



Cross Industry Services auf dem Vormarsch

Wie Unternehmen ihr Service-Portfolio um branchenübergreifende Angebote erweitern

Stuttgart/Düsseldorf, 26. August 2011 - Das Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) widmet den Potentialen eines branchenübergreifenden Services eine eigene Studie. Demnach hat die Wirtschaftskrise viele produzierende Unternehmen vor die Herausforderung gestellt, neue Erlösquellen zu erschließen. Um in neuen Wachstumsmärkten Fuß zu fassen, sei es eine Möglichkeit, das Service-Portfolio um branchenübergreifende Angebote zu erweitern. Ein Getriebeproduzent, der beginnt Windkraftanlagen zu warten, könne zeigen, wie sich Unternehmen mit Dienstleistungen in Zukunftsmärkten etablieren.

Die Studie "Cross Industry Services" macht deutlich, dass es sich für viele deutsche Maschinen- und Anlagenbauer um ein neues Thema handelt, mit dem sie Chancen, aber auch Herausforderungen verbinden. Die Herausforderungen bestünden insbesondere darin, das Service-Geschäft zu organisieren und strategische Kooperationspartnerschaften zu entwickeln.

Dr. Armin Schmiedeberg ist Partner des Strategieberatungsunternehmens Bain&Company. Im Gespräch mit der Zeitschrift Produktion spricht er über die Entwicklung von Servicemodellen im deutschen Maschinen- und Anlagenbau. Bei den produzierenden Unternehmen habe sich inzwischen einiges getan, sagt Schmiedeberg. Man verkaufe nicht mehr nur Ersatzteile, sondern im B2B-Bereich auch komplizierte Dienstleistungen - darunter umfangreiche Check-Up-Systeme und Online-Monitoring für Anlagen, die international im Betrieb sind. Das Servicegeschäft sei in Bezug auf die Marge ein relativ stabiles und profitables Geschäft, nicht zuletzt weil es weniger zyklisch sei.

Schmiedeberg gibt auch Tipps für die probate Servicestrategie. Im Zentrum stünde die Definition des Dienstleistungs- und Produktspektrums, sprich was man außerhalb des reinen Ersatzteilgeschäftes anzubieten plane. "Danach folgen Überlegungen zum Geschäftsmodell und in der Regel auch die eigene organisatorische Aufhängung."

Auch die Produkt- und Preisgestaltung sei wichtig, sagt Robert Keller, Director Business Services beim baden-württembergischen Lösungsanbieter Bizerba: "Wir bieten modularisierte Serviceverträge an: vom einfachen Check Up-Service bis hin zum Rundumschutz durch einen 24 Stunden-Servicevertrag. Wir halten dabei alle Kosten stets transparent, denn zufriedene Kunden sind für unser Unternehmen von größtem Wert".

Der Umsatz durch Service sollte in einem solide geführten Maschinenbauunternehmen mehr als 30 Prozent erreichen, so Schmiedeberg weiter. Ein weiterer wichtiger Punkt sei die Kundenbindung. Über die Serviceanbindung erhalte man einen intensiven Informationsstrom zum Kunden. "Man ist wesentlich näher am Kunden und seinen eigentlichen Bedürfnissen dran, da man regelmäßig mit ihm im Dialog steht und in der Optimierung seiner Produktion tätig ist".

Der Wirtschaftsverband für Industrieservice (WVIS) wird dieses Jahr erstmals die WVIS-Industrieservicetrage durchführen, eine Veranstaltung mit Fachvorträgen und einer begleitenden Ausstellung. Die Veranstaltung findet am 11. und 12. Oktober 2011 in der Rheinterasse in Düsseldorf statt.

Pressekontakt

KLARTEXT ONLINE

Frau KLARTEXT ONLINE
Auf dem Heidgen 27
53127 Bonn

klartextonline.com
info@klartextonline.com

Firmenkontakt

KLARTEXT ONLINE

Frau KLARTEXT ONLINE
Auf dem Heidgen 27
53127 Bonn

klartextonline.com
info@klartextonline.com

Freie Autoren informieren regelmäßig über aktuelle Geschehnisse und Trends in Wirtschaft und Handel, Industrie, Karriere und IT-Welt.