“ ist eine gemeinsame Initiative der globalen Denkfabrik Diplomatic Council mit United Interim, dem führenden Netzwerk für Interim Manager im deutschsprachigen Raum. In der Kooperation wollen die beiden Partner „Fachbücher publizieren, die in ihrem jeweiligen Segment durch die Praxiserfahrung der Autoren einen neuen Standard setzen“. In jeweils eigenen Bänden werden alle gängigen Branchen und Fachgebiete abgedeckt. Nach dem 2021 veröffentlichten Startband „Automotive“ und dem soeben erschienenen Werk über den Maschinen- und Anlagenbau ist für 2022 ein weiterer neuer Band über „Business Transformation“ geplant.

**Weitere Informationen:** [www.diplomatic-council.org/de](http://www.diplomatic-council.org/de), [www.unitedinterim.com](http://www.unitedinterim.com)

**Presseagentur:** euromarcom public relations, Tel. +49 (0) 611 973150, E-Mail: [team@euromarcom.de](mailto:team@euromarcom.de), Web: [www.euromarcom.de](http://www.euromarcom.de)