

Braucht die Kunststoffindustrie nachhaltige Geschäftsmodellinnovationen? Mögliche Wege

- Branchenstruktur anhand des Clusters & Netzwerks KIMW
- Klassisches Geschäftsmodell am Beispiel Kunststoffverarbeiter
- Plattformansatz am Beispiel, Cirplus
- Erweiterung des Produktportfolios durch Kooperation- Crossselling
- Innovativer Ansatz Marketing 4.0 & Vertrieb 4.0: Am Beispiel Branchentreff4you
- Weitere neue Ansätze & Beispiele aus der Branche

Michael B. Krause, Dipl-Kfm. TU Berlin

Geschäftsführer des Kunststoff-Instituts Lüdenscheid seit 2019

Leitung Geschäftsstelle Interessengemeinschaft Kunststoff (IGK)

Langjähriger Geschäftsführer bei der AiF

Projektleiter für diverse Fördermaßnahmen des BMBF, BMWi, International und für Landesmaßnahmen

Initiator der Maßnahme „Start trifft Mittelstand“ für das BMWi und Mitglied des Beirats

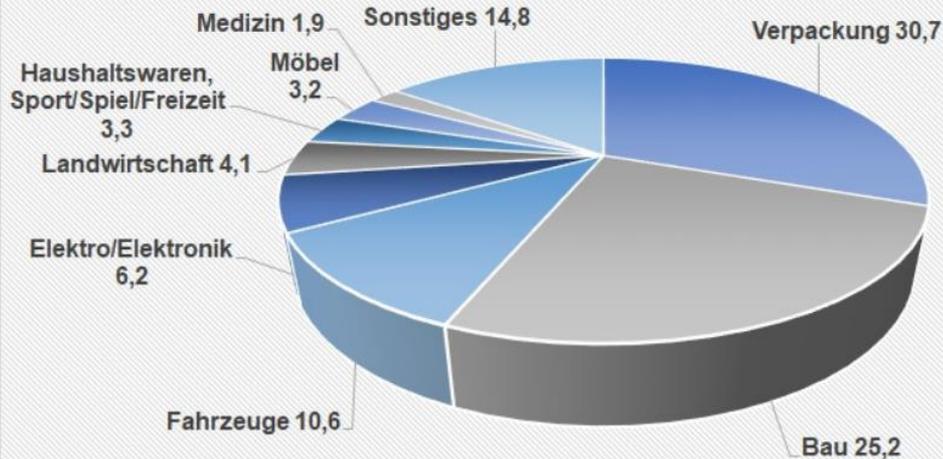
Diverse Dozenturen an Hochschulen und Buchbeiträge zu den Themen Forschungsmanagement,

Geschäftsmodellinnovationen, Kreativität & Innovationen, Entrepreneurship &

Technologiemanagement

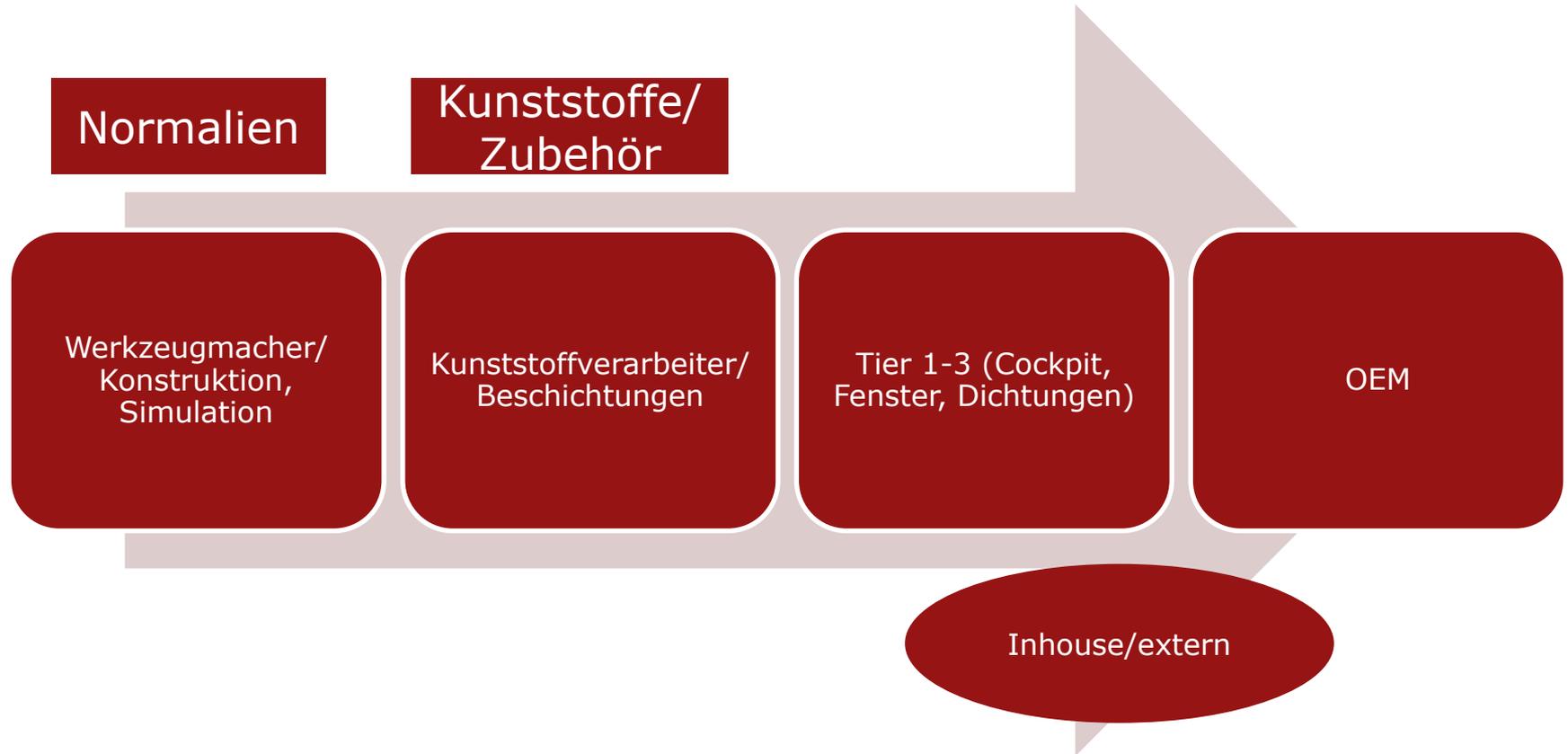
(Quelle: **Stoffstrombild Kunststoffe in Deutschland 2019**)

**Menge der verarbeiteten Kunststoffwerkstoffe nach Branchen
2019 (Neuware und Rezyklat) in Prozent;**
Quelle: Conversio 2020



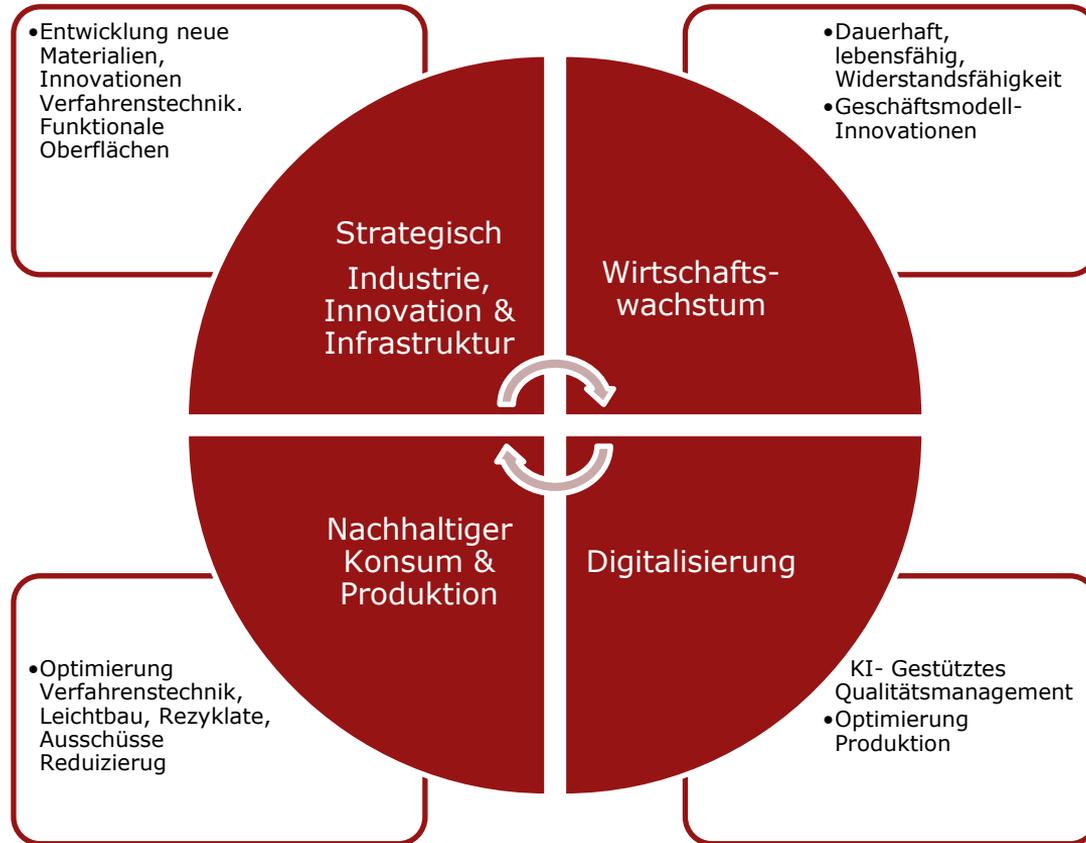
Unterschiedliche
Branchenstruktur
Bsp. Automotive

Unterschiedliche
Regularien &
Bedarfe
Bsp. Bau versus
Automotive



- Innovation heißt wörtlich „Neuerung“ oder „Erneuerung“
- Im engeren Sinne resultieren Innovationen erst dann aus Ideen, wenn diese in neue Produkte, Dienstleistungen oder Verfahren umgesetzt werden, die tatsächlich erfolgreiche Anwendung finden und den Markt durchdringen
- Technische und nicht- technische Innovation, Geschäftsmodellinnovation
- Adaption von Mechanismen
- Änderung von Parametern im Business Canvas

Wirtschaft nachhaltig gestalten aus der Sicht der Kunststoffbranche



Business Modell Canvas, Kunststoffverarbeitung

Schlüssel-partner <ul style="list-style-type: none"> • Branchenspezifische Netzwerke Kunststoff • Netzwerke Branche Medizintechnik • Werkzeugmacher, Zubehör Heißkanal • Institute als Technologiepartner • Komplementäre 	Schlüssel-aktivitäten <ul style="list-style-type: none"> • Engineering Fertigungsprozesse • Werkzeugbau, Verfahrenstechnik, Abmusterung • Qualitätsprozesse • Automatisierung • Montage • Beschichtung • Materialauslegung 	Wert-Angebot Dienstleistung <ul style="list-style-type: none"> • Produktion von Spritzgussbauteilen • Fertigung von bestimmten Mengen • Zeitlicher Durchlauf/Stückzahlen/Kapazitäten • Unter bestimmten Qualitätsstandards je nach Branche • Ggf. interner und externer Werkzeugbau/ Eigentum OEM • Montage • Spezialisierung bestimmte Materialien Silikon • Beschichtungen PVD 	Kunden-beziehung <ul style="list-style-type: none"> • Langfristige Kundenbindung • Fokussierung auf wenige Kunden • Persönlicher Kontakt 	Kunden-Segmente <ul style="list-style-type: none"> • Hersteller , OEM • Tier 1-3 • Zulieferer <ul style="list-style-type: none"> • Ggf. Eigenprodukt andere Zielgruppen
	Schlüssel-Ressourcen <ul style="list-style-type: none"> • Personal • Infrastruktur, Spritzgussmaschinen Material 		Vertriebs-Kanäle <ul style="list-style-type: none"> • Direktvertrieb • Messen, Fachmessen • Netzwerke, Fachtagungen • Mailings • Ggf. Newsletter • Online-Marketing? 	
Kosten-Strukturen <ul style="list-style-type: none"> • Personal • AfA / Miete (Infrastruktur) • Overhead 		Einnahmen <ul style="list-style-type: none"> • Erlöse aus Dienstleistungen, Stückzahlen, ggf. Serviceleistungen, inkl. Werkzeuge verkaufen 		

Two-Sided Market

Zwei unterschiedliche Nutzergruppen, Zusammenführung auf einer Plattform, gegenseitige Abhängigkeiten Nutzer, schnelle Verbreitung ist wichtig

Ebay, Amazon, Groupon

Einbringen mehrerer Akteure in ein Ökosystem
Wichtig: Anreize für beide Seiten

Business Modell Canvas, Kunststoffverarbeitung - Plattformen

<p>Schlüssel-partner</p> <ul style="list-style-type: none"> • Branchenspezifische Netzwerke Kunststoff • Netzwerke Branche Medizintechnik • Werkzeugmacher, Zubehör Heißkanal • Institute als Technologiepartner • Komplementäre 	<p>Schlüssel-aktivitäten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Engineering Fertigungsprozesse • Werkzeugbau, Verfahrenstechnik, Abmusterung • Qualitätsprozesse • Automatisierung • Montage • Beschichtung • Materialauslegung 	<p>Wert-Angebot</p> <p>Dienstleistung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktion von Spritzgussbauteilen • Fertigung von bestimmten Mengen • Zeitlicher Durchlauf/Stückzahlen/Kapazitäten • Unter bestimmten Qualitätsstandards je nach Branche • Ggf. interner und externer Werkzeugbau/ Eigentum OEM • Montage • Spezialisierung bestimmte Materialien Silikon • Beschichtungen PVD 	<p>Kunden-beziehung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Langfristige Kundenbindung • Fokussierung auf wenige Kunden • Persönlicher Kontakt 	<p>Kunden-Segmente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hersteller , OEM • Tier 1-3 • Ggf. Eigenprodukt andere Zielgruppen
<p>Kosten-Strukturen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal • AfA / Miete (Infrastruktur) • Overhead 		<p>Einnahmen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erlöse aus Dienstleistungen, Stückzahlen, ggf. Serviceleistungen, inkl. Werkzeuge verkaufen 		



Zwei Seiten,
nicht linear

Decken Sie Ihren **kurzfristigen** Bedarf ...

Angebote auf cirplus



WIEDERKEHREND

PET ●



WIEDERKEHREND

HDPE ●



WIEDERKEHREND

LDPE ●



WIEDERKEHREND

PP ●



WIEDERKEHREND

HDPE ●



WIEDERKEHREND

PET ●



Cross Selling

Leistungspaket wird um komplementäre Produkte erweitert, bessere Nutzung der bestehenden Kundenbeziehung, existierende Ressourcen können besser genutzt werden, Bedarf „in einer Hand abdecken“

Shell (Tankstellen mit Shop)

Tchibo (Shops)

Aldi (Aktionsware)

Sanifair (Gutscheine)

Einsatz: Kombination von Produkten mit unterschiedlichen Margen. B2B Spezialisierte Produkte mit Zusatzservices (One-Stop-Shop)

Business Modell Canvas, Kunststoffverarbeitung - Crossselling

<p>Schlüssel-partner</p> <ul style="list-style-type: none"> •Branchenspezifische Netzwerke Kunststoff •Netzwerke Branche Medizintechnik •Werkzeugmacher, Zubehör Heißkanal •Institute als Technologiepartner •Komplementäre 	<p>Schlüssel-aktivitäten</p> <ul style="list-style-type: none"> •Engineering Fertigungsprozesse •Werkzeugbau, Verfahrenstechnik, Abmusterung •Qualitätsprozesse •Automatisierung •Montage •Beschichtung •Materialauslegung 	<p>Wert-Angebot</p> <p>Dienstleistung</p> <ul style="list-style-type: none"> •Produktion von Spritzgussbauteilen •Fertigung von bestimmten Mengen •Zeitlicher Durchlauf/Stückzahlen/Kapazitäten •Unter bestimmten Qualitätsstandards je nach Branche •Ggf. interner und externer Werkzeugbau/ Eigentum OEM •Montage •Spezialisierung bestimmte Materialien Silikon •Beschichtungen PVD 	<p>Kunden-beziehung</p> <ul style="list-style-type: none"> •Langfristige Kundenbindung •Fokussierung auf wenige Kunden •Persönlicher Kontakt 	<p>Kunden-Segmente</p> <ul style="list-style-type: none"> •Hersteller , OEM •Tier 1-3 •Ggf. Eigenprodukt andere Zielgruppen
<p>Kosten-Strukturen</p> <ul style="list-style-type: none"> •Personal •AfA / Miete (Infrastruktur) •Overhead 		<p>Einnahmen</p> <ul style="list-style-type: none"> •Erlöse aus Dienstleistungen, Stückzahlen, ggf. Serviceleistungen, inkl. Werkzeuge verkaufen 		



Ergebnisse: In 60% der Fälle ist die Zusammenarbeit erfolgreich

95% der Unternehmen mit Kooperationserfahrung würden erneut mit einem Start-up zusammenarbeiten

9 von 10 KMU sehen in der Digitalisierung keine existenzielle Bedrohung, nur 22 % der KMU sehen eine Notwendigkeit in der Anpassung des Geschäftsmodells

Potentiale

Komplementäre Partner mit der gleichen Zielgruppe (Cirplus/KIMW)

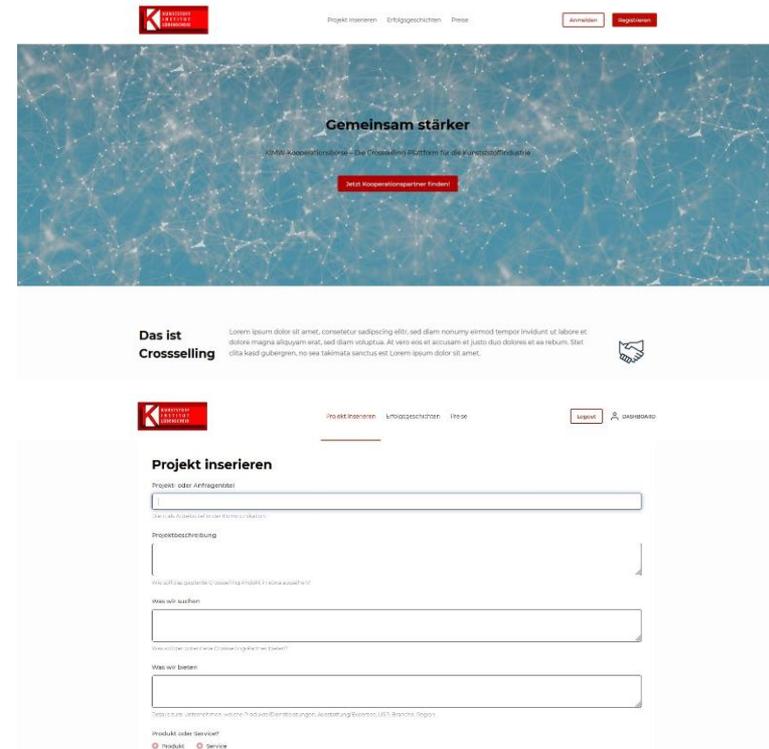
Kunststoffverarbeiter: Zielkunde Hersteller oder Zulieferer, welche Bedarfe hat der Hersteller noch

Bsp. Branchenspezifisch: Farbhersteller mit Krauss Maffei, Compoundierung Rezyklate

Bsp.: Start-up Zeiterfassung + Kunststoffverarbeitung

Nutzen der Vertriebspotentiale

Kunststoff- Crossselling Plattform



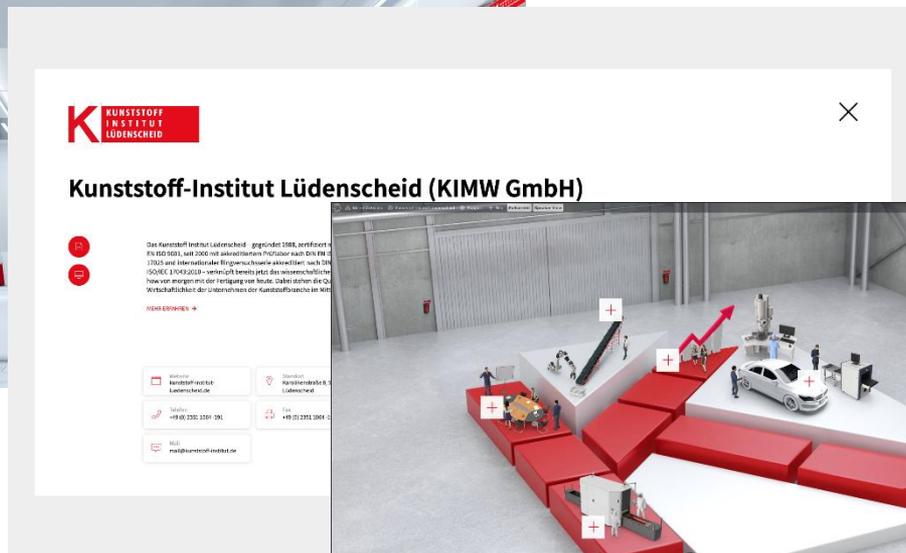
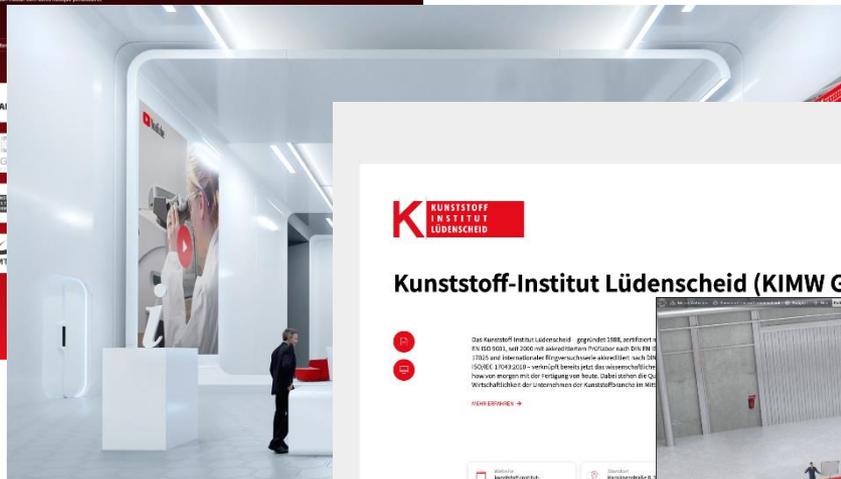
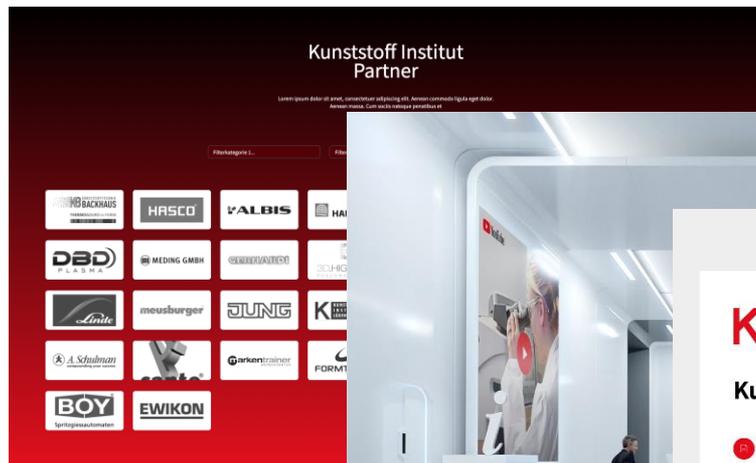
- Herausforderungen/ Bedarfe
- Hohe Kundenkonzentration, wenig Kunden
- Konjunkturelle Änderungen z.B. Automotive
- Rechtliche Änderungen z.B. Verpackungen
- Internationaler Wettbewerb
- Corona-Krise, klassische Vertriebswege sind eingeschränkt (Messen, Firmenbesuche usw.)
- Ziel: Nutzen von Netzwerken und innovativen Kanälen zur Erweiterung des Kundenkreises

Business Modell Canvas, Kunststoffverarbeitung- Marketing & Vertrieb 4.0

<p>Schlüssel-partner</p> <ul style="list-style-type: none"> •Branchenspezifische Netzwerke Kunststoff •Netzwerke Branche Medizintechnik •Werkzeugmacher, Zubehör Heißkanal •Institute als Technologiepartner •Komplementäre 	<p>Schlüssel-aktivitäten</p> <ul style="list-style-type: none"> •Engineering Fertigungsprozesse •Werkzeugbau, Verfahrenstechnik, Abmusterung •Qualitätsprozesse •Automatisierung •Montage •Beschichtung •Materialauslegung 	<p>Wert-Angebot</p> <p>Dienstleistung</p> <ul style="list-style-type: none"> •Produktion von Spritzgussbauteilen •Fertigung von bestimmten Mengen •Zeitlicher Durchlauf/Stückzahlen/Kapazitäten •Unter bestimmten Qualitätsstandards je nach Branche •Ggf. interner und externer Werkzeugbau/ Eigentum OEM •Montage •Spezialisierung bestimmte Materialien Silikon •Beschichtungen PVD 	<p>Kunden-beziehung</p> <ul style="list-style-type: none"> •Langfristige Kundenbindung •Fokussierung auf wenige Kunden •Persönlicher Kontakt 	<p>Kunden-Segmente</p> <ul style="list-style-type: none"> •Hersteller , OEM •Tier 1-3 •Ggf. Eigenprodukt andere Zielgruppen
<p>Kosten-Strukturen</p> <ul style="list-style-type: none"> •Personal •AfA / Miete (Infrastruktur) •Overhead 	<p>Einnahmen</p> <ul style="list-style-type: none"> •Erlöse aus Dienstleistungen, Stückzahlen, ggf. Serviceleistungen, inkl. Werkzeuge verkaufen 			

- Zentrale Suchmaschine auf der Homepage des KIMW mit dem Schwerpunkt Kunststoff, Suche nach Kunststoffherstellern, Fertigung von Bauteilen usw.
- Verifizierte Unternehmen (Gütesiegel) haben die Möglichkeit sich mit Ihrem Logo und Hintergrundinformationen auf einem virtuellen und individuell angepassten Stand zu präsentieren inkl. Chat/-Kontaktfunktion
- Die Suchmaschine und der Stand des Branchentreffs sind dauerhaft geschaltet, 365 Tage 24/7, Erhöhung der Reichweite, Umsätze steigern, neue Kunden
- Die Suchmaschine und der virtuelle Stand werden in die Marketingmaßnahmen des Instituts beispielsweise Newsletter, Mailings sowie Veranstaltungen eingebettet. Zudem werden u.a. auch bezahlte Anzeigen bei Google, LinkedIn oder Xing geschaltet

- Vereint Netzwerken, Marketing und & Vertrieb
 - Netzwerken: Verifizierte Partner repräsentieren sich in der Suchmaschine, Einbindung bei Netzwerkveranstaltungen z.B. Technologienachmittag, Speedkongress
 - Marketing: Logo & Stand & innovative Präsentation, ermöglicht eine völlig neue Form der Unternehmensdarstellung, der Stand kann auch flexibel auf Ihrer Seite integriert werden
 - Vertrieb: Ansteuerung der Suchmaschine durch gezielte Werbung des KIMW, Bsp. Mailings, Newsletter, Veranstaltungen, Google- und LinkedIn Anzeigen usw. sowie direkte Platzierung auf der Homepage des KIMW, Chatfunktion ermöglicht direkten Kontakten zu Ihrem Unternehmen
 - OEM-Roadshow, Multiplikatorevent



branchentreff4you.

KIMW-Branchenportal Kontakt

K KUNSTSTOFF
INSTITUT
LÜDENSCHIED

Sie haben die Idee. Wir haben die passenden Dienstleister.

Ihre Zufriedenheit und der Erfolg Ihres Kunststoff-Projektes ist unsere Mission!
Durch unsere Unabhängigkeit können wir Ihnen die richtigen Partner empfehlen.

Region wählen ▼ Segment wählen ▼ Suche... 🔍

Auswahl an Firmen

NETZSCH
Proven Excellence.

 **onepower**

KISTLER
measure. analyze. innovate.


Lauer Harz
Werkzeugtechnologie

HAYER & BOECKER

DIE DRAHTWEBER

ENTEX®
The Planetary Roller Extruder

ZSCH-GERÄTEBAU
iH

BYNIRO GMBH –
ONEPOWER-
EINKAUFSPOOL

KISTLER INSTRUMENTE
GMBH

LAUER HARZ GMBH

HAYER & BOECKER OHG

ENTEX RUST & MITSCHKE
GMBH

oerlikon
hrsflow





ENGEL
be the first

LÜTTGENS
Kunststoff-Technik

FANUC

FLOW GMBH

SILCOS GMBH

SABIC SPECIALTIES SHPP
GERMANY GMBH

ENGEL DEUTSCHLAND
GMBH

DIETRICH LÜTTGENS
GMBH & CO. KG

FANUC DEUTSCHLAND
GMBH

Struktur (Feldstudie)

Lohnspritzer

10-100 Mitarbeiter (ohne eigenes Produkt)

USP: Schnelligkeit,
Automatisierung, Material z.B.
Silikon, Kleinteile, Beschichtung,
Kostenoptimierung, Branchen

Marketing & Vertrieb gering,
Kundenkonzentration hoch,
langfristige Beziehung

Fokussierung Branche z.B. Elektro,
Automotive

Potentiale

Eigenes Produkt, Nischenmarkt

Prozessexpertise z.B. QM, Lean,
Verkauf an komplementäre
Branchen

Eigener Werkzeugbau
(Schnelligkeit)

Service/ Produktentwicklung
(Beratung)

Kooperation (Crossselling)

Neue Branchen/ Zielkunden

National/ International



STARTSEITE

UNTERNEHMEN

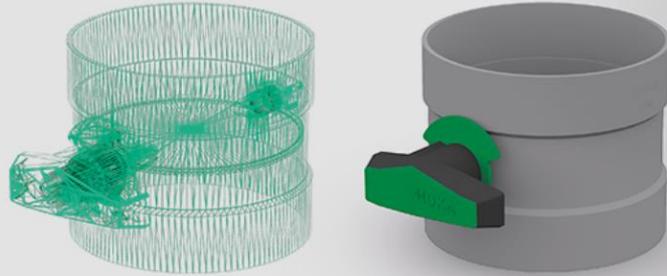
PRODUKTE

CAD

MESSEN

KARRIERE

KONTAKT



Höchste Qualität
auf schnellstem Weg

» Rohrbogen

» T-Stück

» Doppelmuffe

» Reduzierungen

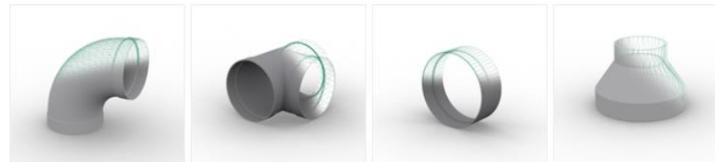
» Drosselklappen

» Absperrklappen

» Regelklappen

🏠 → Produkte

Produkte



Bsp.
Lüftungen

Kunden:
Großhandel

Kranken-
häuser,
Industrie



Leistungen Materialien Referenzen Unternehmen Kontakt

Prototypen und Kleinserien
aus Originalmaterialien



Stückzahl:
1 bis 100.000 Teile

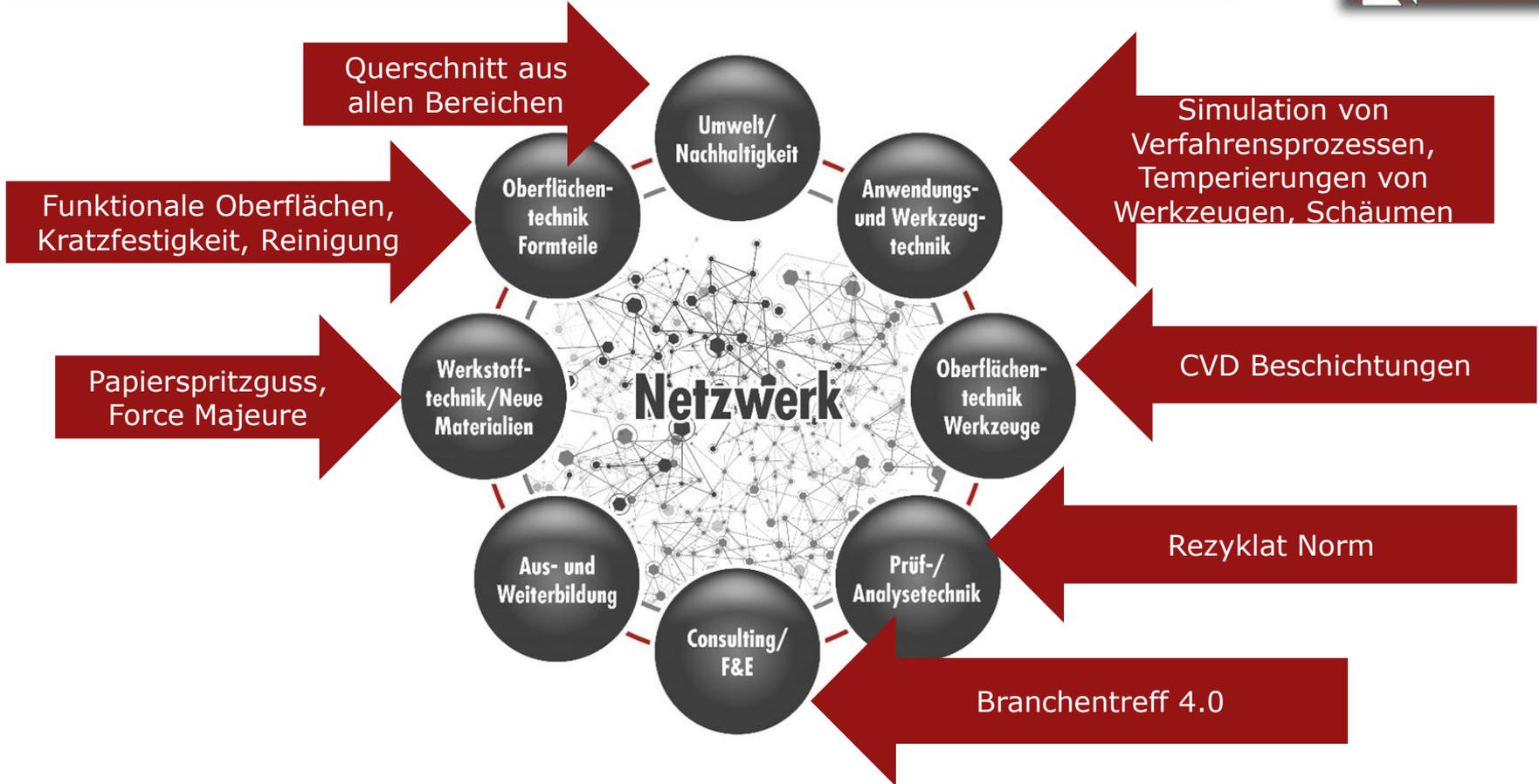
Spritzgusswerkzeuge
ab **999€**



Produkt
Transparenz
machen

Zielkunde

Kleinserien
für neue
Hersteller/
KMU





KIMW Consulting



Strategie

Strategie-
Workshops

Marktfeld-
strategie
Umfeldradar,
BMC, SWOT,
etc

Märkte,
Trends,
Subtrends,
USP



Innovationen

Patent-
Analyse

Imo-Lab
Förderanträge

Innovations-
Audit



Marketing

Branchentreff
4.0
Matchmaking

Netzwerk
4.0

Kunststoff-
CrossSelling
Projektbörse



Management

Forschungs-
zulage
Finanzierung

Q-
management
Auditierung
Medical

Geschäfts-
modelle
digital



Netzwerkmanagement, Einstieg neue Branchen, Innovationsdesigns

Kontakt ENGINEERING

Netzwerk

forschen & entwickeln

bilden & beraten

prüfen & analysieren

Verbundprojekte

Michael B. Krause

Geschäftsführer

Phone: +49 2351 1064-187

Mobile: +49 151 156 17 30

krause@kunststoff-institut.de

