

# ServiceToday

Ersatzteile – Logistische Herausforderungen



## Service goes live SPEZIAL: KVD lädt zur Mitgliederversammlung ein!

Am 22.-23. Juni sind die KVD-Mitglieder zu Gast beim FIR e.V. in den Räumen der RWTH Aachen: Service goes live SPEZIAL zusammen mit der Mitgliederversammlung. In diesem Jahr stehen die Neuwahlen an. Alle Infos im Dialog-Teil dieser Ausgabe.



# Sie tun Gutes. Wir sprechen darüber.

Effektives redaktionelles Marketing –  
mit Mail-Newslettern und Kundeninformationen.



Sprechen Sie Ihre Kunden, Partner oder Mitarbeiter direkt an – mit Mail-Newslettern und Kundeninformationen. Das Medienhaus Waltrop setzt professionelle Tools ein, mit denen Sie schnell und unkompliziert Ihre Zielgruppe erreichen. Ein Auszug aus unserem Angebot:

#### **Entwurf und technische Umsetzung eines grafischen Newsletters**

- Entwurf dient als Vorlage für die zu versendenden Rundschreiben
- Produktion als HTML- und TXT-Version
- Technischer Test in den gängigen Mail-Programmen

#### **Newsletter: An- und Abmeldung per Webseitenformular**

- Zu Ihrem Webauftritt grafisch passend gestaltete An-/Abmeldeseite
- Anmeldung erfolgt über das sichere „Double-Opt-In“-Verfahren
- Vertrauliche Behandlung aller Kundendaten

#### **Redaktion: Texte, Grafiken und Fotos für Ihre Aussendung**

- Stilsichere und zielgruppenorientierte inhaltliche Ausformulierung
- Effektives und ansprechendes Wording auch für die Betreffzeile
- Individuelle Fotos in einheitlicher Bildersprache

#### **Versand und Auswertung des Rundschreibens**

- Links zu Webangeboten mit Trackingcode zur Besucher-Auswertung
- Versandreport gibt Aufschluss über die versendeten E-Mails
- Testaussendung zur Freigabe

#### **Pflege und Erweiterung des Empfängerbestands**

- Einpflegen Ihrer Bestände
- Auswertung und Einpflegen der Rückläufer
- Mehrfachaussendung bei temporär fehlgeschlagenen Aussendungen

#### **Personalisierung und zeitgenauer Versand**

- Jeder Empfänger wird mit seinem Namen persönlich angesprochen
- Persönliche, direkte Ansprache auch im Betreff möglich
- Versand am gewünschten Tag und zur gewünschten Uhrzeit



Alle Infos jetzt auf [PresseKultur.de](http://PresseKultur.de)

Rufen Sie gleich an: Michael Braun, Medienhaus Waltrop, Tel: 0 23 09 . 78 47-113  
Dortmunder Str. 34-38, 45731 Waltrop, E-Mail [info@medienhaus-waltrop.de](mailto:info@medienhaus-waltrop.de)

# Editorial

## Liebe Leserinnen und Leser!

Auf dem Sektor der Normung von Dienstleistungen hat der Kundendienst-Verband Deutschland eine wichtige Position eingenommen. Der Verband ist nicht nur an allen wichtigen Ausschüssen und Gremien zum Thema Dienstleistungsnormung in Deutschland beteiligt, er hat sogar den Vorsitz im Fachbeirat der Koordinierungsstelle Dienstleistungen beim Deutschen Institut für Normung (DIN) inne. Dabei handelt es sich um ein aus Wirtschaft und Politik hochrangig besetztes Gremium, das die Normung von Dienstleistungen in Deutschland und Europa entscheidend vorantreibt.

Nicht nur dieser Normungsprozess an sich ist ganz wichtig für Dienstleistungsunternehmen und -abteilungen in Firmen. Für Sie als Mitglied dieses Verbandes bedeutet das auch, dass die Interessen Ihres Verbandes an höchster Stelle vertreten werden. Der Verband hat so Einfluss auf strategische politische Entscheidungen, die den großen Bereich der Dienstleistungsnormung betreffen.

Ein weiterer Vorteil, von dem der Verband und somit Sie als Mitglied profitieren: Aufgrund der prominenten Besetzung der Gremien kann der KVD sein Netzwerk und seine Kontakte zu anderen Verbänden, Organisationen und Einrichtungen noch weiter ausbauen, sodass es auch hier zu weiteren Kooperationen und somit zu weiteren Vorteilen für jedes einzelne Mitglied kommen kann.

In der nächsten Zeit wird der Verband ausführlich über die Entwicklungen in diesem Bereich berichten. Nächste Gelegenheit dazu ist die Mitgliederversammlung im Juni, die als Teil der Service goes live Spezial an der RWTH Aachen stattfinden wird. Die Mitgliederversammlung ist das höchste Gremium des Verbandes. Die Mitglieder entscheiden hier über die Ausrichtung des Verbandes. In diesem Jahr wird auch der Beirat neu gewählt, der wiederum aus seiner Mitte den Vorstand wählt.

Dass sich der Verband auch immer stärker international ausrichtet, merken Sie nicht



nur an dem redaktionellen International-Teil, den wir mit dem Relaunch der Service Today in dieses Fachmagazin aufgenommen haben und der von unserer Leserschaft sehr gut angenommen wird. Auch die KVD-Vorstände übernehmen in ihren Unternehmen immer mehr internationale Verantwortung, sei es Dr. Rainer Vanck, der bei der Bobst Group auch den Servicebereich im Osteuropageschäft übernommen hat; oder Ramón Somoza, der in die Nordost-Europa Zentrale der IBM berufen wurde. Beide bleiben aber dem Verband in ihren Funktionen als Vorstände erhalten. Darüber sind wir sehr froh.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen dieser Ausgabe, die viele nutzwertige Beiträge für Ihre alltäglichen Arbeitsaufgaben bereithält. Ich freue mich darüber hinaus, Sie auf der Service goes live Spezial mit der integrierten Mitgliederversammlung zu sehen.

Herzlichst Ihr



Werner Fischer

Chefredakteur Service Today

## Aus der Redaktion

- Der Redaktionsausschuss des KVD hat die Themen und Termine der weiteren Service Today-Ausgaben für 2010 festgelegt. Hier finden Sie den Überblick.
- Ausgabe 3/2010: Schwerpunktthema Aktuelle Sourcingstrategien, Erscheinungstermin 19. Juli 2010
- Ausgabe 4/2010: Schwerpunktthema Service Marketing, Erscheinungstermin 11. Oktober 2010
- Hinweise und Anregungen von Leserseite sind immer herzlich willkommen. Schicken Sie uns einfach Ihre Meinung per Mail an [redaktion@kvd.de](mailto:redaktion@kvd.de).

Die Redaktion



# HANDYMAN

– die mobile Standardsoftware für Service-Aufträge

Über 1.200 Kunden-Installationen  
in Service-Organisationen jeder  
Größenordnung:

- ✓ Maschinen- und Anlagenbau
- ✓ Facility Management
- ✓ Elektroindustrie
- ✓ Telekommunikation
- ✓ Energieversorger

## Produktivität

Vereinfachung der anfallenden Arbeitsabläufe, Reduzierung der Papierflut und Steigerung der durchzuführenden Serviceaufträge.

## Mobilität

Handyman wird im Büro und über mobile Endgeräte (PDA oder Notebook) genutzt. Die Synchronisierungsfunktion ermöglicht die Nutzung auch ohne permanente Netzabdeckung.

## Flexibilität

Breiter Funktionsumfang auf Basis von Erfahrungen aus vielen Kundenprojekten. Schnelle und einfache Anpassung an die Anforderungen jeder Service-Organisation.

## Benutzerfreundlichkeit

Über 15.000 Anwender nutzen das leicht zu bedienende und verlässliche Standard-System. Die Nutzung ist bereits nach einer halbtägigen Schulung möglich.

Weitere Informationen unter: [www.epocket-handyman.de](http://www.epocket-handyman.de)

# Inhaltsverzeichnis

Impressum

## BEST PRACTICE

▪ Weltweit führend: Grabenlose Kanalsanierung.....	6
▪ Portalbasierte Datenbank als Umsatzmotor After Sales.....	8
▪ midcom: Mit hoher Qualität und großer Flexibilität zum Erfolg.....	10
▪ Kassensoftware am Point of Sale.....	11
▪ Schnelle Abrechnung, verbesserte Liquidität.....	12
▪ „Mit unserem 24x7-Service bleiben wir auf der Erfolgsspur“.....	15
▪ Bitronic als Brückenkopf zwischen IT- und TK-Welt.....	16
▪ Wettbewerbsfähige Händler setzen auf Lawson-Software.....	17

## SERVICE SCIENCE

▪ Wirtschaftsminister Brüderle lobt Aktivitäten im DIN.....	20
▪ Mit Dienstleistungen Zukunftsmärkte erschließen.....	22
▪ Service im Verbund von Praxis und Forschung optimieren.....	24
▪ Erster Spatenstich am RWTH-Campus Aachen.....	27
▪ RFID effizient im Technischen Außendienst einsetzen.....	28
▪ Erkennbar besser verkaufen.....	30

## INTERNATIONAL

▪ New IFIP-Group founded to foster innovation in services.....	34
▪ Outsourcing and Your Career.....	36

## KVD DIALOG

▪ Mitgliederversammlung 2010 in Aachen.....	38
▪ Service goes live: KVD zu Gast bei SEW-Eurodrive.....	38
▪ Neuausrichtung der Aus- und Weiterbildung.....	39
▪ Mehrwert durch KVD-Trendstudie.....	39
▪ Mit IT- und Prozess-Exzellenz in die erste Liga.....	40
▪ itec systems: Hilfe ohne lange Leitung.....	41
▪ Erstes Arbeitstreffen mit MG Consulting.....	42
▪ Ausschuss bereitet Jubiläums-Congress vor.....	42
▪ Börse für Praktikumsplätze und Diplomarbeitsthemen.....	43

## RUBRIKEN

▪ Editorial.....	3
▪ Aus der Redaktion.....	3
▪ Impressum.....	5
▪ Literatur.....	19
▪ Namen und Nachrichten aus dem Service.....	45
▪ Der aktuelle KVD-Seminarkalender.....	46
▪ Der aktuelle KVD-Termin kalender.....	47
▪ Die aktuellen KVD-Förderkreismitglieder.....	48
▪ Neue Mitglieder im KVD.....	50

Die Service Today ist das Magazin für Entscheider aus Service, Marketing, Logistik und Technik und gleichzeitig offizielles Organ des Kundendienst-Verband Deutschland e.V. (KVD).

**Herausgeber:**  
Kundendienst-Verband Deutschland e.V. (KVD), Pliesterbecker Straße 165 46284 Dorsten

**Chefredaktion:**  
Werner Fischer (V.i.S.d.P.)

**Redaktion Best Practice:**  
Michael Braun, Willi Fischer

**Redaktion Service Science:**  
Dr. Gerhard Gudergan,  
Dr. Rainer Vanck

**Redaktion International:**  
Michael Braun, Ramón Somoza

**Redaktion KVD Dialog:**  
Michael Braun, Markus Schröder

**Fotos:** Fotolia, Fotohaus Waltrap, iStockphoto, KVD, RWTH Aachen

**Kontakt Redaktion:**  
Medienhaus Waltrap,  
Postfach 132, 45722 Waltrap  
E-Mail: [redaktion@kvd.de](mailto:redaktion@kvd.de)  
Telefon: 0 23 09 . 78 47-113  
Telefax: 0 23 09 . 78 47-123

**Produktion (Planung, Satz, Layout):**  
Medienhaus Waltrap, Dortmunder Straße 34-38, 45731 Waltrap, [www.medienhaus-waltrap.de](http://www.medienhaus-waltrap.de)

**Druck:**  
eCo2print UG & Co. KG, Marienstr. 3, 46284 Dorsten

**Anzeigen:**  
MG Consulting, Michael Grzenkowitz,  
Postfach 2219, 21203 Seevetal  
E-Mail: [mg@mg-consulting-europe.de](mailto:mg@mg-consulting-europe.de)  
Telefon: 040 . 76 96 02 47  
Telefax: 040 . 76 96 02 48

**Verlag:**  
ISB-Verlag, Dortmunder Straße 34-38, 45731 Waltrap, [www.isb-verlag.de](http://www.isb-verlag.de)  
Telefon: 0 23 09 . 78 47-100  
Telefax: 0 23 09 . 78 47-101

ISSN 1869-3024

**Erscheinungsweise & Auflage:**  
Einmal im Quartal, 7000 Exemplare

© 2010 KVD e.V.





## Weltweit führend: Grabenlose Kanalsanierung

*Die öffentliche Kanalisation in Deutschland wird auf über 400.000 Kilometer Gesamtlänge geschätzt. Niemand weiß, wie dieses unterirdische Labyrinth exakt beschaffen ist. Bis 2015 sollen alle Kanäle und Leitungen, auch die privaten, in ihrem Zustand erfasst und saniert sein. Ein Mammutprojekt. Und jeder von uns weiß, dass unter uns eine Menge zu tun ist.*

*Die Schwalm Robotic GmbH mit Sitz in Bad Hersfeld entwickelt und vertreibt hochwertige Roboter und Spezialfahrzeuge für die grabenlose Kanalsanierung. Was 1938 mit einem Bagger, zwei Lastkraftwagen und einem Saugwagen als Fuhrunternehmen mit Georg Schwalm begann, hat sich nach 71 Jahren zu einem der weltweit führenden Spezialanbieter von grabenloser Kanalsanierungstechnik entwickelt.*

*Das heutige Schwalm Robotic Produktprogramm ist als in sich geschlossenes Baukastenprinzip konzipiert. Das Unternehmen hat zwei Kanalsanierungsroboter auf den Markt gebracht, mit denen sich Hauptrohre und Anschlussrohre von innen sanieren lassen. Die voll ausgestatteten autarken Sanierungsfahrzeuge werden in Auftragsfertigung in kleinen Stückzahlen hergestellt. Die praxiserprobten Spezialmaschinen ermöglichen alle erforderlichen ferngesteuerten Arbeiten im Kanal.*

**Mobile Werkstätten für die Kanalsanierung:** *Die Idee liegt auf der Hand: Bei der Fahrt zum Einsatzort muss nicht erst alles zusammengesucht werden. Um die notwendigen Kanalarbeiten unabhängig von den örtlichen Gegebenheiten ausführen zu können, entstand der innovative Gedanke, ein autarkes Sanierungsfahrzeug zu bauen. Neben Robotern und Packern für die ferngesteuerten Arbeiten im Kanal beherbergt das Sanierungsfahrzeug eine ausgeklügelte Infrastruktur über Tag. Strom, Wasser, Druckluft, Spülaggregat, Montagematerial, eine ergonomisch gestaltete Werkstatt, Systemsteuerung, Videolabor und Aufenthaltsraum – alles das ist an Bord und ermöglicht höchste Fertigungsqualität und Freude an der Arbeit.*

**Schnelle und effiziente Ersatzteillogistik:** *Die Schwalm Robotic GmbH ist aber nicht nur mit ihren technischen Produkten höchst innovativ, auch der Service für die Kunden ist vorbildlich. Damit die Kommunen ihrer Pflicht der Kanalsanierung effizient und störungsfrei nachgehen können, hat das Unternehmen eine Hotline für die Bestellung von dringend benötigten Ersatzteilen eingerichtet. Kommt es zu Störungen*



*Die autarken Sanierungsfahrzeuge beherbergen eine ausgeklügelte Infrastruktur über Tag. Strom, Wasser, Druckluft, Spülaggregat, Montagematerial, eine ergonomisch gestaltete Werkstatt, Systemsteuerung, Videolabor und Aufenthaltsraum – alles das ist an Bord und ermöglicht höchste Fertigungsqualität und Freude an der Arbeit.*



Hochwertiger Roboter für ferngesteuerte Arbeiten im Kanal für den Transport sorgfältig verpackt.

während einer Einsatzfahrt oder werden Defekte an Sanierungsfahrzeugen festgestellt, kann bei Schwalm Robotic zu jeder Zeit ein kompetenter Ansprechpartner erreicht werden. Dieser Service ist deshalb so wichtig, da Stillstände oder Ausfälle der im Einsatz befindlichen Sanierungsfahrzeuge dazu führen, dass ganze Straßenzüge noch länger vom Wasserversorgungsnetz getrennt sind. Was das bedeutet und wie ärgerlich dies sein kann, wissen wir alle. Und zusätzlich entstehen hohe Kosten. Somit ist schneller Service und die schnelle Bereitstellung von Ersatzteilen enorm wichtig. Der Schwalm Robotic Kundendienst ist daher nicht nur 24 Stunden erreichbar, sondern garantiert auch die zuverlässige und schnelle Zustellung der dringend benötigten Ersatzteile in kürzester Zeit nach Bestelleingang. Sven Rantke, Leiter Logistik, Schwalm Robotic GmbH, äußert sich: „Für die Zustellung der dringend benötigten Ersatzteile direkt am Einsatzort des Sanierungsfahrzeugs haben wir seit 2008 GO! EXPRESS & LOGISTIC als einen höchst zuverlässigen Partner an unserer Seite, der eine hervorragende Ersatzteilversorgung bietet.“

Über 200 unserer hochwertigen Sanierungsfahrzeuge sind aktuell nahezu pausenlos im Einsatz. Egal zu welcher Uhrzeit, an Arbeitstagen oder auch am Wochenende:

Ersatzteilbestellungen, die bei uns eingehen, übergeben wir sofort an GO!. Dies hat mehrere Gründe: 1. da, wo ein ‚üblicher‘ Kurier-, Express- oder Paketdienst unsere speziellen Anforderungen nicht mehr erfüllen kann, bietet uns GO! rund um die Uhr, 365 Tage im Jahr und stets just in time national wie international kontinuierlich exzellente Kurier- und Expressdienstleistung, 2. die hohe Flexibilität und Sorgfalt im Umgang mit unseren Ersatzteilsendungen, angefangen bei einer leichten Schraube bis hin zu 60 Kilogramm schweren und sehr kostspieligen Robotern, und 3. die Fähigkeit von GO!, gemeinsam mit unseren Kunden besondere Situationen kompetent und sorgfältig zu meistern.

Ein großes Kompliment an dieser Stelle an die Kuriere von GO!, die, obwohl der Einsatzort des Sanierungsfahrzeugs, sprich Zustelladresse, nicht immer exakt benannt werden kann, diese immer finden. Nur wenn alle Teile des Logistikprozesses wie geschmiert ineinander greifen, können wir unseren Lieferservicegrad garantieren. Dass dieses Angebot von unseren Kunden sehr wertgeschätzt wird, liegt nicht zuletzt am großen Engagement der Mitarbeiter beider Unternehmen. Denn sie sind es, die durch eine hohe Integration sämtlicher Logistikprozesse die erforderliche Liefertreue und Versorgungssicherheit gewährleisten.“

## Info



- GO! General Overnight Service (Deutschland) GmbH  
 Helmut Schwertler  
 Willy-Brandt-Allee 20,  
 53113 Bonn  
 Tel.: 02 28 . 24393 – 300  
 Fax: 02 28 . 24393 – 390  
 E-Mail:  
 helmut.schwertler@  
 general-overnight.com



## Portalbasierte Datenbank als Umsatzmotor After Sales

*Der After-Sales-Bereich ist im Maschinen- und Anlagenbau in den letzten Jahren kontinuierlich gewachsen. 2008 stieg der Umsatzanteil laut VDMA (Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V.) auf 18,7 Prozent. Auch die Tognum-Tochtergesellschaft MTU Friedrichshafen GmbH hat das Geschäft mit nachgelagerten Dienstleistungen als Wachstumsmotor identifiziert. Um die erforderliche Grundlage zu schaffen, hat der Hersteller von Antriebs- und Energiesystemen eine portalbasierte IT-Lösung eingeführt, mit der er die zahlreichen Produktdaten verwaltet.*

*Eine High-Speed-Fähre liegt zur routinemäßigen Wartung in einem griechischen Hafen. Der verantwortliche Techniker liest im Maschinenraum auf einem der vier 5.300-PS-starken Dieselmotoren die Seriennummer vom Typenschild ab. Ein zeitaufwendiges, aber notwendiges Unterfangen. Denn anders kann er den Motor und die einzelnen Bauteile nicht genau identifizieren. „Auch um solche Wartungsarbeiten künftig zu vereinfachen und schon im Büro vorbereiten zu können, haben wir die zentrale Datenbank eingeführt, in der Informationen zu all unseren Produkten abgelegt sind“, sagt Stefan Keldenich, Senior Manager Information Logistic Technical Information Management bei der Tognum-Tochtergesellschaft MTU Friedrichshafen GmbH. Das Unternehmen ist auf enorm leistungsstarke Antriebstechnologien spezialisiert. Verbaut werden Motoren, Automations- und komplette Antriebssysteme in ganz unterschiedlichen Anwendungen. Die Palette reicht von Schiffen über landwirtschaftlich, industriell und militärisch genutzte Vehikel bis hin zu Energieversorgungseinheiten für Krankenhäuser, Bohrplattformen und Kraftwerken.*



*Ein Techniker wartet den Dieselmotor im Maschinenraum eines Schiffes.*

*Im Jahr 2008 erreichte die Tognum-Gruppe einen Umsatz von 3,1 Milliarden Euro – 696 Millionen Euro allein mit dem After Sales im Geschäftsbereich Engines. Das liegt im Trend. Peter Thomin, Referent in der Abteilung Betriebswirtschaft des VDMA: „In den letzten zehn Jahren haben viele Unternehmen im Maschinen- und Anlagenbau ihr After Sales sukzessive professionalisiert und stetig ausgebaut. Unsere aktuelle Befragung ergab, dass 2008 der Umsatzanteil in diesem Bereich auf 18,7 Prozent gestiegen ist. Voraussetzung dafür sind Geschäftsmodelle, bei denen der Kunde im Mittelpunkt steht.“*

*An solchen Modellen arbeitet auch die MTU Friedrichshafen GmbH. In den nächsten Jahren soll mit dem Verkauf von Ersatzteilen, dem Abschluss von Wartungsverträgen, der Erweiterung des Reparaturgeschäfts und dem Verkauf von wiederaufbereiteten Teilen, Baugruppen und grundüberholten Motoren stetig mehr umgesetzt werden. Stefan Keldenich: „Um dieses Wachstumsziel zu erreichen, müssen wir vor allem passende After-Sales-Produkte entwickeln und anbieten. Wichtig ist aber auch, dass wir unsere Servicequalität weiter verbessern und die Kundenbindung erhöhen. Basis für all das sind möglichst vollständige und hochwertige Daten zu sämtlichen MTU-Produkten, die die Kunden einsetzen.“*

*An dieser Stelle hakte es bislang. Waren die Motoren und Generatoren einmal in Schiffen, Eisenbahnen oder Ölplattformen verbaut, wurden Informationen zu Umbauten oder Reparaturen von den eigenen Servicemitarbeitern oder den Technikern der OEMs und der Kunden nur sporadisch an MTU zurückgemeldet. Auf das bereits bestehende Portal griffen die verschiedenen Nutzergruppen nur selten zu. Außerdem war die Produktdokumentation „motorenzentriert“, die einzelnen Komponenten waren nur unzureichend im Systemzusammenhang abgebildet. Daher entschieden sich die Verantwortlichen bei MTU im Frühjahr 2007, zunächst für das Marktsegment Marine eine neue Portal-lösung samt Datenbank einzuführen, die dem unterschiedlichen Informationsbedarf der verschiedenen Nutzergruppen gerecht wurde. In einem ersten Schritt wurde dazu die Prozess- und IT-Beratung Mieschke Hofmann und Partner (MHP) beauftragt, im Rahmen einer Vorstudie ein Lösungskonzept zu entwickeln. Im zweiten Schritt arbeiteten*





Am Laptop informiert sich ein Techniker über die Details des Schiffsantriebs.

dann ab Sommer 2007 MTU-Mitarbeiter aus den verschiedenen Fachbereichen und die MHP-Berater in mehreren Workshops eng zusammen und realisierten auf Basis von SAP-Technologien die After Sales Object (ASO) Database, die sich aus einem Back-End und dem Portal zusammensetzt. Schwierig war dabei zum einen sicherzustellen, dass die Stammdaten aus den komplexen Produktionsprozessen sauber übernommen werden. Zum anderen galt es, die Portalanwendungen möglichst benutzerfreundlich zu gestalten, um so die Anzahl der Rückmeldungen deutlich zu erhöhen. Seit Sommer 2008 ist die ASO Database im Einsatz.

Die Servicemitarbeiter können jetzt – entweder schon vom Büro aus oder vor Ort – über das Portal das gewünschte Objekt mithilfe von verschiedenen Suchkriterien, etwa dem Schiffsnamen, auswählen und auf sämtliche Informationen zugreifen. Dazu zählen neben den Basisdaten zum Produkt auch Angaben zum Bauzustand, den Ersatzteilen oder Informationen zu Garantie- und Wartungsvereinbarungen. Zudem werden die Einzelbau-

teile im Systemzusammenhang dargestellt. Es lässt sich so wesentlich leichter erkennen, wie beispielsweise der Schiffsmotor mit den anderen Komponenten zusammenhängt. Neben der Bereitstellung der vorhandenen Informationen wurde auch die Rückmeldung von Daten aus dem Feld optimiert. Mithilfe eines individuell erstellten interaktiven PDF-Dokuments (iPDF) lassen sich die unterschiedlichen Serviceaktivitäten ohne großen Aufwand melden.

Dass die neue Technologie die Erwartungen von MTU erfüllt, war bereits nach kurzer Zeit deutlich zu erkennen. So beschleunigten sich durch die eindeutige Zuordnung von Systemen und Komponenten die Datenzugriffe um bis zu 25 Prozent. Außerdem nutzen heute mehr als doppelt so viele Anwender pro Woche das Portal wie zuvor. Die Zahl der wöchentlichen Datenzugriffe vervielfachte sich sogar. Gleichzeitig nahmen die Rückmeldungen aus dem Feld zu, sodass sich die Datenqualität kontinuierlich erhöht. Aussagekräftige Auswertungen und damit die Entwicklung neuer After-Sales-Strategien und -Produkte werden so möglich.

# midcom: Mit hoher Qualität und großer Flexibilität zum Erfolg

*„Mit hoher Qualität und großer Flexibilität zum Erfolg“ Mit diesem Firmenmotto feierte die midcom GmbH am 13. März ihr zehnjähriges Jubiläum. Das Unternehmen midcom GmbH wurde im März 2000 in Grafschaft gegründet und hat seit Januar 2004 seinen Firmensitz in Meckenheim bei Bonn. Der Umzug fand statt, damit die gute Infrastruktur der Internetanbieter und die Nähe zum Bahnhof Meckenheim genutzt werden kann.*

Seit nunmehr zehn Jahren arbeitet die midcom GmbH mit inzwischen 15 Mitarbeitern an Lösungen in den Bereichen CRM-, Prozess- und IT-Beratung; Unternehmenssoftware; mobile Systeme für Handy und PDA; business Hosting- mit stark steigender Tendenz der Mitarbeiterzahl. Das solide Wachstum in den letzten zehn Jahren der Unternehmensgeschichte ist der Garant für den heutigen Bestand und die gute Qualität der Leistungen.

Seit zehn Jahren ist die midcom GmbH bei Banken und Versicherungen in der Beratung tätig. Hier unterstützt sie das Projekt- und Qualitätsmanagement. Seit acht Jahren übernimmt die midcom GmbH das Hosting für grosse Unternehmen zum Beispiel für die Themen Online Produktabschlüsse, Vertriebs- und CRM-Portale. Seit vier Jahren hier mit modernster Virtualisierungs-Plattform; und ist spezialisiert auf Software und Beratung im Bereich Softwarelösungen für Vertrieb, Marketing und Kundeservice. Die Nähe zum Kunden bietet den Unternehmen einen klaren Vorteil für die Ablauforganisation und kurze Reaktionszeiten. Software on-demand oder auch ASP- Anwendungen gehören seit acht Jahren zu einem Firmenstandard, was

den Kunden und Kooperationspartnern die Möglichkeit bietet Ihre Unternehmensanforderungen flexibel und transparent zu gestalten. Dies ermöglicht dem Nutzer einen weltweiten Zugriff und bedarf keiner Begrenzung auf die Örtlichkeiten des Unternehmens selbst. Auch die Implementierung der Software bedarf keines grossen Aufwandes, da diese nicht in die vorhandene IT-Struktur integriert wird, sondern weil hierfür nur ein Webbrowser und Internetzugang benötigt wird.

Die midcom GmbH bietet auch an, Software für unterschiedliche Anforderungen als online SaaS-Module, SaaS steht für Software as a Service, zu mieten. Dieses Modell bietet den Unternehmenskunden die Möglichkeit Ihr Risiko und sämtliche Fixkosten für die Softwarearchitektur genau zu definieren (und somit eine langfristige Kostentransparenz zu schaffen). Die Unternehmensprozesse können, ohne Investitionen in Software oder Hardware, optimiert und effizient unterstützt werden. Es ist möglich über vorhandene PC-Internetbrowser die gewünschten Module kombiniert zu nutzen- also die online SaaS-Module den Unternehmensanforderungen während der Nutzungslaufzeiten dynamisch anzupassen.

Die Anforderungen der Unternehmensbereiche können so mit SaaS, gerade bei kleineren Unternehmen, innerhalb kürzester Zeit realisiert und in die Prozesse integriert werden. Die midcom GmbH ist durch die in den letzten Jahren erarbeiteten hochqualitativen Softwarelösungen für die verschiedenen Unternehmensbereiche ein kompetenter Ansprechpartner für die Prozessoptimierung und das Prozesscontrolling.

## Info

- midcom GmbH, e-business – CRM - Mobile Systeme, Toni Büttgen, Geschäftsführer  
Bahnhofstrasse 2  
53340 Meckenheim  
Tel: 02225 . 999999-0  
E-Mail: contact@midcom.de

## Aktuell

- Die midcom GmbH hat das neue BDE-Modul (Betriebsdatenerfassungsmodul) vorgestellt, welches in Kooperation mit einem Hersteller von industrieller Microelektronik entwickelt wird. Mit diesem Modul kann per Barcode und RFID via Internet-technologie eine mobile Datenerfassung in die midcom-Serverplattform integriert werden. Die Datenerfassung erfolgt ausschließlich über das GSM-Netz über das GPRS-Protokoll (später EDGE). Die Kommunikation erfolgt über das http-Protokoll an die midcom Serverplattform. Hierdurch werden die Transaktionsdaten, die Gerätekonfiguration sowie die Geräte-Firmware übertragen. Aus den gewonnen Informationen werden betriebswirtschaftliche Informationen generiert (Beispiel: Arbeitszeitbuchungen oder Produkt-Laufzeitinfos aus der Produktion). Diese Informationen werden dritten Systemen zur Verfügung gestellt. Typische Anwendungsbereiche für dieses BDE-Modul sind die Betriebsdatenerfassung in der Produktion (Stückgut-Herstellung), Zeiterfassung mobiler Arbeitsgruppen (Bau- und Baunebengewerbe), Logistik und Lager-Kommisionierung.

# Kassensoftware am Point of Sale

*Zwischen der midcom GmbH und der Postbank P.O.S. Transact GmbH in Eschborn ist ein neues Projekt in der Vertriebskooperation auf der einen und der technischen Integration der Produkte auf der anderen Seite entstanden: Die online Kassensoftware für den Point of Sale (POS).*

*Diese neue Kassensoftware lässt sich fast vollständig über eine Touchscreenoberfläche bedienen. Lediglich Texteingaben müssen über die Tastatur erfolgen. Auch bietet die POS Kassensoftware die Möglichkeit mehrere Personen / Verkäufer an einem Terminal arbeiten zu lassen.*

*Die Kassensoftware ist durch die SSL-verschlüsselte Kommunikation über das Internet mobil an wechselnden Standorten einsetzbar. Durch die direkte Kommunikation des Produktes mit einem Postbank Bezahlterminal können EC- und Kreditkartenzahlungen durchgeführt werden. Auch ist ein Bondruck oder Rechnungsdruck DIN A4 jederzeit möglich.*

*Die POS Kassensoftware ist online integriert in das midcom CRM-Modul sowie in die Warenwirtschaft – dem midcom ERP-Modul. Sie bietet am Point of Sale den Zugriff auf die Kundendaten, ermöglicht den direkten Verkauf und die Anlage von neuen Service-Aufträgen.*

*Die Kassensoftware umfasst eine Vielzahl von Funktionen in den Bereichen POS Direktvertrieb, Journalisierung, Kundenmanagement, Auftragserfassung, Rechnungserstellung und Barkassenfunktion.*

*Durch die vielfältigen Funktionen und Möglichkeiten begründet sich eine flexible Arbeitsweise und langfristige Kostentransparenz, eine einfache Mitarbeiterintegration, effiziente Kundenbetreuung bzw. Kundenprozessoptimierung im Unternehmen und die Gewährleistung des Datenschutzes.*

*In der Komplettlösung wurde die Kassensoftware mit einem ERP-Werkstattmodul ergänzt, so dass eine optimale Abarbeitung von den am POS Kassenmodul erfassten Werkstattaufträgen gewährleistet ist. Das Werkstattmodul ermöglicht die Erfassung von Arbeitszeiten, Materialverbrauch sowie die Lieferscheinerstellung zum Auftrag.*

*Durch den direkten Datenaustausch der verschiedenen midcom Module- CRM, ERP, Servicemanagement, mobile Zeiterfassung, Qualitätsmanagement und POS Kassensoftware können alle Daten der verschiedenen Module zentral verarbeitet und verwaltet werden. Alle Module der midcom GmbH sind weltweit sofort und online verfügbar.*

### Servicemanagement

#### Auftragsdisposition

[www.kundenservice-crm.de](http://www.kundenservice-crm.de)



- Projektverwaltung
- Auftragsdisposition
- Mitarbeiterplanung
- Workflow-Vorgänge
- User-Help-Desk
- Checklisten
- Fahrzeugverwaltung
- Mobiles KFZ-Lager

#### Mobiler Kundendienst

[www.kundendienst-crm.de](http://www.kundendienst-crm.de)



- Auftragsdaten online
- Echtzeit-Auftragsannahme
- Projektzeiterfassung
- Auftragsdatenerfassung
- Tätigkeitsberichte
- Checklisten (UVV)
- Reisekostenerfassung
- Mobile Unterschrift

#### Mobile Datenerfassung

[www.stundennachweis.de](http://www.stundennachweis.de)



- Projektverwaltung
- Zeiterfassung
- Reisekostenerfassung
- Online Stundenzettel
- GPS-Standort-Ortung
- Echtzeit Status Online
- Gruppenerfassung
- Stechuhr Terminal

#### Kundenmanagement

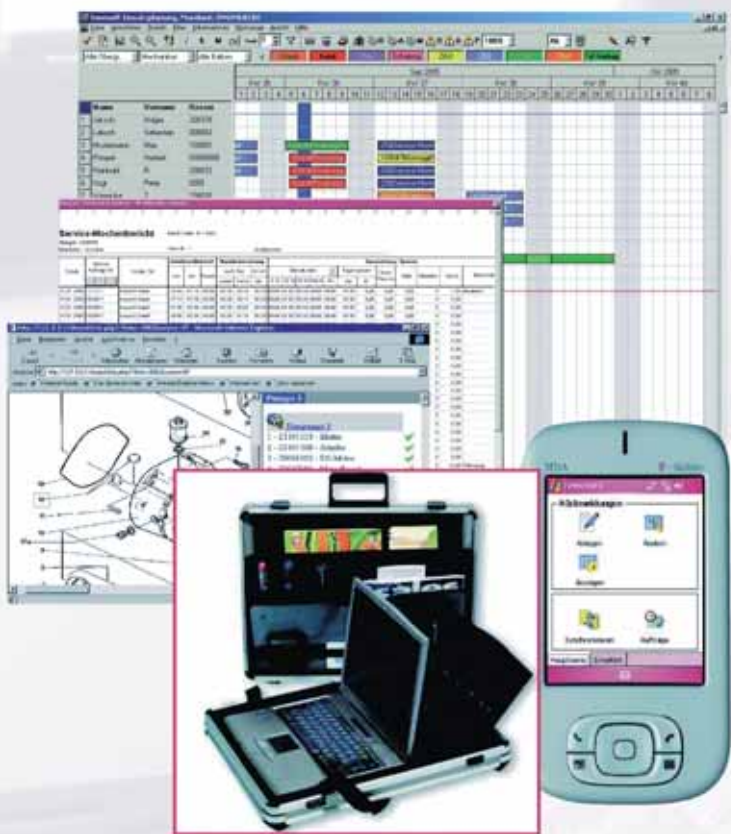
[www.kunde-online.de](http://www.kunde-online.de)



- Kontakthistorie
- Leadverwaltung
- Wiedervorlagen
- Kampagnen
- Auftragsverwaltung
- Workflow-Vorgänge
- Lagerverwaltung
- Mobile Software

# Servicemanagementsystem

## Integration des mobilen Außendienstes



### Module im Überblick

Einsatzplanung	Helpdesk
Kundenmanagement/CRM	Projektmanagement
Mobiler Außendienst	Faktura
Angebotswesen	Dokumentenmanagement
Materialwirtschaft	Instandhaltung
Berichtswesen	Statistik

# INNOSOFT

### Achtung! Neue Adresse:

Martin-Schmeißer-Weg 15 • 44227 Dortmund  
Tel.: 0231/427885-0 • Fax: 0231/427885-29  
info@innosoft.de • www.innosoft.de

# Schnelle Abrechnung, verbesserte Liquidität

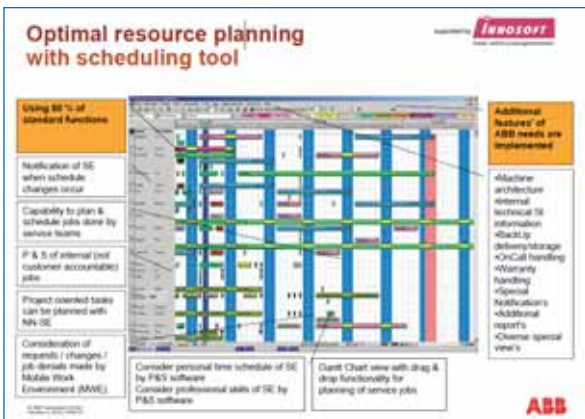
*Es macht einen erheblichen Unterschied, ob zwischen der Leistungserbringung und der Rechnungslegung drei Tage oder vier bis sechs Wochen vergehen. Aus diesem Grunde wurde bei ABB in der Abteilung Robotics das Projekt „Three Days To Invoice“ realisiert, bei dem die Einführung des Software-Moduls Mobiler Außendienst von Innosoft eine maßgebliche Rolle gespielt hat.*

Die ABB Group mit Hauptsitz in Zürich ist ein weltweit führender Konzern der Energie- und Automationstechnik, der etwa 117.000 Mitarbeiter in rund 100 Ländern beschäftigt, davon etwa 11.000 in Deutschland. Das Unternehmen will seinen Kunden in der Energieversorgung und der Industrie ermöglichen, ihre Leistung zu verbessern und die Umweltbelastung zu reduzieren. Die Aufgliederung nach Geschäftsbereichen sieht bei ABB folgendermaßen aus: Die beiden Abteilungen „Low Voltage Products“ und „Power Products“ stellen mit 36.000 bzw. 34.000 Mitarbeitern die größten Firmenbereiche dar, gefolgt von „Process Automation“ (27.000 Mitarbeiter) und „Power Systems“ (18.000 Mitarbeiter).

Die Abteilung Robotics als Teil der fünften Untereinheit „Discrete Automation and Motion“ mit Hauptsitzen in Shanghai, China, und dem schwedischen Västerås stellt mit ca. 5.000 Mitarbeitern in über 45 Ländern zwar eine verhältnismäßig kleine, aber dennoch sehr bedeutende Abteilung beim börsennotierten ABB-Konzern, da die dort produzierten Roboter in nahezu sämtlichen Bereichen Anwendung finden. Die Division DM mit der Abteilung Robotics ist ein führender Anbieter von Industrierobotern, Robotersoftware und modularen Fertigungszellen und bietet Service für die unterschiedlichen Anwendungsbereiche der Automation. Diese Produkte und Dienstleistungen ermöglichen es den Kunden, die Produktivität zu steigern sowie die Produktqualität und Arbeitssicherheit zu erhöhen. Weltweit hat die ABB Division DM mit der Abteilung Robotics mehr als 175.000 Roboter installiert. Schon im Jahre 1969 wurden Anstreichroboter und 1974 die ersten kommerziell erhältlichen elektrischen Roboter eingeführt.

Die Fertigung findet in Europa, Asien und Amerika statt, der Vertrieb und Service wird an mehr als 100 Orten in über 45 Ländern realisiert. Dabei bedient die Division DM mit der Abteilung Robotics neben der Automobil- und ihrer Zuliefererindustrie auch viele andere Industriezweige wie Plastik-, Holz- und Metallverarbeitung, Chemikalien und Elektronik, Werkzeugmaschinenbau oder Pharma- und Nahrungsmittelindustrie. Im globalen Service sind dabei 1.500 Mitarbeiter an mehr als 100 Standorten im Einsatz. Dies bedingt einen hohen administrativen Aufwand, was zu der Entscheidung führte, die Techniker über das Modul Mobiler Außendienst des Servicemanagementsystems von der Innosoft GmbH an die Zentrale anzubinden.

Zu diesem Thema hielt Herr Steffen Schmidt, Produktmanager IT & Kundensupport bei der ABB Automation GmbH



Ressourcenverteilung bei ABB mit der Einsatzplanung von Innosoft

und als Projektleiter für die Softwareeinführung bei ABB Robotics verantwortlich, einen Vortrag auf dem vergangenen KVD Service Congress in München. Den Vortrag hielt Herr Schmidt gemeinsam mit einem Vertreter des Innosoft-Partners T-Mobile, der mit der Bereitstellung seiner UMTS-Leitungen den schnellen Datentransfer möglich macht. Bei seiner Präsentation stellte Schmidt das Projekt „Three Days To Invoice“ vor, das die Zielsetzung verfolgt, den Zeitraum von der Erbringung einer Serviceleistung bis zur Rechnungsstellung signifikant, das heißt auf einen Zeitraum von maximal drei Tagen, zu verkürzen.

Wie neben der verbesserten Problemanalyse im Außendienstservice die schnelle Rechnungslegung im Zuge der weltweiten Technikeranbindung durch die Einführung des SMS-Moduls Mobiler Außendienst ermöglicht wird, erklärte Herr Schmidt wie folgt: Bereits bei der Projekteröffnung werden die Servicepakete definiert, so dass es den ABB-Technikern möglich ist, die von ihnen geleisteten Dienste unmittelbar nach Beendigung des Service-Einsatzes an die Buchhaltung zu übermitteln, wo diese Leistungen umgehend fakturiert werden können. Während dieser Prozess früher durch die aufwendige Bearbeitung sehr vieler Papierformulare zwischen vier und sechs Wochen Zeit in Anspruch nahm, ist dies nun in einem

Zeitraum von maximal drei Tagen zu bewerkstelligen.

Vor der Einführung wurde in allen Ländervertretungen von ABB mit verschiedenen Systemen gearbeitet, was eine doppelte Dateneingabe notwendig machte. Außerdem war es den Technikern früher kaum möglich, vor Ort auf notwendige Informationen zuzugreifen. Heute steht zu jedem Roboter im Internet die so genannte „My Robot“-Seite zur Verfügung, auf der die Techniker jederzeit die komplette Servicehistorie ihrer Maschine abrufen können und somit stets über Beanspruchung und Verfügbarkeit des Systems informiert sind. Die „My Robot“-Seite ist auch für Kunden zugänglich, denen dadurch nun eine ganzheitliche Betrachtung ihres Systems ermöglicht wird. Backups der Roboterprogramme gewährleisten zudem die Kontinuität der Geschäftsabläufe, und die Umstellung von präventiver zu zustandsorientierter Instandhaltung sowie die sofortige Reaktions- und Diagnosemöglichkeit bei ungeplanten Unterbrechungen sorgen darüber hinaus für eine längere Betriebszeit bei gleichzeitig sinkenden Kosten.

Wie sinnvoll die Entscheidung sein kann, eine mobile Außendienst-Lösung einzuführen, zeigt auch das theoretische Fundament, das beispielsweise eine wissenschaftliche Studie der AberdeenGroup lieferte. Diese konnte mit



Workflow im mobilen Außendienst bis zur automatischen Rechnungslegung

Mobiler Außendienst mit Signatur-Pad



nüchternen Zahlen belegen, dass bei Firmen durch den Einsatz mobiler Technologie die Produktivität sowie die Kundenzufriedenheit entscheidend – in einem Rahmen von durchschnittlich 19 bis 27 Prozent – angehoben werden konnte. Die Einkünfte aus dem Servicebereich stiegen dabei im Schnitt um 13 Prozent und die allgemeine Rentabilität um 17 Prozent. Den Zeitraum von der Einführung bis zur Amortisierung der Investitionen schätzt Steffen Schmidt auf 14 Monate bis anderthalb Jahre ein, wobei das Projekt bei ABB in einem so genannten „Gate Model“ in verschiedene Stufen unterteilt wurde.

Die Ziele, die durch die Realisation des „Three Days to Invoice“-Projekts erreicht werden konnten, lassen sich wie folgt zusammenfassen: Elektronische Service-Reports ermöglichen eine papierlose Infoablage sowie die beschleunigte Rechnungslegung, außerdem kann eine optimale Ressourcenausnutzung und Ressourcenverplanung erreicht werden. Darüber hinaus spielen die Verfolgung der Entwicklung der Maschinen- bzw. Roboter-Anlage bei einem Kunden, die Erstellung einer zentralen Wissensdatenbank mit standardisierter Störungs- und Ursachenanalyse sowie die Integration einer systematischen IT-Landschaft bei ABB eine wichtige Rolle. Die Rechnung selbst wird dabei zwar wei-

terhin im führenden SAP-System erstellt, die gesamte Vorbereitung findet jedoch im Servicemanagementsystem von Innosoft statt.

Für Steffen Schmidt zählen die Synchronisierung von Arbeitsprozessen, eine deutliche Produktivitätserhöhung, eine individuelle Maschinenhistorie pro Roboter, die Eliminierung von Papierbergen sowie die Tatsache, dass Informationstransfer und Datenbankzugriff für die Techniker in Echtzeit stattfinden zu den herausragenden Innovationen der mobilen Anbindung. Darüber hinaus gewährleistet die zusätzliche Sicherung durch einen Zeitstempel, dass die vom Kunden auf einem mobilen Unterschriften-Pad geleisteten Signaturen nicht nachträglich manipuliert werden können. Die Unterschriften sind somit rechtsgültig, was der Beschleunigung von Bearbeitung und Fakturierung zugute kommt. Die schnellere Rechnungslegung wiederum führt naturgemäß zu einem früheren Eingang der geforderten Zahlungen und erhöht somit die Liquidität des Unternehmens. Und das Potential, das mit einer gesteigerten Liquidität einhergeht, liegt auf der Hand: Je größer das verfügbare Eigenkapital ist, desto weniger muss auf kostenintensive Kredite zurückgegriffen werden. Das schafft Planungssicherheit und Spielraum für neue Projekte und Investitionen.

INFO:

Dirk Siepe, Text

dirk.siepe@innosoft.de

# „Mit unserem 24x7-Service bleiben wir auf der Erfolgsspur“

*Wachstumsorientiert, hochmodern ausgestattet und bei höchsten Qualitätsstandards konsequent auf Innovationen ausgerichtet – so trotzste das Hamburger Unternehmen Transerv 2000 in der Vergangenheit erfolgreich allen Marktturbulenzen. Mittlerweile gehört das 1996 gegründete Unternehmen zu den führenden Anbietern von Service-Dienstleistungen in der deutschen IT- und Unterhaltungselektronik-Branche. Über die zukünftige Ausrichtung des Unternehmens und aktuelle Neuerungen unterhielten wir uns mit Matthias Göhnert, Geschäftsführer von Transerv 2000.*

*Frage: Die aktuelle Wirtschaftsentwicklung macht vielen Branchen schwer zu schaffen. Daher war die diesjährige CEBIT natürlich ein wichtiger Gradmesser für die weitere wirtschaftliche Entwicklung. Welche Erkenntnisse konnten Sie für Transerv mitnehmen?*

*Matthias Göhnert: Die CEBIT hat uns deutlich gezeigt, dass wir in einem insgesamt eher negativ geprägten Umfeld deutlich positive Akzente setzen können. Und obwohl natürlich auch Serviceanbieter mit Schwierigkeiten kämpfen, sehen wir bei Transerv derzeit nur positive Trends und Entwicklungen. In Deutschland zum Beispiel wachsen wir weiterhin kontinuierlich mit zweistelligen Wachstumsraten und damit deutlich oberhalb des Branchendurchschnitts.*

*Frage: Wie schafft es Transerv, seit der Unternehmensgründung vor fast 15 Jahren kontinuierlich positive Wachstumsraten zu erzielen? Was ist Ihr Erfolgsgeheimnis?*

*Matthias Göhnert: Das ist gar nicht so schwer: Zunächst einmal brauchen Sie hoch qualifiziertes Personal, das den Servicecharakter nicht nur anstrebt, sondern ihn täglich vorlebt. Das mixen Sie dann mit langjähriger Markt-Kompetenz und -Erfahrung und kombinieren es mit innovativen Angeboten, die sich direkt an den Bedürfnissen Ihrer Zielgruppe orientieren. Dazu brauchen Sie noch Qualität-Standards, an denen sich viele Mitbewerber erst einmal orientieren müssen. Last not least reinvestieren wir die Gewinne des Unternehmens immer wieder in die Firma zurück.*

*Frage: Mit dem neuen 24x7 Service hat Transerv jetzt ein neues Servicetool vorge-*

*stellt. Was können Sie uns darüber sagen?*

*Matthias Göhnert: Der 24x7-Service ermöglicht unseren Kunden die bestmögliche Planungssicherheit. Wir stellen sicher, dass wir in allen relevanten Bereichen 24 Stunden erreichbar sind – und das an sieben Tagen in der Woche. Möglich wird dies durch eine optimale Kombination sämtlicher am Prozess beteiligter Stellen. Denn ein optimales Ergebnis ist nur dann möglich, wenn sämtliche Beteiligten perfekt miteinander verzahnt sind und Einigkeit über die Abläufe besteht. Die ersten Reaktionen unserer Kunden zeigen uns, dass wir mit diesem Gedankenansatz offenbar genau den Nerv der Zeit treffen.*

*Frage: Gilt dieser hohe Anspruch für alle Bereiche des Unternehmens?*

*Matthias Göhnert: Selbstverständlich, Beispiel Zertifizierung: Die hohen Hürden hierfür lassen sich nur durch erstklassige Qualitätsstandards in allen Bereichen meistern. Deshalb sind wir auch besonders stolz darauf, das Vertrauen vieler hochkarätiger Kunden aus IT, Unterhaltungselektronik und der Automobilbranche zu genießen.*

*Frage: Welche aktuellen Neuerungen gibt es bei Transerv noch?*

*Matthias Göhnert: Wir haben uns jetzt einen der modernsten VDE-Tester zugelegt, der auf dem Markt erhältlich ist. Mit ihm können wir direkt vor Ort eine sicherheitstechnische Geräteprüfung nach DIN VDE 0701/702 und 0751/1 durchführen sowie einen Report erstellen und gleich archivieren. Zudem haben wir gerade bundesweit alle Werke mit der neuen Standard-Software „Metrix“ ausgestattet, die wir vorher perfekt auf unsere individuellen Bedürfnisse hin optimiert haben.*

*Frage: Bis heute bleiben Sie in Ihrem Angebot konsequent auf Ihrer 3-Säulen-Strategie aus Vor-Ort-Service, Repair-Center und Mitarbeiter-Leasing. Ist das ein Vor- oder Nachteil?*

*Matthias Göhnert: Ein ganz klarer Vorteil! Denn Ziel und wesentlicher Baustein unserer Unternehmensphilosophie ist immer eine sinnvolle Ergänzung des bestehenden Portfolios. So bleiben wir übersichtlich, flexibel und anwenderfreundlich gleichermaßen.*

## Info



- Transerv 2000, Service, Transport & Logistik GmbH  
Werkstrasse 3  
22844 Norderstedt  
Tel: 040 / 3807820  
E-Mail:  
info@transerv2000.de

# Bitronic als Brückenkopf zwischen IT- und TK-Welt

Die Telekommunikation wird immer mehr zu einer Disziplin der Informatik. Das beweist der Siegeszug der vielen nützlichen Apps, die mittlerweile für den Mobilfunk angeboten werden: „Die IT-Branche stürzt sich mit großem Elan auf die mobile Telefonie und ermöglicht völlig neue Anwendungsszenarien, die weit über die Sprachkommunikation hinausgehen. Aus Sicht von Bitronic ist das mehr als willkommen, denn wir haben unsere Wurzeln in der Informationstechnologie“, erläutert Peter B. Zaboji, Chairman des Frankfurter After Sales-Unternehmens Bitronic, im Youtube-Interview mit NeueNachricht.



eines neuen Gerätes zu warten. „So ein Austausch darf nur wenige Tage oder Stunden dauern. Alles andere akzeptiert ein Handycustomer heute nicht mehr“, so die Erfahrungen von Zaboji.

## Info

- *„Bitronic ist ein führendes Europäisches Service Unternehmen, zudem unternehmergeführt, unabhängig, und finanzstark, mit 40 Jahren Erfahrung. Wir verdanken unseren Erfolg dem Erfolg unserer Kunden, allesamt starke Marken. Unsere Kundenpartner sind Blue Chip Hersteller, führende Handelsketten und große Mobilbetreiber.*
- *Wir unterstützen Sie durch maßgeschneiderte After-Sales Service- und Logistikdienstleistungen; stets setzen wir Maßstäbe in Kundenzufriedenheit. Diese Marktstellung verdanken wir unserer Begeisterung, Erfahrung, Kreativität und dem kompromisslosen Bekenntnis zur Qualität!“*  
**Peter B. Zaboji, Chairman**
- *BITRONIC Holding GmbH  
Strahlenberger Weg 16  
60599 Frankfurt am Main  
E-Mail: info@bitronic.eu*

Irgendwann würden die Unterschiede zwischen Handy, Note- und Netbook, sowie stationärem PC völlig verschwinden, ergänzt Bitronic-Vorstandschef Peter Weilmuenster: „Für die Absatz- und Serviceorganisation der unterschiedlichen Hersteller ist dieses Szenario eine große Herausforderung. Hier kann unsere Firma eine Brückenfunktion zwischen der IT- und der TK-Welt darstellen“, so Weilmuenster.

Die dominanten Handy-Hersteller haben deshalb aus gutem Grund ihren Service ausgelagert. „Das zählt nicht zu ihren Kernkompetenzen. Das können die globalen Konglomerate nicht richtig abbilden. Jeder Entwickler träumt zwar von Nullfehlerraten. Bei einem Smartphone ist das allerdings schwierig. Die Handy-Minicomputer werden immer komplexer und da bleibt es nicht aus, dass es zu Fehlern und zu Schwierigkeiten bei der Bedienung kommt“, sagt Zaboji. Bei einem Produkt mit vielfältiger Technik und unterschiedlichsten Konfigurationen benötigt man eine ausgefeilte Fehleranalyse, die über telefonische Dienste geleistet werden sollte. Bitronic stelle bei über 90 Prozent der Fälle bereits im Call Center fest, wo der Fehler herrührt. Wenn in der Gewährleistungsfrist Beanstandungen entstehen, reiche ein Internet-Portal mit einer E-Mail-Funktion nicht aus.

Für technische Produkte müsse es zudem einen gut strukturierten und gut organisierten dezentralen Service geben. Bei einem Handy sei kein Kunde bereit, vier Wochen auf eine Reparatur oder auf das Zusenden

Bei Bitronic gelte der Drei-Tage-Zyklus: An einem Tag abholen, am anderen reparieren und am dritten wieder zurück. „Wir haben ein sehr ausgefeiltes Analysesystem, das erfasst, wie häufig jedes Ersatzteil gefragt ist. So haben wir eine hohe Planungssicherheit im Vorfeld. Wir beobachten das Bedarfsverhalten auf Artelebene sehr genau vom ersten Tag ab Einführung der Handys, PCs, Netbooks, Laptops, Monitore und TVs. Die große Komplexität ist schlicht und ergreifend die Vielzahl der Typteile-Nummern. Pro Hersteller bewegen wir uns etwa im fünfstelligen Bereich, der in der Regel über zwei oder drei Jahre geplant, beschafft und bevorratet werden muss“, erläutert Weilmuenster die Serviceorganisation seines Unternehmens. Bitronic sei nun seit 40 Jahren auf dem Markt und die eigentliche Schwierigkeit ist der Lebenszyklus auf der Anbieterseite. „Es gibt Hersteller, die zunächst einen großen Erfolg haben und nach einigen Jahren einfach vom Markt verschwinden. Andere waren ganz kleine Pflänzchen und sind jetzt riesengroß. Die besondere Herausforderung für uns ist dabei, die Produkt- und Lebenszyklen auf der Herstellerseite zu begleiten. Unsere Pflichtübung ist hierbei die professionelle Erfüllung des technischen Anspruchs, die Kür ist, die Prozesse im Ganzen zu beherrschen“, resümiert Weilmuenster.

Das vollständige Youtube-Interview finden Sie unter: <http://www.youtube.com/watch?v=LFykZpUNPkg>

INFO:

Gunnar Sohn, Text

gunnareriksohn@googlemail.com



# Wettbewerbsfähige Händler setzen auf Lawson-Software

Händler von Schwermaschinen benötigen eine Software, die den Equipment-Lebenszyklus abdeckt, um jederzeit und überall über den aktuellen Status einer Maschine informiert zu sein. So kann jederzeit die Einsatzbereitschaft und damit eine hohe Rentabilität der Gerätschaften gewährleistet sein. Lawson hat in diesem Zusammenhang die Lösung „Lawson for Equipment Service Management & Rental (ESM&R)“ vorgestellt. Sie unterstützt Schwermaschinen-Händler dabei, die Rückverfolgung, Verfügbarkeit und Rentabilität ihrer Anlagen zu optimieren und gleichzeitig die Zeit bis zur Inbetriebnahme der Software zu reduzieren. Lawson for ESM&R liefert vorkonfigurierte Lösungen zur Steigerung der Ausfallsicherheit sowie zur Beschleunigung der Inbetriebnahme, die auf bewährten Best Practices der Branche basieren. Die Eckpunkte der Lawson-Lösung stellt Julian Archer, Marketing Director bei Lawson, in einem Interview vor.



**Frage:** Sie haben Lawson for ESM&R vorgestellt. Weshalb wird eine so spezielle Lösung wie diese benötigt?

**Julian Archer:** Händler von Schwermaschinen benötigen eine Software, die den gesamten Equipment-Lebenszyklus abdeckt, um jederzeit und überall über z.B. den aktuellen Service-bzw. Garantie-Status einer Maschine informiert zu sein. Dies ist wichtig, um jederzeit die Einsatzbereitschaft und damit letztlich eine hohe Rentabilität der Gerätschaften zu gewährleisten. Jedoch bieten nur wenige Anbieter eine entsprechend umfassende Lösung an, meist sind Eigenentwicklungen oder sehr spezialisierte Nischenprodukte am Markt zu finden. Ein System wie Lawson for ESM&R bietet die notwendige Transparenz und umfassende Integration, um ein Unternehmen effizient und profitabel zu verwalten. Der gegenwärtige Markt richtet sich auf Service als entscheidenden Wettbewerbsvorteil aus. Um dabei die Spitzenposition am Markt behaupten zu können, benötigen Unternehmen die volle Kontrolle über ihre Serviceprozesse sowie detaillierte Informationen über ihren Bestand. Lawson Software betreut seit über 20 Jahren Kunden aus dem Bereich Equipment Service Management und hat im letzten Jahr auf der Basis seiner Branchenkenntnis die Lösung

Lawson for Equipment Service Management & Rental auf den Markt gebracht, die spezifisch für Händler von Schwermaschinen entwickelt wurde.

**Frage:** Über welche Referenzen und Erfahrungen verfügt Lawson im Bereich Equipment Service Management? Welche Kunden arbeiten bereits mit der Ende 2008 gelaunchten Lösung?

**Julian Archer:** Zur Liste der Lawson-Kunden in diesem Bereich zählen zum Beispiel:

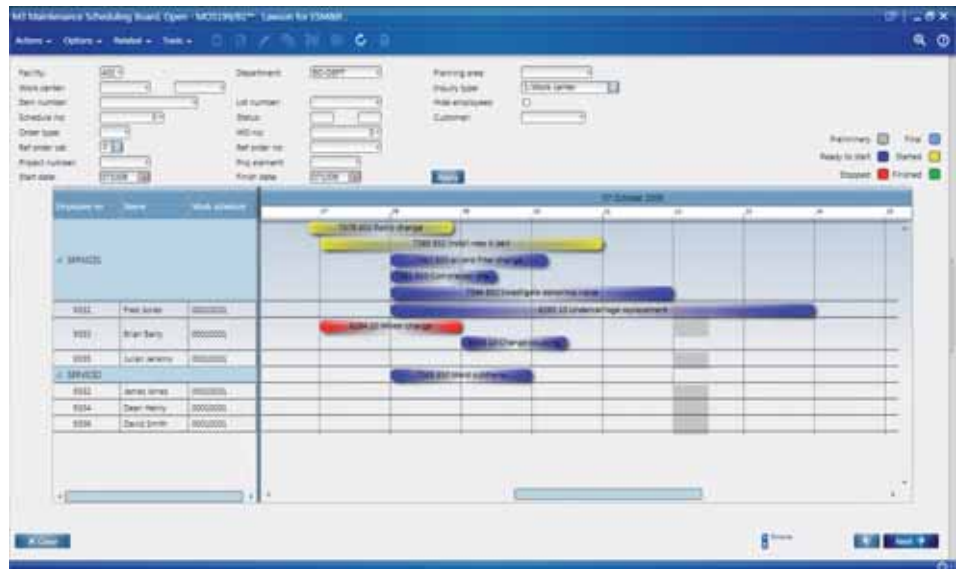
- Zeppelin, das größte Unternehmen im deutschen Baumaschinensektor mit Schwerpunkt auf der Vermietung und dem Service von Baumaschinen (gleichzeitig größter Caterpillar-Vertriebspartner in Deutschland)
- Eder, ein Unternehmen, das sich auf den Verkauf, die Vermietung und den Service von Landmaschinen und Staplern spezialisiert hat
- Zusätzlich auch Aggreko und
- Toyota Material Handling

Bereits für die Lawson for ESM&R-Lösung entschieden haben sich unter anderem:

- Finning International, weltweit größter Anbieter von Caterpillar-Ausrüstung
- Wheeler Machinery
- Wagner Equipment
- Butler Machinery

## Info

- Wheeler Machinery Co. mit Sitz in Salt Lake City, Utah, ist einer der Händler, die Lawson for Equipment Service Management & Rental gewählt haben. „Wir haben uns für Lawson entschieden, weil Lawson aus unserer Sicht als einziger Softwareanbieter eine branchenspezifische Lösung für die ESM&R-Branche anbietet,“ sagt Rob Campbell, Präsident von Wheeler Machinery Co. „Wheeler befindet sich auf starkem Wachstumskurs, und zur Erreichung unserer Ziele benötigten wir ein einheitliches und zuverlässiges System, das leicht zu implementieren und einzusetzen sowie eng mit Caterpillar verbunden ist und neben unseren Geschäftsanforderungen auch die Bedürfnisse unserer Kunden erfüllt.“



**Frage:** Um einmal konkreter auf das Produkt einzugehen und seine spezifischen Eigenschaften zu beleuchten: Welche Besonderheiten machen Lawson for ESM&R aus?

**Julian Archer:** Anders als beispielsweise in der Automobilbranche sind Händler von schwerem Gerät nicht nur für logistische Themen zuständig – also Kundenbestellungen aufnehmen, an den Hersteller geben, um danach das maßgeschneiderte Modell auszuliefern. Stattdessen kauft zum Beispiel der Caterpillar-Händler sein Produkt beim Hersteller in der allgemein verfügbaren Grundvariante und ist selbst für die Zusatzausstattung und den Service gemäß den Kundenwünschen verantwortlich. Deshalb kommen auf ihn auch viel höhere Kosten zu, und er muss daher wissen, auf welche Höhe sie sich belaufen, wie profitabel einzelne Maschinen oder auch ihre Teile über einen bestimmten Zeitraum sind und wer im Garantiefall zuständig ist. Durch die umfassende unternehmensinterne Integration, die Lawson for ESM&R bietet, können Händler z. B. ihre Kundenaufträge und Gewährleistungsansprüche schneller bearbeiten sowie künftige Serviceanforderungen exakter planen und terminieren und zuverlässigere Prognosen in Bezug auf Teile- und Ressourcenanforderungen treffen. All diese Informationen bekommt der Händler in Lawson for ESM&R schnell und übersichtlich geliefert. Kein anderer Anbieter hat bisher eine solche speziell zugeschnittene und umfassende Lösung in seinem Portfolio.

**Frage:** Was sind die Neuerungen in der Version Lawson for ESM&R 1.2

**Julian Archer:** Wesentliche Vorteile der aktuellen Version von Lawson for ESM&R 1.2 bestehen darin, Rückverfolgbarkeit,

Verfügbarkeit und Rentabilität von Schwermaschinen und Anlagen zu optimieren und zugleich den Softwareeinsatz, konkret die Implementierungszeit bis hin zum Echtstart, zu beschleunigen. Dies wird in der aktuellen Version durch vorkonfigurierte Lösungen zur Steigerung der Ausfallsicherheit, basierend auf Best Practices der Branche, realisiert. Dabei richtet sich die Lösung durch ihre Skalierbarkeit und die Möglichkeiten zur kundenspezifischen Anpassung nicht nur an große Händler, sondern auch an kleinere und mittelständische Unternehmen. Unterstützt wird dabei nicht nur die Integration in die Lieferketten der Händler, Lawson ESM&R liefert auch die Rückverknüpfung zu den Herstellern und vereinfacht die Eingliederung von Vertrieb, Finanzen, Service, Gewährleistung und Vermietung.

Zusammengefasst sind die Schwerpunkte der neuen Version von Lawson ESM&R:

- Lawson QuickStep ESM&R – 70 bis 90 Prozent vorkonfigurierte Schlüsselprozesse beschleunigen die Implementierung, ein deutlicher Wettbewerbsfaktor in der derzeitigen wirtschaftlichen Situation
- Lawson Analytics for ESM&R – Business Intelligence ohne Entwicklung eigener Analyse-Tools.
- 50 vorkonfigurierte Key Performance Indikatoren verbunden mit 20 integrierten Scorecard-Vorlagen zur aufgabenspezifischen Datenansicht, wie z.B. konkret: Profitabilität von Verträgen, Ausfallsicherheit, Auslastung, Ressourcenanalysen
- Original Equipment Manufacture (OEM) Value Content Paket mit kundenspezifischen Schnittstellen für Händler, die mit OEMs in Verbindung stehen, zur größeren Integration zwischen Händlergemeinschaft und Systemen der OEMs.

## Kontakt

- Lawson Software  
ProACTIV-Platz 3  
40721 Hilden  
Tel: 02103 . 89060  
www.lawson.com

### INFO:

Eva Richter, Text  
Eva.Richter@de.lawson.com

## Günter F. Gross' Klassiker in 20. Auflage mit Widmung

Es ist der Klassiker schlechthin auf dem Markt der Beratungsliteratur: „Beruflich Profi, privat Amateur?“ heißt das Standardwerk von Günter F. Gross, das jetzt in 20. Auflage erschienen ist. Grund genug für die Service Today-Redaktion, dieses Ereignis mit einer besonderen Aktion zu verbinden.

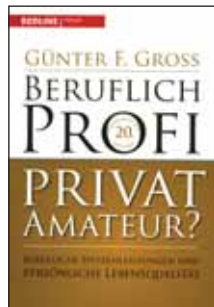


In Zusammenarbeit mit dem KVD und dem ISB-Verlag, in dem die Service Today erscheint, gibt es die 20., erweiterte und aktualisierte Auflage mit einer handschriftlichen Widmung

von Günter F. Gross. Das Besondere dabei: Der erfahrene Berater, seit Jahren dem KVD in vielfacher Art und Weise verbunden, verfasst auf Wunsch jede Widmung individuell. „Das kann eine persönliche Widmung für den Käufer selbst sein, es kann aber auch eine Widmung für einen guten Kunden sein, dem man das Buch als Zeichen der Wert-

schätzung schenken möchte“, erklärt Günter F. Gross.

Und so geht's: Wer ein Exemplar mit Widmung haben möchte, bestellt per E-Mail unter buchaktion@isb-verlag.de sein Exemplar unter Angabe der Rechnungsanschrift, der Lieferanschrift und der gewünschten Widmung. Ein Buch kostet 20 Euro. In wenigen Tagen erhalten Sie dann das Buch mit der gewünschten Widmung per Post samt Rechnung. Die Summe können Sie bequem per Überweisung begleichen.



Günter F. Gross:  
Beruflich Profi, privat Amateur?  
Berufliche Spitzenleistungen und persönliche Lebensqualität.  
20. Auflage  
Gebundene Ausgabe  
320 Seiten

## Englisch für die Personalarbeit

Lothar Gutjahr ist Autor des Ratgebers „Englisch für die Personalarbeit“. Im Interview mit der Service Today fasst er im Buch genannte Strategien für auf Englisch geführte Gespräche zusammen.

**Frage:** Worauf sollte man generell beim Englisch sprechen achten?

**Lothar Gutjahr:** Es kommt nicht darauf an, fehlerfrei zu sprechen. Generell sollte man die Satzlänge kurz halten. Als Richtwert gilt: Ein deutscher Satz wird zu zwei englischen. Dann bleibt der Inhalt überschaubar und man muss sich nicht mit komplizierten Satzstellungen die Kommunikation erschweren.

**Frage:** Worauf muss man bei der schriftlichen bzw. mündlichen Kommunikation auf Englisch achten?

**Lothar Gutjahr:** Wie auch im Deutschen kann man in der mündlichen Kommunikationssituation vieles salopper formulieren, als im Schriftverkehr. Gerade Briefe wiegen aber

sehr viel und sollten immer Korrektur gelesen werden. In E-Mails ist es vielfach üblich, in einem informelleren Stil zu schreiben und dann in der Schlussformel nur den Vornamen zu nennen.

**Frage:** Wie kann man professionell reagieren, wenn man etwas nicht verstanden hat?

**Lothar Gutjahr:** Es gibt viele Redewendungen, mit denen man vermitteln kann, dass man etwas nicht versteht. Man muss sich aber trauen, die Nachfrage zu stellen.

**Frage:** Wie kann sich ein Personalchef auf ein unangenehmes Mitarbeitergespräch zu Kündigung oder Abmahnung vorbereiten?

**Lothar Gutjahr:** Er sollte wissen, welche formellen Vorbereitungen er treffen muss, welche Unterlagen bereit liegen müssen. Schon die ersten Überlegungen zu der Unterredung sollten auf Englisch sein und das Beste ist es, alle Gesprächskomponenten im Geiste einmal auf Englisch durchzugehen.

### Info

- „AUFBRECHEN! Warum wir eine Exzellenzgesellschaft werden müssen“ heißt das neue Buch von Gunter Dueck. Seine These: Die Dienstleistungsgesellschaft stirbt, weil neue Technologien die Hälfte aller Jobs überflüssig machen. Die Überlebensperspektive für die Zukunft liegt in einer Hochbildungskultur - es sei die einzige Chance. Er spricht von einer Exzellenzgesellschaft und meint Jobs für das Gehirn. Das müsse trainiert werden. „Dueck macht richtig Lust auf Zukunft“, heißt es in einer Rezension. Wer es selbst überprüfen möchte: Lesen! Gunter Dueck: AUFBRECHEN! Warum wir eine Exzellenzgesellschaft werden müssen. Eichborn Verlag, Gebundene Ausgabe, 224 Seiten, 19,95 Euro

### Info

- Lothar Gutjahr; u.a.: Englisch für die Personalarbeit: Alle wichtigen Vokabeln, Formulierungen und Redewendungen. Haufe-Lexware Verlag, 245 Seiten + CD, 39,80 Euro

# Wirtschaftsminister Brüderle lobt Aktivitäten im DIN

## Info

DIN - Deutsches Institut für Normung e.V., Koordinierungsstelle Dienstleistungen (KDL), aktuelle Mitgliederliste:

- Hr. Fischer (KVD), Vorsitzender
- Fr. Fluthwedel (DIN), Geschäftsführerin
- Fr. Dittberner (i.V. Fr. Lehmann, Bundesverband der freien Berufe)
- Hr. Ganz (Fraunhofer-Institut für Arbeitswissenschaft und Organisation)
- Hr. Dr. Gudergan (Forschungsinstitut für Rationalisierung)
- Hr. Hallscheidt (Deutscher Industrie- und Handelskammertag)
- Fr. Janowitz (Kommission Arbeitsschutz und Normung)
- Hr. Löttgen (Bundesverband der Dienstleistungswirtschaft)
- Hr. Dr. Meyer (Institut für Informatik an der Uni Leipzig)
- Hr. Rollenhagen (Verband Beratender Ingenieure)
- Fr. Schlesinger (Bundesarchitektenkammer)
- Fr. Schulz (Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie)
- Hr. Thomin (Verband deutscher Maschinen- und Anlagenbau)
- Fr. Unverricht (Verbraucherrat im DIN)
- Hr. Dr. Vanck (KVD)
- Hr. Prof. Dr. von Velsen-Zerweck (Hochschule Magdeburg / Stendal)
- Fr. Zahn-Elliott (Bundesministerium für Bildung und Forschung)

**Die Bundesregierung hat in der Hightech-Strategie für Deutschland Dienstleistungen als ein Zukunftsfeld identifiziert. Hintergrund ist, dass Dienstleistungen für 70 Prozent der Bruttowertschöpfung in Deutschland verantwortlich sind und dass der Dienstleistungssektor mit 27 Mio. Beschäftigten Job-Motor der deutschen Wirtschaft sowie entscheidender Innovationstreiber ist. Auf diesem Sektor hat der KVD eine wichtige Position eingenommen. Der Verband hat bekanntlich den Vorsitz im Fachbeirat der Koordinierungsstelle Dienstleistungen (KDL) beim Deutschen Institut für Normung (DIN) übernommen.**

Aufgrund der zunehmenden Integration von Dienstleistungen und Produkten im Sinne der hybriden Wertschöpfung spielen Dienstleistungen nicht nur als Innovationsquelle, sondern auch als Innovationsträger eine entscheidende Rolle. Nutzenpotenziale, die sich durch Normung und Standardisierung im Dienstleistungssektor ergeben, sind unter anderem: Die Schaffung günstiger Bedingungen für Dienstleistungsinnovationen, die Möglichkeit einer systematischen Entwicklung neuer Dienstleistungen, die schnelle Einführung erfolgreicher, innovativer Dienstleistungen in den Markt, die unternehmensinterne und -übergreifende Optimierung von Dienstleistungsprozessen, die Steigerung von Transparenz, Vergleichbarkeit und Qualität von Dienstleistungen, Dienstleistungsprozessen und Dienstleistungsanbietern, die Förderung von Dienstleistungsinnovationen.

„Die Förderung von Normung und Standardisierung dient der von der Bundesregierung propagierten Nachhaltigkeitsstrategie durch eine Unterstützung von wirtschaftlichen, umweltbezogenen und gesellschaftlichen Zielen durch die Normung“, heißt es dazu im

Normungspolitischen Konzept der Bundesregierung. „Gerade in wirtschaftlich turbulenten Zeiten ist Deutschland auf verlässliche und wettbewerbsorientierte Rahmenbedingungen angewiesen. Normung und das DIN, als die nationale Normungsorganisation, leisten wichtige Beiträge zur Gestaltung dieser Rahmenbedingungen“, erklärt dazu Rainer Brüderle, Bundesminister für Wirtschaft und Technologie. So werde die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen gestärkt und deren Innovationskraft unterstützt. „Gerade für die exportorientierte deutsche Wirtschaft sind Instrumente zum Abbau von Handelshemmnissen und zur Schaffung globaler Märkte unverzichtbar. Normung und Standardisierung stärken die Funktionsfähigkeit des europäischen Binnenmarktes und den weltweiten Handel“, erklärt Rainer Brüderle weiter.

Eine große Herausforderung für das DIN und für Deutschland besteht darin, bei der Dienstleistungsnormung und -standardisierung Informationslücken zu schließen sowie alle bisherigen und zukünftigen Aktivitäten im Sinne einer systematischen Vorgehensweise zu koordinieren. Strategisch betrachtet besteht eine weitere große Herausforderung für das DIN darin, einer Diversifizierung der Standardisierungslandschaft zu verhindern, da dies ein hohes Risiko der Intransparenz und der Qualitätsverschlechterung in sich birgt. Bestehende Standardisierungskonsortien sollten daher für die Arbeit im DIN gewonnen und der Bildung neuer Konsortien sollte entgegengewirkt werden.

„Mit der Deutschen Normungsstrategie haben das DIN und die am deutschen Normungssystem interessierten Kreise in 2005 erheblich zur Ausrichtung der deutschen Normung an nationalen Bedürfnissen und internationalen Gegebenheiten beigetragen“, erklärt der Bundeswirtschaftsminister. Jede

Die Mitglieder der Koordinierungsstelle Dienstleistungen treffen sich regelmäßig in Berlin.



INFO:

Michael Braun, Text

Werner Fischer, BMWi/Ossenbrink, Fotos

Normungsstrategie müsse flexibel und dynamisch ausgestaltet sein. Starre Konzepte würden den sich ständig verändernden realen Anforderungen nicht gerecht. „Daher ist zu begrüßen, dass die Deutsche Normungsstrategie in den Fachkreisen als lebendes, fortzuentwickelndes Projekt begriffen wird“, sagt Rainer Brüderle.

Der KVD engagiert sich in diesem Zusammenhang an vorderster Stelle beim DIN. In der Koordinierungsstelle Dienstleistungen (KDL) hat er den Vorsitz in Person von Ehrenvorstand Werner Fischer übernommen, und auch im Normenausschuss Dienstleistungen wirkt der Verband mit. „Für die KVD-Mitglieder bedeutet das, dass die Interessen des Verbandes an höchster Stelle vertreten werden. Der Verband hat so Einfluss auf strategische politische Entscheidungen, die den großen Bereich der Dienstleistungsnormung betreffen“, erklärt Werner Fischer die wichtige Rolle des Verbandes. Er kann aus eigenen Gesprächen berichten, dass der Bereich Dienstleistung für das Bundeswirtschaftsministerium als ein wichtiger Faktor angesehen wird.

Ein weiterer Vorteil, von dem der Verband und somit die Mitglieder nach Meinung von Werner Fischer profitieren: Aufgrund der prominenten Besetzung der Gremien könne



Bundeswirtschaftsminister Rainer Brüderle unterstützt die Aktivitäten des DIN in Sachen Dienstleistungsnormung.

der KVD sein Netzwerk und seine Kontakte zu anderen Verbänden, Organisationen und Einrichtungen noch weiter ausbauen, sodass es auch hier zu weiteren Kooperationen und somit zu weiteren Vorteilen für jedes einzelne Mitglied kommen kann. Das gelte auch für den internationalen Bereich. „Im KDL-Ausschuss arbeiten wir an einem Service Guide, der für die Normung von Dienstleistungen in der EU gelten soll“, erklärt Werner Fischer. Dazu erstelle der Ausschuss derzeit eine Terminologie zu Begriffen des Dienstleistungssektors.

MIT PROZESS- UND IT-EXZELLENZ IN DIE ERSTE LIGA!

# 17. AACHENER ERP-TAGE

PROZESSE + SYSTEME

ERFOLGREICH KOMBINIEREN

14.-16. JUNI 2010

Veranstalter:



Forschungsinstitut für  
Rationalisierung e.V.  
an der RWTH Aachen

Ihr Kontakt

FIR an der RWTH Aachen

Frau Bianca Bonnie

Tel: +49 (0)241 / 47705 400

E-Mail: bianca.bonnie@fir.rwth.-aachen.de

URL: www.erp-tage.de

# Mit Dienstleistungen Zukunftsmärkte erschließen

## Kontakt



■ Bernd Bienzeisler,  
Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO)  
Nobelstraße 12  
70569 Stuttgart  
Tel: 0711 . 970 2088  
E-mail: bernd.bienzeisler@iao.fraunhofer.de

■ Marcus Czabon  
Barkawi Management Consultants GmbH & Co. KG  
Baierbrunnerstrasse 35  
81379 München  
Tel: 089 . 452 353 231  
E-Mail: Marcus.Czabon@Barkawi.com



*Sind Dienstleistungen ein Gegenstand, dem man sich wissenschaftlich nähern kann? Und wenn ja, was sind die für Unternehmen nutzbaren Beiträge einer Dienstleistungsforschung? Die Beantwortung solcher Fragen ist alles andere als einfach und stellt auch die Dienstleistungsforschung immer wieder vor Herausforderungen. Die Tatsache, dass auch viele große Dienstleistungsunternehmen keine eigenen Forschungs- und Entwicklungsabteilungen betreiben, bestärkt die Kritiker der Dienstleistungsforschung in ihrem Glauben, dass es sich bei Dienstleistungen nicht um Forschung im engeren Sinne handeln kann. Denn wenn nicht einmal große Unternehmen bereit sind, für Service Forschung Geld auszugeben, kann Dienstleistungsforschung so wichtig nicht sein.*

Gleichwohl bestreitet niemand, dass Dienstleistungsinnovation wichtiger wird. Wie passt dies zusammen? In unserem Beitrag vertreten wir die These, dass das Dienstleistungsgeschäft nicht weniger, sondern eine andere Art Forschung und Entwicklung (F&E) erfordert, als wir dies aus produktionsorientierten Unternehmen kennen. Eine erfolgreiche Dienstleistungsforschung – so unsere These – findet nicht in separierten Organisationseinheiten statt, sondern muss mit der Transformation des operativen Geschäfts von Unternehmen verbunden sein. Dies erfordert von allen Beteiligten ein erweitertes Verständnis darüber, was Forschung bedeutet, wie Forschung organisiert wird und was Forschung für Unternehmen leistet. Am Beispiel des Maschinen- und Anlagenbaus werden diese Zusammenhänge skizziert.

In Unternehmen der Sachgutwirtschaft gibt es traditionell eine hohe Bereitschaft, in Forschung und Entwicklung zu investieren. Einerseits stehen in den Unternehmen ausgereifte F&E-Strukturen zur Verfügung, z.B. in Form von Abteilungen, die mit Budgets ausgestattet sind und die losgelöst vom operativen Geschäft neue Produkte entwickeln. Auf der anderen Seite gibt es eine ausgereifte öffentliche Forschungsinfrastruktur, z.B. in Form großvolumiger Forschungsprogramme. Im Dienstleistungsumfeld stellt sich dies anders dar: Zum einen erreichen die Forschungsprogramme bei weitem nicht das Volumen der Produktionsforschung. Zum anderen fehlt in den Unternehmen

oftmals ein Bewusstsein, dass man Dienstleistungen systematisch erforschen und entwickeln kann. Die Ursache hierfür ist nicht mangelnde Innovationsbereitschaft, sondern Unkenntnis, wo und wie man Forschungsaktivitäten zu Dienstleistungen im Unternehmen verankern kann.

Ein wesentlicher Schritt zur Überwindung dieses Zustandes liegt in der Erkenntnis, dass man das operative Geschäft im Dienstleistungsbereich nicht vom Thema Innovation entkoppeln kann. Dienstleistungsinnovation entsteht meist im Tagesgeschäft, im Kontakt mit Kunden und Kooperationspartnern und in kommunikativen Aushandlungsprozessen, um Kundenprobleme zu lösen. Gerade in dezentral organisierten Unternehmen haben Dienstleistungsinnovationen zudem häufig den Charakter von „U-Boot-Innovationen“. Das bedeutet, dass eine dezentrale Einheit prototypisch eine neue Service Leistung realisiert und die Unternehmensleitung nur davon erfährt, wenn die Innovation erfolgreich nachhaltig erfolgreich war. Innovationen, die frühzeitig scheitern, dringen dagegen selten bis zur Geschäftsführung vor.

Wichtig ist daher zu erkennen, dass die Organisation von Innovationsprozessen im Dienstleistungsbereich anders erfolgen muss, als man dies aus der Sachgutentwicklung kennt. Das heißt nicht, dass man neue Dienstleistungen nicht systematisch entwickeln kann. Im Gegenteil. Gerade hier bietet das Service Engineering inzwischen praxiserprobte Vorgehensweisen, Methoden und Instrumente. Das bedeutet jedoch, dass man den Innovationsprozess entlang des operativen Service Geschäftes der Unternehmen ausrichten muss, und dass man Wege findet, im operativen Geschäft die zeitlichen, qualifikatorischen und finanziellen Ressourcen zu mobilisieren, die für eine systematische Dienstleistungsinnovation erforderlich sind.

Dienstleistungsforschung, so könnte man formulieren, nimmt dabei den Charakter von innovationsorientierter Beratung an. Dienstleistungsforscher entwickeln im Kontakt mit der Geschäftsführung und dem operativen Geschäft neue Lösungen, mobilisieren und vernetzen Menschen im Unternehmen, stoßen Veränderungsprozesse an und optimieren Prozesse, Strukturen und Service Produkte. Dienstleistungsforscher sind nah am

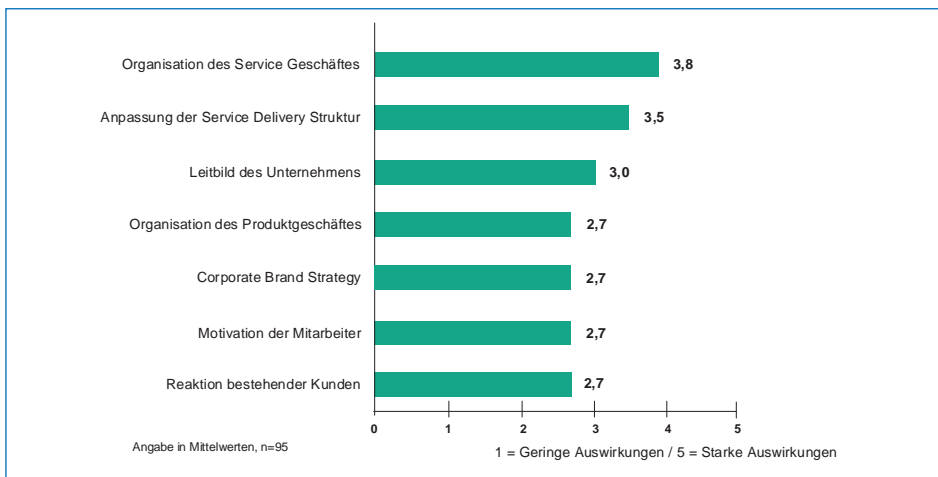


Abbildung 1: Auswirkungen branchenübergreifender Services, beurteilt durch die Geschäftsführung im Maschinen- und Anlagenbau. Quelle: Barkawi/Fraunhofer IAO 2010.

Ort des Geschehens. Sie verweilen nur partiell im Kämmerlein, um ihre Konzepte und Studien zu entwickeln. Die meiste Zeit sind sie im operativen Geschäft, sprechen mit Kunden, gehen zu Kooperationspartnern, kommunizieren mit Mitarbeitern und bilden so eine Brücke zwischen Geschäftsführung, Kunden und Beschäftigten.

Die Dienstleistungsforschung der Zukunft agiert am Puls der Zeit und erkennt frühzeitig wichtige Trends und Entwicklungen. Sie hilft Betrieben Mehrwert für Kunden zu schaffen und begleitet Unternehmen auf ihrem Weg zu neuen Organisations- und Geschäftsmodelle. In diesem Sinne trägt die Dienstleistungsforschung dazu bei, dass Unternehmen sich weiterentwickeln und neue Leistungsangebote entwickeln, die selbst in Krisenzeiten Wachstumschancen bieten. Am Beispiel von branchenübergreifenden Services im Maschinen- und Anlagenbau lassen sich diese Zusammenhänge verdeutlichen.

Der Maschinen- und Anlagenbau durchläuft derzeit eine schwierige Phase. Vieles spricht dafür, dass es sich dabei um mehr als eine konjunkturelle Delle handelt, und dass viele Unternehmen anders aus der Krise herauskommen als sie hineingegangen sind. Bemerkenswert jedoch ist, dass manche Unternehmen die aktuelle Situation aktiv nutzen und mit innovativen Service-Angeboten in branchenübergreifende Industrien vorstoßen, um so neue Markt- und Wachstumspotenziale zu erschließen. Ein Beispiel für solche „Cross Industry Services“ ist der Druckmaschinenhersteller, der sich entschließt Service Leistungen im Bereich regenerative Energien anzubieten.

Die angewandte Dienstleistungsforschung, die Service Innovation und Service Operation eng miteinander verknüpft, kann den Unternehmen auf diesem Weg vielfältige Unterstützungsleistungen bieten. Sie fungiert zunächst als Sensor für die Identifikation, Strukturierung und Aufbereitung von Trends und Entwicklungen. Sie führt entsprechende

Studien durch, bündelt empirisch gesichertes Wissen und bereitet dies so auf, dass es auf die Informationsbedürfnisse von klein- und mittelständischen Unternehmen zugeschnitten ist, die selber keine Marktforschung betreiben (vgl. Info-Box).

Des weiteren unterstützt die Dienstleistungsforschung die Unternehmen bei der Umsetzung von Entscheidungen zum Aufbau branchenübergreifender Service Angebote. Dabei geht es um die Entwicklung neuer Service Produkte und die Anpassung der Service Delivery Struktur. Darüber hinaus gilt es Kontakte zu potenziellen Kunden herzustellen und vor allem die entsprechenden organisatorischen Umgestaltungen und Change Prozesse in Gang zu setzen und zu begleiten, die mit der Erbringung von branchenübergreifenden Service Angeboten verbunden sind (vgl. Abbildung 1). Besonders in einer produkt- und branchenorientierten Sparte wie dem Maschinen- und Anlagenbau kann dies Veränderungen in der Service Kultur und Anpassungen in der Unternehmenskultur erfordern. Nur wenige Unternehmen sind in der Lage solche tiefgreifenden Transformationsprozesse aus eigener Kraft zu realisieren.

Service Innovationen sind vor allem erfolgreich, so unsere These, wenn die Dienstleistungsentwicklung mit dem Bedürfnissen und Möglichkeiten des operativen Service Geschäftes verknüpft wird. Die Dienstleistungsforschung kann hierzu wichtige Beiträge leisten, vorausgesetzt, die Unternehmen erkennen, dass Innovationsprozesse im Dienstleistungsumfeld ein anderes Innovationsmanagement erfordern als in der Sachgutentwicklung. Aber auch die Dienstleistungsforschung ist aufgefordert, ihre Forschungs- und Wertschöpfungsbeiträge stärker in die Unternehmen zu vermitteln. Gelingt dies, stehen die Chancen gut, dass die Zukunftsfähigkeit produzierender Unternehmen durch die kontinuierliche Transformation des Service Business maßgeblich verbessert werden kann.

### Info

- Die Studie „Mit neuen Leistungen Zukunftsmärkte erschließen – Branchenübergreifende Services im Maschinen- und Anlagenbau“, die von Fraunhofer IAO und Barkawi Management Consultants durchgeführt wurde, ist in Kürze über den Online-Shop bei Fraunhofer IAO be-ziehbar (<https://shop.iao.fraunhofer.de>). Eine Veranstaltung zu diesem Thema wird am 07. Juli 2010 in Heidelberg stattfinden. Interessenten werden gebeten, mit den Autoren Kontakt aufzunehmen.

# Service im Verbund von Praxis und Forschung optimieren

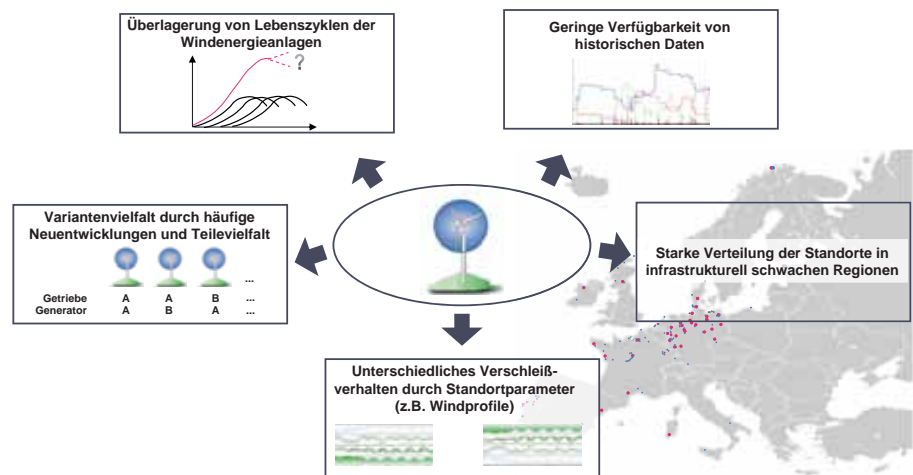
*Sind Dienstleistungen ein Gegenstand, dem man sich wissenschaftlich nähern kann? Und wenn ja, was sind die für Unternehmen nutzbare Beiträge einer Dienstleistungsforschung? Die Beantwortung solcher Fragen ist alles andere als einfach und stellt auch die Dienstleistungsforschung immer wieder vor Herausforderungen. Die Tatsache, dass auch viele große Dienstleistungsunternehmen keine eigenen Forschungs- und Entwicklungsabteilungen betreiben, bestärkt die Kritiker der Dienstleistungsforschung in ihrem Glauben, dass es sich bei Dienstleistungen nicht um Forschung im engeren Sinne handeln kann. Denn wenn nicht einmal große Unternehmen bereit sind, für Service Forschung Geld auszugeben, kann Dienstleistungsforschung so wichtig nicht sein.*

Die Nutzung der Windenergie ist derzeit weltweit auf dem Vormarsch. Während bspw. weltweit 1995 noch unter 5.000 MW Leistung installiert waren, waren es Ende 2009 bereits fast 160.000 MW [1]. Das stetige Wachstum der Branche hält dabei ungehindert der wirtschaftlichen Situation an. Es be-

act in Kanada und in Asien z.B. in China erwartet wird [3,4].

Die Zeiten des starken Wachstums der Absatzzahlen in den vergangenen Jahren führten zu vollen Auftragsbüchern und einer hohen Auslastung der Produktion. Die stark zunehmende Anzahl der sich in Betrieb befindlichen Anlagen stellt jetzt das Geschäft des After-Sales der Unternehmen in der Branche vor neue Herausforderungen. Nach der Inbetriebnahme der Anlage steht dabei die Sicherung der Anlagenverfügbarkeit im Betrachtungsfokus. Die Aufgaben umfassen dabei u. a. die Wartung und Instandhaltung der Anlagen inklusive des Ersatzteilmanagements. Wesentliche Herausforderungen sind dabei neben der durch das starke Wachstum bedingten Dynamik und noch nicht hinreichend in den Unternehmen verankerten Service-Strategien, die mangelnde Verfügbarkeit von historischen Daten sowie die starke regionale Verteilung der Anlagen kombiniert mit einer hohen Variantenvielfalt und standortbedingtem Verschleißverhalten der mechanischen Komponenten (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Herausforderungen im Service der Windenergiebranche



trug zwischen 2008 und 2009 weiterhin über 30% [1]. Bspw. in Deutschland waren 1995 nur 0,3% des deutschen Stromverbrauchs durch die Windenergie bereit gestellt, dieser Anteil stieg bis 2009 mit einer erstmals installierten Leistung von über 25.000 MW jedoch rasant auf 6,4% [2]. Trotz der anhaltenden Wirtschaftsflaute rechnet die Branche mit weiterem Wachstum, das auch in Amerika bspw. gefördert durch die Politik der US-Regierung in den USA oder den Green energy

Um Unternehmen der Windenergiebranche ein Diskussionsforum zu schaffen, indem sie sich über diese aktuellen Herausforderungen im Service austauschen können, hat das FIR an der RWTH Aachen Anfang 2009 gemeinsam mit der Lappeenranta University of Technology (LUT) aus Finnland einen internationalen Arbeitskreis ins Leben gerufen ([www.senergy-roundtable.com](http://www.senergy-roundtable.com)). Die Mitglieder des Arbeitskreises sind innovative Unternehmen aus der Windenergiebranche.



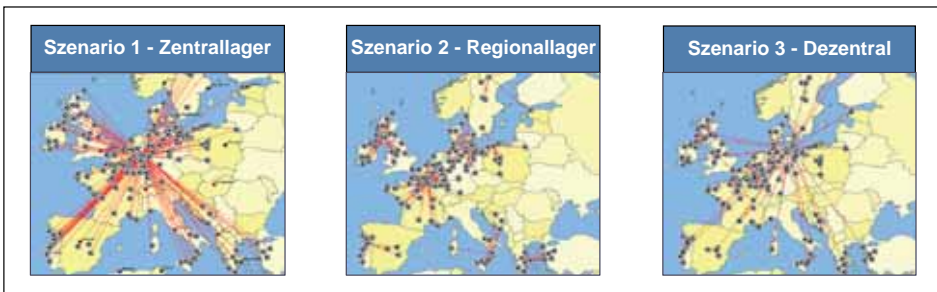


Abbildung 2: Simulation und Bewertung von Distributionsnetzwerken mit Simulationssoftware

Dabei sind Vertreter von Service-Abteilungen der Zulieferunternehmen z.B. für Getriebe und Generatoren, herstellerunabhängige Serviceunternehmen, Windparkbetreiber, Transport- und Logistikunternehmen als auch Anlagenhersteller verschiedener Größe. Das Gremium diskutiert bei den Treffen aktuelle Trends und Probleme der Branche. Im vergangenen Meeting im Januar 2010 wurde dabei die gesamte Wertschöpfungskette des Servicegeschäftes der Branche beleuchtet. Als eine der Kernherausforderungen wurde dabei von Seiten der Unternehmen die Herstellung der Verfügbarkeit von Ersatzteilen genannt. Das FIR wird daher in den kommenden Workshops gemeinsam mit den Teilnehmern Ansätze zur Optimierung der Ersatzteilloistik diskutieren und erarbeiten, die aus der Perspektive der Branche beleuchtet werden. Erste Ansätze zur Optimierung der Ersatzteilloistik werden aufgrund ihrer branchenübergreifenden Relevanz im Folgenden dargestellt.

Die grundsätzliche Aufgabe der Ersatzteilloistik in der Windenergiebranche ist es, die Verfügbarkeit der Maschinen und Anlagen durch eine wirtschaftliche Bereitstellung

- des richtigen Ersatzteiles (Menge und Art),
- zur richtigen Zeit,
- am richtigen Ort und
- bei optimierten Beständen sicherzustellen [5].

Ziel muss es dabei sein, eine hohe Logistikleistung bei minimalen Logistikkosten zu realisieren. Praxiserprobte Ansätze dazu lassen sich in folgende drei Gestaltungsebenen einteilen, die anschließend kurz erläutert werden:

- Strategische Planung des Distributionsnetzwerkes
- Artikelklassenspezifische Optimierung der Planungsprozesse
- Optimierung des operativen Bestandsmanagements

Auf strategischer Ebene ist zuerst die grundsätzliche Ausrichtung des Logistiksystems festzulegen. Bspw. ist hier zu beantworten, ob alle Kunden zentral aus einem Lager beliefert werden oder ob Ersatzteile kundennah in Regionallagern vorzuhalten sind, um die

Reaktionszeit zu verbessern. Zur Unterstützung dieser Entscheidung ist ein systematisches Vorgehen notwendig. Dabei sollten zuerst basierend auf einer möglichst genauen Abschätzung der zukünftigen Marktentwicklung unter Berücksichtigung der Unternehmensstrategie, Szenarien für die zukünftige Entwicklung des Netzwerkes erarbeitet werden. Im weiteren Vorgehen kann dann eine Modellierung des Wertschöpfungsnetzwerkes mit Lieferanten, unternehmensinternen Produktions- und Logistikstandorten sowie den Kunden geschehen. Analysiert werden dabei weiterhin die entsprechenden anfallenden logistischen Kostensätze. Die identifizierten Szenarien können dann mit Hilfe eines Software-Tools zur strategischen Logistikplanung simuliert und bewertet werden. Unter Berücksichtigung bestimmter Restriktionen (z. B. begrenzte Kapazitäten) werden für die verschiedenen Szenarien unterschiedliche Logistikkosten (z. B. Bestands-, Transportkosten, Fixkosten für Lagerorte) errechnet, auf deren Basis die Szenarien, z. B. Zentrallager oder eine dezentrale Lagerstruktur, somit bewertet und miteinander verglichen werden können. Mit diesem Vorgehen konnte bspw. eine zukünftige Ausrichtung der Lagerstruktur für Ersatzteile bei einem Hersteller von Windenergieanlagen abgeleitet werden [6]. Abbildung 2 zeigt eine schematische Ansicht der verschiedenen dabei betrachteten Szenarien.

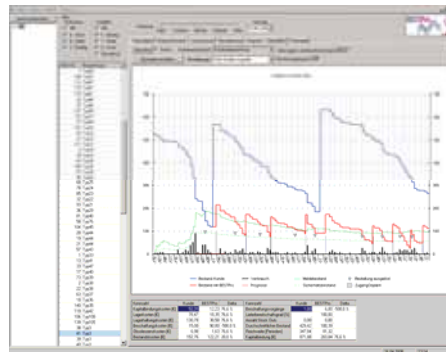
Die logistischen Prozesse müssen von der Planung (Prognose) über die Beschaffung bis hin zum Bestandsmanagement eindeutig definiert und zielführend ausgerichtet werden. Eine Reorganisation der logistischen Prozesse birgt dabei bedeutende Potenziale zur Steigerung der logistischen Leistungsfähigkeit und Reduzierung der Kosten. Ein wesentlicher Hebel ist die differenzierte Betrachtung verschiedener Artikelklassen. In einem systematischen Ansatz sollten daher die aktuellen Abläufe der Planung dokumentiert und gezielt auf Schwachstellen hin analysiert werden. Hierzu bieten sich verschiedene Methoden der Prozessanalyse an. Parallel bedarf es einer umfassenden Datenanalyse der Eigenschaften und historischen Bedarfe der einzelnen Ersatzteile im Sortiment. Diese hat das Ziel, Artikelgruppen zu bilden. Die Klassifizierung der Ersatzteile in Gruppen bspw. nach Bedarfsschwankungen (XYZ-

### Info

- Henrik Wienholdt  
Gruppenleiter Supply Chain Design  
Forschungsinstitut für Rationalisierung (FIR) an der RWTH Aachen  
Pontdriesch 14/16  
52062 Aachen  
Tel: 0241 . 4 77 05-421  
E-Mail: Henrik.Wienholdt@fir.rwth-aachen.de
- Peter Thomassen  
Bereich Dienstleistungsmanagement  
Forschungsinstitut für Rationalisierung (FIR) an der RWTH Aachen  
Pontdriesch 14/16  
52062 Aachen  
Tel: 0241 . 4 77 05-204  
E-Mail: Peter.Thomassen@fir.rwth-aachen.de

Analyse) oder Wertigkeit (ABC-Analyse) aber auch anderen Eigenschaften wie Kritikalität (funktionskritisch vs. -unkritisch) bietet die Grundlage, neue Planungsabläufe (Soll-Prozesse) differenziert für einzelne Gruppen zu definieren.

Abbildung 3: Analysewerkzeug zur Quantifizierung von Bestandssenkungspotenzialen



## Literatur

- [1] Bundesverband Windenergie e.V. (BWE): „Welt: Entwicklung der installierten Leistung“, 2010, Abrufbar unter [www.wind-energie.de](http://www.wind-energie.de), eingesehen am 15.02.2010.
- [2] Bundesverband Windenergie e.V. (BWE): „Entwicklung“, 2010, Abrufbar unter [www.wind-energie.de](http://www.wind-energie.de), eingesehen am 15.02.2010.
- [3] N.N.: „USA & China experience wind power boom“, Renewable Energy Focus, 2009, abrufbar unter <http://www.renewableenergyfocus.com>, eingesehen am 17.02.2009.
- [4] Ontario Sustainable Energy Association (OSEA): Informationen abrufbar unter <http://www.greenenergyact.ca>, eingesehen am 17.02.2010.
- [5] Biedermann H. Ersatzteilmanagement. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag; 2008.
- [6] Stevens, Friedhelm; Riedel, Marcus; Wienholdt, Henrik: Szenariobasierte Bewertung alternativer Ersatzteilnetzwerkstrukturen im Service am Beispiel der Nordex AG. Vortrag, Deutscher Service Kongress 2008, München.
- [7] Meyer, Jan Christoph; Sander, Ulrich: Bestände senken, Lieferservice steigern - Ansatzpunkt Bestandsmanagement. Aachen; 2008.
- [8] Croston D.: Forecasting and Stock Control for Intermittent Demands. Operational Research Quarterly. 1972, S. 289 - 303.
- [9] Abernethy Robert.: The new Weibull handbook. North Palm Beach, Fla: R.B. Abernethy; 2006.
- [10] Meyer, Jan Christoph, Sander, Ulrich: Adaptives Bestandsmanagement – Bestände senken & Lieferservice steigern ..., In: Software in der Logistik - Bestände richtig steuern, Huss-Verlag, Berlin, München, 2010.

Ein vergleichbarer Ansatz wurde bei einem Hersteller von Getrieben für Windkraftanlagen ausgearbeitet. Entsprechend der Anzahl der sich im Markt befindlichen Getriebe eines Typs (Installed Base) kombiniert mit der Ausfallwahrscheinlichkeit können Gruppen gebildet werden, wie der Reparaturprozess für einzelne Getriebe auszulegen ist. So werden häufig nachgefragte Typen zur Erzielung einer kurzen Reaktionszeit in kleinen Losen bevorratet und können nach einem Kanban-Prinzip nachgefertigt werden. Seltener ausfallende Getriebe mit kleinerer „Installed Base“ werden direkt repariert und ggf. werden nur für die Reparatur häufig verwendete Teile bevorratet. Für diese Teile können dann gezielt die im nächsten Abschnitt vorgestellten Methoden des Bestandsmanagements eingesetzt werden.

Ein weiterer Hebel zur Verbesserung der Ersatzteillogistik liegt in der Wahl der passenden Verfahren und Parameter für bevorratete Ersatzteile. Die planungsbezogenen Aktivitäten und Methoden dazu lassen sich prinzipiell in drei wesentliche Prozessschritte einteilen [7]:

- Bedarfsplanung
- Bestandsplanung
- Beschaffungsplanung

Für jeden der Schritte existiert eine Fülle an Verfahren, die nicht nur richtig ausgewählt, sondern auch entsprechend parametrisiert werden müssen. Für die Prognose (Bedarfsplanung) der erwarteten Kundenbedarfe, werden in der Praxis trotz existierender, spezieller Verfahren, die auf die sporadischen Bedarfsverläufe von Ersatzteilen angepasst sind, noch zu häufig traditionelle Verfahren eingesetzt. Dabei existieren neben den standardmäßig in IT-Systemen vorhandenen Methoden wie „Exponentielles Glätten“ etc. einige Weiterentwicklungen, die deutlich höhere Prognosegenauigkeiten vorweisen können. Erwähnt seien hier nur die Verfahren,

die in Anlehnung an das Prognoseverfahren von Croston [8] entstanden sind. Zusätzlich gibt es gänzlich neue Verfahren, die mit geringen historischen Daten gute Prognosen auf Grundlage der installierten Basis liefern. Diese Verfahren bedienen sich der Weibull-Verteilung und finden bereits Anwendung in einigen auf dem Markt erhältlichen Software-Tools [9].

Der Wahl der richtigen Bestandshöhe (Bestandsplanung) und des Zeitpunktes der Wiederbeschaffung kommt eine weitere zentrale Funktion zu. Dabei ist dies beides direkt abhängig von der Wiederbeschaffungszeit, der prognostizierten Bedarfe und deren Schwankungen. Gerade aus diesem Grund ist eine regelmäßige Aktualisierung sowohl der Wiederbeschaffungszeiten als auch eine Überprüfung der Auswahl und der Parametrisierung der Prognoseverfahren notwendig.

Zuletzt ist die Beschaffungsmenge so zu wählen (Beschaffungsplanung), dass die Beschaffungskosten bspw. entsprechend des Ansatzes von „Harris-Andler“ zur Berechnung der optimalen Losgröße im optimalen Verhältnis zu den Kosten der Bevorratung stehen. Um die Potenziale aufzuzeigen, die in der Optimierung der drei Prozessschritte Bedarfs-, Bestands- und Beschaffungsplanung liegen können, wurde durch das FIR im Rahmen eines Forschungsprojektes das Analysewerkzeug BestPro entwickelt. Die Software wird vom FIR in entsprechenden Projekten seither weitläufig eingesetzt und im Rahmen der einzelnen Potenzialanalysen über verschiedene Branchen konnten damit durchschnittliche Bestandsreduzierungs-potenziale von mehr als 35% ausgewiesen werden [10].

Grundsätzlich stehen Unternehmen im Service vor der Herausforderung die Ersatzteillogistik entsprechend der hohen Kundenanforderungen auszulegen. In besonderem Maße existiert diese Herausforderung in der noch relativ neuen Branche der Windenergie. Forschungsseitig existiert jedoch eine Vielzahl von Methoden, die richtig angewandt, erhebliches Potenzial bei der Optimierung der Ersatzteillogistik bieten. Die Vermittlung dieses Methodenwissens, bspw. zur Klassifizierung der Ersatzteilsortimente und der entsprechenden Auslegung der Planungsprozesse mit der Wahl der passenden Verfahren und Parametern, kann nur in enger Verbindung zwischen Wissenschaft und Praxis erzielt werden. Das FIR und andere Forschungsinstitutionen sind daher sowohl in Projekten als auch darüber hinaus bspw. in dem genannten Arbeitskreis im Bereich der erneuerbaren Energien ständig an einem regen Austausch mit Unternehmensvertretern interessiert. Die Autoren dieses Beitrages stellen Ihnen daher gerne weitere Informationen zum Thema Service und Ersatzteillogistik zur Verfügung.

# Erster Spatenstich am RWTH Aachen Campus

*Nicht zuletzt die enge Zusammenarbeit des FIR an der RWTH Aachen mit dem Kundendienst-Verband Deutschland e.V. führte den neuen KVD Geschäftsführer Markus Schröder am 18. Februar 2010 bei strahlendem Sonnenschein nach Aachen.*



Am 18. Februar wurde auf dem Hochschulgebiet Melaten im Beisein von Dr. Jürgen Rüttgers, Ministerpräsident des Landes Nordrhein-Westfalen sowie zahlreichen Gästen von Bund, Land, Region und Vertretern der Industrie feierlich der erste Spatenstich zum Projekt RWTH Aachen Campus vollzogen.

Die RWTH Aachen beabsichtigt mit dem RWTH Aachen Campus nicht nur eine Uni-Erweiterung, sondern auch

eine neue Qualität der Forschungskooperation einzuführen. Unternehmen und Hochschule sollen ihre Kompetenzen aufs Engste miteinander verknüpfen. In den kommenden Jahren werden auf einer Fläche von rund 800.000 qm etappenweise bis zu 19 Forschungscluster mit Büro- und Hallenflächen sowie Laboreinrichtungen für mehr als 10.000 Mitarbeiter entstehen. Unternehmen und Universitätsinstitute können dort gemeinsam Forschung betreiben.

Vorbild der RWTH Aachen ist die sogenannte „Coop-Initiative“ der kalifornischen Stanford-University, aus der das Silicon Valley entstand. Dort vermietete die Universität hochschuleigene Flächen an Industrie-Unternehmen mit dem Angebot, Mitarbeiter in den Genuss universitärer Forschung und Weiterbildung kommen zu lassen.

In der ersten Realisierungsphase von 2010 bis 2012 werden die Cluster „Integrative Produktionstechnik“, „Logistik“, „Schwerlastantriebstechnik“, „Optische Technologien“, „Bio-Medizintechnik“ sowie „nachhaltige Energietechnik“ den Forschungsbetrieb aufnehmen.

KVD Service  
Congress 2010  
& Service World.

Sourcing-Strategien  
im Service.

Das Service-Meeting für Entscheider  
am 11. und 12. November 2010  
im Kempinski Hotel Airport München:



Jetzt schnell mit  
Frühbucher-Bonus  
anmelden!\*



Kundendienst-Verband Deutschland e.V.  
Pliesterbecker Straße 165 | 46284 Dorsten  
geschaeftsstelle@kvd.de | www.kvd.de  
Telefon (02362) 98 73-0  
Telefax (02362) 98 73-98

[www.service-congress.de](http://www.service-congress.de)

**KVD**<sup>®</sup>  
DER SERVICE-VERBAND

\* Congressgebühr für  
KVD-Mitglieder 1.190 Euro zzgl. MwSt.  
Weitere Teilnehmer erhalten Ermäßigung.  
Sichern Sie sich bis 31.05.10 Ihren KVD-Steiff-Teddy!



Auf einer Gesamtfläche von rund 100 Fußballfeldern soll der neue Campus in Aachen entstehen. Geplant sind Gebäude mit einer offenen Architektur.

# RFID effizient im Technischen Außendienst einsetzen

Info



■ M.Sc. Christian Scharfe  
IBM Deutschland CSS GmbH  
Tel: 03 61 . 242-6911  
E-Mail: christian.scharfe@de.ibm.com



■ Dipl.-Wirt.-Inf. Norman Pelz  
Universität Stuttgart  
Tel: 07 11 . 685-83654  
E-Mail: pelz@wi.uni-stuttgart.de



■ Dr. Daniel Fischer  
Technische Universität Ilmenau  
Tel: 03 67 7 . 69-4053  
E-Mail: daniel.fischer@tu-ilmenau.de

Im Technischen Außendienst kann die RFID-Technologie zu einer signifikanten Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit führen. Ob allerdings der Einsatz dieser Technologie auch wirtschaftlich sinnvoll ist, bleibt häufig unbeantwortet. In diesem Beitrag werden am Beispiel der IT-Service Delivery für Hardware-Produkte der IBM Deutschland GmbH Einsatzmöglichkeiten der RFID-Technologie vorgestellt und deren Wirtschaftlichkeit bewertet.

Die Anwendung der RFID-Technologie wird bisher überwiegend aus Sicht des Supply-Chain-Managements diskutiert. Gerade im Technischen Außendienst werden aber große Potenziale vermutet, mit Hilfe der RFID-Technologie die Geschäftsprozesse zu beschleunigen und effizienter zu gestalten.

Die IT-Service Delivery für Hardware-Produkte der IBM Deutschland GmbH, Bereich Maintenance & Technical Support, basiert auf einem weltweit gültigen Geschäftsprozess (vgl. Abb. 1), der in die zwei Teilprozesse Center-Organisation und Technischer Außendienst aufgeteilt ist.

Alle vorbereitenden Tätigkeiten (für den Technischen Außendienst) bis hin zur Identifikation der Störungsursache und Remote-Lösung der Kundenanfrage erfolgen in der Center-Organisation. Diese ist auch für die Einsatzsteuerung des Technischen Außendienstes zuständig. Die Störungsbeseitigung vor Ort wird durch den Technischen Außendienst erbracht, der zur Kommunikation mit der Einsatzsteuerung mit einem Mobile Digital Assistant (MDA) ausgestattet ist.

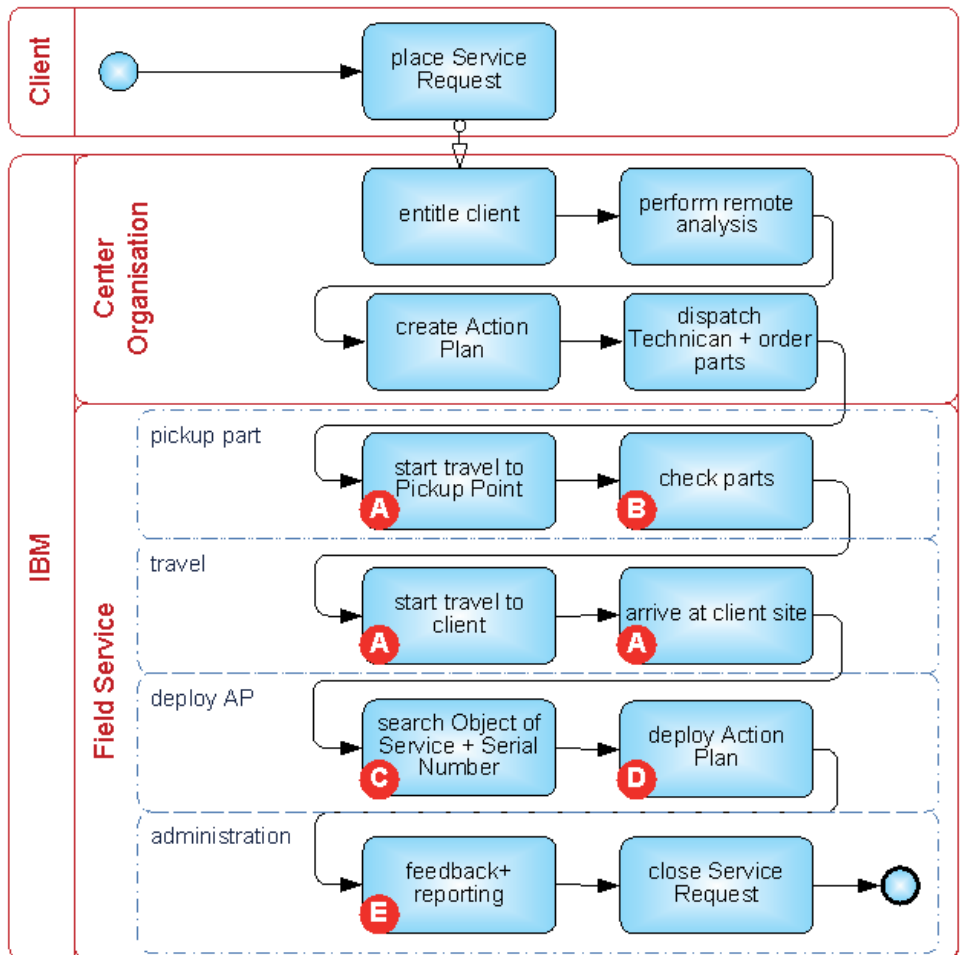


Abbildung 1: Ist-Prozess des Technischen Außendienstes

RFID Einsatz/Prozessschritt	Platzierung des RFID-Transponders	$\Delta t$ [min]
<b>Unterstützung beim Ausfüllen von MDA-Formularen</b>		
(A) Aufzeichnung der Reisezeit (Abfahrt/Ankunft)	Firmenwagen	1,5
(E) Bereitstellung zeitlicher Ablauf + gewechselten Teile	Rack/Einschubkarte	4,0
<b>Identifikation von Objekten</b>		
(B) Erkennung der Ersatzteile ohne Sichtkontakt (im Paket)	Einschubkarte	5,0
(C) Identifikation des <i>Object of Service</i> + Seriennummer	Rack/Einschubkarte	9,0
<b>Bereitstellung zusätzlicher Informationen</b>		
(D) Darstellung der Änderungshistorie	Rack/Einschubkarte	7,0
(D) Automatische Suche nach Updates auf dem PC		
	<b>Total</b>	<b>26,5</b>

Tabelle 1: Verkürzung der Durchlaufzeiten durch den RFID-Einsatz im Teilprozess Technischer Außendienst

Signifikante Einsparungen der Prozessdurchlaufzeiten lassen sich durch den Einsatz der RFID-Technologie vor allem im zweiten Teilprozess Technischer Außendienst realisieren (vgl. Tab. 1). Voraussetzung hierfür ist es, die bestehenden MDAs mit einer RFID-Lese-/Schreibereinheit (z. B. über den SD-Karten-Anschluss) auszustatten.

Aufgrund der automatischen und kontaktlosen Identifikation von Gegenständen und der Möglichkeit der Pulkerfassung (gleichzeitige Erfassung mehrerer Gegenstände) unterstützen RFID-Systeme den Kundendienst-Techniker bei der Überprüfung von Teilenummern während der Ersatzteilübergabe und beim Auffinden des *Object of Service* (z. B. eines Server-Racks) am Einsatzort (Abb. 1, B+C). Aufgrund der eindeutigen Identifizierung kann der RFID-MDA mit dem Laptop des Kundendienst-Technikers automatisch interagieren und z. B. Updates und Handbücher suchen und nachladen. Des Weiteren können Konfigurations- und Servicedaten des *Object of Service* auf einem RFID-Transponder gespeichert werden, der direkt am jeweiligen Gerät angebracht ist (D). Möglich ist auch eine Speicherung der gesamten Wartungshistorie, was für den Kundendienst-Techniker das Reporting er-

heblich vereinfacht (E). Weitere Vorteile entstehen durch die automatische Erfassung von Abfahrts-, Ankunfts-, Arbeits- und Reisezeiten (A).

Durch den RFID-Einsatz der RFID-Technologie kann die Bearbeitungszeit deutlich gesenkt werden. Im Vergleich zum bisherigen Prozess ergibt sich nach ersten Schätzungen eine Zeitersparnis von fast 20%. Dem stehen sowohl einmalige als auch laufende Kosten für die RFID-Infrastruktur gegenüber. Unter Nutzung der Kapitalwertmethode errechnet sich bei einem kalkulatorischen Zinssatz von 10% und unter Vernachlässigung der Abschreibungen eine Amortisation des RFID-Einsatzes im 4. Jahr. Bei dieser Betrachtung wurden die nicht monetär messbaren Nutzensvorteile, wie z. B. der verbesserte Kundenservice und das gesteigerte Unternehmensimage, nicht berücksichtigt.

Generell gilt es darauf hinzuweisen, dass mit der Einführung der RFID-Technologie im Technischen Außendienst die Persönlichkeitsrechte der Mitarbeiter – wie z. B. das Recht auf informationelle Selbstbestimmung – tangiert werden. Daher ist die frühzeitige Einbeziehung der Mitbestimmungsgremien ein wichtiger Erfolgsfaktor.

# Erkennbar besser verkaufen

*Erfolg beginnt im Kopf: Am besten, Sie haben Ihren Erfolg mit Ihrem geistigen Auge bereits realisiert. Trauen Sie sich, ergreifen Sie die Initiative. Machen Sie sich aber nichts vor. Denn jeder hat die Kunden, die er verdient. Fragen Sie sich: Wie kann ich meine Kunden überzeugen und deutlich besser verkaufen als andere. Nicht das bessere Produkt, sondern die bessere Story gewinnt, denn gute Produkte und guten Service haben viele.*

*Bevor es also zum Kunden geht, sollten Sie sich vorbereiten, ein Gesprächsziel setzen die Taktik formulieren, mit der Sie Ihr Ziel erreichen wollen. Denken Sie dabei auch an die Ziele, die der Kunde hat oder vermutlich haben könnte. Berücksichtigen Sie auch: nicht der Verkäufer, sondern der Kunde redet mehr als zwei Drittel der Zeit. Eine systematische Vorbereitung ist die Basis Ihres Erfolges. Die Praxis zeigt jedoch, dass Vorbereitung und Einstimmung auf das Verkaufsgespräch vielfach nicht den notwendigen Stellenwert erhalten. Viele Verkäufer gehen zu blauäugig in den Termin und glauben, dass das, was sie so drauf haben, reicht - und der Rest sei Improvisation. Und wenn es dann wieder mal nicht geklappt hat, müssen die üblichen Ausreden herhalten. Denken Sie nur mal daran, wieviel Trainingszeit ein Fußballprofi aufbringt, um im entscheidenden Moment Spitzenleistungen zu erbringen. „Qualität kommt von quälen“, sagt Felix Magath.*

*Versuchen Sie nicht, mit einem Bombardement von Argumenten Zufallstreffer zu*



*Freuen Sie sich auf das Gespräch mit Ihrem Kunden*

*landen. Legen Sie sich stattdessen Fragen, Argumente und Antworten auf mögliche Einwände zurecht. Trainieren Sie den so genannten Sie-Standpunkt. Diese Themen mental zu trainieren, eröffnet Ihnen ganz neue Sichtweisen und persönliche Sicherheit.*

**Der erste Eindruck:** Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance. Bereits in den ersten Sekunden eines Kundengesprächs werden grundlegende Entscheidungen getroffen. Nutzen Sie Ihre Möglichkeiten vom ersten Augenblick an! Nur wer handelt, kann gewinnen. Wer nicht handelt, hat schon verloren. Mut, Phantasie und Tatkraft gehören zu den Lebenselixieren erfolgreicher Menschen.

- Sprechen Sie Ihren Kunden mit Namen an.
- Was Sie sagen, ist nicht so wichtig, wie die Art, wie Sie es sagen.
- Fragen Sie. Denn: Wer fragt, der führt.
- Hören Sie gut und aktiv zu.
- Kommunizieren Sie immer so, als hätten Sie unbegrenzt Zeit.
- Alle nonverbalen Informationen übertragen sich ebenso wie Worte.
- Wichtiger als jede erlernte Technik ist Ihre Natürlichkeit.
- Vertrauen Sie Ihrer Intuition.

*Probieren Sie neue Instrumente aus. Bedenken Sie: Wenn Sie immer nur das tun, was Sie schon immer getan haben, dann werden Sie auch immer die Resultate erzielen, die Sie schon immer erzielt haben. Bekanntlich gibt es viel mehr Menschen, die es nicht versuchen, als solche, die tatsächlich scheitern.*

**Der Sie-Standpunkt:** Benutzen Sie den Sie-Standpunkt. Der Egozentrik des Menschen sollten Sie im Gespräch Rechnung tragen. Ersetzen Sie Ich-Formulierungen durch den sogenannten Sie-Standpunkt.

## Schlecht

- Ich rufe an wegen ...*
- Ich kann Ihnen empfehlen ...*
- Ich verspreche Ihnen ...*
- Unser Renner ...*
- Ich bieten Ihnen ...*

## Besser

- Mein Anruf bei Ihnen hat folgenden Grund ...*
- Überzeugen Sie sich selbst ...*
- Sie können sich darauf verlassen ...*

*Für Sie habe ich etwas Besonderes...*

*Sie erhalten bei uns ...*

**5-W-Gesprächsführung:** Es ist wichtig, trotz systematischer Vorbereitung flexibel zu bleiben und die Möglichkeiten zu nutzen, die sich im Gespräch bieten, um die Vorteile Ihrer Produkte und Leistungen herauszustellen. Deshalb ist es bedeutsam, das Gespräch nicht zu dominieren, sondern den Kunden zum Sprechen zu bringen, um dann auf seine Informationen und seine geäußerten Vorstellungen eingehen zu können. Sprechen Sie die Sprache des Kunden und passen Sie Darstellungen und Erklärungen seiner Lebenswelt an. Verstellen Sie sich nicht. Am glaubwürdigsten wirken Personen, die authentisch sind. Orientieren Sie sich an der 5-W-Gesprächsführung.

**Wertschätzungsphase:** Schon Ihre freundliche Stimme bei der Begrüßung mit Sympathiebonus durch Namensnennung vermittelt dem Kunden das Gefühl, einen Ansprechpartner gefunden zu haben, der die Bereitschaft zeigt, beraten zu wollen. Nehmen Sie den Begriff Wertschätzung des Kunden wirklich ernst. Benutzen Sie individuell vorbereitete Einhebelideen, die dem Kunden zeigen, dass Sie professionell auf seine Situation eingehen wollen. Ersetzen Sie Ich-Formulierungen möglichst durch den Sie-Standpunkt.

**Wahrnehmungsphase:** Nehmen Sie bewusst das Klima, die Stimmung und die Atmosphäre des Gesprächs wahr. Zeigt Ihnen der Kunde durch verbale oder nonverbale Signale, dass er bereit ist, offen zu kommunizieren? In der Wahrnehmungsphase soll dem Kunden auch die Gelegenheit gegeben werden, seine Erwartungen zu formulieren. Wichtig ist, die Fragetechnik einzusetzen, den Kunden ausreden zu lassen und auch aktiv und konzentriert zuzuhören. Notieren Sie sich die wesentlichen Aussagen. Diese sogenannte Bedarfsermittlung erleichtert die fundierte Abschlussphase.

**Wirkungsphase:** Die Wirkungsphase sollte die individuellen Anforderungen und Besonderheiten des Kunden berücksichtigen. Vermitteln Sie dem Kunden das Gefühl von Vertrauen und Lösungskompetenz. Setzen Sie Ihre persönliche Wirksamkeit bewusst in Szene. Diese besteht vor allem in der Überzeugung, dass Sie Wichtiges und Interessantes zu sagen haben. Sie müssen voll hinter dem stehen, was Sie dem Kunden präsentieren. Diese mentale Einstellung wirkt sich entscheidend auf Ihre Körpersprache, Ihre Sprache und Ihr Sprechen aus.

**Wunschphase:** Gerade bei ausführlichen Kundengesprächen ist eine zwischenzeitliche (Teilbeschluss)taktik und abschließende



*Vermitteln Sie Ihrem Kunden einen positiven ersten Eindruck*

Zusammenfassung als Vorbereitung des Gesprächsabschlusses erforderlich. Sagen Sie dem Kunden deutlich, was Sie von ihm erwarten. Zwingen Sie ihn quasi zu einer Entscheidung.

**Wirklichkeitsphase:** In der Wirklichkeitsphase wird endgültig der „Sack zugemacht“. Es werden Zahlen, Daten und Fakten sowie die weiteren Schritte vereinbart. Der Kunde muss mit dem Gefühl der Zufriedenheit - besser mit dem Gefühl der Begeisterung - aus dem Gespräch gehen. Neben der freundlichen Verabschiedung sollten Sie auf keinen Fall vergessen, sich beim Kunden zu bedanken. Damit werden auch positive Impulse für zukünftige Geschäfte gesetzt.

**Der Erfolgstipp:** Setzen Sie beim Kunden ein wahres Kopfkino in Gang. Neurobiologen haben bewiesen, dass jeder Denk- und Entscheidungsprozess von inneren Bildern begleitet wird, die unser Hirn in einem ständigen Schöpfungsprozess konstruiert. Sprechen Sie, von einer lebendigen Körpersprache begleitet, in Bildern und halten Sie etwas zum Anfassen oder Ausprobieren bereit. Legen Sie sich kundenindividuelle Beispiele zu recht. Gut gewählte Beispiele, Zitate, Anekdoten und spannend erzählte Geschichten haben etwas Magisches. Sie regen die Fantasie an, setzen Emotionen in Gang, verbessern das Klima, führen zu schnelleren Ergebnissen. Wenn Sie Menschen, die einen Vortrag gehört haben, fragen: „Und was ist Ihnen davon in Erinnerung geblieben?“, ist meist die Antwort: „Maluma“ oder „die Batzsche Kartoffelübung“.

Analogien geben der Vorstellungskraft Nah-

nung, machen neugierig und regen die Hirnzellen an, sie fesseln die Aufmerksamkeit, fördern das Zuhören, das Verstehen und das Zustimmung. Sie werden besonders gut behalten und gerne weitererzählt. Stimmen Sie sich mental ein. Freuen Sie sich auf den Kunden. Der Kick macht Sie hellwach und Ihre Performance steigt.



Setzen Sie Ihre Körpersprache mit Mimik und Gestik gezielt ein

**Fragetechnik:** Getreu dem Leitsatz „Wer fragt, der führt, wer antwortet folgt“, bestimmen Sie die Richtung des Gesprächs und behalten die Initiative. Fragen verkürzen das Gespräch und verbessern die Qualität. Fragen eröffnen den Dialog. Der Kunde wird zur Teilnahme am Dialog und zur Übernahme von mehr Gesprächsanteilen angeregt. Das geschickte Fragen ist eine der wichtigsten Voraussetzungen für Ihre Argumentation. Ehrlich interessierte Fragen geben dem Gesprächspartner das Gefühl, dass Sie auf ihn eingehen, und schaffen so die nötige Vertrauensbasis. Fragen sind nötig, um den Gesprächspartner und seine Bedürfnisse bzw. Beratungsmotive besser einzuschätzen. Ohne die Fähigkeit, richtig zuzuhören, nützt allerdings auch das beste Frageverhalten nichts. Fragen erübrigen Unterstellungen und Behauptungen. Es ist besser zu erfragen, als zu vermuten.

**Argumentation:** Sammeln Sie Merkmale, die Ihre Produkte und Serviceleistungen besitzen. Überprüfen Sie Ihre Überzeugung und Ihr Verhältnis zu diesen Merkmalen. Welche finden Sie besonders gut verwendbar? Mit welchen können Sie besonders gut überzeugend argumentieren? Welche sind für

Sie selbst am wichtigsten? Vergleichen Sie Ihre gesammelten Merkmale mit den wichtigsten Ihrer Gesprächspartner. Erstellen Sie eine objektive Rangordnung der Stärken und Schwächen und gewichten Sie Ihre Merkmale. Erklären Sie in anschaulicher Sprache, was das Merkmal ist. Erklären Sie nicht mit fachchinesischen Ausdrücken. Kompetenz heißt auch, die Sprachebene des anderen zu treffen. Erarbeiten Sie aus starken Merkmalen jetzt Nutzenargumente. Beachten Sie aber: Nutzen ist individuell verschieden! Aus den individuellen Beweggründen und Bedürfnissen leiten sich die Nutzenvorstellungen und die Entscheidungsmotive des Partners ab. Die Darstellung des Nutzens muss auf den jeweiligen Partner und seine Situation bezogen sein. Das Verhältnis von Nutzen und Aufwand muss zugunsten des Nutzens aufgezeigt werden.

**Körpersprache:** Ihre Körpersprache ist verantwortlich für das Selbstbewusstsein, dass Sie ausstrahlen. Nichts ist natürlicher als die äußerst nuancenreiche Sprache unseres Körpers, durch die Sie sich meist viel unmittelbarer, spontaner und damit auch ehrlicher und überzeugender ausdrücken können als durch die Wortsprache. Bei starken Emotionen ersetzt die Körpersprache geradezu die Wortsprache, sagt sie, was Worte nicht oder nicht mehr sagen können. Nehmen Sie eine hochherrschaftliche Haltung ein: den Körper strecken, Schultern zurück, Becken gerade. Und am Scheitelpunkt des Kopfes denken Sie sich einen Faden, der Sie nach oben zieht. Achten Sie darauf, dass das Kinn unten bleibt, damit Sie nicht hochnäsig wirken. Gewöhnen Sie sich einen dynamischen Gang an. Wer schon zögerlich zur Tür hereinkommt, was soll man von dem kaufen? Vermeiden Sie folgende körpersprachliche Signale:

Arme verschränken: Verschlussenheit

zurücklehnen: kritische Distanz

an die Nase greifen: Verlegenheit

Finger an den Mund legen: Ratlosigkeit

Kopf einziehen: Angst

stehend in den Knien wippen: Angriffslust

Partner beim Sprechen nicht anschauen: Unehrllichkeit

mit den Fingern trommeln: Ungeduld

mit dem Finger auf andere zeigen: Aggressivität

Oberlippe hochziehen: Verachtung

Körpersprachliche Äußerungen müssen im Zusammenhang mit dem gesamten Ausdrucksverhalten gesehen werden. Ihre Gestik unterstreicht immer das Gesagte. Variieren Sie die Dynamik Ihrer Gesten, so wie Sie auch die Tonalität verändern. Vermeiden Sie jede Hektik und alles Zappelige. Ihre Hände sind beim Gestikulieren offen und auf Tail-



lenhöhe. Achten Sie auf ein angemessenes Distanzverhalten. Legen Sie sich einen festen Händedruck zu. Entspannen Sie immer mal wieder Ihr Gesicht und Ihre Nackenmuskeln. Und lächeln Sie – auch mit den Augen! Die Augen sind der Spiegel unserer Seele – sie sollten vor Begeisterung strahlen! Und: Arbeiten Sie mit der Nicktechnik, das heißt: Unterstützen Sie wichtige Aussagen mit einem freundlichen Kopfnicken. So drücken Sie auch Anerkennung für die Aussagen des Kunden aus. Ihre Stimme ist verantwortlich für die Stimmung, die Sie verbreiten: Klingt sie fest und zuversichtlich, zeugt sie von bester Laune? Lernen Sie, im Brustton der Überzeugung zu sprechen. Die Tonalität in Ihrer Stimme macht es spannend, Ihnen zuzuhören: Reden Sie mal lauter, mal leiser, mal schneller, mal langsamer. Legen Sie etwas Geheimnisvolles in Ihre Stimme, machen Sie rhetorische Pausen.

**Nein heißt nicht Nein:** Selbst wenn der Kunde noch zögert und zunächst Nein sagt: Bleiben Sie dran! Die wohl souveränste Reaktion auf ein Nein? Die geht so: „Herr Kunde, danke für Ihre offenen Worte.“ Mit allem Möglichen hatte der Gesprächspartner gerechnet: Dass der Verkäufer eine Begründung einfordert, am wenigsten aber mit einem Dank an dieser Stelle. Das nimmt sofort die Spannung aus der Situation, es neutralisiert das negative Nein und schafft Offenheit. Oft beginnt der Kunde nun von sich aus mit einer Erklärung.

Situativ können Sie nun weiter agieren. Im Kundengespräch kann sich das so anhören: „Was muss passieren, damit Sie sich für uns entscheiden können?“ Oder: „Was halten Sie davon, wenn ich Ihnen einen neuen Vorschlag unterbreite?“ Sie sagen zum Beispiel: „Schade, ich hätte sehr gerne mit Ihnen zusammengearbeitet. Unter welchen Umständen wäre das denn noch erreichbar?“ Wenn der Kunde weiterhin zögert, legen Sie ein zweites Mal nach: „Schade, ich hätte mir das wirklich gut vorstellen können.“ Danach machen Sie eine hörbare Pause. Reagiert der Kunde immer noch nicht, dann geben Sie sofort auf, sonst wirken Sie nur noch lässig.

Eine weitere Methode, um vielleicht doch noch den Fuß in die Tür zu bekommen, ist die Selbstbeziehungsmethode. Sie funktioniert in etwa wie folgt: „Herr Kunde, mir geht der Gedanke einfach nicht aus dem Kopf, inwiefern eine Zusammenarbeit vielleicht doch Sinn macht. Irgendwie habe ich das wohl nicht so richtig übergebracht. Können Sie mir sagen, was da für Sie falsch gelaufen ist? .... Ich würde sehr gerne einen zweiten Versuch machen, und noch einmal mit Ihnen darüber zu sprechen. Was halten Sie davon?“ Treten Sie immer selbstbewusst und nicht bittstellerisch auf!



Argumentieren Sie Ihre Leistungen mit Spaß und Überzeugung

**Abschlussicherheit:** Kündigen Sie den Gesprächsabschluss durch eine veränderte mentale Haltung an. Setzen Sie sich aufrecht und suchen Sie intensiven Blickkontakt zum Kunden. Die Abschlussfrage selbst wird von einem positiv stimulierenden Kopfnicken begleitet. Sobald der Kunde abschlussbereit ist, ist sofort auch der Abschluss einzuleiten! Beispielsweise durch:

*Prima, dann sind wir uns ja einig, oder?*

*Es sieht so aus, als ob wir das Projekt beginnen können?*

*Was halten Sie davon, wenn wir jetzt Nägel mit Köpfen machen?*

*Ab wann können wir das dann so wie gerade besprochen machen?*

*Klasse, das heißt also, wir werden in Zukunft zusammenarbeiten?*

*Ab wann genau kann es denn frühestens losgehen?*

*Was müssen wir heute noch tun, damit wir morgen beginnen können?*

Bei Abschlussfragen im Verkaufsgespräch geht die Stimme am Ende des Satzes nicht nach oben, sondern nach unten. Das drückt Stärke und Zuversicht aus.

**Chancen findet, wer Chancen sucht:** Nutzen Sie Ihre Chancen vom ersten Augenblick an! Nur wer Chancen sucht, kann gewinnen. Wer nicht sucht, hat schon verloren. Mut, Phantasie und Tatkraft gehören zu den Lebenselixieren erfolgreicher Menschen. Trauen Sie sich, ergreifen Sie die Initiative. Machen Sie sich aber nichts vor. Sie haben immer die Kunden, die Sie auch verdienen. Viel Erfolg!

### Info

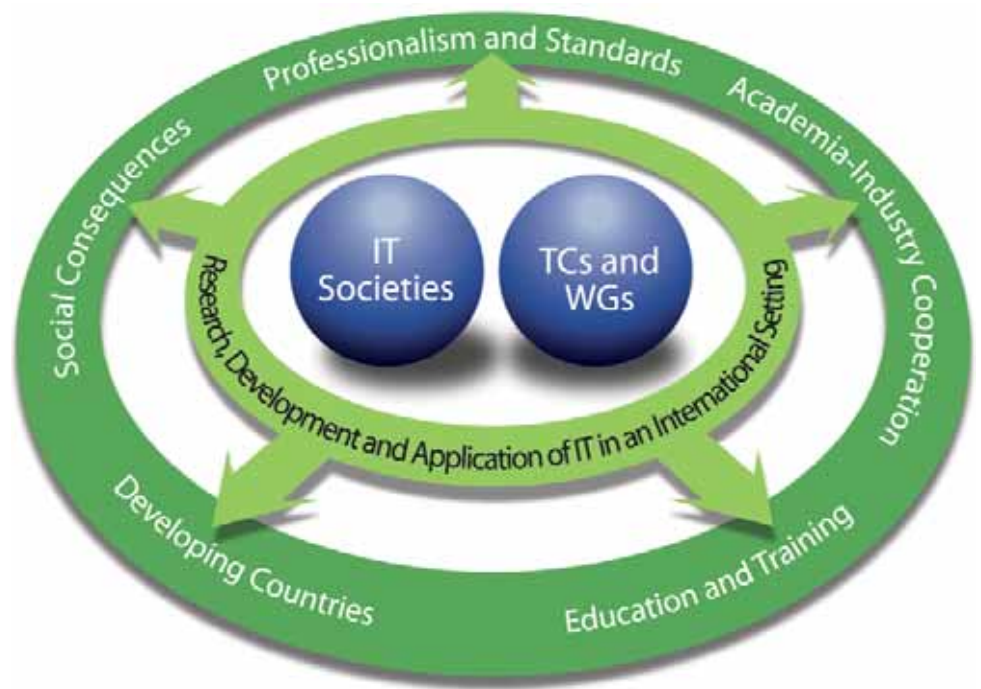
- Manfred Batz hat als Vertriebs- und Marketingleiter International Services bei der Nixdorf-Computer AG (heute Wincor-Nixdorf AG) und Bereichsvorstand bei der Heidelberger Zement AG (heute HeidelbergCement Group) umfassende Praxiserfahrungen gesammelt.
- Bereits mit 36 Jahren gründet er 1990 sein erstes eigenes Unternehmen. Seit dieser Zeit ist er auch als Berater und Profitrainer und als Dozent für Führung an der Akademie der Bundesluftwaffe sowie an der Dualen Hochschule Mannheim tätig.
- Er ist Autor der Fachbücher „Service Business“ und „Erfolgreiches Personalmarketing“ sowie ca. sechzig weiterer Publikationen in Zeitschriften und Sammelwerken.
- Manfred Batz hat Universitätsabschlüsse in Ökonomie und Soziologie und war Mitarbeiter des renommierten Führungsexperten Prof. Dr. Rolf Wunderer (Hochschule St. Gallen).
- Seine TOP-Seminare: Systematische Neukundengewinnung mit Erfolgsgarantie, Aktiver Telefonverkauf mit Umsatzgarantie und Ziel- und Quartalsgespräche für Vertriebs- und Servicemanager sind immer über Monate hinaus im Voraus ausgebucht. Bereits in den ersten Monaten dieses Jahres besuchten mehr als 300 Teilnehmer diese Seminare.
- Kontakt: Tel: 05250 . 9321200  
E-Mail: batz@batz.de



# New IFIP-Group founded to foster innovation in services

*Why are some industrial firms more successful in innovating their service business than others? This question is becoming more and more important for industrial firms due to the crucial importance of innovative service based solutions to differentiate from global competition. In order to find answers, a new group called "Service Systems" has been established within one of the world's leading organizations on information processing, the IFIP organization. IFIP is the leading multinational, apolitical organization in information and communications technologies and sciences. It is a non-governmental, non-profit umbrella organization for national societies working in the field of information processing. IFIP is recognized by the United Nations and other world bodies. The new group is coordinated by Gerhard Gudergan from FIR at RWTH Aachen University and has members from recognized universities or research centres from Scandinavia, Germany, Italy, Switzerland, France, Japan and Brazil.*

*For many companies, innovation today means to develop and configure new services in order to meet new customer needs. Companies are offering equipment functionality and availability and not selling a product any more. Business models are more focussing on value and results for the customer than on just selling and providing some product related services. One should just think on new models to offer mobility making use of electric cars or new types of home services and solutions for the aging population. The same developments are visible in the medical equipment sector or in the capital goods area. When transforming into a solution based business, the business objective covers both to innovate and produce new service solutions to the customer – as well as to achieve operational performance through cost efficient processes and structures at the same time. Companies, however, face tremendous difficulties when going through the transformation and balance both, innovation capability and operational performance. The objective of this special interest group is to develop new frameworks*



*"IFIP – International Umbrella Organisation for Research, Development and Application of IT"*

and tools for the innovation and transformation of industrial companies and implement a solution based business. Thereby, the focus of the new SIG within the WG 5.7 in IFIP is on service systems as being a collective of different processes and technology applications rather than single services.

The new group was established within the last year APMS conference which was held in Bordeaux, France from Sept. 21st to Sept 23rd in 2009. APMS is the conference on Advances in Production Management Systems and is the yearly, major event of the IFIP Working Group 5.7 on Integrated Production Management. The aim of WG 5.7 is to promote and encourage the advancement of knowledge and practice in the field of Integrated Production Management and to maximise global dissemination of this knowledge.

This broad aim is achieved by a continuous development and refinement of an industry-based research agenda, focusing on industrial excellence for assessing best practices and stimulating young researchers seeking career in production management. WG5.7 aims at developing a research culture that

nurtures research that addresses industrial need whilst maintaining academic excellence and disseminating R&D results and best practices globally to both academics and practitioners through the group annual conference and the activities of its special interest groups.

The Bordeaux Meeting of the new group on Service Systems was the constituting meeting. The aim was defined as bringing the perspectives from information management with those of service research including the human and operations management part together in one interdisciplinary group. Bringing the profound knowledge from the production and information processing domain into the group was considered to be one of the major strengths. Currently involved in the SIG on Service Systems are researchers from University of Lyon (France), BIBA at University of Bremen Germany), University of Firenze (Italy), SINTEF (Norway), University of Exeter (England), University of Bordeaux (France), University of Bergamo (Italy), ETH Zürich (Switzerland), Musashi University Tokyo (Japan), University Santa Catarina (Brazil) and FIR at RWTH Aachen who is leading the group.

## Summary

- Die Frage, warum neue Services erfolgreich werden oder nicht, wird vor dem Hintergrund der steigenden Bedeutung von Dienstleistungen in neuen Geschäftsmodellen immer bedeutender. Um dieser Frage nachzugehen, wurde eine neue Experten-gruppe mit dem Namen „Service Systems“ innerhalb von IFIP gegründet. IFIP ist die führende, multinationale und unpolitische Organisation, die sich mit dem Thema der Informationsverarbeitung umfassend beschäftigt. IFIP ist eine unabhängige, non-profit Dachorganisation, die die weltweiten, nationalen Vereinigungen und Organisationen, die sich mit Themen der Informations- und Kommunikationswissenschaften im weiteren Sinne befassen, zusammenfasst. Im Rahmen der jährlichen Konferenz der IFIP Working Group 5.7, der APMS (Advances in Production Management Systems) Konferenz, wurde die eine Gruppe unter dem Namen „Service Systems“ gegründet. Die Gruppe hat das Ziel, Innovationen im Für die Produktion immer wichtigeren Dienstleistungsbereich voranzutreiben. Die Gruppe wird geleitet durch das FIR an der RWTH Aachen von Dr. Gerhard Gudergan und besteht derzeit aus Wissenschaftlern internationaler Universitäten und Institute. Zu den Gründungsmitgliedern gehören die Universität Lyon (Frankreich), BIBA an der University of Bremen (Deutschland), Universität Florenz (Italien), SINTEF (Norwegen), Universität Exeter (England), Universität Bordeaux (Frankreich), Universität Bergamo (Italien), ETH Zürich (Schweiz), Musashi University Tokyo (Japan), Universität Santa Catarina (Brasilien) und das FIR an der RWTH Aachen, welches die Gruppe leitet..

INFO:

Author: Dr. Gerhard Gudergan, FIR  
RWTH Aachen University

# Outsourcing and Your Career

*Since "Service Career Planning" is a topic of this issue, we address the affects that outsourcing can have on your career. Outsourcing hard commodity products has many different characteristics from using another organization to supply customized soft services. Even within soft services a difference exists between personal services that must be done face-to-face and those that can be accomplished remotely. Diagnosing the fault in a computer can be done from anywhere in the world via Internet, if the necessary detection sensors and communications are installed. However, removing the defective part and replacing it with a good part must be done by a qualified human at the site. The end result must be to effectively "fix the customer."*

*Outsourcing does not necessarily mean using an overseas supplier. Most of us realized years ago that warehousing and distribution of service parts could be done better externally than internally, by a specialist such as Choice Logistics, DHL, FedEx or UPS. As diagnostics have improved and products have become more go/no-go to repair, many service organizations have also begun using external sources of labor. Economies of scale, technical expertise, sensitivity to customer needs, geographic coverage and lower cost are a few of the reasons that specialists can do a superior job of support activities beyond our core competencies. One of the challenges is to keep perceived lower direct costs from overwhelming the other considerations of comprehensive value.*

*Arranging for product service has always involved predicting the future . . . what assistance is likely to be needed? How capable is the supplier organization likely to be when their help is required? Can we communicate accurately and rapidly? Is the level of support more important than low cost? How will customers perceive this source of support? Is this the best value?*

*Patton Consultants found, while providing forecasting and planning of service parts for large corporations, that the calculations could be done from anywhere with electronic communications and computer programs. However the critical input data had to be gathered by human experts at the cli-*

*ents' sites. Valuable information was gained by participating in planning meetings for new products and modifications to existing products. Chatting with design engineers about their projects often resulted in suggestions to use common parts already available or allowed reduction in future parts orders knowing that changes would obsolete unused parts. Considerable intelligence is available only by direct contact between people who are knowledgeable and motivated to be alert for helpful bits of information. The mathematics of forecasting and planning can be done internally or externally, but the accuracy and tuning of input requires humans imbedded within the operating organization. Those internal efforts can be done either by an outsourced contractor or by your own people. Experience indicates that internal people are better since they are motivated to do a good job for their peers, understand products based on experience and probably have better access to information and nuances about change that outsiders could miss.*

*Conflicts easily arise between purchasing departments and operating departments. Too often the purchasing function is tasked with reducing costs and is not rewarded for supporting revenues. That sounds like an old-fashioned cost center concept, but is obviously prevalent today, especially with outsourced purchasing organizations. One suggestion is to balance the purchasing scorecard by adding consideration for the performance of the supplier they hired. I recently encountered a company that outsourced purchasing based on commitments to reduce purchasing cost by 20%. The negotiators apparently neglected performance criteria because nearly 30% of the parts missed their (already slow) delivery date.*

*That brings up the question of delivery dates. Time is money in SLAs (service level agreements) and related parts. If the lead time from order to delivery can be reduced, then the investment in parts can be reduced. I have observed suppliers telling purchasing agents that delivery time would be 90 days, which is usually automatically accepted and loaded into computer logic. Reality is often that parts sit unused on the supplier's shelf until the date arrives to pack and ship to meet the 90-day delivery plan. Why not ask for delivery as soon as possible, but not la-*

ter than 90 days? Coordinating information systems can even allow daily statusing of the demand versus supply. The ordering organization wins by getting needed parts sooner and the supplier gets paid sooner.

Let's extend the logic to large order quantities. Do you really need 200 parts at a time, or would you like them delivered as needed? The answer usually depends on the kind of part. If they are produced in batches smaller than or equal to the ordered quantity, delivering and receiving the whole quantity at a time makes sense and keeps lifecycle costs minimized. If the ordered quantity is less than a production batch or process size, then the supplier probably does not care other than they would like to get paid for their assets as soon as possible.

From the purchaser's perspective, if the costs of receiving, quality assurance and stocking are high, then receiving the entire quantity at once may be the lowest cost arrangement. Often, however, parts are needed a few each week and can even be shipped from the supplier as soon as they are produced directly to the places of need. All this coordination does require collaboration between a few good partners with sophisticated computer systems and communications. They are probably not the low bidders for service parts contracts, but their level of support likely produces the lowest total costs and provides support for highest possible revenues and profits.

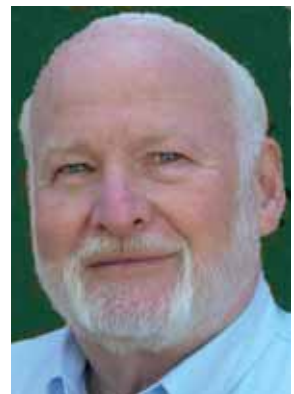
Some of the considerations with outsourcing services that should be emphasized include:

- *Balanced goals* – level of support must be considered at least as important as low cost. End-customer satisfaction and loyalty are paramount
- *Communications* – language nuances; listener's political sensitivities; customer reactions, need for written versus verbal correspondence
- *Cost controls* – balancing an obsession with hard economics versus values of soft emotions; will suggest better ways to perform even if it reduces their immediate profit
- *Delivery lead times* – Reasonably short times; offer to provide some parts as available rather than waiting for an entire order quantity; expediting cooperation when necessary
- *Direct contact* – Able to talk and get action in one step without having to communicate through a hierarchy of people or organizations
- *Flexibility* – willingness to change rapidly if the benefit is seen, and then negotiate costs
- *Geographic coverage* – Close enough to meet SLA speed requirements and with enough density to reduce travel time and costs
- *Responsiveness* – motivation to accept responsibility and authority to rapidly meet end-customer's needs.

Partnering with other service experts makes dollars and sense IF it satisfies your end customer. What does this mean for your service career? If your job could be outsourced, I hope you are highly motivated to do the best possible job, continue educating yourself in new technologies and management skills, benchmark your results against other top performers, and publicize your results to top management. Or, there may be a career opportunity for you to become an entrepreneur and provide outsource services to other service organizations.



- Info: Joe Patton, Service Parts Handbook (2nd Edition), 585 pages, ISBN 978-0934623995, 99 Dollar



- Joe Patton has been a trusted advisor to management on equipment service, logistics, and support systems since 1976. He has written eight major service books and over 200 articles. Joe is a frequent conference speaker, conducts high-level training, and enjoys challenging service and parts projects that can utilize his expertise. Call Joe at 843-384-6232 or e-mail [JDPatton@PattonConsultants.com](mailto:JDPatton@PattonConsultants.com) and visit [www.PattonConsultants.com](http://www.PattonConsultants.com)

## Info

# Mitgliederversammlung 2010 in Aachen

Am 22. und 23. Juni 2010 findet die diesjährige Mitgliederversammlung in Aachen statt. „Wir möchten uns schon jetzt bei der RWTH Aachen und dem FIR e.V. als Gastgeber der Service goes live SPEZIAL bedanken“, sagt KVD Geschäftsführer Markus Schröder.

Interessierte finden sich am 22. Juni 2010 bereits um 16:00 Uhr zu einer spannenden Führung durch die historische Altstadt von Aachen ein. Am Abend heißen Sie die Gastgeber und der KVD-Vorstand zu einem gemeinsamen Abendessen, interessanten Gesprächen und aktivem Networking - dem traditionellen 3D-Evening - herzlich im „Lenné-Pavillon“ willkommen.

Im Mittelpunkt des zweiten Tages steht die Mitgliederversammlung. In diesem Jahr stehen die Neuwahlen zum Beirat und Vorstand sowie der Kassenprüfer an. „Die Mitgliederversammlung ist das höchste Organ des Verbandes. Ich freue mich, wenn viele Mitglieder unseres Verbandes davon Gebrauch machen und am 23. Juni 2010 in Aachen dabei sind“, erklärt KVD-Vorstandssprecher Dr. Rainer Vanck.

Im Rahmen der Service goes live SPEZIAL wird der KVD seinen Mitgliedern nicht nur sein neues Konzept zur Aus- und Weiterbildung vorstellen, sondern auch mit interessanten Vorträgen der Samhammer AG, der School of Management und weiteren Referenten für einen spannenden und kurzweiligen Tag sorgen.



# Service goes live: KVD zu Gast bei SEW-Eurodrive

Die nächste Service goes live des KVD steht an: Am 11. Mai 2010 treffen sich interessierte Mitglieder in Bruchsal bei SEW-Eurodrive.

„Die Vorbereitungen für eine äußerst interessante und spannende Service goes live laufen auf vollen Touren“, erklärt KVD-Geschäftsführer Markus Schröder.

Unter dem Motto „Service mit Drive“ sind die KVD-Mitglieder zu Gast bei SEW-Eurodrive in Bruchsal, einem der Marktführer der Antriebsautomatisierung. Herausragende Vorträge und ein „Blick hinter die Kulissen“ der Produktion und des Services erwartet die Besucher der Service goes live.

# Neuausrichtung der Aus- und Weiterbildung

**Die Aus- und Weiterbildung im Service ist seit Bestehen des KVD ein wichtiges Standbein des Verbandes. Seit Jahren arbeitet der Verband mit bewährten Partnern zusammen.**

Für die zertifizierten Seminare wie z.B. zum KVD Service Manager arbeitete der Verband hier bislang exklusiv mit der MarketingAkademie Hamburg zusammen. „Wir wollen neue Wege gehen und werden daher die Zusammenarbeit mit dem KVD im Einvernehmen beenden“, erklärt Michael René Weber, Geschäftsführer der MarketingAkademie Hamburg. „Wir danken für die sehr intensive Zusammenarbeit“, erklärt dazu der zuständige KVD-Vorstand Udo Zavelberg.

Für die Zukunft ist angedacht, ein vielschichtiges Angebot im Weiterbildungsbereich zu konzipieren. „So unterschiedlich, wie die Anforderungen unserer Mitglieder an die Aus- und Weiterbildung sind, so differenziert wollen wir das Angebot entwerfen“, erklärt KVD-Vorstand Udo Zavelberg. Er hat mit der Umstrukturierung des Aus- und Weiterbildungsbereichs dieses Ressort im Vorstand wieder übernommen, da er über ein fundiertes Wissen gerade in diesem Bereich

verfügt.

Vielschichtigkeit wird auch bedeuten, dass man sich von Verbandsseite bei den zertifizierten Seminaren nicht mehr auf einen Anbieter konzentrieren wird. Der KVD weiß mit Förderkreis-Mitgliedern wie Keck Personalentwicklung, Wiesend und Partner, Batz & Team Management sowie der Samhammer AG bereits zuverlässige Partner an seiner Seite, mit denen das neue Aus- und Weiterbildungsangebot des Verbandes konzipiert und um weitere Experten ergänzt werden soll. Der KVD Seminarkreis wird wieder zum Leben erweckt.

„Ein Arbeitskreis, der sich aus den genannten Förderkreis-Mitgliedern sowie aus Fachleuten des Bereiches Aus- und Weiterbildung ausgewählter KVD Mitgliedsfirmen zusammensetzt, wird dazu gebildet. „In diesem Gremium wird in der nächsten Zeit an dem neuen Angebot gearbeitet“, erklärt KVD-Geschäftsführer Markus Schröder. Denkbar sei auch, den Hochschulbereich stärker in diese Arbeit einzubinden. Es gelte, eine Vision für die Aus- und Weiterbildung im Jahr 2020 zu entwickeln und mit konkreten Angeboten auf diese Vision hinzuarbeiten.“



## Mehrwert durch KVD-Trendstudie

**Um die Neuauflage der KVD-Trendstudie 2010 vorzubereiten, traf sich das Fachteam des Forschungsinstitutes für Rationalisierung e.V. (FIR) gemeinsam mit Vertretern des KVD zu einem ersten Workshop in der KVD-Geschäftsstelle in Dorsten (Foto oben).**

Das Ergebnis der Beratungen fasst KVD-Geschäftsführer Markus Schröder zusammen: „Der Mehrwert für Sie als KVD-Mitglied wird 2010 noch deutlicher im Vordergrund

stehen! Damit es umso mehr IHRE Trendstudie wird, laden wir Sie herzlich ein, Ihre branchenspezifischen Fragestellungen und Anforderungen (aus der IT, Büro-/Telekommunikation, Medizintechnik, Maschinen- und Anlagenbau, Konsumgüter/Hausgeräte, Multimedia/Medien, Third Party Maintenance, Software, Logistik, Help-Desk/Call Center, KfZ, etc.) einzubringen. Wir freuen uns über Ihre Anregungen per Mail an [geschaeftsstelle@kvd.de](mailto:geschaeftsstelle@kvd.de) oder Telefon 0 23 62 / 98 73 – 0“, erklärt Markus Schröder.

### Info

- Am Mittwoch, 17. März 2010, haben sich die beiden Kassenprüfer des KVD, Wolfgang Meuer und Hans Weirauch, auf den Weg nach Dorsten gemacht, um die Kassenprüfung des KVD für das Geschäftsjahr 2009 durchzuführen. Hierfür sprechen wir beiden nochmals unser Dankeschön für Ihr Engagement aus. Die Ergebnisse der Kassenprüfung erfahren Sie in aller Ausführlichkeit auf der diesjährigen Mitgliederversammlung am 22./23. Juni 2010 in Aachen.

## Weitere Termine

- Das 13. Aachener Dienstleistungsforum des FIR findet in diesem Jahr am 1. und 2. September 2010 statt. Niemand kann mit Gewissheit sagen, wie sich die Wirtschaft entwickeln wird. Entscheider müssen daher gerade jetzt wissen, wie sie ihre Dienstleistungen erfolgreich gestalten und bewirtschaften. Lösungsansätze stehen im Mittelpunkt des Aachener Dienstleistungsforums unter dem Motto: „Dienstleistungsproduktivität steigern – Liquidität sichern und neue Leistungssysteme gestalten“.
- Anmeldung und aktuelle Informationen: Thomas Hirsch, M.A., Tel: 0241 / 47705-223, E-Mail: [dienstleistungsforum@fir.rwth-aachen.de](mailto:dienstleistungsforum@fir.rwth-aachen.de), Internet: [www.dienstleistungsforum.de](http://www.dienstleistungsforum.de). Ausführlich stellt die Redaktion der Service Today das Dienstleistungsforum in der kommenden Ausgabe 3/2010 vor.
- Übrigens: Ab dem kommenden Jahr findet das Dienstleistungsforum bereits im Frühjahr statt.



# Mit IT- und Prozess-Exzellenz in die erste Liga

**Bereits zum 17. Mal veranstaltet das Forschungsinstitut für Rationalisierung (FIR) e.V. an der RWTH Aachen vom 14. bis zum 16. Juni 2010 die Aachener ERP-Tage in bewährter Kombination aus Praxistag, Fachtagung und Fachmesse. Das Veranstaltungskonzept bietet den Teilnehmern einen kompakten Überblick über die derzeit am Markt angebotenen IT-Systeme, sowie Lösungen zu Fragen der betrieblichen Produktions- und Logistikoptimierung. Die Veranstaltung hat sich als professionelle Plattform zum Austausch zwischen Entscheidern des Mittelstandes und Anbietern aus der ERP-Branche entwickelt.**

Passend zur Fußballweltmeisterschaft findet die Veranstaltung unter dem Motto „Mit IT- und Prozessexzellenz in die erste Liga“ erstmalig im Aachener Fußballstadion Tivoli statt. Das Tivoli-Business-Center bietet ausreichend Raum für die Aussteller der ERP-Systeme. Die modernen Business-Lounges schaffen einen angenehmen Rahmen für interessante Fachvorträge und Diskussionen. Angeregte Gespräche zwischen Anbietern und potentiellen Kunden werden durch den Ausblick in das Stadion gekrönt.

Im Rahmen der Veranstaltung schafft die Kombination aus Praxistag, Fachtagung und Fachmesse vielfältige Synergieeffekte. So bietet der Praxistag die Möglichkeit der Teilnahme an Workshops zu den Themen Logistik- und ERP-Management, sowie Face-to-

Face Gespräche mit erfahrenen Referenten und dient so der optimalen Vorbereitung des Besuchs von Messe und Tagung. Die Fachmesse bietet in persönlicher Atmosphäre einen intensiven Austausch mit mehr als 40 Ausstellern betrieblicher Anwendungssysteme. Darunter befinden sich bekannte Anbieter renommierter ERP-Systeme und Anbieter spezialisierter Lösungen. In Ergänzung zur Fachmesse bietet die Fachtagung Einblick in Best Practices und Forschungsthemen namhafter Unternehmen. Hierbei beleuchten namhafte Referenten Fragen zur Auswahl und Betrieb von ERP-Systemen sowie Fragen zu Standards und zur Konnektivität von ERP-Systemen. Darüber hinaus steht auch die Exzellenz in logistischen Planungsprozessen im Vordergrund. Die Besucher profitieren zusätzlich von der interaktiven Ausrichtung der Veranstaltung durch zahlreiche Gelegenheiten zum Austausch und zur Diskussion mit den Referenten und anderen Teilnehmern. Als Besonderheit besteht diesjährig auch die Möglichkeit der Teilnahme an einer Anbietertagung. Im Rahmen dieser B2C-Anbietertagung präsentieren Aussteller ihr Leistungsspektrum in Form eines Kunden- bzw. Interessententages parallel zu der Fachtagung.

Für das leibliche Wohl der Teilnehmer wird durch Flying Buffets sowie durch eine exklusive Abendveranstaltung gesorgt. Weitere Informationen zum Programm sowie die Möglichkeit zur Anmeldung finden sich auf [www.erp-tage.de](http://www.erp-tage.de).

### INFO:

Jan Helmig, FIR, Text  
David Wilms, Foto



# itec systems: Hilfe ohne lange Leitung

**Düsseldorf, Montagmorgen, 8:10 Uhr: Seit 10 Minuten ist Christian Schmidt an seinem Arbeitsplatz, jetzt klingelt zum ersten Mal das Telefon: Eine Mitarbeiterin einer großen deutschen Bank kann sich nicht in ihr System einloggen. Nach kurzem Identitätscheck und wenigen Mausclicks ist das Problem behoben und die Anwenderin im 160 Kilometer entfernten Wiesbaden kann nun ebenfalls ihren Arbeitstag beginnen.**

Christian Schmidt ist einer von knapp 100 qualifizierten Mitarbeitern der itec systems AG, die sich täglich um die großen und kleinen PC-Probleme ihrer Kunden kümmern. „Täglich“ ist wörtlich zu nehmen: An 365 Tagen pro Jahr, rund um die Uhr, sind hochmotivierte und serviceorientierte Spezialisten verfügbar, die den Anspruch der unkomplizierten Hilfe bei allen PC Problemen kompetent umsetzen.

itec systems ist ein IT-Dienstleistungsunternehmen mit Hauptsitz in Düsseldorf. Aus der Metropolregion Rhein-Ruhr werden seit 2000 mit der Flexibilität eines Mittelständlers als Kerngeschäft Help Desk, 2nd Level Support und IT Servicemanagement für Kunden aus Handel, Industrie, Finanzdienstleistung und öffentlichem Sektor in unterschiedlichsten Ausprägungen erbracht. Als verlässlicher Kompetenzpartner für strategische und operative IT-Lösungen bildet itec systems mehrsprachig bedarfsgerechte Leistungen für Unternehmen in jeder Größenordnung ab. Im Umkreis von 50 Kilometern um Düsseldorf leben etwa neun Millionen Menschen, so dass der Zugriff auf alle notwendigen Ausbildungen sowie die wichtigen Sprachen dauerhaft gesichert ist.

Zu dem umfassenden Dienstleistungs-Portfolio gehört:

- Betrieb komplexer Outsourcing Help Desks & Service Desks,
- 2nd Level Support und Monitoring,
- Managed Services und Rechenzentrumsbetrieb,
- Consulting Services (u.a. ITSM nach ITIL®, ICT Technologie, IT Infrastruktur).

Gerade ein IT Leistungsportfolio muss in seiner Gesamtheit inhaltlich aufeinander abgestimmt sein. Die einzelnen Leistungsbereiche sind in diesem ganzheitlichen Konzept fest definiert. Das ermöglicht die Abgrenzung einzelner Lösungen, um bestimmte Fragestellungen genau zu fokussieren. Unabhängig davon muss ein messbarer Mehrwert generiert werden. Um dies zu erreichen stützen

sich die eingesetzten Lösungen und Methoden auf die Best Practices der IT Infrastructure Library (ITIL®) und andere bewährte Prozessframeworks. Vorstand Christian Luff legt Wert darauf, dass es sich bei der itec systems AG nicht um ein Callcenter handelt, sondern um einen hoch spezialisierten IT-Service Dienstleister. Vom negativen Image so mancher Callcenter distanziert er sich: „Wir bieten ausschließlich IT Services für Geschäftskunden und deren Mitarbeiter sowie technischen IT-Support für Endkunden an. Meinungsumfragen, Bestellannahmen oder Telemarketing/-sales gehören ausdrücklich nicht zu unserem Leistungsspektrum“.

Ein professioneller IT-Dienstleister lebt von guten Mitarbeitern. Dieser Erkenntnis zufolge investiert itec systems umfangreich in die Personalqualifizierungsprozesse: Annähernd alle Mitarbeiter sind nach IT Standards (u.a. VCP, CCNA, OCA, LPIC, ITIL, MCP und MCSE) zertifiziert. Insgesamt sind z.B. allein 55 Microsoft Certified Professionals bei itec systems fest angestellt. Alle Support-Spezialisten nehmen an regelmäßigen internen und externen Trainings und externen Zertifizierungen teil. Diese beinhalten einerseits kommunikative und soziale Komponenten („social skills“) und beziehen sich andererseits auf projektspezifische und allgemeine IT-bezogene Anforderungen. Hinsichtlich Projekt- und Anwenderspezifischer Anforderungen verfährt itec systems sehr erfolgreich nach dem Train-the-Trainer-Konzept. Weiterhin dient Coaching durch den Vorgesetzten im Sinne einer praktizierten Mitarbeiterförderung der Zukunftssicherung des Unternehmens sowie der persönlichen und sozialen Entwicklung der Mitarbeiter.

Das Unternehmen selbst ist mehrfach zertifiziert: Zum Beispiel als Microsoft Certified Gold Partner, dem höchsten Partnerstatus den Microsoft vergibt, muss itec systems über vielseitiges Fachwissen in mehreren IT-Schlüsselbereichen verfügen. Zudem muss ein Partnerunternehmen seine Praxiserfahrung jährlich mit Referenzprojekten belegen und einen auf aktuellem Stand zertifizierten Mitarbeiterstamm nachweisen, um den Status zu erhalten. Viele Prozesse laufen heute schneller ab und müssen ständig angepasst werden. Darum will itec systems ihren Partnern neue Ideen liefern und so Werte schaffen, mit denen sich die IT Service Organisation und das Geschäft des Kunden sich kommenden Herausforderungen stellen kann. So begründet sich die Vision des Unternehmens: Die Entwicklung und Umsetzung von stabilen Konzepten und das Eingehen von langfristigen Partnerschaften.

## Info



- itec systems AG  
Knut Krummnacker  
Völklinger Str. 4  
40219 Düsseldorf  
Tel: 02 11 . 31 11 59 20  
Fax: 02 11 . 31 11 59 10  
E-Mail: knut.krummnacker@itec.ag

Insider  
werden.  
Vorsprung  
halten.

Die neue  
Ausgabe der  
KVD-Studie  
ist da.

Fakten und Trends im  
Service, ausführlich und  
fundiert zusammengestellt.

Die aktuelle Ausgabe  
gibt's jetzt beim KVD  
für nur 98 Euro\*.



Kundendienst-Verband Deutschland e.V.  
Pliesterbecker Straße 165 | 46284 Dorsten  
geschaeftsstelle@kvd.de | www.kvd.de  
Telefon (02362) 98 73-0  
Telefax (02362) 98 73-98



DER SERVICE-VERBAND

\* zzgl. MwSt., für KVD-Mitglieder

## Erstes Arbeitstreffen mit MG-Consulting

*Einer der ersten Wege führte Markus Schröder in seiner Funktion als neuer KVD-Geschäftsführer Anfang Februar bei Tiefsttemperaturen und Glatteis in die Hansestadt Hamburg.*

*Unweit von Hamburg in Seevetal hat die Firma MG-Consulting ihren Sitz. Marianne und Michael Grzenkowitz tragen hier für die gesamte Akquisetätigkeit des Verbandes Verantwortung. Fragen der potenziellen Aussteller für die Fachmesse Service World werden in Seevetal höchst kompetent beantwortet. Welchen Nutzen bringt mir die Mitgliedschaft im Service-Verband? Welcher Markplatz bietet sich uns als*

*Förderkreismitglied? Die professionelle Beratung durch Marianne und Michael Grzenkowitz ist ein fester Bestandteil der Erfolgsgeschichte des KVD. „Ich bin sehr dankbar, die erfolgreiche Zusammenarbeit mit MG-Consulting vertrauensvoll fortführen zu dürfen“, erklärte der KVD-Geschäftsführer am Rande des ersten gemeinsamen Arbeitstreffens. Nicht zuletzt durch das Engagement von Michael Grzenkowitz ist auch die Service Today in ihrer neuen Ausrichtung bereits nach kurzer Zeit ein weiterer, auch wirtschaftlich positiver Verbandsbereich geworden. „Gemeinsam werden wir die Wachstumsziele des KVD schaffen“, führte Schröder weiter aus.*



## Ausschuss bereitet Jubiläums-Congress vor

*Der Jubiläums-Congress wirft seine Schatten voraus. 30 Jahre KVD Service-Congress – das Highlight des Jahres 2010! Der Congressausschuss des KVD steckt schon tief in den Vorbereitungen.*

*Ein 13-köpfiges Team aus Mitgliedern des KVD, Förderkreismitgliedern und der KVD Geschäftsstelle, bildete am 24. März den Planungsausschuss für den Service Congress und die Fachmesse Service World vom 11. bis 12. November 2010 in München. Neben erstklassigen Key-Speakers und hervorragenden Fachsequenzen zum Hauptthemenschwerpunkt „Sourcing-*

*Strategien im Service“ erwartet Sie eine außergewöhnliche Zeitreise durch drei Jahrzehnte Service-Congress und Zeitgeschichte. Bisher tief vergrabene Mythen und Legenden werden sich Ihnen im Rahmenprogramm des Gala-Abends offenbaren. Wollen Sie DAS verpassen? Nicht zuletzt durch das diesjährige Frühbuckerpräsent – dem KVD Steiff-Teddybären in limitierter Auflage – gehen täglich die Teilnehmeranmeldungen in der Geschäftsstelle ein. Melden Sie sich noch schnell an, um sich Ihren KVD Steiff-Teddybären zu sichern (bis 31.05.2010)! Information und Anmeldung: geschaeftsstelle@kvd.de oder Telefon 02362 . 9873-0.*

# Börse für Praktikumsplätze und Diplomarbeitsthemen

*Wie in der letzten Ausgabe der Service Today angekündigt, hat die XING-Gruppe „KVD - Die Service-Community“ den Beta-Status verlassen und die Moderation wurde von der Verbandsgeschäftsstelle und dem neuen KVD-Geschäftsführer Markus Schröder Anfang März 2010 „offiziell“ übernommen.*

*„Einen ganz besonderen Dank möchte ich Herrn Wille von IBM Deutschland aussprechen!“ sagt der neue Moderator. Ronny Wille hat gemeinsam mit dem KVD Vorstand Ramón Somoza die Community ins Leben gerufen und in kürzester Zeit bereits über 200 Mitglieder in der Gruppe vereint. Viele Ideen, die in den nächsten Monaten noch umgesetzt werden, hat Ronny Wille bereits vorgedacht.*

*„Die XING-Gruppe soll und kann keine der bewährten Kommunikationswege oder den persönlichen Erfahrungsaustausch ersetzen“, erklärte KVD Geschäftsführer Markus Schröder. „Mit der Community haben wir jedoch eine hervorragende Möglichkeit, unsere Mitglieder sehr zeitnah zu informieren, zu gemeinsamen Diskussionen anzuregen, Umfragen zu organisieren, auf Events hinzuweisen und auch ganz neue Themen anzugehen“. „Neben den schon beliebten Foren wie „Dialog | Willkommen“, „Dialog | best-practice“ und „Info | News Rückblick“ wurde beispielsweise von einigen Mitgliedern ange-*

*regt, eine Plattform für das Thema Diplomarbeiten und Praktikumsplätze anzubieten. Der Vorschlag wurde gerne aufgenommen und in der „KVD - Die Service-Community“ ein spezielles Forum „Dialog | Diplom & Praktika“ eingerichtet, in das bereits erste Projekte eingestellt wurden!“ Einerseits können sich hier Mitgliedsunternehmen vorstellen, die Praktikumsplätze besetzen möchten, eine studentische Hilfskraft suchen oder interessante Themen für eine Diplomarbeit bieten. „Andererseits geben wir interessierten Studenten, jungen Akademikern und Nachwuchskräften im Servicebereich die Möglichkeit, Mitglied der „KVD - Die Service-Community“ zu werden, um ihre Themen vorzustellen“, erklärt Markus Schröder weiter. Die aktuellen News aus der Geschäftsstelle des Kundendienst-Verbandes Deutschland e.V. erfahren Sie mittlerweile wöchentlich, durch den Newsletter der XING-Community. Über den folgenden Link können Sie ganz einfach Mitglied der KVD-Gruppe werden: [www.xing.de/net/kvdservicecommunity](http://www.xing.de/net/kvdservicecommunity)*

*Wussten Sie, dass es offizielle XING-Seminare gibt? Wenn Sie mehr über die strategische Nutzung von XING erfahren, von und mit anderen Mitgliedern lernen sowie die „XING-Profitipps“ nutzen möchten, dann können wir den Besuch eines offiziellen XING-Seminars in Ihrer Region wirklich empfehlen. Informationen finde Sie im Internet oder über [geschaeftsstelle@kvd.de](mailto:geschaeftsstelle@kvd.de)*



*Im KVD-Forum bei Xing kann man sich umfassend informieren und aktuelle Themen diskutieren.*

**INFO:**

Markus Schröder, Text  
Michael Braun, Foto  
[redaktion@kvd.de](mailto:redaktion@kvd.de)



## *Insider werden - Vorsprung halten.*

*Werden Sie Insider für den Service von morgen.*

- Nutzen Sie den Erfahrungsschatz der Mitglieder, damit Sie das Rad nicht neu erfinden müssen.*
- Erfahren Sie von Innovationen und wichtigen Entwicklungen in exklusiven Studien und Fachmagazinen.*
- Erkennen Sie neue Trends durch das umfassende Leistungsangebot und Networking im Verband.*
- Gewinnen Sie Insiderwissen im Service.*

*Werden Sie Insider. Werden Sie Mitglied.*

*Kundendienst-Verband Deutschland e.V.  
Pliesterbecker Straße 165 | 46284 Dorsten  
geschaeftsstelle@kvd.de | www.kvd.de  
Telefon (02362) 98 73-0  
Telefax (02362) 98 73-98*

<sup>®</sup>  
**DER SERVICE-VERBAND**

# Namen & Nachrichten aus dem Service

An dieser Stelle präsentiert Ihnen die KVD-Redaktion in jeder Ausgabe aktuelle Namen und Nachrichten aus dem Service. Wir informieren über neue Kontakte, Firmenwechsel und Kooperationen. Wenn Sie Informationen aus Ihrem Unternehmen an dieser Stelle präsentieren möchten, schicken Sie uns bitte eine Mail mit den Informationen an [redaktion@kvd.de](mailto:redaktion@kvd.de) oder nehmen Sie uns gleich in Ihren Presseverteiler auf (Kontakt siehe unten).

**Susanne Stadtmeyer** hat als Direktorin Maintenance & Technical Support, Delivery, bei der IBM Deutschland zum 1. Februar 2010 die Leitung des Technischen Supports übernommen. Gleichzeitig wurde sie zur Geschäftsführerin der IBM Customer Support Services GmbH bestellt. In ihrer vorherigen Aufgabe verantwortete sie das Software Support Dienstleistungsportfolio der IBM in Nordost-Europa.

Sie folgt damit **Ramón Somoza** nach, der zum selben Zeitpunkt in die Nordost-Europa Zentrale der IBM berufen wurde. Er verantwortet dort als Maintenance & Technical Support, Business & Offering Executive das Angebotsportfolio der IBM für alle Hardware- und Software bezogenen Dienstleistungen. Darüber hinaus bleibt er dem KVD in seiner heutigen Vorstandsverantwortung für Marketing & Kommunikation erhalten.

**Holger Brehm** ist seit dem 1. Februar 2010 Mitglied der Geschäftsführung der Technik-Service 24 GmbH & Co KG. Der 40-jährige Mannheimer leitet als COO insbesondere die Bereiche Außendienst und Technischer Support. Die im Juli 2009 durch den Investor ELBE PARTNERS Industries in Hamburg von der HERMES Logistik Gruppe übernommene Kundendienstservice Gesellschaft TechnikService 24 erweitert so die Geschäftsführung: Zukünftig steht Holger Brehm, Leiter Außendienst und Technischer Support, an der Seite vom Sprecher der Geschäftsführung **Ramin Ghalibaf**.

**André Weibrecht** ist seit dem 1. Januar 2010 neuer Leiter Sales Logistics für Zentral- und Nordeuropa beim Wägetechnikhersteller PESA im schweizerischen Pfäffikon; einem Tochterunternehmen der Bizerba Unternehmensgruppe. Der 44-jährige Diplom Wirtschaftsingenieur hat seit über zehn Jahren im Bereich Logistik in verschiedenen Führungsverwendungen bei namhaften Herstellern von Datenerfassungssystemen Erfahrung gesammelt. Er war u.a. zuständig für das weltweite Key-Account-Management von „Courier Express & Paket Diensten“ und die diese beliefernden Systemintegratoren.

**Robert Gögele** hat bei Siemens IT Solutions and Services die Leitung des Deutschland-Geschäfts übernommen. Gögele ist seit 1988 im Siemens-Konzern und leitete seit Ende 2007 das Italiengeschäft des IT-Dienstleisters sowie seit 2009 die Region Südwesteuropa.

**Martin Seidenberg** ist bei DHL Supply Chain, im Konzern Deutsche Post DHL Spezialist für das Kontraktlogistikgeschäft, seit dem 1. März 2010 neuer Chef für die Region Deutschland, Österreich und Schweiz. In seiner neuen Funktion als Chief Executive Officer (CEO) berichtet Martin Seidenberg direkt an **Dan Ellerton**, CEO DHL Supply Chain Mainland Europe.

**Vincent Kobesen** hat bei der PTV Planung Transport Verkehr AG zum 1. April 2010 die Verantwortung für das Geschäftsfeld Logistics übernommen. Er ist seit August 2008 Mitglied des PTV-Vorstands. Als Logistikberater gründete und leitete er die Firmen Districon und Ordis, heute PTV Benelux. Der Vorstand wird gleichzeitig von sechs Mitgliedern auf fünf verkleinert. Vorstand **Dr. Joachim Schmidt** verlässt das Unternehmen.

**Die Kontaktadresse für Ihre Unternehmensnachrichten  
bzw. zur Aufnahme in Ihren Presseverteiler:**

Medienhaus Waltrop, Michael Braun, Dortmunder Straße 34-38, 45731 Waltrop. Postfach 132, 45722 Waltrop, Telefon 0 23 09 . 78 47-113, Telefax 0 23 09 . 78 47-123, E-Mail: [redaktion@kvd.de](mailto:redaktion@kvd.de)

# Der aktuelle KVD-Seminarkalender

## Seminare, Training und Coaching für den Service von Batz & Team

Seit über 20 Jahren trainieren wir Führungskräfte und Mitarbeiter im Service. Mit erstklassigen Referenzen sind wir einer der führenden Spezialanbieter. Für Seminare und Trainings auf höchstem Niveau zeichnet der Cheftrainer Manfred Batz persönlich verantwortlich. Im Rahmen unserer Mitgliedschaft im KVD Förderkreis bieten wir Ihnen unter anderem die folgenden Themen an:

### Die Führungskraft als Coach

Mitarbeiter fördern, entwickeln und fördern  
19. - 21. April 2010, Salzburg  
Investition: 1.590 Euro

### Der direkte Weg zum Kunden

Neukundengewinnung, Erfolgsgarantie  
14. - 15. Juni 2010, Kassel  
Investition: 1.090 Euro

### Bei Anruf Erfolg

Aktiver Telefonverkauf, Umsatzgarantie  
16. - 17. Juni 2010, Kassel  
Investition: 1.090 Euro

### Die hohe Schule der Verhandlungsführung

Kompetent argumentieren und souverän verhandeln  
28. - 29. Juni 2010, Salzburg  
Investition: 1.090 Euro

### Exklusiv und einzigartig mit umfassendem medizinischen Gesundheits-Check

H3 - Das Top Seminar für Servicemanager  
14. - 15. September 2010, Bad Lippspringe  
Investition: 1.390 Euro

### Das „beste“ Training für Ein- und Aufsteiger

Gestern Mitarbeiter - heute Führungskraft  
20. - 21. September 2010, Salzburg  
Investition: 1.090 Euro

Inhouse und nach Maß!  
Alle Themen bieten wir Ihnen auch als Inhouse-Training oder als Einzelcoaching an. Rufen Sie uns einfach an.

**Informationen & Anmeldung:**  
Batz & Team Management GmbH  
Dipl.-Kauffrau Heike Andreschak  
freecall: 0800 9321200  
eMail: kvd@batz.de  
www.batz.de

**BATZ & TEAM**  
Management GmbH

## Seminare und Lehrgänge der Kundendienst-Trainer Martin Wiesend & Partner

### Sicherheit weltweit

Vorbereitungstraining für Einsätze in Krisengebieten und kritischen Ländern.  
6. Mai 2010, Region Nürnberg/Würzburg,  
590 Euro

### Fit für globalen Service

Interkulturelles Kompetenztraining für Techniker im Auslandseinsatz  
10. - 11. Mai 2010, Region Rhein/Main, 890 Euro

### Ersatzteilverkauf und Ersatzteilberatung für den Innendienst

Ein vertriebsorientiertes Telefon-Training für den Service-Innendienst  
15. - 16. Juni 2010, Region Dortmund/Kassel, 890 Euro

### Servicetechniker-Training II: Der Servicetechniker als Chancennutzer

Ein vertriebsorientiertes Kommunikationstraining für die Praktiker vor Ort  
17. - 18. Juni 2010, Region Dortmund/Kassel, 890 Euro

### Train the Technical Trainer

Dreitäges-Seminar für systematisches Handwerkszeug und wertvolle Tipps für die effiziente Vermittlung komplexen Wissens und den Umgang mit Gruppen.  
13. - 15. September 2010, Region Dortmund/Kassel, 1.490 Euro

Inhouse-Training: Alle oben genannten Themen konzipieren wir auch als firmenspezifische Inhouse-Trainings. Mitglieder des KVD erhalten 15 Prozent Rabatt auf den Teilnahmepreis bei offenen Seminaren!

**Diese Trainings führen wir für Sie auch in bis zu 6 Sprachen weltweit als Firmentrainings durch. Näheres auf Anfrage.**

**Informationen & Anmeldung:**  
Martin Wiesend & Partner -  
Die Kundendienst-Trainer  
Jakobstraße 24, 95447 Bayreuth  
Telefon (09 21) 98 03 24  
Telefax (09 21) 97 00 23  
eMail info@kundendienst-trainer.de  
www.kundendienst-trainer.de

  
**Martin Wiesend & Partner**  
**Die Kundendienst-Trainer**

## Seminare und Lehrgänge der Personalentwicklung Holger Keck

### Mitarbeiterführung im Service

Wie führe ich Mitarbeiter, die häufig unterwegs sind? Welche Möglichkeiten habe ich, sie zu motivieren, zu kontrollieren und ihre Leistung zu erhöhen? Antworten zu diesen und vielen weiteren Fragen rund um die Rolle der Führungskraft im Service erhalten Sie in diesem Training.  
3. - 5. Mai 2010, Raum München,  
1.145 Euro

### Effektive Teams entwickeln

Was beeinflusst die Effektivität eines Teams? Der Erfolg einer Führungskraft hängt größtenteils von der Leistung ihres Teams ab. Um selbst erfolgreich zu sein, sollte eine Führungskraft also die Einflussfaktoren auf die Leistung eines Teams kennen und ganz bewusst steuern. Dabei unterstützt Sie dieses Training.  
6. - 7. Mai 2010, Raum München, 775 Euro

### Führungskraft als Coach

Als eines der effektivsten Mittel zur Mitarbeiterförderung und -qualifizierung wird Coaching eingesetzt. In diesem Training lernen Sie praxisorientierte Coaching-Methoden kennen und setzen diese direkt in Gesprächen um. Darüber hinaus erkennen Sie, unter welchen Rahmenbedingungen, in welchen Situationen und bei welchen Mitarbeitern der Einsatz von Coaching den größten Erfolg verspricht.  
10. - 11. Mai 2010, Raum München, 775 Euro

### Employer Branding

Stürmische Zeiten schaffen Unsicherheit und belasten die Leistungsfähigkeit. Was tun, um den wichtigen Mitarbeitern wieder Vertrauen zu geben, ihre Identifikation mit dem Unternehmen zu stärken und die Motivation und Leistungsfähigkeit zu erhöhen? Diesen brisanten und aktuellen Themen widmet sich dieses Seminar.  
14. Mai 2010, Raum München, 525 Euro

### Informationen & Anmeldung:

Personalentwicklung  
Holger Keck  
Am Bahnhof 3  
85293 Reichertshausen  
Telefon (0 81 37) 93 90-46,  
Telefax (0 81 37) 93 90-47  
eMail info@holger-keck.de  
www.holger-keck.de



# Der aktuelle KVD-Terminkalender

An dieser Stelle präsentiert die Redaktion der Service Today in Zukunft die wichtigen Termine der Service-Branche in der nächsten Zeit. Haben Sie auch Termine, die genannt werden sollten? Dann schicken Sie gleich Ihre Termine mit allen relevanten Daten per Mail an [redaktion@kvd.de](mailto:redaktion@kvd.de).

## MAI 2010

### 5. Mai 2010 5. Ulmer Logistiktag

Veranstalter: IHK Ulm

Ort: Ulm

Info: [www.ulmer-logistiktag.de](http://www.ulmer-logistiktag.de)

### 11. Mai 2010 KVD Service goes live

„Service mit Drive“ zu Gast bei SEW Eurodrive, einem der Marktführer der Antriebsautomatisierung

Veranstalter: KVD e.V. / SEW Eurodrive

Ort: Bruchsal

Info: [www.kvd.de](http://www.kvd.de)

### 17. Mai 2010 5. Process Solutions Day

Die Gesellschaft für Organisation lädt zur größten Tagung für BPM-Softwarelösungen ein.

Veranstalter: Gesellschaft für Organisation e.V.

Ort: Frankfurt

Info: [www.gfo-kongress.org](http://www.gfo-kongress.org)

### 18. Mai 2010 KVD Stammtisch Hannover

Veranstalter: KVD e.V.

Ort: Hannover

Info: [www.kvd.de](http://www.kvd.de)

### 25. Mai 2010 KVD Stammtisch Hamburg

Veranstalter: KVD e.V.

Ort: Hamburg

Info: [www.kvd.de](http://www.kvd.de)

## JUNI 2010

### 8.-11. Juni 2010 Automatica 2010

Die Automatica ist Treffpunkt für Hersteller und Anwender von Montage- und Handhabungstechnik, Robotik sowie industrieller Bildverarbeitung.

Veranstalter: Neue Messe München

Ort: München

Info: [www.automatica-munich.com](http://www.automatica-munich.com)

### 10. Juni 2010 KVD Stammtisch Karlsruhe / Stuttgart

Veranstalter: KVD e.V.

Ort: Stuttgart

Info: [www.kvd.de](http://www.kvd.de)

### 10. Juni 2010 VDMA-Informationstag Lagertechnik

Hersteller und Planer von Lagern, Logistikzentren und deren Komponenten informieren sich über Neuerungen in der Lagertechnik.

Veranstalter: Maschinenbau-Institut GmbH

Ort: Frankfurt

Info: [www.vdma-e-market.com](http://www.vdma-e-market.com)

### 14.-16. Juni 2010 17. Aachener ERP-Tage

Veranstalter: Forschungsinstitut für Rationalisierung e.V.

Ort: Aachen

Info: [www.erp-tage.de](http://www.erp-tage.de)

### 17. Juni 2010 ServiceDay

Veranstalter: Samhammer AG

Ort: Weiden

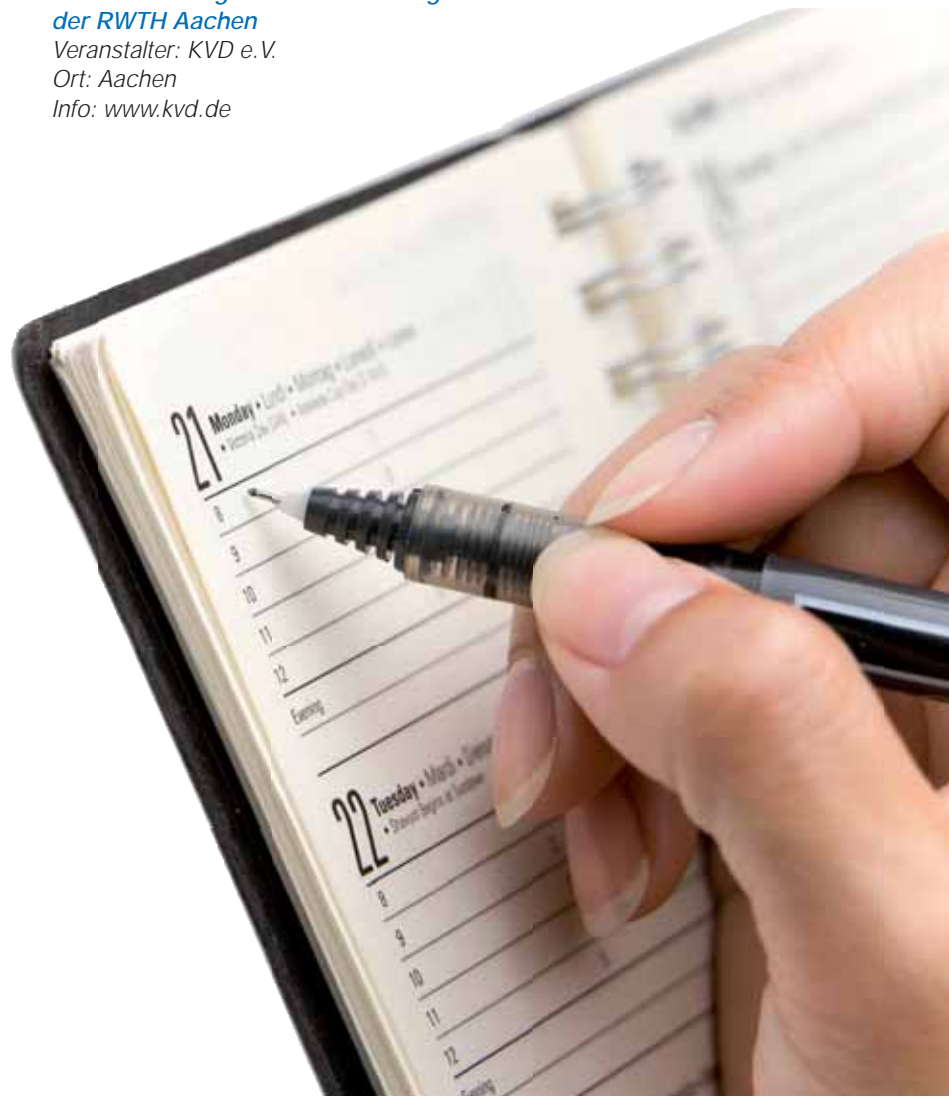
Info: [www.samhammer.de](http://www.samhammer.de)

### 22.- 23. Juni 2010 KVD Service goes live SPEZIAL & Mitgliederversammlung 2010 an der RWTH Aachen

Veranstalter: KVD e.V.

Ort: Aachen

Info: [www.kvd.de](http://www.kvd.de)



Starke Partner  
für einen  
starken Verband:

## Der KVD- Förderkreis.

Werden auch Sie Förderkreis-  
Mitglied — 7 starke Gründe für  
Ihre Entscheidung:

- nutzen Sie den einzigartigen  
Marktplatz im „who is who“ des  
Service
- werden Sie Aussteller auf der  
Service-World, der internationa-  
len Messe für Kundendienst und  
Service
- nehmen Sie am Service-Con-  
gress teil, dem Highlight für  
Insider im Service
- zeigen Sie ständige Präsenz in  
der Service-Today, dem Fachma-  
gazin für den Service
- vernetzen Sie sich persönlich  
mit den Führungskräften aus  
Kundendienst, Service, Logistik  
und Instandhaltung
- nutzen Sie die attraktiven Wer-  
bemöglichkeiten auf den KVD-  
Events, in den Printmedien und  
Internetseiten
- profitieren Sie von der Exklusiv-  
ität einer Förderkreis-Mitglied-  
schaft

Alle Infos in der Geschäftsstelle:  
Kundendienst-Verband Deutschland e.V.  
Pliesterbecker Straße 165  
46284 Dorsten  
geschaeftsstelle@kvd.de | www.kvd.de  
Telefon (02362) 98 73-0  
Telefax (02362) 98 73-98

**TECHNIK**  
**service 24**  
repair • parts • solutions

Gold-Zack-Straße 7-9  
40822 Mettmann

Telefon (0 21 04) 260-0  
Telefax (0 21 04) 260-100

Wir verbinden  
Technik  
Et Logistik

**TOP**  
Mehrwert Logistik

TOP Mehrwert-Logistik GmbH & Co. KG  
Wendenstraße 294  
20537 Hamburg  
Tel. (040) 254 000-0  
top-info@top-mehrwert-logistik.de  
www.top-mehrwert-logistik.de

**MW**  
Martin Wiesend & Partner  
Die Kundendienst-Trainer

Jakobstraße 24  
95447 Bayreuth  
www.kundendienst-trainer.de

Telefon (09 21) 98 03 24  
Telefax (09 21) 97 00 23  
Mobil (01 71) 7 92 74 75  
eMail info@kundendienst-trainer.de

**Profectis**  
Technischer Kundendienst

Profectis GmbH

Duisburger Straße 57  
90541 Nürnberg  
www.profectis.de

Telefon (09 11) 142-89 04  
Telefax (09 11) 142-88 25

**GO!**  
EXPRESS & LOGISTICS

GO! General Overnight Service (Deutschland) GmbH  
Willy-Brandt-Allee 20 • 53113 Bonn  
helmut.schwertler@general-overnight.com  
http://www.general-overnight.com

**mobile**  
simply mobile

Rottmannstraße 11  
80333 München  
www.mobilexag.de

Telefon (089) 54 24 33-0  
Telefax (089) 54 24 33-55  
eMail info@mobilexag.de

**BATZ & TEAM**  
Management GmbH

Analyse und Beratung  
Training und Coaching

Führung und Gesundheit  
Strategien und Instrumente

BATZ & TEAM MANAGEMENT GMBH  
Schweitzerstraße 8 · D-33129 Delbrück  
www.ma-austria.at · www.batz.de  
freecall 0800 9321200

**Panasonic**  
**TOUGHBOOK**

Hagenauer Straße 43  
65203 Wiesbaden  
www.toughbook.eu

Tel. 0800-TOUGHBOOK  
Fax 0611-235-371  
kvd@toughbook.eu

**BISSANTZ**

Bissantz & Company GmbH  
Nordring 98  
D-90409 Nürnberg

Tel. +49 911 935536 0  
Fax +49 911 935536 10  
service@bissantz.de  
www.bissantz.de

**T**

Telekom Deutschland GmbH  
Postfach 300463 • 53184 Bonn  
Tel. 02 28/936-32720  
http://www.telekom.de/business

**PARAT**

SCHÖNENBACH GMBH + CO.KG

An der Hasenjagd 7  
42897 Remscheid  
www.parat.de

Telefon (0 21 91) 911-0  
Telefax (0 21 91) 911-125  
info@parat.de

PERSONALENTWICKLUNG  
HOLGER KECK

Am Bahnhof 3  
85293 Reichertshausen  
www.holger-keck.de

Telefon (0 81 37) 93 90-46  
Telefax (0 81 37) 93 90-47  
eMail info@holger-keck.de



# Die aktuellen KVD-Förderkreismitglieder



Quick. Smart. Easy.

Europaplatz 1  
44269 Dortmund  
www.epocket-handyman.de

Telefon (0231) 22 24 56 9-0  
Telefax (0231) 22 24 563 9-20  
eMail info@epocket-handyman.de

Mehrwert im Kundendialog  die Mehrwertmacher

**Service-Rufnummern** dtms – Deutsche Telefon- und Marketing Services GmbH  
Isaac-Fulda-Allee 5  
55124 Mainz  
Fon: 0180 30 70 38-00\*  
Fax: 0180 30 70 39-00\*  
info@dtms.de | www.dtms.de  
\*0,09 €/Min. aus dem dt. Festnetz, ggf. abweichende Preise aus dem Mobilfunk

**Mehrwert-Lösungen**

**Mobil-Lösungen**

**Service-Portal**



Maximilianallee 4  
04129 Leipzig  
www.tomtomwork.com

Telefon (03 41) 24 49 50  
Telefax (03 41) 2 44 95 25  
eMail sales.de@tomtomwork.com



mobile IT Service  
Systeme und Lösungen für mobile IT

mobile IT Service GmbH

Beckedorfer Bogen 15  
21218 Seevetal  
www.mitservice.net

Telefon (0 41 05) 598 77 59  
Telefax (0 41 05) 598 77 99  
eMail info@mitservice.net



EURO LOG  
THE INTEGRATION COMPANY FOR LOGISTICS

Euro Log AG  
Herr Alexander Klein  
Am Soldnermoos 17  
85399 Hallbergmoos – München

Tel. +49 811 9595 – 103  
Fax +49 811 9595 – 199  
E-Mail: alexander.klein@eurolog.com



ASS.TEC GmbH

Eichendorffstraße 33  
78054 VS-Schwenningen  
www.asstec.com

Telefon (0 77 20) 840-140  
Telefax (0 77 20) 840-139  
eMail consulting@asstec.com



Empolis  
an ottensmij group company

Empolis GmbH

Europaallee 10  
67657 Kaiserslautern  
www.empolis.de

Telefon (06 31) 30 35 50-0  
Telefax (06 31) 30 35 50-7  
eMail info@empolis.com



WESENDORF  
STANDARD SOFTWARE  
BERATUNG UND SOFTWAREENTWICKLUNG FÜR SAP  
SAP-Partner (SAP 1)



arvato digital services  
BERTELSMANN  
Arvato distribution GmbH

Ringstraße 16-20  
33378 Rheda-Wiedenbrück  
www.arvatodigitalservices.com

Telefon (0 52 42) 91-7501  
Telefax (0 52 42) 91-67501  
kristina.huesken@bertelsmann.de



SAMHAMMER AG  
E-Business Call Center Logistik


- Vertrieb & Vermarktung
- ServiceLines
- Logistik & Fulfillment
- Helpdesk Software
- Service Software
- Ersatzteile Katalog

in 14 Sprachen – schnell – einfach – preisoptimal  
www.samhammer.de



IMG | STRATEGY PROCESSES SYSTEMS  
CONSULTING SERVICES OF S&T

The Information Management Group  
IMG GmbH  
Isartorplatz 1  
D - 80331 München  
Telefon +49 +89 237 09 0  
E-Mail img.d@img.com



SAP Deutschland AG & Co. KG  
Hasso-Plattner-Ring 7  
69190 Walldorf

Telefon (06227) 74 51 98  
www.sap.com  
eMail stefan.holland@sap.com



ClickSoftware  
Making Service Click  
Central Europe GmbH

Hanauer Landstraße 293 B  
60314 Frankfurt am Main  
www.clicksoftware.com

Telefon (069) 48 98 13-0  
Telefax (069) 48 98 13-99  
eMail info@clicksoftware.com



itec systems AG

tec systems AG  
völklinger str. 4  
40219 Düsseldorf

Service Desk  
IT Service Management  
IT Outsourcing  
Customer Care  
ICT Technology  
IT Hosting

fon +49 211 311 189 0  
mail info@tec-ag.com  
web http://www.tec.ag

## Neue Mitglieder im KVD

---

Dipl.-Ing. Toni Meidl  
August Brötje GmbH

Uwe Woeffen  
Ludger Wienströer  
Eduard Keller  
GEA Westfalia Separator Deutschland GmbH

Markus Winkler  
BHS Corrugated Maschinen- und Anlagenbau  
GmbH

Dr. Dieter Neumann  
Acteos GmbH & Co. KG

Ing. Harald Gschiel  
ZTE Sweden AB Branch ZTE Austria

Sabine Kuroпка  
communica! GmbH business dialogue

Dipl.-Ing. Walter Schultes  
Liebherr Mischtechnik GmbH

Holger Brehm  
TechnikService 24 GmbH & Co. KG

Dipl.-Ing. Michael Kliem  
dtms GmbH

Stephan Gürtler  
CeWe Color AG & Co. OHG

Rainer Krauter  
Scheuerle Fahrzeugfabrik GmbH

Michael Gerber  
Martin Meinersmann  
Reiner Jagla  
BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH

Michael Pavlovic  
Actricity Deutschland GmbH

Rainer Emmerich  
Zutra Speditionsges. mbH

Ketil Johnsen  
Software Data SPC GmbH

Thomas Kolbe  
Kolbe Konferenz- und Eventtechnik GmbH & Co.  
KG

Bernd Broksch  
Siemens AG IT Solutions and Services

Marko Petack  
Pentax Europe GmbH Life Care Service

Günter Poetzsch  
Patrick Dziendzielski  
Bernd Roll  
DHL Supply Chain Central Europe DHL Solutions  
GmbH

Frank Tuminski  
Aichelin Service GmbH

Knut Krummnacker  
Christian Luelf  
itec systems AG

Oliver Klees  
LTi DRIVES GmbH

Ludger Strom  
go fast forward gmbh

Reinhard Sperling  
Bauknecht Hausgeräte GmbH

Reinhard Lucht  
Océ Deutschland GmbH

Michael Blesenkemper-Klar  
Harald Grünert  
Software Data SPC GmbH

Raimund Matzinger  
IOP EDV Service GmbH

Dieter Schwendtner  
KEBA AG

Josef Wansch  
Friedrich Berger Ges.m.b.H & Co. KG

Reiner Wilms  
SYSMEX Deutschland GmbH

Werner Morio  
Thermo Fisher Scientific

Dr. Uwe Hantke  
BRAHMS Aktiengesellschaft

*Herzlich willkommen!*

# Billig-Reparaturen sind nicht preiswert

## Machen Sie den Test

*Immer wieder glauben Staplerbetreiber, sie würden viel Geld sparen, wenn sie die Instandsetzung ihrer Fahrzeuge an Billig-Anbieter vergeben. Die Verantwortlichen lassen sich von günstigen Stundenlöhnen blenden, vergessen dabei aber versteckte Mehrkosten durch langwierige Fehlersuche, längere Reparaturzeiten und unnötige Fahrten von Dienstleistern, die keine Profis sind. In der Summe sparen sie also nicht, sondern legen drauf. Machen Sie den Test und vergleichen Sie einen No-Name-Service mit dem Suffel Kundendienst.*

### Wichtige Kriterien für die Auswahl Ihres Servicepartners:

- Verfügt der **Dienstleister über 160 Servicetechniker vor Ort** und kann jederzeit, schnell und auf kurzem Wege einen Techniker zu Ihnen schicken?
  - Hat der Kundendienst **modernste Diagnosewerkzeuge zur Fehlersuche** an Bord, um das Problem schnell zu orten und sofort mit der Reparatur zu beginnen? Zeit kostet schließlich Geld.
  - Sind Sie sicher, dass der Billig-Anbieter, der für mehrere Hersteller arbeitet, genügend Ausrüstung für Linde Stapler im Wagen dabei hat? Oder muss er wiederholt in die Werkstatt fahren? Wir bei Suffel verzetteln uns nicht: Unsere Servicetechniker führen **ausschließlich Spezialwerkzeuge im Wert von über 9.000 €** mit.
  - **Repariert** der No-Name-Service auch in 86 von 100 Fällen bereits **beim ersten Mal**, weil er mit einem Ersatzteilesortiment im Wert von rund 10.000 € ausgerüstet ist? Das heißt: Anruf – Fehlersuche – Reparatur – fertig!
  - Kann der Wettbewerber – wie wir bei Suffel – auf ein Lasttaxi zurückgreifen, das in Notfällen **innerhalb von zwei Stunden** das benötigte Ersatzteil liefert? Oder steht Ihr Gerät längere Zeit still?
  - Können Sie auch davon ausgehen, dass im Zentrallager **94 % aller Linde Ersatzteile vorrätig** sind, oder müssen Sie mit längeren Lieferzeiten und Stapler-Ausfall rechnen?
  - Kann der Dienstleister bestellte, aber nicht benötigte **Ersatzteile kostenlos zurückgeben**, oder ist er angehalten, sie auf jeden Fall einzubauen?
  - Garantiert Ihnen der nicht autorisierte Dienstleister, dass Ihr **Gerät immer verfügbar** ist oder Sie bei Bedarf innerhalb eines Tages ein Mietfahrzeug erhalten?
  - Sind Sie sicher, dass keine Billig-Nachbauteile mit Minderqualität verwendet werden, sondern nur vom Hersteller freigegebene **Original-Ersatzteile**? Letztendlich haben Sie die Verantwortung!
  - Führt der Kundendienst auch exakt Buch über die durchgeführten Instandhaltungsarbeiten? Suffel liefert Ihnen **auf Knopfdruck alle wichtigen Informationen über das Leben Ihres Fahrzeugs**. Mit uns können Sie jederzeit ein Auge auf die Wirtschaftlichkeit des von uns betreuten Fahrzeuges werfen. Bei Anruf: Auskunft!
- Prüfen Sie das Preis-Leistungsverhältnis sehr genau und denken Sie an versteckte Kosten. Billig ist oftmals teurer als gedacht.**
- Wir von Suffel sind jedenfalls unseren Preis wert.**

S  
E  
R  
V  
I  
C  
E  
\*  
S  
E  
R  
V  
I  
C  
E



Verwandeln Sie Ihre  
Dienstleistungs-  
organisation in ein

# Echtzeit- Dienstleistungs- Unternehmen

mit den Vorteilen  
von ClickMobile

## Jetzt durchstarten!

Für weit über 150 Kunden maximieren unsere Field Service-Optimierungslösungen die Produktivität der Mitarbeiter, erhöhen die Kundenzufriedenheit und tragen gleichzeitig entscheidend zur Reduzierung der Kosten bei. Das einzigartige Lösungsportfolio von ClickSoftware bietet Unternehmen jeder Größe nachhaltigen Mehrwert.

**Jetzt durchstarten:** Werden Sie zu einem Echtzeit-Dienstleistungsunternehmen: Sie treffen Entscheidungen in Echtzeit, verarbeiten aktuelle Daten wie Arbeitsauslastung und neue Aufträge in Echtzeit und sind somit immer optimal unterwegs.

**Jetzt durchstarten:** Stellen Sie sicher, dass Ihr Dienstleistungsunternehmen auch Morgen Ihren Vorstellungen entsprechend arbeitet. Flexible Definitionen Ihrer Richtlinien und Prioritäten, bewährte Integration in andere Enterprise Systeme, sowie Berichte (in Echtzeit und analytisch) über die tatsächliche Auftragsausführung, ermöglichen Ihnen nachzuvollziehen inwiefern Realität und Planung übereinstimmen.

Planungssicherheit durch Wissen: Die Produkte und der Service von ClickSoftware versorgen Sie mit realistischen Einschätzungen sowie durchführbaren Alternativvorschlägen.

**Starten Sie jetzt durch....  
mit ClickSoftware**  
[www.clicksoftware.com](http://www.clicksoftware.com)

### Mit uns starten Sie durch - was unsere Kunden sagen:

*"ClickSoftware ermöglicht eine zusätzliche Effizienzsteigerung im Servicemanagement unseres Kunden. Dies gilt insbesondere für Serviceanfragen und die Zeitplanung sowie Entsendung von Servicetechnikern.*

*Darüber hinaus erhöht die Möglichkeit verbindlicher Terminzusagen die Zufriedenheit der Servicekunden, so dass die Abnehmer unserer Lösung von langfristiger Kundentreue profitieren." – Herr Bernd-Otto Schirrmann, Vice President, Bosch Communication Center*

**Gerne besprechen wir Ihre  
Anforderungen persönlich**

**+49 (0)69 489813 0**

**Für weitere Informationen besuchen  
Sie unsere Website**

**[www.clicksoftware.de](http://www.clicksoftware.de)**

**ClickSoftware**  
Making Service Click