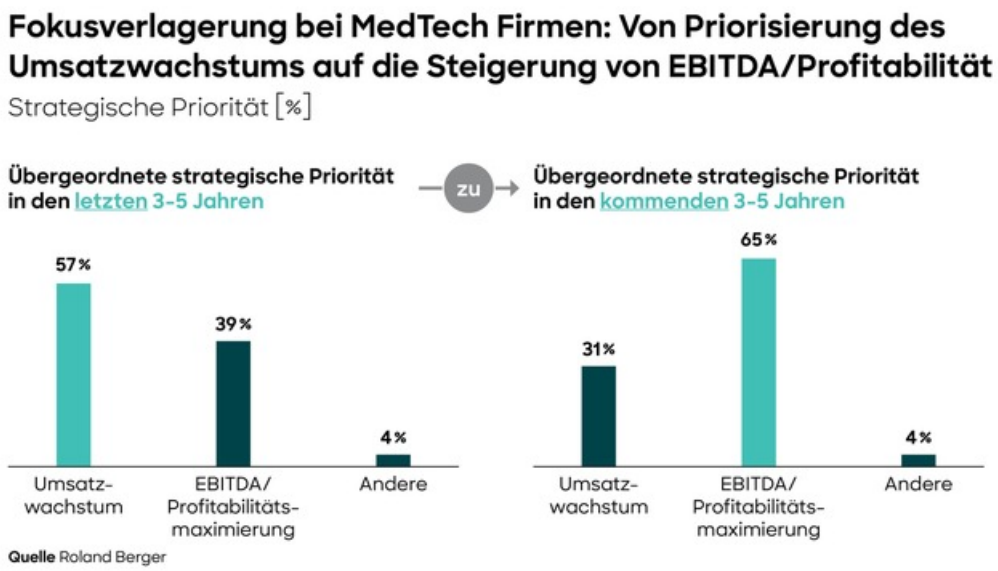
Roland Berger

03.04.2024 – 09:14 Uhr

Medizintechnik-Unternehmen ändern ihre Strategie: Statt Umsatzwachstum wird Gewinnoptimierung zur ersten Priorität



München (ots) -

- **Die traditionell hohen Margen der Branche sind in den vergangenen Jahren deutlich gesunken - ein Umdenken ist erforderlich**
- **Die Zahl der umsatzorientierten Unternehmen halbiert sich; zwei Drittel setzen jetzt auf Gewinnoptimierung**
- **Zur Steigerung der Profitabilität stehen insbesondere die Optimierung des Vertriebs, der Beschaffung und der Lieferkette im Fokus**

Angesichts rückläufiger Rentabilität ändern Unternehmen der Medizintechnikbranche ihre strategischen Prioritäten: Setzten in den vergangenen drei bis fünf Jahren noch 57 Prozent von ihnen zu allererst auf Umsatzwachstum, hat sich diese Zahl zuletzt im Vergleich fast halbiert (31%). Dagegen planen für die kommenden Jahre 65 Prozent der Unternehmen nun ihren strategischen Fokus auf die Optimierung der Rentabilität zu legen. Im Zentrum steht dabei die Rückbesinnung auf das Kerngeschäft durch Straffung des Produktportfolios und eine Fokussierung auf Kernmärkte. Hierbei priorisieren die Unternehmen nicht zwangsläufig die Hebel mit dem höchsten Renditepotenzial, sondern berücksichtigen weiterführende Faktoren: So stehen insbesondere der Vertrieb, die Beschaffung und die Lieferkette im Umsetzungsfokus, während Bereiche wie Forschung & Entwicklung und Support/After Sales mehr Potenzial zur Steigerung der Margen hätten. Dies sind die Kernergebnisse der Studie "Future of MedTech 2024", für die Experten von Roland Berger 600 Führungskräfte aus der Branche befragt haben.

"Bisher war die Medizintechnikbranche insbesondere durch Wachstumsstrategien, wie beispielsweise die Einführung neuer Produkte und/oder den Einstieg in weitere Märkte, geprägt - und dies bei historisch hohen Margen im Industrievergleich", sagt Peter Magunia, Partner von Roland Berger. "Allerdings ist die Rentabilität in den vergangenen Jahren deutlich gesunken, wie unsere letztjährige MedTech-Studie gezeigt hat. Die Ursache dafür war und ist das schwierige makroökonomische Umfeld mit Inflation, steigenden Zinsen und Unsicherheiten durch geopolitische Spannungen. Unsere aktuelle Studie zeigt nun, dass die Unternehmen darauf reagieren, ihre Strategie umstellen und verstärkt die Steigerung der Rentabilität in den Fokus nehmen."

Diese Verschiebung der strategischen Priorität ist bei Unternehmen mit niedrigeren Gewinnmargen (bis 15%) besonders ausgeprägt: Setzten in den vergangenen drei bis fünf Jahren noch 48 Prozent von ihnen auf Umsatzwachstum, planen dies in Zukunft nur noch 20 Prozent. Stattdessen wollen 72 Prozent die Gewinnoptimierung ins Zentrum der Strategie rücken (vorher 44%). Bei Unternehmen mit höheren Margen (über 15%) priorisieren immer noch 42 Prozent den Umsatz (früher 65%), doch auch hier legt mit 58 Prozent (früher 35%) inzwischen eine Mehrheit den Fokus auf gesteigerte Rentabilität.

Priorisierte Hebel haben nicht immer das höchste Optimierungspotenzial

Die Gewinnmaximierung wollen die befragten Unternehmen in erster Linie durch die Konzentration auf ihr Kerngeschäft erreichen. "Bevorzugte Strategie ist dabei die Straffung des Produktportfolios und die Fokussierung auf Kernmärkte", sagt Peter Magunia. "Das hilft auch im Umgang mit der zunehmenden Komplexität, die sich aus regulatorischen Vorgaben wie ESG-Anforderungen oder

dem neuen europäischen Medizinprodukterecht sowie Herausforderungen beim Thema Lieferkette ergibt." Um die Rentabilität in ihren Kernmärkten zu steigern, setzen die Unternehmen vor allem auf Technologie und Digitalisierung, etwa KI und maschinelles Lernen zur Steuerung der Lieferketten oder Robotik und Automatisierung in der Fertigung.

Gleichzeitig zeigt die Umfrage jedoch ein deutliches Ungleichgewicht zwischen den priorisierten Hebeln zur Leistungssteigerung und deren potenziellem Beitrag zur Gewinnmaximierung: So nennen die Befragten als wichtigste Bereiche für Initiativen den Vertrieb, die Beschaffung und die Lieferkette. Beim Vertrieb passt diese Einstufung zu dessen hohem Margenverbesserungspotenzial von 5,0 Prozentpunkten. Dagegen weisen die Beschaffung und Lieferkette mit 2,9 beziehungsweise 2,7 Prozentpunkten die niedrigsten Potenziale unter den betrachteten Bereichen auf. Den höchsten Beitrag zur Rentabilitätssteigerung könnten Forschung & Entwicklung mit 6,3 sowie Support/After Sales mit 5,7 Prozentpunkten liefern - doch in der Prioritätenliste der Unternehmen stehen sie weit unten - auf dem fünften beziehungsweise siebten und letzten Platz.

"Bei diesem Ungleichgewicht zwischen Priorisierung und Potenzial der Aktivitäten spielen Faktoren wie Risikoeinschätzung und die angenommene Umsetzungswahrscheinlichkeit eine Rolle", sagt Thilo Kaltenbach, Partner bei Roland Berger. "Diese müssen natürlich ebenfalls berücksichtigt werden. Dabei gilt es für jedes Unternehmen individuell die relevanten Bereiche und Hebel zu identifizieren und deren Einsatz gut zu planen. Für die Umsetzung steht dann eine Vielzahl von Instrumenten zur Gewinnmaximierung und zur Förderung des Wachstums zur Verfügung. Wer gezielt in die passenden Technologien investiert und sie richtig anwendet, erhält damit die Chance, die Produktivität des eigenen Unternehmens zu steigern und der Konkurrenz einen Schritt voraus zu sein."

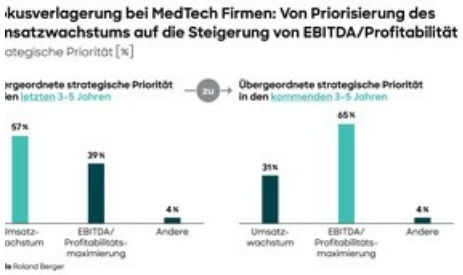
Die vollständige Studie können Sie hier herunterladen: https://ots.de/lffc0x

Roland Berger ist eine weltweit führende Strategieberatung mit einem breiten Leistungsangebot für alle relevanten Branchen und Unternehmensfunktionen. Roland Berger wurde 1967 gegründet und hat seinen Hauptsitz in München. Die Strategieberatung ist vor allem für ihre Expertise in den Bereichen Transformation, industrieübergreifende Innovation und Performance-Steigerung bekannt und hat sich zum Ziel gesetzt, Nachhaltigkeit in all ihren Projekten zu verankern. Im Jahr 2023 verzeichnete Roland Berger einen Umsatz von über einer Milliarde Euro.

Pressekontakt:

Silvia Constanze Zösch
Senior Expert Corporate Communications & PR
Tel.: +49 160 744-8750
E-Mail: Silvia.Zoesch@rolandberger.com
www.rolandberger.com

Medieninhalte



Knapp zwei Drittel der Medizintechnik-Unternehmen setzen künftig auf Gewinnoptimierung / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/32053 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100062473/100917788 abgerufen werden.