



Global auf Kurs



Der deutsche Heimatmarkt schwächelt – das ist keine Neuigkeit mehr. Während hierzulande der Maschinen- und Anlagenbau unter Druck steht, verzeichnen deutsche Unternehmen in anderen Regionen der Welt teils zweistellige Wachstumsraten. Ein Blick auf aktuelle Geschäftszahlen zeigt exemplarisch, wie Internationalisierung zur Überlebensstrategie wird.

► Dipl.-Ing. (FH) Frank Nolte, Chefredakteur SPS-MAGAZIN

Aktuelle Zahlen des Sensor-spezialisten IFM belegen die aktuelle Lage eindrucksvoll: Der Technologiekonzern konnte seinen Umsatz im vergangenen Jahr um rund zehn Prozent steigern – trotz der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland. Wesentliche Wachstumstreiber waren dabei die Regionen Asien/Pazifik und Amerika sowie Produkte für die Prozessindustrie. Dieses Ergebnis zeigt zweierlei: Erstens, dass Innovationen und qualitativ hochwertige Lösungen weltweit gefragt bleiben. Und zweitens, dass ein klar strukturierter Internationalisierungskurs inzwischen zur Kernkompetenz jedes zukunftsorientierten Unternehmens gehört.

Es geht nicht mehr darum, ob man international tätig sein will, sondern wie schnell und konsequent man neue Märkte erschließt. Besonders die Regionen Asien/Pazifik und Amerika entwickeln sich zu Wachstumstreibern, während der europäische Heimatmarkt stagniert. Diese Entwicklung spiegelt sich auch in der Messewelt wider. Mit dem Engagement im ASEAN-Raum erschließt Mesago Messe Frankfurt, Veranstalter der SPS, eine Region, die mit hoher Innovationsfreude, wachsender Industrialisierung und starkem Automatisierungsbedarf punktet. Das Interview in dieser Ausgabe (S.12) zeigt, welche strategischen Überlegungen hinter dieser Entscheidung stehen und warum globale Präsenz

künftig ein entscheidender Erfolgsfaktor auch für Fachmessen sein wird.

Diese Internationalisierungsstrategie ist mehr als Marketing. Sie ist Notwendigkeit. Denn die industrielle Nachfrage verschiebt sich geografisch – und wer dort nicht präsent ist, wo investiert wird, verliert Marktanteile. Der ASEAN-Raum mit seinen rund 690 Millionen Einwohnern, starkem Wirtschaftswachstum und zunehmender Industrialisierung bietet enorme Potenziale. Ähnliches gilt für den amerikanischen Markt, der trotz protektionistischer Tendenzen weiterhin eine der wichtigsten Absatzregionen bleibt.

Die aktuelle Lage in Deutschland mag ernüchternd sein, doch sie ist kein Grund zur Resignation. Sie ist ein Weckruf. Unternehmen, die ihre internationale Präsenz ausbauen, ihre Vertriebsstrukturen global aufstellen und gezielt in Wachstumsmärkte investieren, können schwierige Heimmarktbedingungen ausgleichen. Das erfordert Mut, Investitionen und oft auch kulturelles Umdenken. Doch die Alternative – abwarten und auf bessere Zeiten hoffen – ist keine.

Frank Nolte
fnolte@tedo-verlag.de

IO-Link Safety – Sicher bis ins Feld

IO-Link
safety



Jetzt
informieren!

PILZ
THE SPIRIT OF SAFETY

Pilz GmbH & Co. KG
Tel.: 0711 3409-0, info@pilz.de, www.pilz.de

Components by Interpack
7.–13. Mai 2026 in Düsseldorf,
Halle 18b, Stand C11