

3D-DRUCK – Die Additive Fertigung nimmt rasant an Fahrt auf

23.11.2015, 20:44 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Ulrich Eggert Consulting*

Umfassender kostenloser Download

E-Commerce ist ein so langsam schon „alter Hut“: wer da noch außen vor ist, wird es auch bleiben. Industrie 4.0 ist momentan heiß in der Diskussion; das „Internet der Dinge“/“Internet of things“ - IoT schlägt Wellen in der Diskussion, auf der einen Seite in der Kommunikation zwischen Maschinen, auf der anderen Seite in der Verbindung zwischen Menschen und Maschinen, etwa in Form der Diskussion über BIG DATA.

Aber schon drängt sich ein neues Thema bereits mit aller Macht auf: Additiv Manufacturing/Additive Fertigung oder kurz: 3D-DRUCK, ebenfalls ein Bereich des IoT. Viele bezeichnen das Thema bereits als „5. Industrielle Revolution“: nach der (1) Mechanisierung kam das (2) Fließband, dann der (3) Computer als Digitalisierung von Daten, Sprache und Kommunikation, darauf die (4) Digitalisierung der Maschinensteuerung untereinander und nun die (5) Digitalisierung der Produkte und Produktionsverfahren im 3D-Druck.

Beim 3D-Druck handelt es sich um ein sog. additives Fertigungsverfahren. Das bedeutet, dass ein gewünschtes Bauteil oder Produkt Stück für Stück durch permanente Hinzufügung und Verkleben von Material aufgebaut wird, im Gegensatz zu den subtrahierenden Produktionsverfahren, bei denen aus einem materiellen Roh-Block durch Fräsen, Hobeln, Bohren etc. Material entfernt wird und so die gewünschte Form, das Produkt oder Bauteil entsteht. Der große Vorteil des 3D-Drucks liegt daher vor allem auch im wesentlich geringeren Materialverbrauch, was etwa bei Flugzeugteilen aus Titan von erheblicher Bedeutung ist, zumal die Produkte auch in einem Arbeitsgang als Hohlkörper erstellt werden können, die ja bekanntlich i.d.R. stabiler sind als Ganzkörper und nochmals weniger Material verbrauchen.

Was das Internet vor 15 Jahren war, ist heute 3D-Druck: man spricht drüber, hält es für ganz interessant – aber schiebt es gerne auf die nächste Generation nach dem Motto: „Damit sollen sich meine Kinder beschäftigen, das ist doch noch totale Zukunftsmusik!“ Aus Internet und E-Commerce wurde geradezu eine Revolution für Handel, Vertrieb und Kommunikation mit dem Ergebnis, dass momentan der Reihe nach auch Groß-Unternehmen „aus der Kurve fliegen“.

Der Zug hier ist bereits abgefahren, er hat den Bahnhof komplett verlassen!!

Der „3D-Zug“ rollt auch schon, noch können aber Die Unternehmen/Unternehmer aufspringen, aber das Zeitfenster dazu wird schon immer enger! Viele meinen, dass das Thema ausschließlich für firmeninterne Diskussionen taugt, außerdem nur für das B2B-Geschäft. Aber es zeigt sich, dass 3D-DRUCK interessant wird für alle Bereiche, wo es um Klein-Serien geht oder sogar um Individualisierung. Welcher Verbraucher ist als Ski-Läufer nicht an Ski-Schuhen interessiert, die sich exakt dem Fuß anpassen oder an Brillen, die ebenso exakt an seine Kopfform angepasst sind? Welcher Oldtimer-Fan sucht nicht immer wieder mal Ersatzteile, die es auch auf dem Schrottplatz nicht mehr gibt? Welcher Künstler möchte nicht eine nummerierte Klein-Serie seiner Skulpturen herstellen wie es bei klassischen Drucken schon seit langem geschieht? Die „3. Zähne“ sollen passen, das Ersatzkniegelenk ebenso!

Aber auch die sog. „Maker“, die DIY-Freunde, werden ihren Spaß an der Sache finden können: kosten 3D-Drucker im industriellen Segment noch immer einige zig- oder gar hunderttausend €, so gibt es die ersten für den Endverbraucher bereits für weit unter 1000 €, ja sogar unter 500 €, dazu passende Scanner, um die zerstörte Kaffee-Tasse zu ersetzen, ebenso für ähnliche Preise.: 3D ist bereits im Mainstream angekommen!

Was ist 3D? Was kann er? Ist er bereits reif für den Massenmarkt? Wie groß sind die INPUT-Märkte (die Märkte der Geräte, Software, Dienstleistungen und Lizenzen) und wie groß die OUTPUT-Märkte (die Märkte der im 3D-Verfahren hergestellten Produkte) – heute, 2020, 2025, 2030 oder gar 2050? Welche Marktanteile sind zu erwarten? Welche Chancen bietet er wem? Wie ändern sich die Geschäftsmodelle bzw. wie werden sie sich ändern müssen, um im Thema in Zukunft Erfolg heben zu können? –All das sind Fragen, auf die die bisher wohl umfassendste Groß-Studie für den deutschen Markt „3D-DRUCK CHANCEN UND ENTWICKLUNGEN“ der Ulrich Eggert Consulting in Köln nach jahrelanger Recherche Antworten finden möchte, vgl. auch auf www.ulricheggert.de. Ein umfangreiches SPECIAL beschäftigt sich darin auch mit dem MASSENMARKT FÜR ENDVERBRAUCHER: Wann ist 3D Mainstream? Wer, welche Branchen wie DIY, Medizintechnik, Hörgeräte, Optik, Spielwaren, GPK/Hausrat, Schuhe/Bekleidung, Möbel und Wohn-Accessoires sind besonders betroffen? Wie groß sind die Branchenmärkte? Was können Industrie, Handel und Logistik strategisch unternehmen, um Erfolg in diesem Markt zu finden?

Eine über 20-Seitige kostenlose Kurzfassung steht zum Download bereit auf www.ulricheggert.de/kostenlosestudien.

Portrait

Die Ulrich Eggert Consulting.Köln wurde zu Anfang 2007 von Ulrich Eggert in Köln nach über 32 jähriger Tätigkeit bei der ehem. BBE-Unternehmensberatung GmbH, Köln, davon mehr denn 13 Jahre als Geschäftsführer, gegründet. Ulrich Eggert setzt heute als freiberuflicher Unternehmensberater, Referent, Moderator und Organisator von Veranstaltungen sowie als Trend- und Zukunftsforscher und Autor von Studien und Fachbüchern seine erfolgreiche Tätigkeit für Handel/Handwerk, Industrie und Dienstleistung fort.

Seine Tätigkeitsfelder sind u. a.:

- Trend und Zukunftsforschung
- Markt- und Handelsforschung
- Strategie-Beratung, Portfolio-Entwicklungen
- Duedilligence
- moderierte Workshop-Beratungen
- Absatzplanungen, Machbarkeits-Studien.

Seine Arbeitsthemen umfassen die

- Entwicklungen in Konsum und Gesellschaft
- Zukunft von Handel und Distribution/Vertrieb
- Versand-/Distanzhandel, E-Commerce und Multi-Channel-Retailing
- Innovationen und Innovationsmanagement
- Neue Geschäftsmodelle und Formate
- Neu Vertriebsstrategien
- Kooperation, Systembildung und Franchising
- Vertikalisierung und Direktvertrieb
- Marke und Markenpolitik
- Virtualisierung von Unternehmen.

Vorträge und Workshops/Veranstaltungen zu diesen Themen runden sein Leistungsprogramm ab. Bisher über 30 Veröffentlichungen in Form von Multi-Client-Studien und Büchern dazu, verzeichnet auf seiner Homepage, zeigen seine umfassende Erfahrung auf diesen Gebieten. In den Jahren 2008-15 erschienen bisher im Eigenvertrieb folgende Studien:

- + LUXUSVERTRIEB,
- + FUTURE DISCOUNT,
- + MAIL ORDER 2015,
- + HANDELS- UND VERTRIEBSINNOVATIONEN,
- + KONSUM(ENT) UND HANDEL,
- + DIE ZUKUNFT DER BAU- UND HEIMWERKERMÄRKTE,
- + DIE ZUKUNFT DER GEWERBLICHEN VERBUNDGRUPPEN,
- + HANDEL 2020 – WEGE IN DIE ZUKUNFT,
- + HANDEL UND MARKE
- + KOOPERATION IM VERTRIEB
- + VERTIKALISIERUNG IM VERTRIEB
- + MEGATRENDS 2020: HANDELSTRENDS
- + KOSTEN SENKEN MIT SYSTEM
- + NEUE HANDELSFORMATE – NEUE VERTRIEBSKONZEPTE
- + FOKUS HANDEL
- + B2B-VERTRIEBSTRENDS
- + MÖBEL 2020: HANDEL & VERTRIEB

- + LUXUS: MÄRKTE & VERTRIEB
- + WACHSTUMSPAKET HANDEL: 3 Studien zu Wachstumsstrategien im Handel
- + MEGATRENDS HANDEL II – TRENDUPDATE 2025/30
- + 4.0 – DIE DIGITALE REVOLUTION
- + HANDEL & INTERNET
- + VERBUNDGRUPPEN & INTERNET
- + INDUSTRIE, LIEFERANTEN & INTERNET
- + GESCHÄFTSMODELLE & FORMATE IM B2C ONLINE-HANDEL
- + (QUALITATIVE) HANDELS- UND VERTRIEBSTRENDS – ALL ABOUT
DIGITALISIERUNG, INTERNET, E-COMMERCE & CO.
- + ZUKUNFT E-COMMERCE B2C – QUANTITATIVE ENTWICKLUNGEN 2020/25/30
- + 3-D-DRUCK – CHANCEN & ENTWICKLUNGEN

sowie zum Bezug über den Buchhandel oder direkt beim Verlag das „KURSBUCH UNTERNEHMENSFÜHRUNG“, ISBN 978-3-8029-3422-3; „ZUKUNFT HANDEL“, ISBN 978-3-8029-3855-09 sowie „KOSTEN SENKEN!“, ISBN 978-3-8029-3847-4, alle im Walhalla-Fachverlag, Regensburg. Details zu allem unter www.ulricheggert.de. Hier finden sich auch viele aktuelle Projekte zum kostenlosen Download.

News-ID: 880752 • Views: 603 (Stand: 19.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/880752/3D-DRUCK-Die-Additive-Fertigung-nimmt-rasant-an-Fahrt-auf.html>