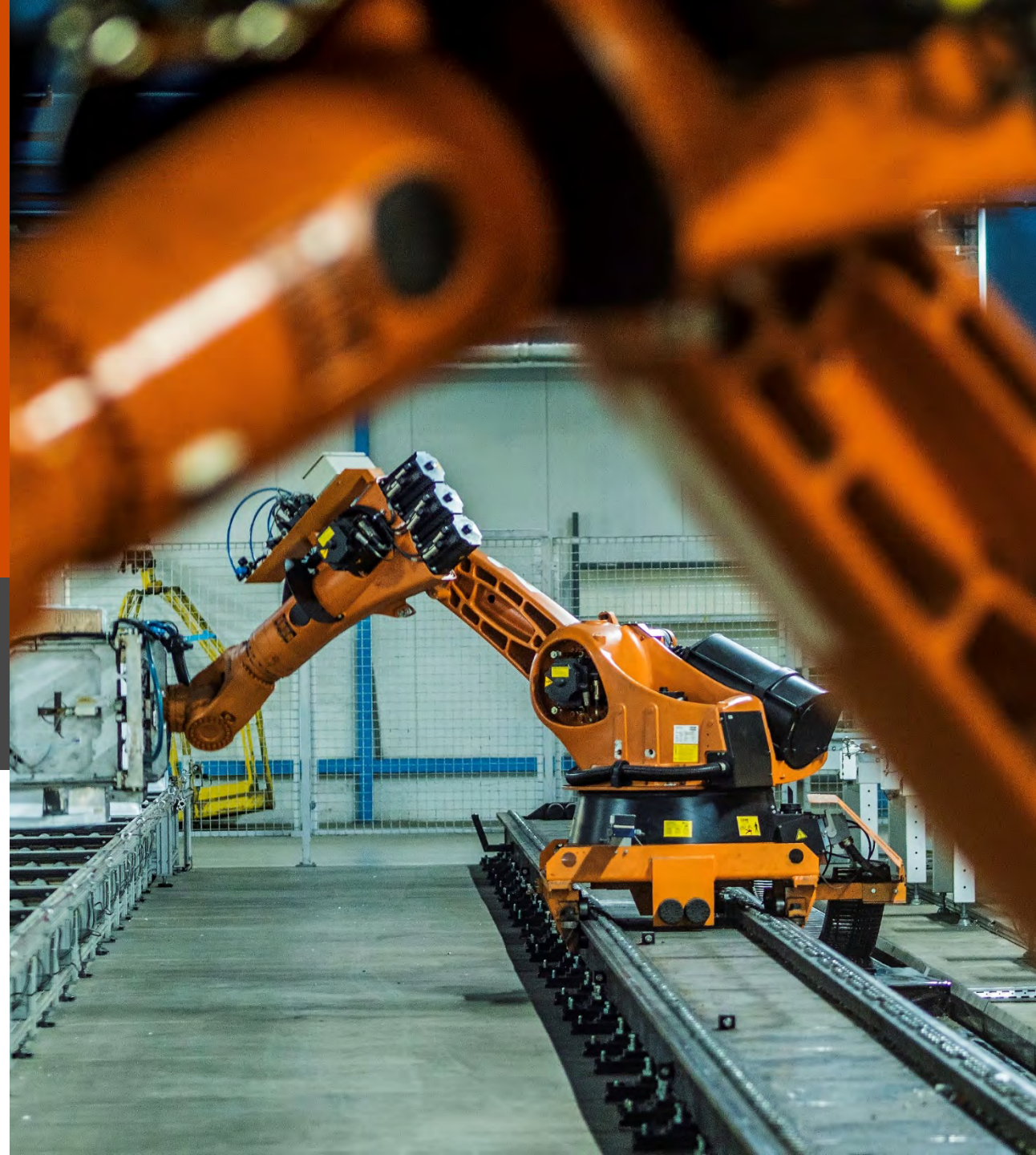


PwC Maschinenbau- Barometer Q2 2021

Sonderthema: ESG

Juli 2021

www.pwc.de/maschinenbau-barometer



strategy&

Part of the PwC network

Diese Veröffentlichung wurde von einem gemeinsamen Expertenteam von PwC Deutschland und Strategy&, der globalen Strategieberatung von PwC, erstellt. Gemeinsam setzen wir uns dafür ein, Vertrauen in der Gesellschaft aufzubauen und wichtige Probleme zu lösen.

Strategy& ist die globale Strategieberatung von PwC. Wir entwickeln individuelle Geschäftsstrategien für weltweit führende Unternehmen. „Strategy, made real“ heißt für uns, den digitalen Wandel voranzutreiben, die Zukunft mitzugestalten und Visionen Wirklichkeit werden zu lassen.

Unser praxisorientierter Beratungsansatz stellt die Kernkompetenzen unserer Klienten in den Vordergrund. Wir kombinieren unsere Expertise mit Technologie und erarbeiten daraus eine passende Strategie, die effizient umsetzbar ist. Wir unterstützen Unternehmen bei der Definition und dem Ausbau differenzierender Wettbewerbsvorteile, um aktuelle und zukünftige Herausforderungen zu meistern.

3.000 Strategieberater und mehr als 284.000 PwC-Mitarbeiter in 155 Ländern tragen hierzu mit einem breiten Spektrum an hochwertigen, branchenspezifischen Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Unternehmensberatung bei. Unsere Erfahrung aus 100 Jahren Beratung namhafter Unternehmen und öffentlich-rechtlicher Institutionen bringen wir zusätzlich in zahlreiche Studien, Veröffentlichungen sowie unser mehrfach ausgezeichnetes Management Magazin strategy+business ein.

Inhalt

1

Executive
Summary

2

Methodik

3

Ergebnisse

Konjunkturerwartungen
und Branchenwachstum

Unternehmens-
entwicklung 2021

Aktuelle Auslastung
und Herausforderung

Digitalisierungsgrad

Nachhaltigkeit

Auswirkungen der
Corona-Pandemie

4

Teilnehmer-
statistik

5

Ansprechpartner
statistik

1

Executive Summary



Zentrale Ergebnisse

7 von 10

7 von 10 Entscheidern blicken positiv auf die **konjunkturelle Entwicklung** in Deutschland in den kommenden zwölf Monaten. Damit bestätigt sich der Aufwärtstrend seit Beginn des Jahres. Zugleich ist dies der höchste Zustimmungswert seit Herbst 2018.



9,4 %

durchschnittliches Umsatzwachstum erwarten die deutschen Maschinenbauer im Jahr 2021 für ihr eigenes Unternehmen. Diese Prognose hat sich nochmals deutlich verbessert (vs. 5,5 % im Vorquartal). Die Indizien für eine Erholung der Branche vermehren sich.



2 von 3

der befragten Maschinenbauer gehen weiterhin von steigenden **Kosten** aus. Im Laufe der Pandemie hat sich ihr Anteil nahezu vervierfacht. Das ist die Konsequenz aus sich verteuernden Rohstoffen, Inflation sowie Mehrausgaben und Investition in die Pandemiebekämpfung.



Für 84 %

der Maschinenbauer stellt entsprechend der zunehmende Kostendruck derzeit das größte **Wachstumshindernis** für ihr Unternehmen dar. 78 % der Befragten geben zudem den Fachkräftemangel als Wachstumshürde an, 68 % verweisen auf die Corona-Pandemie und ihre Folgen. Damit ist die Pandemie nicht mehr die größte Bedrohung für die Branche.



Über 50%

der befragten Entscheider sieht sich unzureichend auf kommende **ESG-Anforderungen** seitens Kunden, Regulatoren und vor allem Investoren vorbereitet. Lediglich ein Drittel der Unternehmen hat zudem eine **Nachhaltigkeits-Roadmap** definiert; jedes zehnte veröffentlicht einen standardisierten Nachhaltigkeitsbericht



88,3 %

beträgt die derzeitige **Kapazitätsauslastung** des Maschinen- und Anlagenbaus in Deutschland. Sie ist damit wieder auf dem Niveau vor der Corona-Pandemie. Vier von zehn Betrieben arbeiten nach eigener Angabe derzeit an der oberen Kapazitätsgrenze, lediglich 19 % liegen noch bei unter 80 % Auslastung.



2

Methodik

Über die Studie

Das **PwC Maschinenbau-Barometer** ist die Auswertung einer vierteljährlichen Panelbefragung unter Führungskräften des deutschen Maschinen- und Anlagenbaus. Neben einer Einschätzung der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung gibt die Studie einen Überblick über die Erwartungen der Unternehmen hinsichtlich zentraler Kennzahlen wie etwa Kosten, Preise oder Investitionsvolumen. Zudem wurden in dieser aktuellen Ausgabe Fragen zu den Auswirkungen des Coronavirus und zu ESG gestellt.



Alle bisher erschienenen Ausgaben des PwC Maschinenbau-Barometers stehen als Download unter www.pwc.de/maschinenbau-barometer zur Verfügung.

Untersuchungsansatz



Erhebungsmethode

Computer Assisted Telephone Interviews (CATI)



Durchführung der Befragung

KANTAR, Bielefeld



Zielgruppe

Führungskräfte aus der Maschinenbaubranche



Erhebungszeitraum

24. Mai bis 18. Juni 2021



Stichprobengröße

N = 100



Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet

3

Ergebnisse

Konjunkturerwartungen
und Branchenwachstum



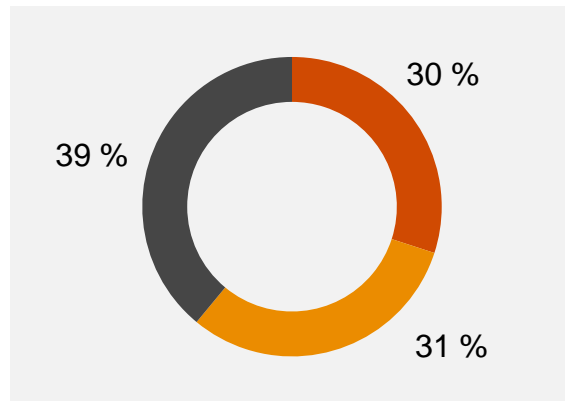
Positiver Konjunkturausblick für Deutschland



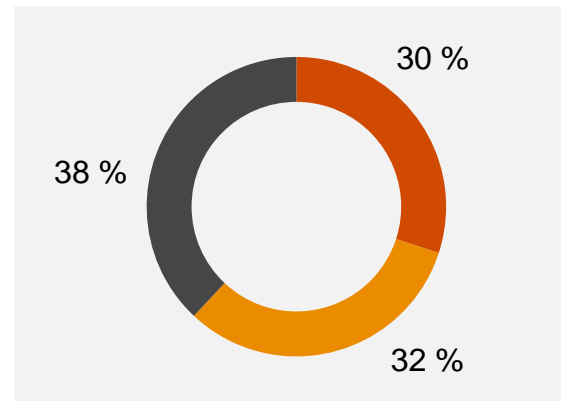
Konjunktur-
erwartungen
(Deutschland)

Mit Blick auf die nächsten zwölf Monate, wie bewerten Sie die Entwicklung der deutschen Wirtschaft?

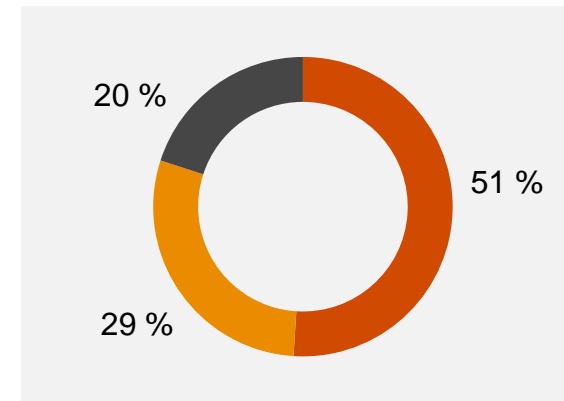
■ optimistisch ■ unentschlossen ■ pessimistisch



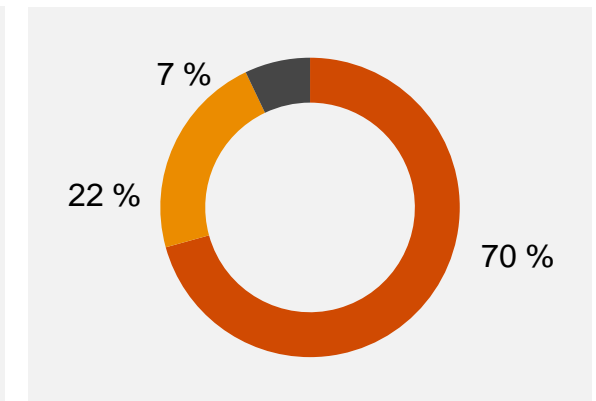
Q3/2020



Q4/2020



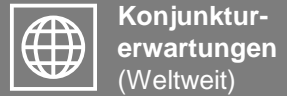
Q1/2021



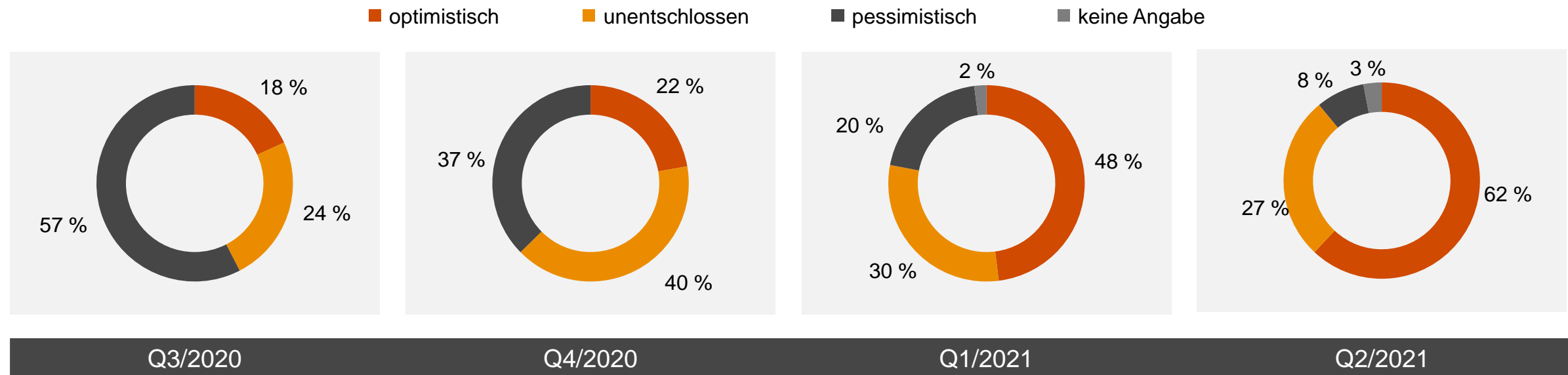
Q2/2021

Der Optimismus ist zurück im Maschinenbau: Sieben von zehn Entscheidern blicken positiv auf die konjunkturelle Entwicklung in Deutschland in den kommenden zwölf Monaten. Damit bestätigt sich der Aufwärtstrend seit Beginn des Jahres. Zugleich ist dies der höchste Zustimmungswert seit Herbst 2018. Der Maschinenbau ist hier keine Ausnahme, sondern folgt einem Trend in der gesamten deutschen Industrie (vgl. Ifo-Geschäftsklimaindex): Er lässt die Krise hinter sich und blickt nach vorne.

Erwartung an die Weltwirtschaft wieder mehrheitlich positiver



Und wie schätzen Sie die Entwicklung der Weltwirtschaft, bezogen auf die nächsten zwölf Monate, ein?

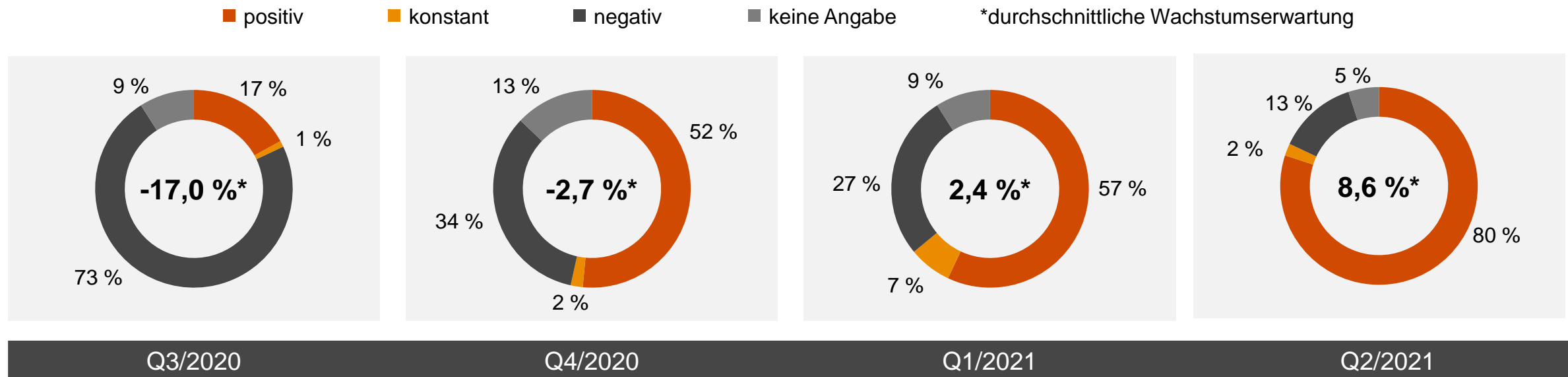


Auch die Erwartungen an die Entwicklung der Weltwirtschaft befinden sich auf einem Höhenflug. Der Anteil der Optimisten unter den Entscheidern hat sich seit Beginn des Jahres nahezu vervierfacht. 62 % der befragten Maschinenbauer glauben an eine positive Entwicklung. Das ist der höchste Wert seit Herbst 2017.

Umsatzprognose für die Gesamtbranche auf Höhenflug



Wie schätzen Sie die Umsatzentwicklung Ihrer Gesamtbranche für 2021 im Vergleich zum Vorjahr ein?



Die Umsatzprognose für die Gesamtbranche befindet sich auf dem höchsten Stand, der jemals im Rahmen dieser Befragung erhoben wurde. Um durchschnittlich 8,6 % soll nach Schätzung der befragten Entscheider der Umsatz der Gesamtbranche in diesem Jahr im Vergleich zum Vorjahr noch wachsen. Acht von zehn Entscheidern geben an, dass sie eine positive Entwicklung erwarten, lediglich 13 % gehen weiterhin von einer negativen Entwicklung aus.

3

Ergebnisse

Erwartungen zur
Unternehmensentwicklung



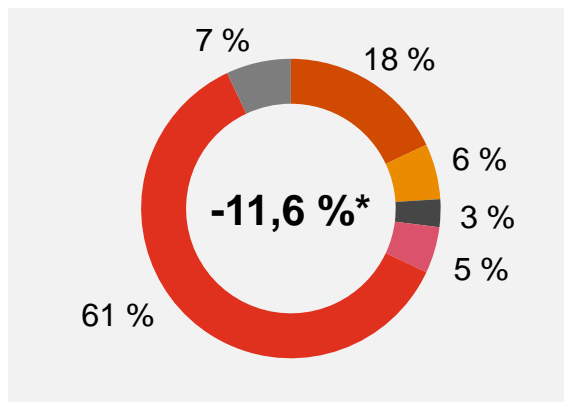
Umsatzprognose für eigene Unternehmen auf neuem Höchstwert



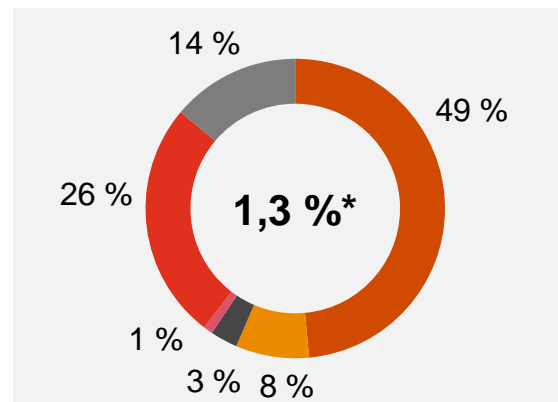
Umsatz

Und mit welcher Umsatzentwicklung rechnen Sie in den nächsten zwölf Monate für Ihr Unternehmen?

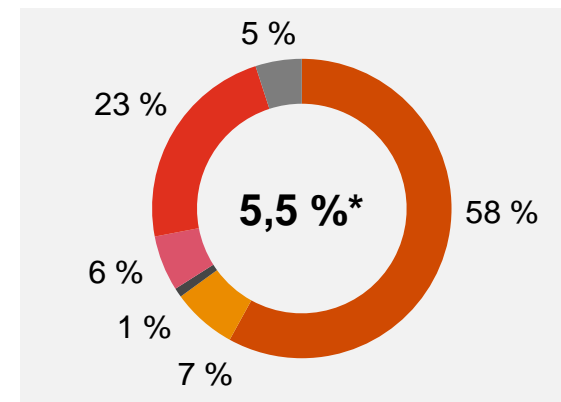
■ 5 % Wachstum und mehr
 ■ 2 bis 5 % Wachstum
 ■ unter 2 % Wachstum
 ■ konstant
 ■ negativ
 ■ keine Angabe
 *durchschnittliche Wachstumserwartung



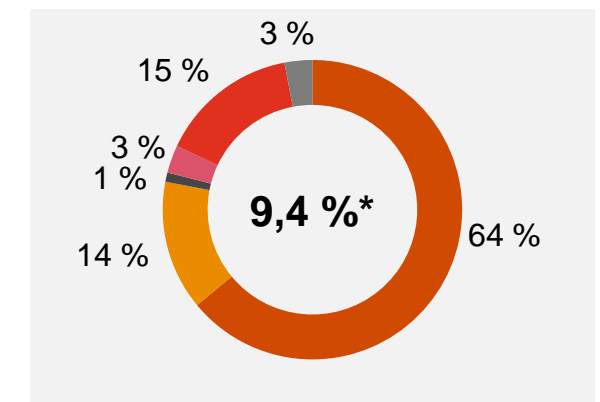
Q3/2020



Q4/2020



Q1/2021



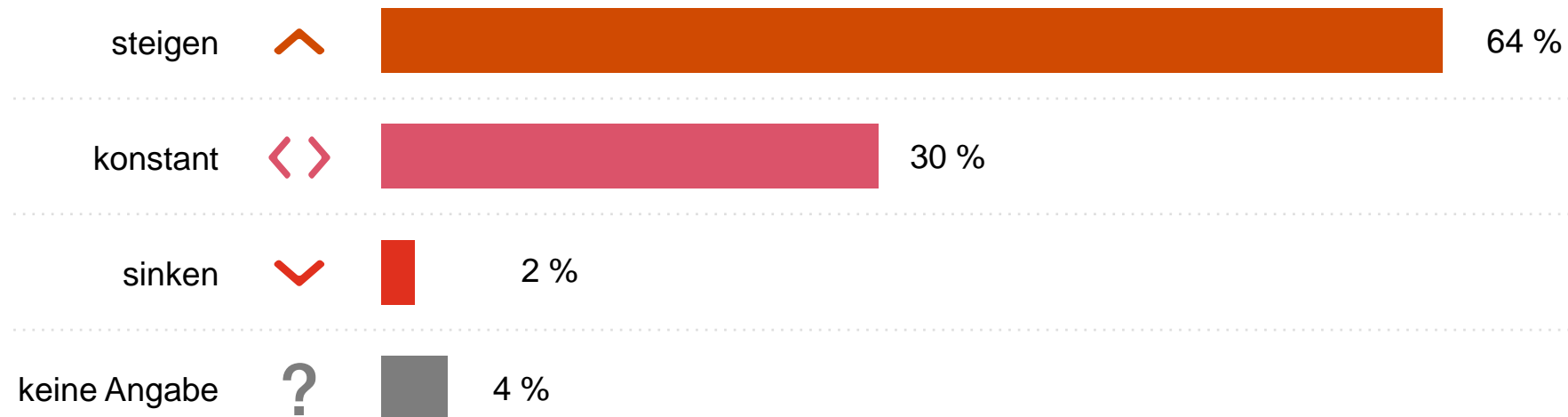
Q2/2021

Gegenüber dem Vorquartal hat sich die Wachstumsprognose für das jeweils eigene Unternehmen nochmals kräftig gesteigert, von durchschnittlich 5,5 % auf 9,4 % Wachstum. Dies ist der höchste jemals im Rahmen des Barometers gemessene Mittelwert der Umsatzprognose. Zwei von drei Entscheidern erwarten für ihr Unternehmen ein Wachstum von mindestens 5 % in den kommenden zwölf Monaten.

Kostenanstieg als Folge der Pandemie



Erwarten Sie, dass Ihre Gesamtkosten im nächsten Quartal steigen, sinken oder gleichbleiben werden?

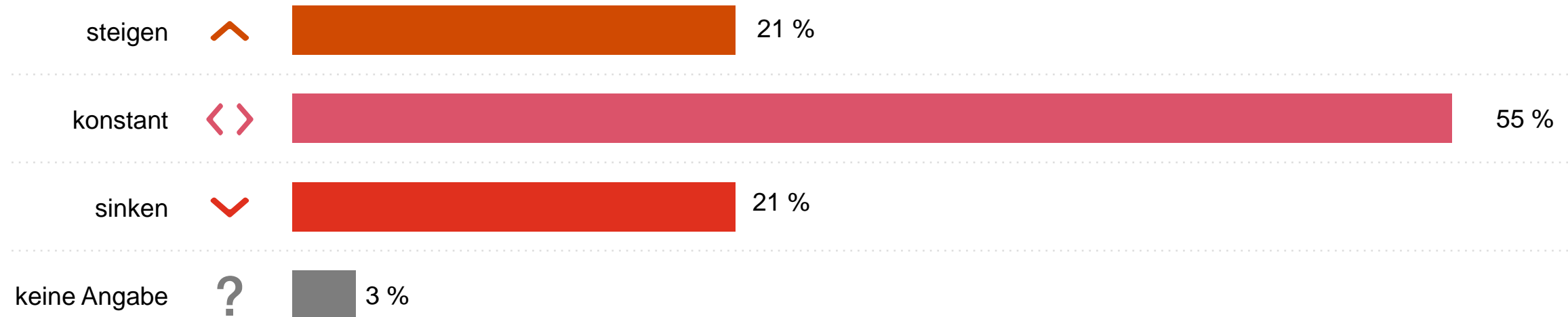


Steigende Kosten sind eindeutig eine der weitreichendsten Folgen der Pandemie (Stichworte: Anstieg der Rohstoffpreise, Inflation, Mehrausgaben für Sicherheit und Gesundheitsschutz, Investitionen in Digitalisierung). 64 % der Entscheider prognostizieren, dass ihre Kosten im kommenden Quartal weiter steigen werden. Ihr Anteil hat sich im Laufe der Corona-Pandemie nahezu vervierfacht. Im Frühjahr 2020 hatte ihr Anteil noch bei 15 % gelegen. Lediglich eine Minderheit von 2 % glaubt an sinkende Kosten.

Gewinnmarge soll konstant bleiben



Nun zu Ihrer Geschäftsentwicklung. Expecten Sie, dass Ihre Gewinnmarge im nächsten Quartal steigen, sinken oder gleichbleiben wird?



Die Mehrheit der Befragten erwartet, dass sich ihre Gewinnmarge weiterhin konstant entwickelt. Knapp mehr als ein Fünftel der Entscheider rechnet hingegen mit steigenden Margen: der höchste Wert seit Pandemiebeginn.

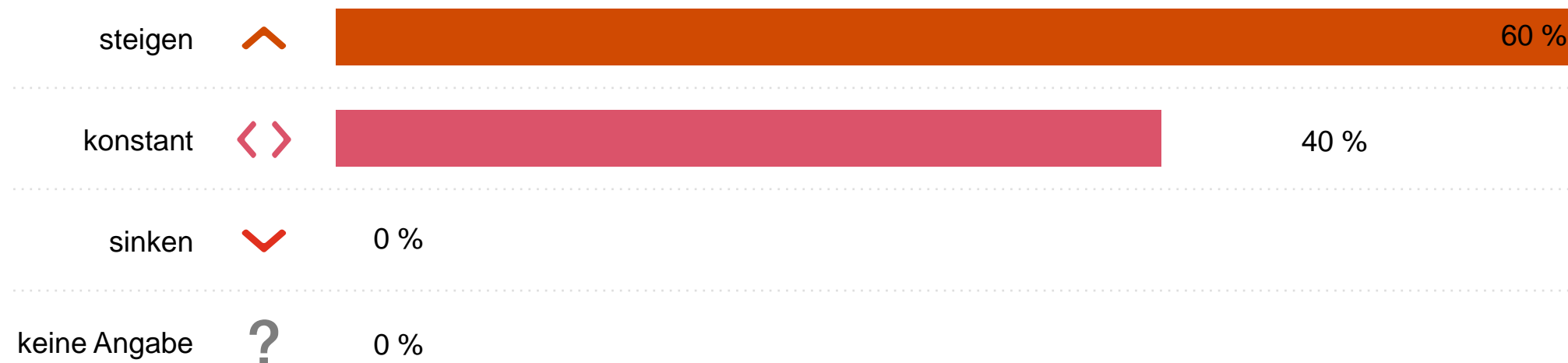
Preise

Lange stabil, nun steigen sie bei vielen



Preise

Erwarten Sie, dass Ihre Verkaufspreise für Ihre Produkte oder Dienstleistungen im nächsten Quartal steigen, sinken oder gleichbleiben werden?



Die steigenden Kosten nehmen zunehmend Einfluss auf die Preisgestaltung der Maschinen- und Anlagenbauer. Diese hat sich in den letzten Quartalen dynamisch entwickelt. Bemerkenswert ist, dass erstmals seit Einführung der Frage im Jahr 2018 die überwiegende Mehrheit der Befragten (60 %) bereit ist, ihre Preise im kommenden Quartal zu erhöhen. Kein einziger Befragter geht von sinkenden Preisen aus.

3

Ergebnisse

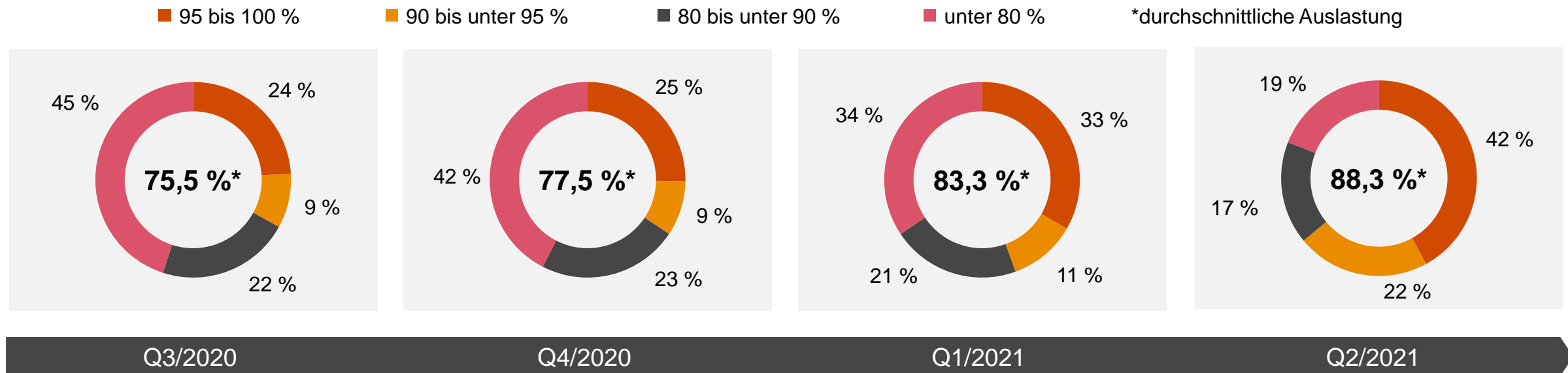
Aktuelle Auslastung
und Herausforderung



Kapazitätsauslastung auf Vorkrisen-Niveau



**Wenn Sie ganz allgemein an die Kapazitäten Ihres Unternehmens denken:
Wie hoch – in Prozent – würden Sie die aktuelle Auslastung Ihres Unternehmens einschätzen?**



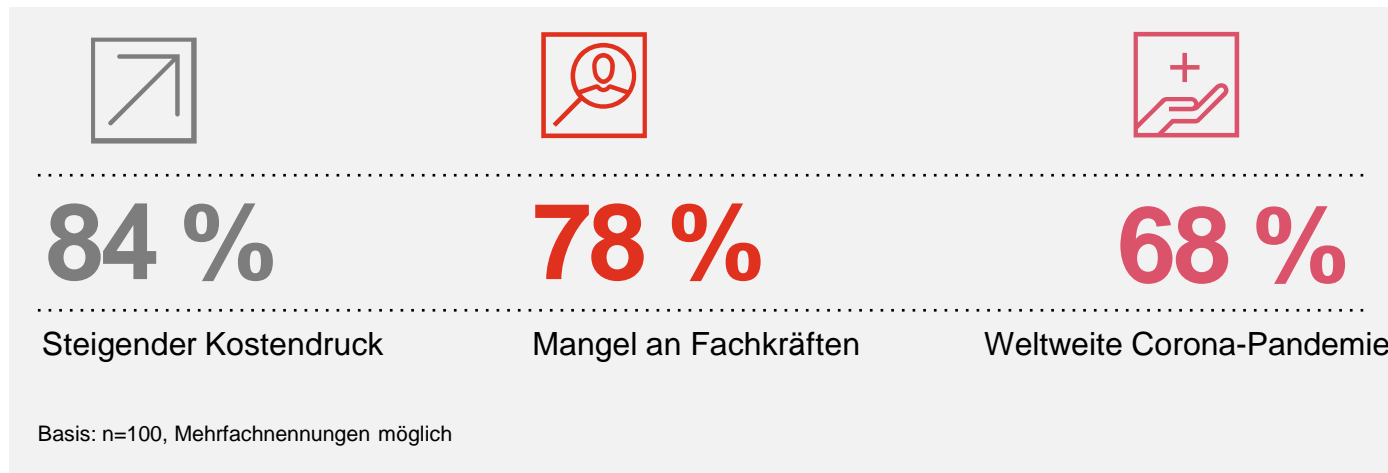
Die Kapazitätsauslastung des Maschinen- und Anlagenbaus in Deutschland ist wieder auf dem Niveau vor der Corona-Pandemie angekommen, und zwar mit 88,3 % Auslastung im Schnitt. Vier von zehn Betrieben arbeiten nach eigener Angabe derzeit an der oberen Kapazitätsgrenze, lediglich 19 % liegen noch bei unter 80 % Auslastung. Dies ist der niedrigste Wert seit Herbst 2019.

Die weltweite Pandemie verliert ihr Bedrohungspotenzial – Kostendruck nimmt zu



Herausforderungen

Bitte sagen Sie mir, ob Sie in den folgenden Punkten derzeit Hindernisse für Ihr Unternehmenswachstum sehen oder nicht.



	Ja-Antworten Q2/2021
Intensiverer Wettbewerb	45 %
Politische Entwicklungen im Ausland	42 %
Schwieriges Regulierungsumfeld	41 %
Schwache Nachfrage	25 %
Schwieriges Finanzierungsumfeld	19 %

Die Corona-Pandemie stellt nicht mehr das größte Wachstumshindernis für Unternehmen des Maschinen- und Anlagenbaus dar. Lediglich rund zwei Drittel der befragten Entscheider geben noch an, dass ihre Entwicklung durch das Virus gehemmt werde. Damit rutscht das Virus auf den dritten Platz der derzeit größten Wachstumshindernisse ab. Ganz oben auf der Liste landet mit dem steigenden Kostendruck aber eine direkte Folge der Pandemie: 84 % der befragten Entscheider identifizierten die Kostensituation als größtes Wachstumshindernis. Ein Comeback erlebt auf Platz 2 der Mangel an Fachkräften (78 %). Geld ist im Markt derzeit offenbar genug vorhanden, lediglich 19 % sehen im Finanzierungsumfeld derzeit eine Hürde.

3

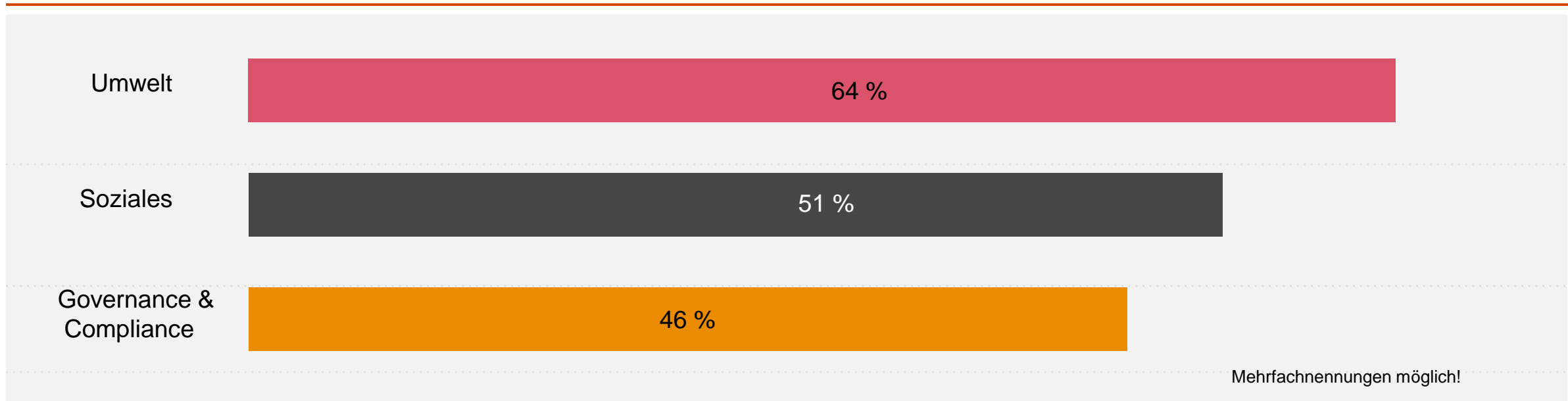
Ergebnisse

Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeitsstrategie



Hat ihr Unternehmen eine Nachhaltigkeitsstrategie zum Thema...?



Zwei Drittel der befragten Maschinenbauer geben an, eine Nachhaltigkeitsstrategie in Bezug auf den Themenkomplex „Umwelt“ zu haben. Die Hälfte aller Befragten besitzt eine Strategie zu „Soziales“; zu „Governance und Compliance“ haben noch weniger einen strategischen Angang ausgearbeitet (46 %). Es überrascht nicht, dass viele Unternehmen auch aufgrund von seit vielen Jahren vorgegebenen Umweltschutzmaßnahmen an dieser Stelle Strategien aufbauen. Allerdings zeigen die Antworten auch, dass nahezu ein Drittel beim Thema Umweltnachhaltigkeit immer noch nicht strategisch vorgeht. Vor allem zeigt sich dringender Handlungsbedarf, um auf neue Regulierungen (z.B. EU-Taxonomie, CSRD) und steigenden Druck von Finanzinvestoren und Verbrauchern strategisch zu reagieren und zeitnah messbare Maßnahmen zu implementieren.

Vorbereitung auf Anforderungen



Wie ist Ihr Unternehmen Ihrer Einschätzung nach auf zukünftige Anforderungen vorbereitet? Anforderungen seitens...

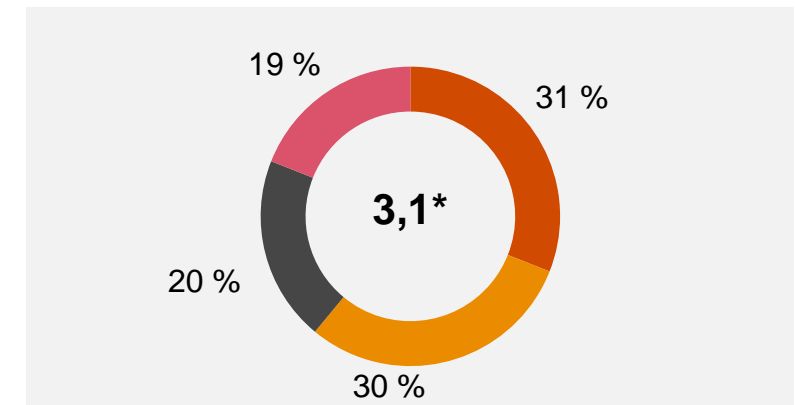
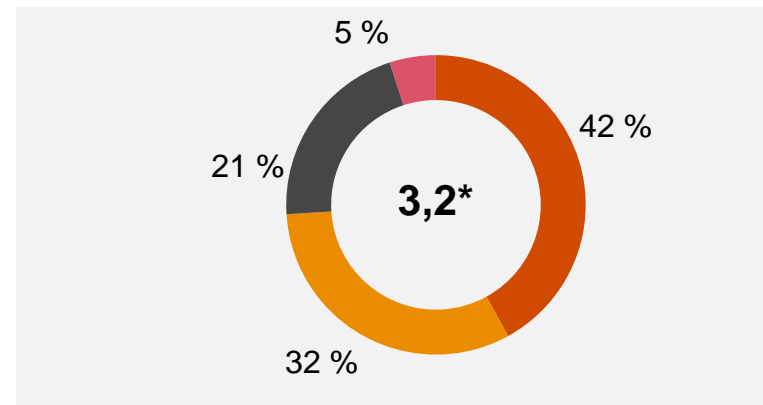
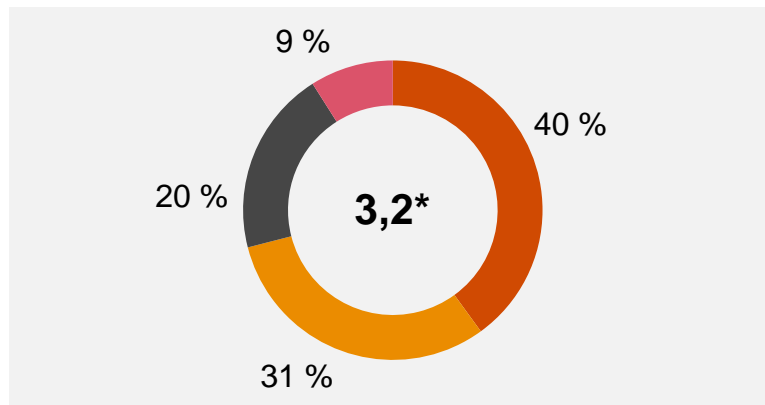
■ (eher) gut

■ mittel

■ (eher) schlecht

■ Weiß nicht / k.A.

*durchschnittliche Bewertung



...Regulatoren (z.B. EU-Taxonomie)

...Kunden (z.B. CO2-Neutralität)

...seitens Investoren (z.B. ESG Ratings)

Auch die Selbsteinschätzung der befragten Entscheider zeigt, dass im Bereich ESG noch viel zu tun ist. Die Hälfte aller befragten Unternehmen sieht sich selbst lediglich mittelmäßig oder schlecht auf zukünftige Anforderungen seitens Regulatoren, Kunden oder Investoren vorbereitet. Eklatant hoch ist der Anteil von nahezu jedem fünften Entscheider, der die Reaktionsfähigkeit seines Unternehmens auf zukünftige Investorenanforderungen (z.B. durch ESG Ratings) momentan nicht einschätzen kann.

Priorität von Nachhaltigkeitsthemen



Welche Priorität räumen Sie den folgenden Nachhaltigkeitsthemen in Ihrem Unternehmen ein?

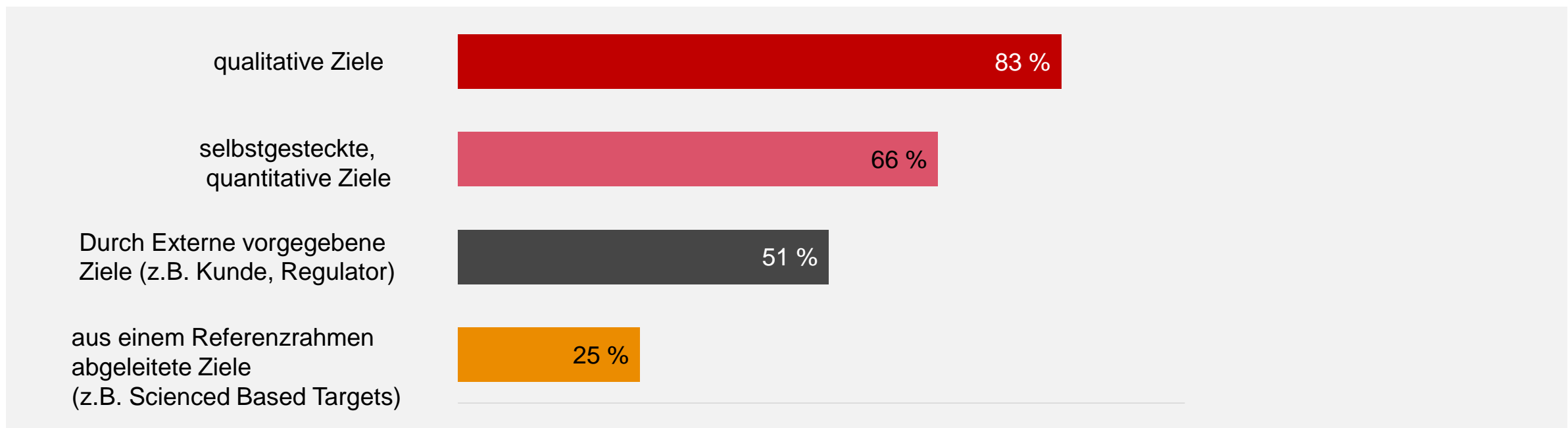
	Sehr hoch / hoch	Mittel	Niedrig / keine	Weiß nicht / k.a.
Arbeitsbedingungen	76 %	16 %	8 %	--
Chancengleichheit / Nicht-Diskriminierung	74 %	11 %	15 %	--
Datenschutz	74 %	20 %	6 %	--
Korruptionsbekämpfung	50 %	11 %	29 %	10 %
Arbeits- und Menschenrechte in der Lieferkette	50 %	18 %	26 %	6 %
Nachhaltige Wertschöpfungskette, Beschaffung	45 %	31 %	21 %	3 %
Kreislaufwirtschaft	44 %	21 %	29 %	6 %
Emissionen	44 %	25 %	25 %	6 %
Risk Management und Reporting zum Thema Nachhaltigkeit	37 %	30 %	30 %	3 %

Die Prioritäten liegen eher auf sozialen und teilweise auf Governance und Compliance Themen, während „E“-Themen und Reporting untergewichtet sind. Aus Investorensicht sind alle abgefragten Themen wesentlich. Die Antworten zeigen jedoch, dass es eine deutliche Abstufung der Themen bezüglich ihrer Relevanz gibt. So sind die Themen Risk Management, Emissionen, Kreislaufwirtschaft und nachhaltige Wertschöpfungskette von weniger als 50 % hoch oder sehr hoch priorisiert worden..

Nachhaltigkeitsziele



Hat Ihr Unternehmen folgende Zielwerte definiert - unabhängig davon, ob die Ziele finanzieller oder nichtfinanzieller Natur sind?

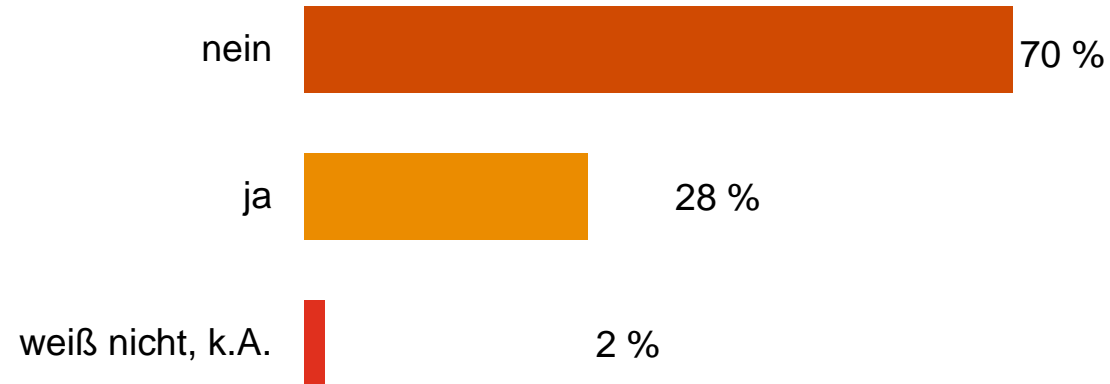


Hausgemachte Lösungen bei der Definition von Zielwerten sind bei den derzeit Unternehmen am häufigsten anzutreffen: 83 % der Befragten setzen auf qualitative, weitere 66 % auf selbstgesteckte, quantitative Ziele. Bei abgeleiteten Zielen aus Referenzrahmen wie z.B. Science Based Targets besteht viel Raum für Weiterentwicklung. Nur wenige Maschinenbau-Unternehmen haben ein engagiertes Ziel.

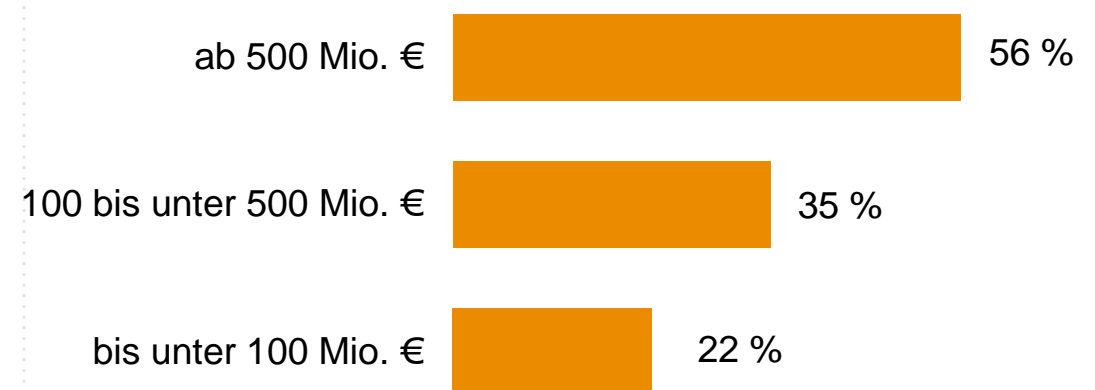
Nachhaltigkeit – Roadmap



Hat Ihr Unternehmen eine Nachhaltigkeits-Roadmap mit konkreten Maßnahmen und Verantwortlichkeiten definiert?



Ja-Antworten nach Umsatzgröße der Unternehmen



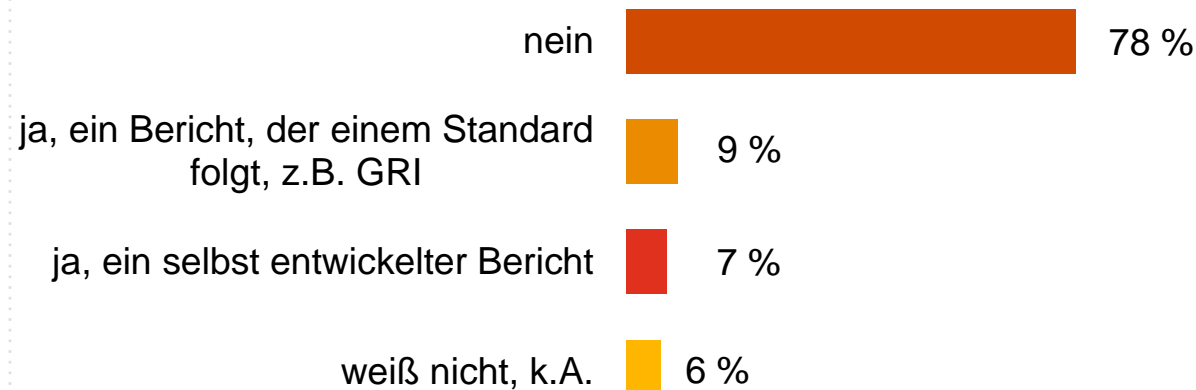
Ja-Antworten nach Umsatz

Entsprechend ist es wenig überraschend, dass die überwiegende Mehrheit der befragten Maschinenbauer keine Nachhaltigkeits-Roadmap mit konkreten Maßnahmen verfolgt. Allerdings zeigt sich ein heterogeneres Bild, wenn die Unternehmen nach Umsatzstärke differenziert werden. Mehr als die Hälfte der größten Unternehmen mit über 500 Mio. € Umsatz hat eine Roadmap definiert. Der Anteil von 22 % mit einer Roadmap zeigt, dass kleinere Unternehmen besonderen Nachholbedarf haben.

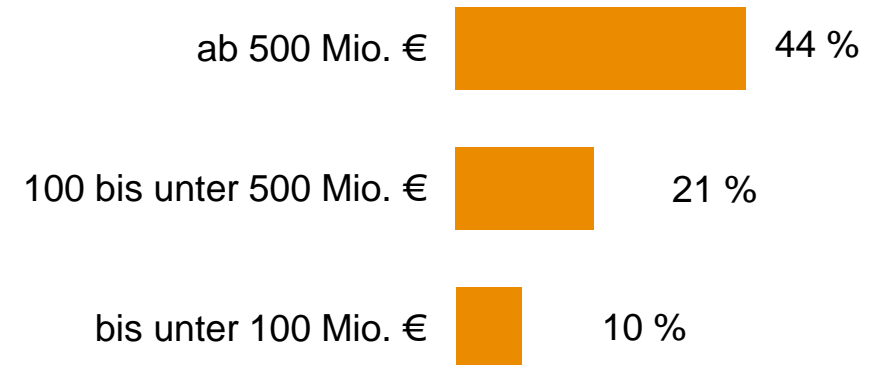
Nachhaltigkeit – Reporting



Veröffentlicht Ihr Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht?



Ja-Antworten nach Umsatzgröße der Unternehmen



Ja-Antworten nach Umsatz

Auch in Bezug auf den Nachhaltigkeitsbericht zeigen sich die Befragten mehrheitlich nicht auf der Höhe der Diskussion. Weniger als ein Fünftel der Unternehmen veröffentlicht einen Report, wobei lediglich jedes zehnte einem erarbeiteten Standard folgt. Große Unternehmen veröffentlichen im Gegensatz zu kleineren häufiger einen Nachhaltigkeitsbericht. Dennoch zeigt diese Auswertung, dass viele Unternehmen noch einen weiten Weg vor sich haben, um die zukünftigen Reporting Ziele zu erfüllen. Diese Vorgaben werden nicht nur große Unternehmen sondern auch KMUs treffen. So zwingt die CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) Unternehmen bereits ab dem 01.01.2023 (für SME 2026) einen Bericht zu erstellen.

3

Ergebnisse

Digitalisierungsgrad



Digitalisierungsgrad im Unternehmen: Beschaffung, Marketing und Vertrieb vorn – Produktion hinkt hinterher



Wie würden Sie den Digitalisierungsgrad der folgenden Funktionen bzw. Bereiche in Ihrem Unternehmen einschätzen? Skalenwerte 1+2



54 %

vs. 58 % (2020)
vs. 58 % (2019)
vs. 57 % (2018)

Beschaffung



50 %

vs. 57 % (2020)
vs. 56 % (2019)
vs. 48 % (2018)

Marketing



55 %

vs. 54 % (2020)
vs. 52 % (2019)
vs. 53 % (2018)

Vertrieb

	2021	2020	2019	2018
Service	47 %	50 %	38 %	36 %
Forschung und Entwicklung	49 %	48 %	54 %	53 %
Lagerung	42 %	47 %	43 %	42 %
Qualitätsmanagement	43 %	46 %	42 %	39 %
Montage, Produktion	37 %	36 %	36 %	31 %
Transport, Logistik	35 %	27 %	31 %	30 %

Basis: n=100, Mehrfachnennungen möglich

Die Befragten schätzen nach wie vor den Digitalisierungsgrad in ihrem Unternehmen in den Bereichen Beschaffung, Marketing und Vertrieb am höchsten ein. Gegenüber 2018 wurde der Bereich Service am stärksten digitalisiert (+11 Prozentpunkte). Auffällig ist, dass gerade das Herzstück der Betriebe, die Produktion, vergleichsweise unterdigitalisiert erscheint, gegenüber 2018 allerdings 6 Prozentpunkte hinzugewonnen hat. Interessant erscheint auch, dass die Bereiche Beschaffung, Marketing, Lagerung und QM von weniger Befragten als hoch digitalisiert eingeschätzt wird als im Vorjahr.

Zukunftstechnologien wie Roboter, KI und Big Data spielen nach wie vor eine große Rolle



Welche der folgenden Technologien haben aus Ihrer Sicht am ehesten das Potenzial, Ihre Branche zukünftig nachhaltig zu verändern? – Ja-Antworten



47 %

vs. 51 % (2020)
vs. 50 % (2019)
vs. 45 % (2018)

Robotics



36 %

vs. 35 % (2020)
vs. 37 % (2019)
vs. 35 % (2018)

Künstliche Intelligenz



33 %

vs. 34 % (2020)
vs. 42 % (2019)
vs. 45 % (2018)

Big Data bzw.
Datenanalyse

	2021	2020	2019	2018
3D-Druck	32 %	33 %	24 %	17 %
Internet of Things	28 %	33 %	36 %	41 %
Cloud-Anwendungen	31 %	25 %	29 %	22 %
Virtual Reality bzw. Augmented Reality	18 %	16 %	17 %	16 %
Cyber Security	10 %	16 %	8 %	10 %
Digital Twins	10 %	10 %	13 %	14 %
Drohnen	2 %	4 %	5 %	8 %
Blockchain	5 %	1 %	7 %	7 %

Basis: n=100, Mehrfachnennungen möglich

Vor dem Hintergrund der noch wenig digitalisierten Produktion ist es bemerkenswert, dass vor allem Robotics, Künstliche Intelligenz und Big Data als wesentliche Zukunftstechnologien der Branche gelten. Während Big Data und IoT im Laufe der Jahre an Bedeutung als Zukunftstechnologie verloren haben (ggf. auch wg. hoher Realisierungsraten), gewinnen vor allem Technologien wie 3D-Druck und Cloud-Anwendungen an Relevanz. Drohnen und Blockchain fristen weiterhin ein Nischendasein.

3

Ergebnisse

Auswirkungen der Corona-Pandemie

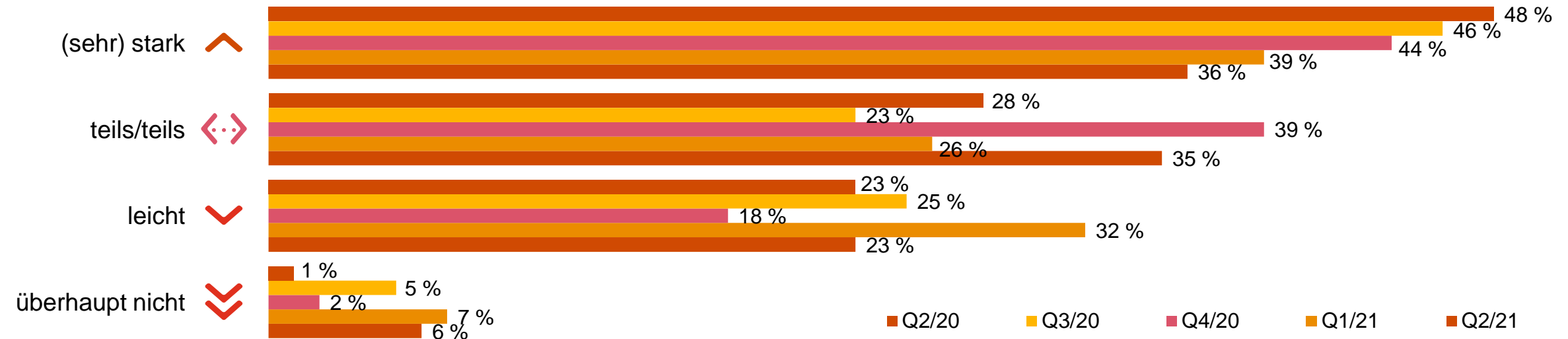


Die Bewältigung der Krise: jeder dritte stark betroffen



Coronavirus

Wie stark beeinflusst das Coronavirus Ihre Geschäftsaktivitäten?



Die positive Nachricht zuerst: Lediglich rund ein Drittel der befragten Maschinenbauer gibt an, noch stark von der Pandemie beeinflusst zu werden. Ihr Anteil nimmt in jedem Quartal kontinuierlich ab. Allerdings ist dies noch längst kein Grund, das Ende von Covid-19 auszurufen. Auch die Industrie wird unter den Folgen von Long-Covid zu leiden haben. Dies zeichnet sich bereits jetzt ab, da fast zwei Drittel der Unternehmen teilweise oder leicht beeinträchtigt sind. Lediglich eine kleine Gruppe von 6 % der Befragten gibt an, überhaupt nicht von der Pandemie und ihren Folgen tangiert zu werden.

Die Covid-Betroffenen haben es weiterhin schwer



Coronavirus

Wenn Sie den weiteren Verlauf der Corona-Pandemie bewerten:
Rechnen Sie mit Umsatzrückgängen für Ihr Unternehmen?

■ 10 % und mehr

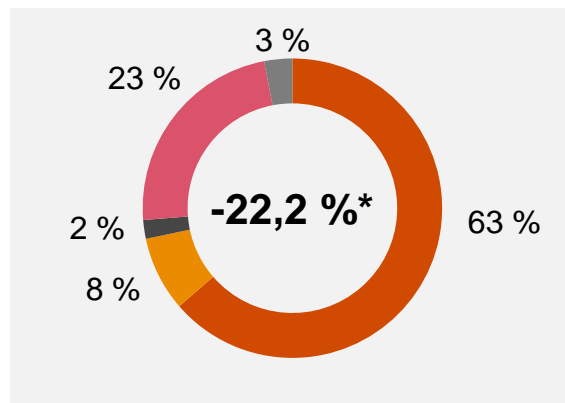
■ 5 bis unter 10 %

■ unter 5 %

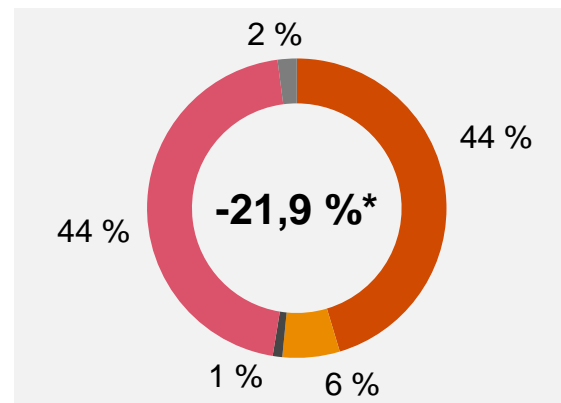
■ keine

■ keine Angabe

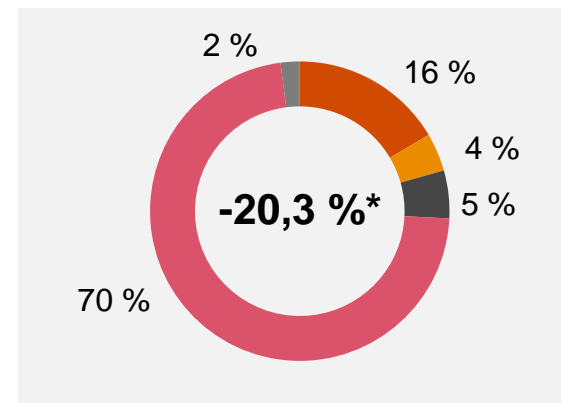
*durchschnittliche Wachstumserwartung



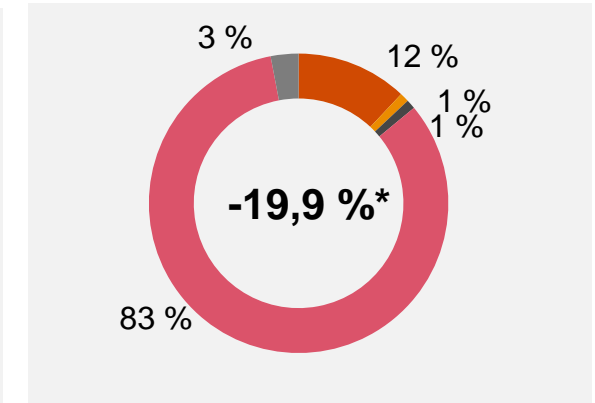
Q3/2020



Q4/2020



Q1/2021



Q2/2021

Auch ein Blick auf die finanzielle Auswirkungen der Pandemie zeigt weiterhin ein angespanntes Bild der Lage. Zwar ist der Anteil derjenigen, die keine Umsatzrückgänge erwarten, gegenüber dem Vorquartal noch weiter gestiegen, auf den bisherigen Höchstwert von 83 %. Allerdings zeichnen diejenigen, die Umsatzrückgänge befürchten ein düsteres Bild: im Schnitt erwarten Sie in Minus von 19,9 %. Dieser Wert hat sich gegenüber den Vormonaten lediglich marginal verbessert.

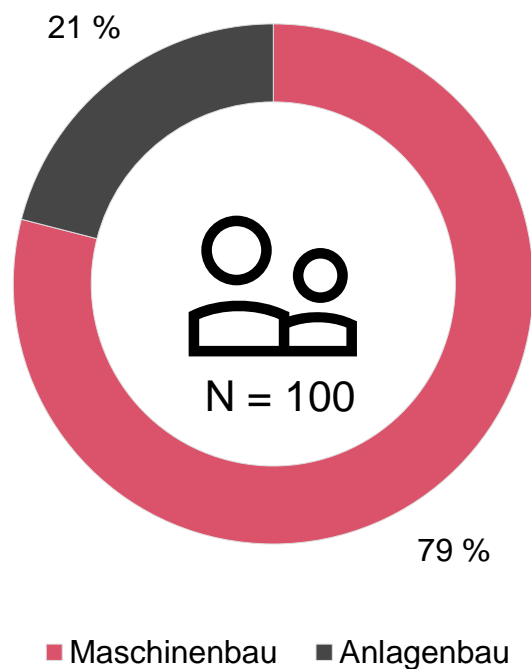
4

Teilnehmer- statistik

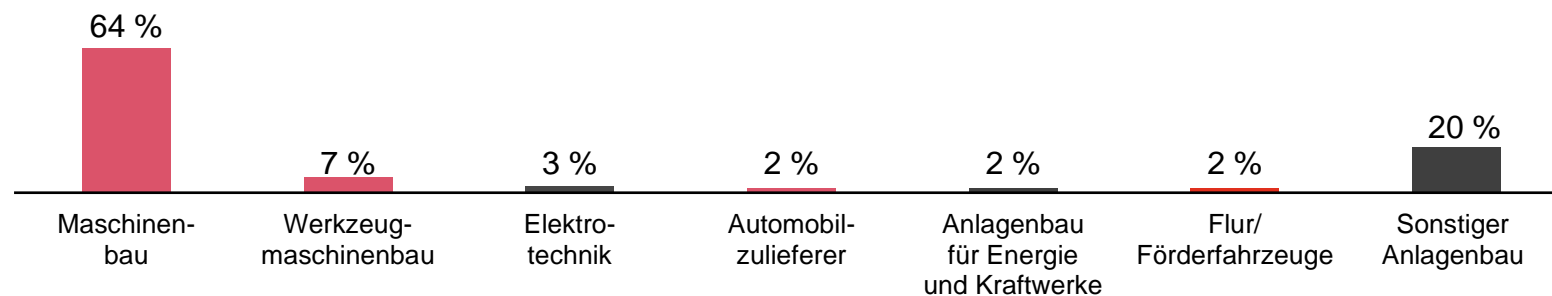


Teilnehmerstatistik

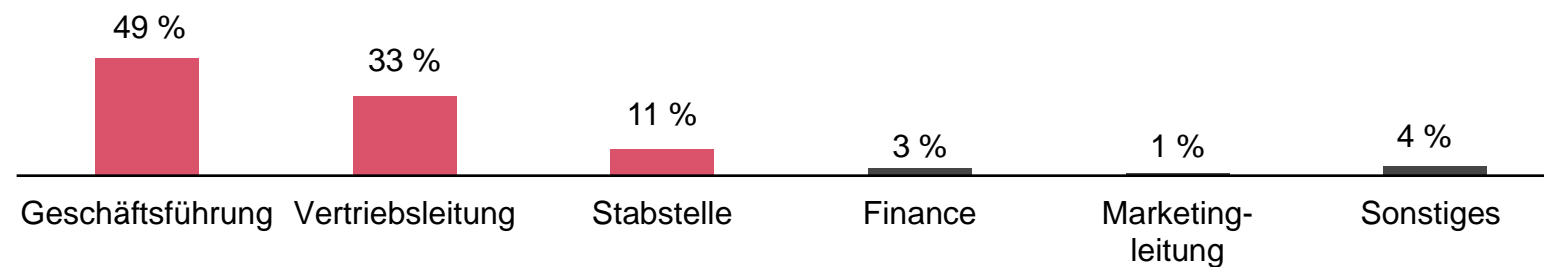
Branchenzugehörigkeit



Branchenzugehörigkeit im Detail



Funktion der Befragten



5

Ansprechpartner



Ansprechpartner



Dr. Klaus-Peter Gushurst

Partner
Industries & Innovation

Tel. +49 89 54525-537
klaus-
peter.gushurst@pwc.com



Dr. Thomas Wolf

Senior Manager
Business Development

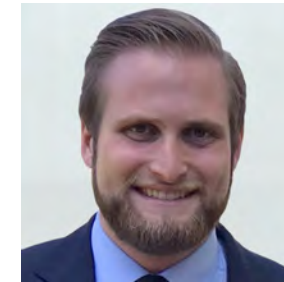
Tel. +49 211 981-1869
t.wolf@pwc.com



Dr. Daniel Haag

Director
Sustainability Strategy&

Tel. +49 711 3422-6886
daniel.haag@strategyand.d
e.pwc.com



Sven Michael Hoffmann

PwC Communications

Tel. +49 211 981-7466
sven.michael.hoffmann@pw
c.com

Vielen Dank.

www.pwc.de/maschinenbau-barometer

© 2021 PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten. In diesem Dokument bezieht sich „PwC“ auf die PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Frankfurt am Main, die eine Mitgliedsgesellschaft der PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) ist. Jede der Mitgliedsgesellschaften der PwCIL ist eine rechtlich und wirtschaftlich selbständige Gesellschaft.