

PRESSEMITTEILUNG

Autor: 1plusN Unternehmensberater, Düsseldorf

Datum: 15.05.2010

Vom Aschenputtel zum Ertragsbringer

Service im Maschinen- und Anlagenbau

Mit Nettoerträgen von bis zu 30% ist der Service der Ertragsbringer im Maschinen- und Anlagenbau. Der Anteil am Gesamtumsatz liegt laut VDMA (Verband deutscher Maschinenbau e.V.) Umfrage 2008 zwischen 20 und 40 Prozent. Die Produkte werden vergleichbarer, wenn nicht sogar austauschbar. Service dagegen ist ein Differenzierungsmerkmal, ein kaufentscheidendes Kriterium.

Vor diesem Hintergrund verfolgen zahlreiche Unternehmen eine Strategie der Serviceführerschaft. Produkteigenschaften werden relativ schnell nachgeahmt; eine leidvolle Erfahrung auch im Maschinen- und Anlagenbau. Der Wettbewerbsfaktor „Service“ dagegen, zeichnet sich durch seinen langfristigen Schutz vor Imitierbarkeit aus. Deshalb entwickelten sich die „Services“ in vielen Unternehmen in den letzten Jahren vom „Aschenputtel“ zum ertragreichen und strategisch bedeutsamen Geschäftsfeld.

Was ist die Herausforderung? – Die Erwartungen seiner Kunden zu kennen und möglichst zu übertreffen. Die Neupositionierung der Serviceleistungen kann der Servicebereich aber nicht im Alleingang vollbringen. Service ist eine Strategie, die mit allen Hierarchieebenen und Bereichen im Unternehmen neu definiert, gestaltet und letztendlich gelebt werden muss. Ein erfolversprechender Service zeichnet sich durch hohe Fachkompetenz, Prozess- und Ergebnisqualität aus.

Überdurchschnittlichkeit zählt: Den entscheidenden Vorsprung im Wettbewerb hat derjenige, der seinen Kunden überrascht und mit seinen Serviceleistungen begeistert. Übertrifft der Maschinen- und Anlagenhersteller die Kundenerwartungen, spiegelt sich das auch im Kaufverhalten des Kunden wieder. Folglich sind Verhandlungen im Neumaschinen- als auch im After-Sales Geschäft weniger preisgetrieben, da das gesamte Leistungspaket vom Produkt über den Pre- als auch After-Sales Service betrachtet wird.

In der aktuellen Marktsituation fehlen den Kunden des Maschinenbaus häufig noch die Mittel für Neuinvestitionen, obwohl die eigene Produktionsauslastung bereits anzieht. „Dies ist für die Maschinenbauer die Gelegenheit, mit einem guten Serviceangebot zu punkten“, weiß Joachim Elsner von 1plusN, einem branchenerfahrenen Beratungsunternehmen aus Düsseldorf. Gefragt seien, neben den Standardserviceleistungen, „innovative Services“, die dem Kunden die Möglichkeit geben, sich auf sein Kerngeschäft zu konzentrieren. Ausschlaggebend für den Kunden seien letztlich die sichere Verfügbarkeit und hohe Produktivität seiner Produktionsanlagen. Bei einem guten und schnellen Service, sei der Preis dann nachrangig, so weiß Elsner aus Erfahrung. „Aber, mit 08/15-Services ist kein Kunde zu gewinnen. Ein guter Service ist wie ein Fingerabdruck – individuell und einzigartig!“, ergänzt Reiner J. Knauf, der für Servicemanagement und -strategien zuständige Partner bei 1 plus N.

Ausblick: Die Grundhaltung der Unternehmen zu ihrem Service hat sich in den letzten Jahren gewandelt. Die meisten Unternehmen schätzen die Leistung des After-Sales-Services und dessen hohe Profitabilität. Die Zahl der Unternehmen, die die Serviceleistungen sogar als Differenzierungsinstrument im Wettbewerb nutzen, wächst stetig – lt. VDMA-Umfrage waren es 2008 schon 42 %. Ein guter, innovativer Service ist heute ein entscheidender Wettbewerbsvorteil – und, nicht zuletzt, wird er sehr gut bezahlt!

Zeilen: 46
Wörter: 426
Zeichen (o.L.): 3360

Wer ist 1plusN?

1plusN wurde 2007 in Düsseldorf gegründet. 1plusN-Berater haben jeweils über 20 Jahre praktische Erfahrungen als Führungskräfte und als Berater, vorwiegend in produzierenden Unternehmen. Dazu gehören sowohl weltweit renommierte Konzerne wie z.B. DaimlerChrysler, TRW, Deutsche Telekom, Lufthansa, Novartis, MAN, als auch mittelständische Unternehmen, wie Minimax, ADC Krone, Stauf, Trumpf, Werner&Pfleiderer u.a.. 1plusN-Beratungsziele: Praktikable Lösungen. – 1plusN-Motto: **Einfach machen!**

Was kann 1plusN seinen Kunden bieten?

1plusN kann Unternehmen systematisch sanieren und restrukturieren. Dabei stützen sich unsere Berater vor allem auf ihre fachlichen Kompetenzen in der Prozess- und Organisationsoptimierung, Einkauf und Logistik sowie Servicemanagement und -strategie. Der Kundennutzen liegt in schnellen, praktikablen und wirtschaftlichen Verbesserungen.

Reiner J. Knauf, der für Servicemanagement und -strategie zuständige Partner bei 1plusN hält auf der Kongressmesse MEIM – Mehr Erfolg im Mittelstand am 7. Juli 2010 in den Westfalenhallen Dortmund einen Vortrag zum Thema „Mehr Gewinn durch guten Service“.

Weitere Informationen finden Sie unter www.1plusN.com oder rufen Sie uns einfach an:

Reiner J. Knauf - Partner :
1plusN Unternehmensberater
Elsner & Partner
M: +49 171 1093301
E: knauf@1plusN.com
I: www.1plusN.com

Abdruck honorarfrei – Belegexemplare erbeten.