

Spritzgießer streben nach mehr Effizienz

Befragung bei Herstellern von Spritzgussteilen: Viele Aktivitäten für mehr Effizienz und Kundenorientierung

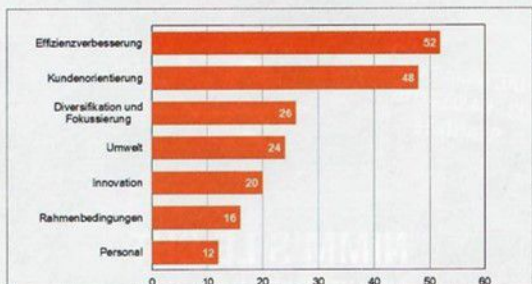
Spritzgießen Für das „Marktthemenradar Spritzgusstechnik 2019“ hat die Marktforschungsgesellschaft Research Tools eine telefonische Befragung unter 50 Herstellern von Spritzgussteilen durchgeführt. Dabei gibt die Hälfte der Unternehmen Projekte aus den Themenbereichen „Effizienzverbesserung“ und „Kundenorientierung“ als aktuell dringlich

Bei rund einem Viertel der Hersteller kennzeichnen Wachstum und Einstieg in neue Geschäftsfelder beziehungsweise der Ausbau der internationalen Präsenz die aktuelle Situation. Abfallreduzierung und Recycling sind Einzelthemen, die im Themencluster „Umwelt“ thematisiert werden. Abgefragt wurden zudem die Aktivitäten in Richtung digitales

Suchmaschinenoptimierung von 42 % eingesetzt.

An Bedeutung gewinnen wird künftig die Beratung via Chat. Jedes dritte Unternehmen der Branche setzt bereits heute Beratung via Chat ein, bei 26 % ist dieses Kundenservicefeature in Planung. Damit weist dieser Bereich die höchste Zuwachsrates aller Digital-Marketing-Themen auf. Bei der Nutzung sozialer Netzwerke zeigt sich, dass Xing und Facebook die verbreitetsten sozialen Netzwerke sind. Rund die Hälfte der Unternehmen nutzt sie. Youtube wird heute von einem Drittel der Hersteller eingesetzt. In naher Zukunft dürfte dieser Anteil aufgrund überdurchschnittlicher Zuwachsrates aber auf über 50 % steigen.

Spritzgusstechnik: aktuelle Themenkomplexe (Angaben in %)



Quelle: Marktthemenradar Spritzgusstechnik 2019 / research tools / Angaben in % der befragten Unternehmen. Mehrfachnennungen möglich



Viele Hersteller von Spritzgussteilen beschäftigen sich derzeit mit Effizienzverbesserung und Kundenorientierung. Foto: Research Tools

an. Im Detail werden Maßnahmen der Digitalisierung, Modernisierung sowie Automation angesprochen.

Auch Themen wie Materialbeschaffung, interne Kommunikation und Schnittstellenverbesserungen spielen eine Rolle.

Marketing, das in Teilgebieten bereits umgesetzt ist. Fast 70 % der Hersteller sind auf Social-Media-Plattformen aktiv. Content Marketing wird von über der Hälfte der Unternehmen realisiert. 18 % planen den Aufbau im nächsten Jahr oder zu einem späteren Zeitpunkt.

K-ZEITUNG als Partner der Studie

Für das „Marktthemenradar Spritzgusstechnik 2019“ wurden Geschäftsführer, Marketingleiter, Vertriebsleiter und deren Mitarbeiter befragt. Im Durchschnitt waren die Befragten über zehn Jahre im jeweiligen Unternehmen beschäftigt. Die 84-seitige Studie ist im Januar 2019 erschienen, kostet 900 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer und kann über die K-ZEITUNG bezogen werden. [ak](mailto:k-redaktion@giesel.de)

E-Mail: k-redaktion@giesel.de