

Produktion

08. Mai 2013 · Nummer 19

www.produktion.de

Einzelpreis Euro 2,80
Leserservice Produktion 65341 Eltville DPAG PVST 5339 Entgelt bezahlt

Messe-Special
Laser
Seiten 10 - 11

Daimler: 300 Mio Euro für Rumänien-Werk

4

Deutsche Unternehmen akquirieren Asiaten

9

Konstruktion: Vielseitige und kompakte Getriebe

19

Simultaneous Engineering: Effizienz für Unternehmen

29

IM FOKUS

Trumatic kombiniert Laser- und Stanztechnik

DITZINGEN (BA). Trumpf hat eine neue Trumatic entwickelt. Die Maschine zeichnet sich durch gesteigerte Prozesssicherheit, beste Teilequalität und minierte Nebenzeiten aus, so das Unternehmen. Seite 24

M23-Anschluss-technik fertig konfektioniert

OPPENWEILER (SP). Für die Schnittstelle zwischen Servoregulern und Servomotoren bietet Murrelektronik fertig konfektionierte, dichte und robuste Leistungs- und Signalleitungen mit M23-Steckverbindern. Seite 25

Schneller und direkter zur Schokopraline

BAD SAULGAU (RM). Zur Produktion von Pralinen setzt die Nestlé AG zum Plastifizieren der harten Schokoladenmasse Doppelspindelmaschinen der Knoll Maschinenbau GmbH ein. Seite 27

MPG-plus
Der leistungsstärkste pneumatische Miniatur-Parallelgreifer am Markt



www.de.schunk.com/MPG-plus

SCHUNK
Superior Clamping and Gripping

ZAHLE DER WOCHE

46 %...

aller Befragten einer Studie der TU München definieren den Zukauf eines Unternehmens in Asien als erklärtes Ziel. (Seite 9)

ZITIERT

„Es ist wichtig, dass man Lieferanten nicht wie Untertanen behandelt.“

Peter Zimmermann, Mink Bürsten

SERVICE

Redaktion: Tel.: (0 81 93) 125-310, Fax: (0 81 93) 125-312
Anzeigen: Tel.: (0 81 93) 125-497, Fax: (0 81 93) 125-304
Aboservice: Tel.: (0 61 23) 9238-257, Fax: (0 61 23) 9238-258

RANGE EXTENDER

Stecker raus für Elektromobilität

DIETMAR POLL
PRODUKTION NR. 19, 2013

Der Rummel um die Elektromobilität ebbt ab. Denn mittlerweile greift die Erkenntnis, dass vorerst Autos mit Plug-in-Hybrid-Technik – also sowohl Elektro- als auch Benzinmotor – die Lösung für den Übergang sind.

LANDSBERG. Derzeit klingen Schlagzeilen, die um die Einführung von E-Fahrzeugen handeln, beispielsweise so: „Jetzt nur noch eine fixe Idee: Die schon beschlossene Markteinführung des E-tron wurde wieder rückgängig gemacht. Audi legt seine Elektropläne – auch beim A2 – auf Eis.“ Der Grund dafür ist einfach: Schließlich entscheidet der Markt über eine lebendige Elektromobilität – und nicht etwa eine Vision der Bundesregierung. Es steht also noch viel Arbeit für Entwicklungsingenieure an. Einer von ihnen ist Professor Horst Friedrich, Institutschef für Fahrzeugkonzepte beim Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt, Stuttgart. „Ich will das Elektrofahrzeug auch“, sagt er, „aber erst muss man die Reichweiten-Problematik überwinden.“

Besserung ist trotz großer Investitionen in die Batterieentwicklung vorerst nicht in Sicht. Hilfen müssen also her, sonst erfüllt sich die pessimistische Prognose von Ferdinand Dudenhöffer, Direktor des Center Automotive Research an



Die derzeit bekannten Batterietechnologien reichen noch nicht für den Durchbruch des E-Autos – die Autoindustrie setzt vermehrt auf Range Extender. Bild: Eisenhans - Fotolia.com

der Universität Duisburg-Essen. „Die Elektromobilität ist in Deutschland dabei zu sterben“, hatte er schon Mitte 2012 erklärt.

Auch bei BMW scheint die Elektromobilität angezählt: Laut BMW-Vorstand Klaus Draeger will man Elektroautos nur noch für Kurzstreckendienste bauen. „Das ist inzwischen Konsens unter den deutschen Herstellern und im Verband der Automobilindustrie“, sagte Draeger. Für kürzere Distanzen sollten kleinere, rein elektrische Autos produziert werden. „Für längere Distanzen Plug-in-Hybride, also die Kombination von einem an der Steckdose aufladbaren Elektro-

antrieb und einem Benzinmotor.“ In einem zweiten Schritt kämen dann Fahrzeuge, die Strom mithilfe einer Brennstoffzelle erzeugen und mit Wasserstoff betankt würden.

Der Range Extender steht also hoch im Kurs, auch Friedrich steht auf den Hilfsmotor für die Stromer. Auf seinem Teststand hat er eine Eigenentwicklung seines Instituts getestet: Dieser Freikolben-Linear-generator besteht aus einem Zweitakt-Verbrennungsmotor im Zentrum, der mit jedem Zünden zwei Kolben antreibt. Diese Kolben schieben Magnete durch die Spulen eines Generators. Gasfedern drücken die Kolben wieder zurück zum

Brennraum, und ein erneuter Zyklus beginnt. „Und diese lineare Oszillation wandelt die Bewegungsenergie des Kolbens in Strom um“, so Friedrich. Für Entwicklung und Erprobung bis hin zur Produktion können da gut noch einmal Jahre vergehen. Bedenken, dass sein Aggregat da am Ende zu spät kommen könnte, hat er nicht: „Wir werden uns noch viele Jahre, eigentlich Jahrzehnte, mit den bekannten Batterien begnügen müssen.“ Sicherlich auch ein Grund für das vorläufige Ende reiner Elektromobilität.

📧 Sagen Sie uns Ihre Meinung: redaktion@produktion.de

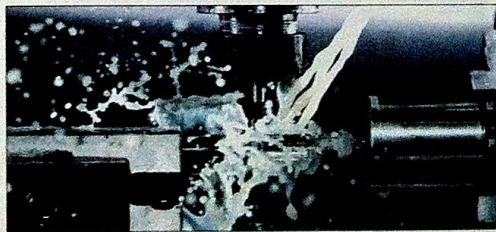
MASCHINEN- UND ANLAGENBAU

Maschinenbauer warten auf mehr Bestellungen

CLAUS WILK
PRODUKTION NR. 19, 2013

Für den deutschen Maschinenbau ist das laufende Jahr bisher noch nicht so erfolgreich wie die Vorjahre. Die Unternehmen ziehen weniger neue Aufträge an Land, wie der VDMA mitteilt.

FRANKFURT. Der Auftragseingang im Maschinen- und Anlagenbau in Deutschland bewegte sich im März 2013 um real 4 % unter dem Ergebnis des Vorjahres. Das Inlandsgeschäft sank um 15 %, das Auslandsgeschäft lag um 1 % über dem Vorjahresniveau, teilte der Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA) mit.



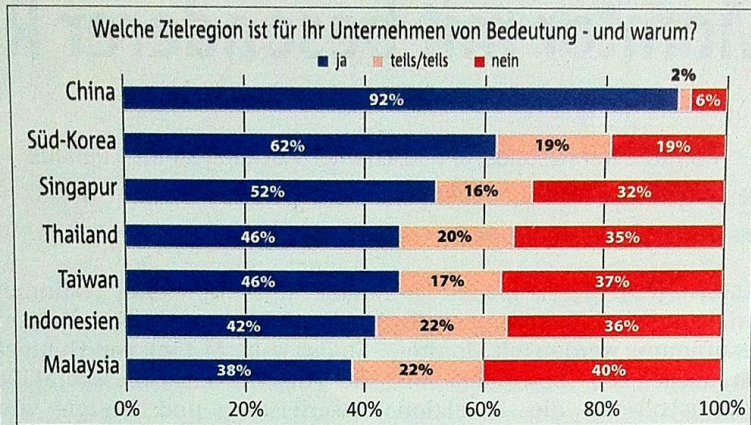
Noch läuft es nicht rund im deutschen Maschinen- und Anlagenbau. Die Branche wartet auf den großen weltwirtschaftlichen Impuls. Bild: photosoup - Fotolia

In dem von kurzfristigen Schwankungen weniger beeinflussten Dreimonatsvergleich Januar bis März 2013 ergibt sich insgesamt ein

Minus von 2 % im Jahresvergleich. Die Inlandsaufträge lagen bei -7 %, die Auslandsaufträge stagnierten.

Im März verfehlte der Auftragseingang im Maschinen- und Anlagenbau sein Vorjahresergebnis preisbereinigt um 4 %. Dabei enttäuschte insbesondere die Inlandsnachfrage. Beim Auslandsgeschäft konnte nur dank des Großanlagen-geschäfts aus dem Nicht-Euro-Raum ein Orderrückgang vermieden werden. „Insgesamt bestätigen die Zahlen das Bild einer weit verbreiteten Unsicherheit über die wirtschaftliche Entwicklung, wie es sich bereits in zahlreichen Frühindikatoren abgezeichnet hat. Es fehlt schlichtweg ein wirkungsvoller Impuls, damit die Weltwirtschaft wieder Fahrt aufnimmt“, kommentierte VDMA-Chefvolkswirt Dr. Ralph Wiechers das vorliegende Ergebnis.

Wichtigste Zielregionen für M&A in Asien



Quelle: Studie „M&A Outlook Asien“ MelchersRaffel, TU München

© Produktion

Für mehr als 90 % der befragten Unternehmen ist China für künftige M&A-Transaktionen vor allem aufgrund der Marktgröße von Bedeutung. Für Süd-Korea entschieden sich häufig technologieorientierte Firmen.

ASIEN

Deutsche Unternehmen kaufen verstärkt in Asien zu

PRODUKTION NR. 19, 2013

Deutsche Unternehmen werden auch mittelfristig verstärkt Akquisitionen in Asien durchführen. Als Zielregion steht China an Platz eins, gefolgt von Südkorea, Japan und Singapur, so eine neue Studie.

HONGKONG/MÜNCHEN (KK). In Zusammenarbeit mit der Technischen Universität München hat MelchersRaffel die zukünftigen Akquisitionsabsichten in Asien von mehr als 50 namhaften Unternehmen der Investitions- und Konsumgüterbranche ermittelt. Für 46 % der Befragten ist ein Zukauf in Asien ein klares Ziel, immerhin für 44 % eine zu prüfende Option. Als Zielregion ist und bleibt China die Nummer eins. Als Beweggründe für die geplanten Firmenzukäufe wurden vor allem der Zugang zu

den Wachstumsmärkten der Region und der Technologieerwerb in Südkorea genannt. Asien wandelt sich also in der Wahrnehmung der Unternehmen von der Werkbank immer stärker zum Weltabsatzmarkt. „Auffallend ist die hohe Quote von erfolgreichen Asien-Akquisitionen in der Vergangenheit“ so Frank-Christian Raffel, Geschäftsführer von MelchersRaffel. Denn die Mehrheit der Befragten hat positive Erfahrungen bei bisher getätigten Akquisitionen gemacht. Immerhin rund 85 % der Befragten haben bereits in der Vergangenheit in Asien zugekauft.

Als wesentlichen Erfolgsfaktor haben die Studienteilnehmer eine sorgfältige strategische und taktische Vorbereitung der Akquisition genannt. Der Hauptgrund für nicht erfolgreiche Akquisitionen war dagegen das in Asien im Vergleich zu den Heimatmärkten deutlich unterschiedliche Marktumfeld.