

GASTBEITRAG

Serviceprodukte entwickeln

Der Service wird in manchen Unternehmen noch immer unterschätzt – zu Unrecht. Denn oft steuern die Produkte und Dienstleistungen auf Dauer in der Summe mehr zum Ertrag bei als der einmalige Verkauf einer Maschine oder Anlage. Zudem bietet das Arbeitsfeld Service Engineering attraktive Job- und Verdienstaussichten.

Klassisch umfasst Service im Maschinenbau die Bereiche Ersatzteile und Einsatzzeiten von Service-Fachleuten. Dazu kommt die Kombination aus beiden Bereichen, wie wir sie bei einer Generalüberholung oder einem Umbau sehen. Die Digitalisierung führt dazu, dass sich Produkt und Service vermischen und neue Geschäftsmodelle entstehen. Schlagworte sind Pay-per-Use, Predictive Maintenance oder der Einsatz von Augmented Reality, mit dem Reisen für den Service oft nicht mehr nötig sind.

Schon heute erwirtschaften VDMA-Mitgliedsunternehmen 20 Prozent ihrer Umsätze und 80 Prozent ihrer Gewinne mit Dienstleistungen. Allerdings wird in der Maschinenbauindustrie noch immer stark in Maschinen und Anlagen gedacht. Dass der Service oft nicht auf dem Radar erscheint, hat nach meiner Erfahrung drei Gründe.

Zunächst ist Service in vielen Firmen nicht sichtbar. Die Mitarbeitenden sind bei der Kundschaft oder in Tochtergesellschaften angestellt. Hinzu kommt, dass der Service immer wieder als selbstverständlich hingenommen wird. „Den Umsatz habe ich sicher, dafür muss ich nichts tun“, lautet da ein Irrglaube. Und schließlich gilt Service als wenig attraktiv. Das liegt auch daran, dass es sich bei

Aufträgen oft um kleinere Beträge handelt: hier zehn Service-Einsatz-Stunden, da eine Nachschulung oder ein neuer Dichtungsring. Wenn jemand eine neue Maschine für eine Million Euro verkauft, klingt das zunächst viel besser.

„Unsere Absolventinnen und Absolventen haben in der Regel drei bis fünf Job-Angebote.“

Um meinen Studierenden das Gewicht von Service zu verdeutlichen, lasse ich sie zunächst faustgroße Kieselsteine in eine Box füllen. Dann lasse ich die Box mit Sand auffüllen und alles wiegen. Das Ergebnis: Das Gewicht des Sandes ist viel höher als das der großen Steine.

Ich bin davon überzeugt, dass der Maschinen- und Anlagenbau mehr Energie auf die Entwicklung von Serviceprodukten legen muss. Wer dies tun will,

muss dabei mit einem Kundenbedarf anfangen. Außerdem muss das Management solche Entwicklungen unterstützen. Und schließlich hilft es, sich Hochschulen oder andere Spezialisten als Kooperationspartner zu suchen. Um anzufangen, muss ein Unternehmen nicht alles selbst wissen.

80 %

ihrer Gewinne erwirtschaften erfolgreiche Maschinen- und Anlagenbauer bereits heute mit Dienstleistungen.

Im Studiengang Service Engineering, den es auch an den Hochschulen in Bielefeld, Mannheim und Furtwangen gibt, lernen die Studierenden, wie sie Serviceprodukte entwickeln, das operative Servicegeschäft leiten und Angestellte in der Service-Technik führen. Digitale Geschäftsmodelle stehen ebenso auf dem Lehrplan wie die Preisgestaltung bei Ersatzteilen. Dabei räumen wir auch das Vorurteil aus, dass eine Beschäftigung im Service nicht attraktiv ist: Die Arbeit ist ausgesprochen abwechslungsreich und bietet zudem gute Job- und Verdienstaussichten. Unsere Absolventinnen und Absolventen haben in der Regel drei bis fünf Job-Angebote. ▀

ZUR PERSON



Prof. Dr. Dirk Stegelmeier
lehrt an der Frankfurt University of Applied Sciences und leitet dort den Studiengang Service Engineering (Wirtschaftsingenieur Service).