

Studiensteckbrief

# Studie Industrie 4.0

Aktueller Stand und Herausforderungen

erarbeitet von: research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2017



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief  
Studie Industrie 4.0

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Ergebnisse:

- Nur knapp zehn Prozent der Unternehmen haben bereits erste Maßnahmen zu Industrie 4.0 umgesetzt.
- Mittlere und große internationale Unternehmen sind bei der Umsetzung von Industrie 4.0 überdurchschnittlich weit. Hersteller der Branche Mobile Antriebsmaschinen sind momentan am weitesten vorangeschritten.
- Die Antworten der Unternehmen zu Hemmnissen und Barrieren zeigen sechs Problemzonen auf, beispielsweise Informationsdefizite und Ressourcenmangel.
- Insgesamt ist Industrie 4.0 heute in den Unternehmen weniger aktuell als dies die mediale Präsenz des Themas vermuten lässt.

## Forschungsdesign:

Die Studie basiert auf einer telefonischen Befragung von 200 Unternehmen in vier Industriebranchen. Befragt wurden hauptsächlich Geschäftsführer, Inhaber und leitende Mitarbeiter aus den Bereichen Marketing, Vertrieb und Technik. Die Studie wurde von research tools im Eigenauftrag durchgeführt und liefert deshalb objektive, unabhängige, neutrale Ergebnisse. Die Studie ist im Februar 2017 erschienen.

**Preis der Studie:** Die 80 Seiten umfassende Studie kostet **1.200 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

Befragung von 200 Herstellern aus vier Industriebranchen

### Stand der Umsetzung

- Welche Branchen sind bei der Umsetzung am weitesten vorangeschritten?
- Stand der Umsetzung nach Unternehmensgröße und Internationalisierung?

### Umsetzungsmaßnahmen

- Welche Projekte und Maßnahmen wurden bisher realisiert?
- Welche Maßnahmen werden in den Branchen und Unternehmensgrößenklassen umgesetzt?

### Hemmnisse

- Wo liegen die Barrieren und Herausforderungen?
- Gibt es Unterschiede zwischen den Branchen?

Umsetzung von Industrie 4.0 nach Branchen, Unternehmensgrößenklassen und Grad der Internationalisierung

# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

Darstellung der aktuellen Situation zur  
**Umsetzung von Industrie 4.0** in den Unternehmen

**realisierte Maßnahmen** und **Projekte**

vorherrschende **Hindernisse** und **Barrieren**

**Unterschiede** nach Branchen, Unternehmensgrößenklassen  
und Grad der Internationalisierung

alle Informationen als PDF- und PPT-Datei  
**kurzfristig** verfügbar

die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

**Nutzen:** Standortbestimmung des eigenen Unternehmens  
und Anregung für den weiteren Umgang mit dem Thema

## 200 Hersteller aus folgenden Branchen:

- Arzneimittel OTC
- Mobile Antriebsmaschinen
- Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen
- Verfahrenstechnische Anlagen

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	9
➤ Begriffsabgrenzung	15
Kleine, mittlere und große, nationale und internationale Unternehmen	
➤ Stand der Umsetzung	21
▪ Definition Umsetzungsindex	26
Voraussetzung für den Vergleich	
▪ Vergleich national und international	28
Situation nach Unternehmensgröße	
▪ Vergleich der Branchen	34
Darstellung der Unterschiede	
➤ Umsetzungsmaßnahmen	51
Realisierte Projekte	
➤ Hemmnisse	60
▪ Themencluster	63
O-Ton der Einzelnennungen	
▪ Verteilung	71
Einzelfertigung, Informationsdefizit, Konservativität, Kunden, Ressourcenmangel, Restriktionen, Problemlos	
➤ Kontakt / Branchenerfahrung	79

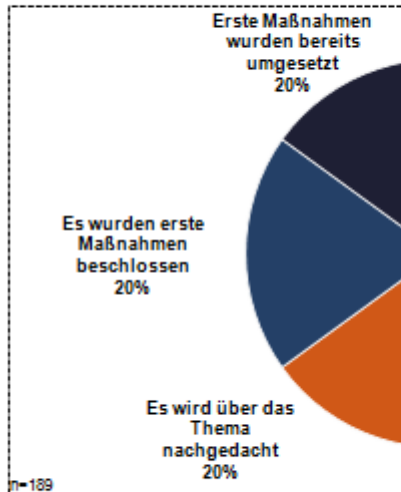


# Beispieleiten (1)

## Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

### Stand der Umsetzung

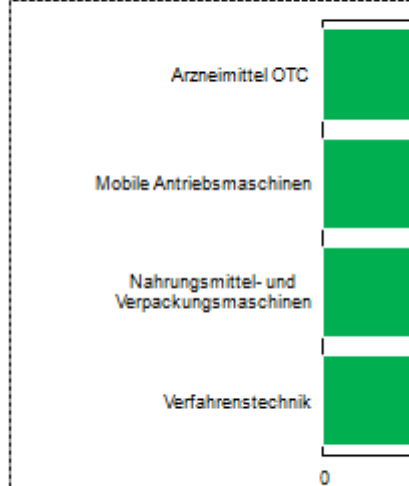
Häufigkeit der Nennungen (Angaben in % der Unternehmen)



### Stand der Umsetzung

Vergleich der Branchen

Gesamt und Zeitpunkt der Feldarbeit  
(Angaben in Umsetzungsindex-Punkten)



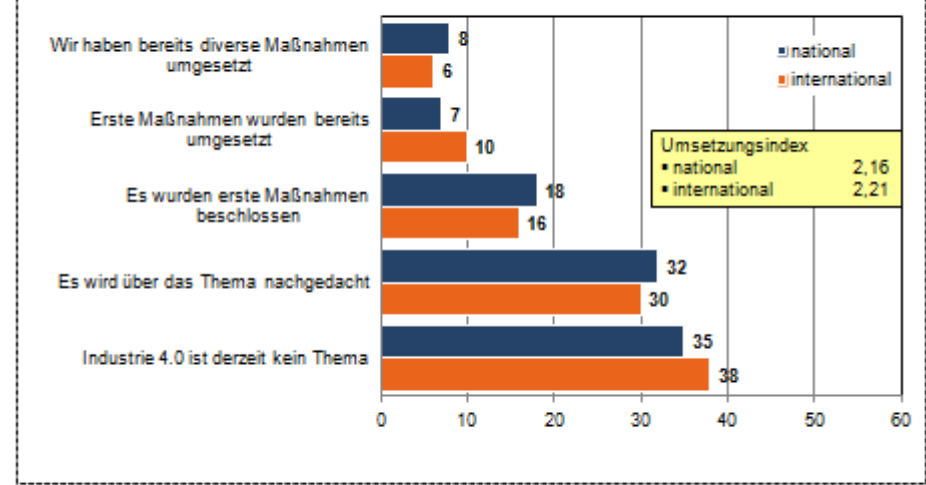
Welche Unterschiede ergeben sich beim Vergleich von nationalen und internationalen Unternehmen?

### Stand der Umsetzung

Vergleich national und international

Gesamt

(Angaben in % der Unternehmen)



research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Industrie 4.0

Welcher Umsetzungsgrad ist bei den Unternehmen erkennbar?

# Beispielseiten (2)

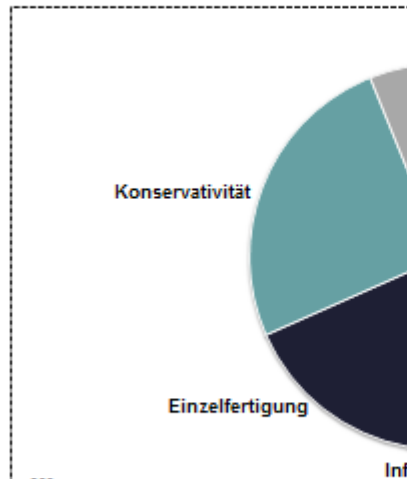
## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Umsetzungsmaßnahmen

Branche XY	Nationale
Mittlere Unternehmen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einführung XXX System</li> <li>XXX Programm eingeführt über das System, Zugriff möglich, Vernetzung mit Mutterkonzern</li> <li>Umsetzung einer Schranke in einzelnen</li> </ul>
Große Unternehmen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einführung XXX System</li> <li>Zugriff für Kunden und Auswertungen</li> <li>Systeme für Kunden</li> </ul>

### Hemmnisse Verteilung

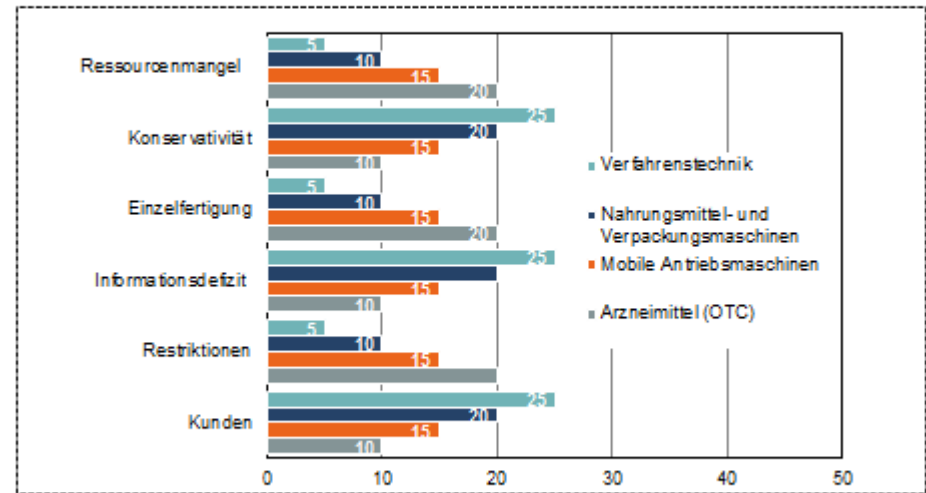
Häufigkeit der Nennungen (Angaben in % der Nennungen)



Welche Hindernisse charakterisieren die Branchen?

### Hemmnisse Verteilung

Vergleich der Hersteller nach Branchen (Angaben in % der Nennungen)



Welche Projekte wurden bereits realisiert?

# Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

**E-Mail:** [rainer.dieringer@research-tools.net](mailto:rainer.dieringer@research-tools.net)

**FAX:** +49 (0)711 – 55090384

**Auftragnehmer:** research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.200 EUR zzgl. MwSt. die  
**Studie Industrie 4.0**

**Auftraggeber:**

Firma: \_\_\_\_\_

Ansprechpartner: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Position/Funktion: \_\_\_\_\_

Datum, Ort, Unterschrift: \_\_\_\_\_



# Kontakt / Branchenerfahrung

Ihre Ansprechpartner für diese Studie sind:

**Rainer Dieringer**



Diplom-Ökonom  
Mobil +49 173 2437 469  
E-Mail: rainer.dieringer@research-tools.net

**Uwe Matzner**



Geschäftsführer  
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM  
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

**research tools**  
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar  
[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

research tools: Marketingmaßnahmen  
erfassen – verstehen – bewerten.

In der Reihe  
**Marktt Themenradar**  
sind bisher erschienen:

- Antriebstechnik 2015
- Arzneimittel-Hersteller OTC 2016
- Messebau 2016
- Mobile Antriebsmaschinen 2016
- Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen 2016
- Verfahrenstechnik 2016