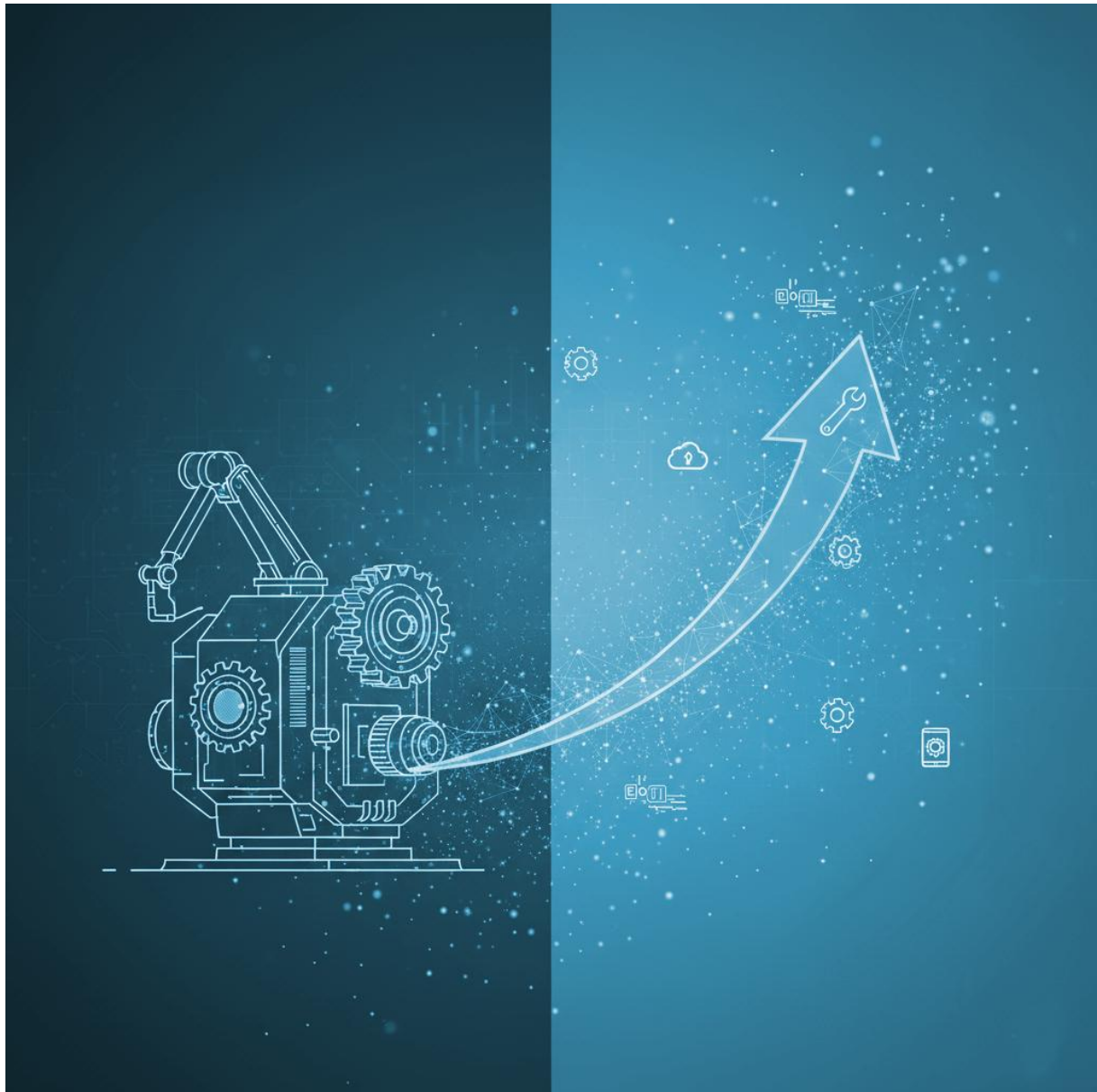


Wachstumspotenziale für den deutschen Maschinenbau durch Fokussierung auf den Aftermarket

Dr.-Ing. Jürgen Reinemuth



Zusammenfassung

Der Fachaufsatz analysiert das Wachstumspotenzial des deutschen Maschinenbaus durch eine gezielte Fokussierung auf den Aftermarket, also den Markt für Ersatzteile, Wartung, Modernisierung und digitale Mehrwertdienste. Aktuelle Studien zeigen, dass dieser Bereich mittlerweile zu einer zentralen Ertragsquelle avanciert ist. Der Aftermarket bietet stabile Umsatzströme, stärkt die Kundenbindung und bildet die Grundlage für datengetriebene Geschäftsmodelle. Digitale Technologien wie das Internet der Dinge, Künstliche Intelligenz und Cloud-Systeme schaffen

neue Wertschöpfungsmodelle („Machine-as-a-Service“) und sichern langfristig die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Maschinenbauer.

Einleitung

Der deutsche Maschinenbau stellt eine zentrale Stütze der europäischen Industrie dar. Dennoch sehen sich die Unternehmen in diesem Sektor zunehmend mit globalem Wettbewerbsdruck, unsicheren Nachfragesituationen und einem stetig steigenden Innovationsbedarf konfrontiert. Die jüngste VDMA-Konjunkturerhebung für das Jahr 2025 verdeutlicht diese Herausforderungen: Ein Großteil der befragten Unternehmen erwartet allerhöchstens gleichbleibende Umsätze im klassischen Neumaschinengeschäft. Gleichzeitig ist jedoch ein signifikanter Anstieg der Investitionen in den Aftermarket-Bereich zu beobachten (VDMA, 2025b). Diese Entwicklung macht deutlich, dass das zukünftige Wachstumspotenzial des deutschen Maschinenbaus nicht mehr primär im Verkauf von Neumaschinen liegt. Vielmehr verschieben sich die Chancen in Richtung Aftermarket, der mit Ersatzteilen, Wartung und digitalen Serviceleistungen neue und stabile Ertragsquellen erschließt.

Ökonomische Bedeutung und Marktchancen

Eine Untersuchung der Unternehmensberatung bachert&partner hebt die zentrale Rolle des Servicegeschäfts für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit im deutschen Maschinenbau hervor. Gerade für mittelständische Maschinenbauunternehmen, die unter sinkenden Auftragseingängen im Neumaschinengeschäft leiden, bietet der Ausbau von Serviceleistungen eine attraktive Möglichkeit, beständige und verlässliche Ertragsströme zu schaffen. Im Vergleich zum klassischen Maschinenverkauf sind die Margen im Servicegeschäft deutlich höher: Während der Verkauf von Neumaschinen typischerweise Margen zwischen 10 und 15 Prozent erzielt, können im Servicebereich Margen von bis zu 40 Prozent realisiert werden. Dies verdeutlicht, dass ein starker Fokus auf Serviceleistungen nicht nur die wirtschaftliche Stabilität der Unternehmen erhöht, sondern auch maßgeblich zur Steigerung der Profitabilität beiträgt.

Auch der PwC-Maschinenbau-Barometerbericht 2024 weist darauf hin, dass digitale Dienstleistungen und Serviceverträge die größten Wachstumfelder darstellen (PwC, 2024). Diese Daten korrespondieren mit Branchenanalysen des VDMA, wonach die Zahl der Unternehmen, die digitale Kanäle für Ersatzteilverkäufe nutzen, innerhalb eines Jahres von 7 auf 15 Prozent gestiegen ist (VDMA, 2024).

Digitalisierung als Wachstumstreiber

Ein wesentlicher Hebel für dieses Wachstum liegt in der Digitalisierung. Laut MHP schaffen „Data-Driven After-Sales-Ökosysteme“ nachhaltige Lösungen, die auf datenbasierten Prognosen, Cloud-Technologie und Customer-Centricity beruhen (MHP, 2025). Durch Analyse von Maschinendaten können Unternehmen Wartungszyklen optimieren, Stillstandszeiten reduzieren und neue Geschäftsmodelle wie Pay-per-Use-Modelle realisieren.

Die MHP-Studie verweist zudem darauf, dass der After-Sales-Markt bis zu fünfmal größer ist als der Markt für Neumaschinen (MHP, 2025). Ein datengetriebenes, proaktives Service-Ökosystem kann die Kundenzufriedenheit signifikant erhöhen, die Servicekosten senken und zugleich das Umsatzvolumen im After-Sales deutlich erweitern.

Wettbewerbsvorteile und strategische Bedeutung

Während asiatische Wettbewerber zunehmend den Produktsektor dominieren, verbleiben Servicequalität, Ersatzteilverfügbarkeit und proaktive Wartung als zentrale Differenzierungsmerkmale deutscher Anbieter (IfO-Institut, 2023). Laut der Hans-Böckler-Stiftung entfallen 60 Prozent der Umsätze der deutschen Aufzugsindustrie mittlerweile auf den Aftermarket, bei nur 20 Prozent im Neuanlagengeschäft (Böckler-Stiftung, 2023). Dieses Verhältnis verdeutlicht die strategische Bedeutung des After-Sales-Geschäfts als langfristige Wertschöpfungsquelle.

Herausforderungen und Erfolgsfaktoren

Die digitale Transformation des Aftermarkets erfordert technologische und organisatorische Investitionen. Laut bachert&partner sind gezielte Schritte wie „Fokussieren, Investieren, Downsizing und Transformieren“ ausschlaggebend, um das Servicegeschäft zukunftssicher zu gestalten (bachert&partner, 2020).

Zentrale Herausforderungen bestehen in Datensilos, unzureichend digitalisierten Prozessen sowie stark produktfokussierten Denkweisen (MHP, 2025). Hersteller müssen Prozesse automatisieren, digitale Plattformen aufbauen und eine datenbasierte Unternehmenskultur fördern. Besonders erfolgreiche Unternehmen zeichnen sich durch hohe Servicequalität und enge Kundenintegration aus (Markt-Pilot, 2022).

Fazit

Der Aftermarket ist für den deutschen Maschinenbau kein Nebenschauplatz mehr, sondern der Schlüssel zur Sicherung der Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit. Serviceorientierte Geschäftsmodelle schaffen stabile, margenstarke Einnahmequellen und fördern Kundenloyalität. Digitale Technologien und datenbasierte Services verwandeln Maschinenbauunternehmen von reinen Produzenten zu Systempartnern mit nachhaltigen Geschäftsmodellen. Wer diesen Wandel frühzeitig vollzieht, positioniert sich als Gewinner in einem zunehmend dynamischen Industriefeld (VDMA, 2025a; MHP, 2025; PwC, 2024).

Literaturverzeichnis

- bachert&partner (2020). "Studie zum Umbruch im deutschen Maschinenbau – Servicegeschäft spielt entscheidende Rolle für künftige Wettbewerbsfähigkeit." bachert&partner Unternehmensberatung, Heidelberg. Abrufbar unter [<https://bachert-partner.de/news/studie-zum-umbruch-im-deutschen-maschinenbau-servicegeschaeft-spielt-entscheidende-rolle-fuer-kuenftige-wettbewerbsfaehigkeit>]
- Böckler-Stiftung (2023). "Branchenanalyse Aufzüge und Fahrtreppen: Strukturen und Märkte." Hans-Böckler-Stiftung, Düsseldorf.
- IfO-Institut (2023). "Der Maschinenbau im Zeitalter der Globalisierung." München.
- Markt-Pilot (2022). "Erfolgsstrategien für den Aftermarket im deutschen Maschinenbau." Tübingen.
- MHP (2025). "Data-Driven After-Sales-Strategien: So bleibt der Maschinenbau profitabel." Veröffentlicht am 21.10.2024. Abrufbar unter [<https://www.mhp.com/de/insights/blog/post/data-driven-after-sales-maschinenbau>]
- PwC (2024). "Maschinenbau-Barometer 2024: Trends und Zukunftsperspektiven." PricewaterhouseCoopers GmbH, Frankfurt am Main.
- VDMA (2024). "Hersteller investieren in neue Geschäftsmodelle – Prognose 2024." Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau, Frankfurt.
- VDMA (2025a). "Maschinenbau-Gipfel 2025: Industriestandort Deutschland und globale Perspektiven." VDMA, Frankfurt.
- VDMA (2025b). "Weltmaschinenumsatz 2025: Prognose und Branchenvergleich." VDMA, Frankfurt.