



Mit MGA raus aus der Produktionshölle!

Nicht selten wird bei Produktanbietern die Produktion stiefmütterlich behandelt – Entwicklung und Vertrieb stehen alleine im Mittelpunkt. Dies geht zu Lasten der Profitabilität. MGA bietet Dienstleistungen, die einen Weg aus dem Dilemma weisen.

13. Dezember 2023

»Produktionshölle«? Nach Befragung der Suchmaschinen befindet sich diese, zumindest gelegentlich, in den Gigafactories von Tesla – oder doch eher direkt bei Elon Musk? Nicht von ungefähr werden dem unkonventionellen E-Auto-Pionier von etlichen seiner Kritiker zwiespältige – man könnte auch sagen: diabolische – Eigenschaften zugesprochen. Oder anders ausgedrückt: An ihm scheiden sich die Geister.

In dieser Hölle steckt der Teufel nicht nur im Detail, sondern vielmehr in der Wertigkeit, die dem Produktionsprozess bei der Erschaffung eines Produkts zugestanden wird. Funktion und Erscheinungsbild bzw. die äußere Gestalt gelten laut Lorenz Arnold als die entscheidenden Erfolgsfaktoren. An dritter Stelle ordnet er den Vertrieb ein. Maschinenbauer wie Techniker sähen das so, vertriebsaffine Personen naturgemäß etwas anders. Ihnen geht es vorrangig um Kundenbindung: Der Auftrag muss in der vereinbarten Menge und der geforderten Qualität termintreu abgewickelt werden. Das Wie ist oftmals zweitrangig.

»Von der Produktion ist oft allenfalls am Rande die Rede«, sagt der MGA-Geschäftsführer. Dabei resultiere der Unternehmenserfolg primär aus der Fähigkeit zur ertragsstarken Produktion der eigenen Produkte, meint er.

»Wer zu früh kommt, ist auch unpünktlich.«

Drei Herausforderungen hat die Produktion also zu bewältigen: Die erste betrifft den Output, will heißen: Sie muss in die Lage versetzt werden, die geforderte Menge an Produkten zu liefern. Punkt zwei: die geforderte Qualität. Hierbei soll es nicht das Ziel sein, eine bessere als die spezifizierte abzuliefern. Dies erzeuge keinen Mehrwert für den Kunden, wohl aber Kosten, weiß Lorenz Arnold. Der dritte Aspekt heißt Termintreue. Nicht so früh wie möglich, sondern zum vereinbarten Zeitpunkt, lautet die Zielsetzung – wie bei privaten Einladungen, bei denen Überpünktlichkeit zumindest als unhöflich gilt. Kommt die Ware zu früh, kann dies beim Empfänger für Probleme sorgen.

Grundsätzlich stehen Produzenten vor der berühmten »Make or Buy«-Entscheidung. Stelle ich die Ware bzw. Komponenten selbst her oder kaufe ich diese ein? Der Preis ist hierbei nicht alleinentscheidend. Die eben genannten Kriterien Menge, Qualität und Termin fallen genauso ins Gewicht.

Als Beispiel nennt Lorenz Arnold den Tech-Giganten Apple: »Apple ist mit dem iPhone nicht derartig erfolgreich, weil es ein Produkt mit tollem Design und innovativen (heute: zeitgemäßen) Funktionen ist. Der eigentliche Erfolg kommt aus der Produktion: Nur weil es die Kalifornier geschafft haben, in einem – damals – weniger technisierten Land wie China mit Hilfe dortiger Lohnfertiger die iPhones in Spitzenqualität in ausreichender Menge zum Verkaufsbeginn zu bringen, verdient es so unglaublich viel Geld und macht seine Aktionäre glücklich.«

Anders sieht es offensichtlich bei Tesla aus. Zumindest gibt Elon Musk Probleme zu, die es etwa beim Hochlauf der Produktion des Model 3 gab. Dabei sprach er davon, in der »Produktionshölle« zu stecken. Womöglich zeige diese Bezeichnung am besten, wie erfolgskritisch die Produktion ist, meint Lorenz Arnold.



Was sieht es im Maschinenbau aus?

»Maschinenbau ist der Enabler für eine effiziente und somit ertragsstarke Produktion. Dies ist, wenn wir so wollen, die natürliche Rolle des Maschinenbaus, das hat jeder Verantwortliche im Maschinenbau verinnerlicht«, weiß der MGA-Geschäftsführer. In eigener Sache, das heißt, in der Produktion der Maschinen, trenne sich allerdings die Spreu vom Weizen. In vielen Unternehmen gebe es hier Optimierungsbedarf.

Als »Spreu« klassifiziert Lorenz Arnold gewisse Maschinenbauer, bei denen Entwicklung und Konstruktion im internen Ranking ganz oben »in der Hackordnung« rangieren. Er begründet das so: »Geschäftsführer im Maschinenbau sind oft Ingenieure und sie sind verliebt in die Funktionen der eigenen Maschine. Ebenso denken sie kundenorientiert, haben die Kundenzufriedenheit im Blick. Weil man jedoch nun einmal nicht alles an Prio 1 setzen kann, folgt die eigene Produktion erst im Anschluss. Das ist die häufigste Ursache, wenn Maschinenbauer keine zufriedenstellende Profitabilität aufweisen.«

»Weizen« sind dagegen die auch unter dem Strich erfolgreichen Maschinenbauer. Diese haben das Thema im Blick. »Investitionen und Zuneigung« fließen ebenso in die Produktion und Produktentstehung wie in Entwicklung, Konstruktion und den Vertrieb.

Was hat MGA damit zu tun?

Lorenz Arnold: »MGA sieht sich gleichermaßen der Produktentwicklung wie auch der Produktentstehung seiner Kunden verpflichtet.« Mit seinem Leistungsspektrum fördert das Unternehmen direkt diesen Bereich, insbesondere mit seinem Zugpferd, der Inbetriebnahme, aber auch Elektrokonstruktion und Software sind Teil der Produktentwicklung.

Auf die genannten Herausforderungen bietet MGA hilfreiche Unterstützungen. Mit zusätzlichen Kapazitäten bzw. als »verlängerte Werkbank« kann das Unternehmen Output/Menge und Termintreue, die Qualifikation der MGA-Mitarbeiter die Produktqualität sicherstellen.

»Die Kooperation mit MGA ist für Maschinenbauer ein Garant dafür, an entscheidender Stelle seine Produktentstehung erfolgreich zu gestalten«, schließt Lorenz Arnold oder anders: »Mit MGA raus aus der Produktionshöhle!«

← Zurück