

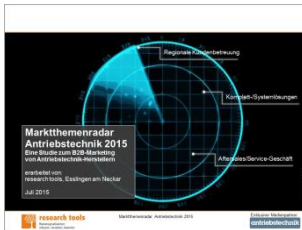


research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Osteuropa ist die Problemregion in der Antriebstechnik



Neben der Osteuropa-Problematik gibt es zahlreiche weitere Herausforderungen, mit denen sich die deutschen Unternehmen der Antriebstechnik konfrontiert sehen. Laut der Studie ‚Marktthemenradar Antriebstechnik 2015‘ sehen vor allem kleinere Unternehmen ein wichtiges Thema im Aftersales- und Servicegeschäft, während die größeren Unternehmen den Fokus stärker auf Produktinnovationen richten.

Esslingen am Neckar, 16. September 2015 – Das Themenspektrum des B2B-Marketings in der Branche Antriebstechnik ist breit gefächert: Innovationen und technische Aspekte sind besonders wichtige Themen, die in Form von Kundenanforderungen an die Unternehmen herangetragen werden. Das Geschäft mit Osteuropa wird von vielen Unternehmen kritisch gesehen. Insbesondere die Zukunftsperspektiven sind hier mit großer Unsicherheit behaftet. Zudem belastet der schwache Euro die Importe aus Märkten außerhalb der Währungsunion.

Ein Marktthemenranking zeigt das von 72 Prozent der Befragten als sehr wichtig eingestufte Top-Thema: kundenspezifische Lösungen. Es folgt mit großem Abstand und einem Anteil von nur noch 37 Prozent „sehr wichtig“ die Nachhaltigkeit in der Produktion.

Während in Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern neben dem Aftersales- und Servicegeschäft auch der Bereich Komplett- und Systemlösungen in den Vordergrund tritt, ist in größeren Unternehmen vermehrt die Entwicklungs- und Produktionskompetenz von Bedeutung. Zudem haben diese Unternehmen stärker die Themenfelder Produktinnovationen, Corporate Social Responsibility sowie Ingenieur- und Fachkräftemangel im Fokus.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Das Marktthemenradar Antriebstechnik 2015 von research tools basiert auf einer telefonischen Befragung von 50 Unternehmen der Branche Antriebstechnik. Befragt wurden Geschäftsführer, Marketing- und Vertriebsleiter. Die Studie zeigt auf 62 Seiten, mit welchen Themen und Herausforderungen sich die Branche aktuell beschäftigt und wie wichtig die einzelnen Aspekte für die Unternehmen sind. Eine Auswahl herausragender Marketingmaßnahmen und ein Marketing-Ranking richten den Fokus zudem auf das Marketing der Branche.

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft research tools mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net