

MEHRWERT SCHAFFEN IM MASCHINENBAU -TROTZ LIEFERENGPÄSSE?

Das Zusammenspiel von Service und
Vertrieb in Zeiten globaler Krisen

Ein Whitepaper von:

 **PETER KUHLE**
INTERIM MANAGER





Wer Service und Vertrieb enger miteinander verknüpft, öffnet sich trotz Lieferengpässen neue Absatzkanäle

MASCHINENBAU – IN KRISEN KREATIV

Strukturwandel, geopolitische Krisen, steigende Energiekosten, Personalmangel, Lieferengpässe: Obwohl die Auftragsbücher des deutschen Maschinenbaus weiterhin voll sind, machen sich die globalen Lieferengpässe im Produktionsvolumen bemerkbar.

Und das hat wiederum Auswirkungen auf den Vertrieb, der weniger Maschinen absetzen kann. Mit kreativen Lösungswegen versuchen die Maschinenbauer, ihren Lieferkettenproblemen zu begegnen.

So ziehen zum Beispiel einige Verantwortliche Multi-Sourcing und eine schrittweise Deglobalisierung der Lieferkette in Betracht. Die Idee dahinter: Wenn es mehrere Lieferanten aus unterschiedlichen Regionen gibt, können potenzielle Engpässe leichter abgefangen und umgeschichtet werden.

Für geringe Stückzahlen nutzen manche Unternehmen auch die additive Fertigung, um Komponenten direkt vor Ort herzustellen. Ebenfalls wird vielerorts über die Renaissance des vollen Lagers diskutiert, wobei die Einrichtung voller Pufferlager entlang der Supply Chain wohl eher eine temporäre Lösung ist. Kürzere Lieferzeiten und Multi-Sourcing sind langfristig die nachhaltigere Lösung.

DIE ABTEILUNGEN RÜCKEN ENGER ZUSAMMEN

Was all diese Ansätze gemeinsam haben: Die Abteilungen müssen enger zusammenrücken und stärker miteinander kooperieren. Wenn Einkauf, Entwicklung, Produktion, Service und Vertrieb enger verbunden sind, kann der Maschinenbauer agiler und flexibler auf Änderungen reagieren.

So steht der Einkauf in engem Kontakt mit Lieferanten, identifiziert Engpässe und erschließt zusätzliche Bezugsquellen. Die Forschung und Entwicklung qualifiziert alternative Bauteile und Materialien, die Produktionstechnik steuert den Einsatz von Bauteilen, die Produktion passt ihre Prozesse flexibel an und arbeitet bei hoher Bauteilverfügbarkeit kurzzeitig auch in zusätzlichen Schichten. Vertriebsmitarbeiter und Servicetechniker halten den Kontakt zur Kundenseite – und informieren über aktuelle Entwicklungen sowie mögliche digitale Servicelösungen.

SERVICE UND VERTRIEB IM TANDEM

Wer Service und Vertrieb enger miteinander verknüpft, öffnet sich trotz Lieferengpässen neue Absatzkanäle. Und hier schlummern in vielen Unternehmen noch große Potenziale.

Zunächst hängen viele Services nicht von der Lieferkette ab, sie können in der Regel immer angeboten werden. Verkäufe von Zusatz-Services sorgen für ein Umschichten der Ausgaben beim Kundenunternehmen.

Anstatt durch eine neue Maschine eine große Kapitalausgabe (CapEx) zu tätigen, schließen Kunden Serviceverträge mit Laufzeiten ab, die unter geringere Betriebskosten (OpEx) fallen. Das sorgt für finanzielle Planungssicherheit auf der Kundenseite – und verbessert deren Produktivität.

Und genau darum geht es: Wer aufgrund von Engpässen seine Maschinen nicht ausliefern kann, sollte die Laufzeiten der Maschinen beim Kunden maximieren – und den Stillstand minimieren. So kann die Kundenseite auch ohne eine neue Maschine ihren Output vergrößern.

SERVICE-STUFEN: PHYSISCH. REMOTE. DIGITAL. SMART.

Es gibt unterschiedliche Servicestufen, die auch miteinander verbunden werden können.

Die erste Stufe ist ein physischer Service: Ein Servicetechniker kommt zum Kunden, um Komponenten zu warten oder Zusatzmodule zu installieren. Die Komponenten-Wartung kann auch remote stattfinden (Service-Stufe 2): Über eine Datenbrille mit Kamera sieht der Servicetechniker die Maschine beim Kunden – und leitet einen Mitarbeiter aus dem Kundenunternehmen an, die Wartung selbst durchzuführen.

Remote-Wartung ist trotz Engpässe möglich. Wenn es um den Ersatzteileinbau geht, kann es allerdings schwierig werden, da momentan oftmals Ersatzteile fehlen. Und so rücken digitale und smarte Servicelösungen zunehmend in den Fokus. Mithilfe von Condition Monitoring (Service-Stufe 3) kann die Kundenseite den Zustand der Maschine und einzelner Teile kontinuierlich erfassen und analysieren: Temperatur, Schwingungen, Bewegungsabläufe etc. Sobald sich eine der physikalischen Messgrößen verändert, sendet der Sensor eine Warnung auf einen Monitor. Damit erhält der Anwender eine höhere Transparenz, mehr Sicherheit über den Maschinenzustand und eine verstärkte Produktionseffizienz.

MASCHINENBAUER WERDEN ZU SMART-SOLUTIONS-PROVIDERN

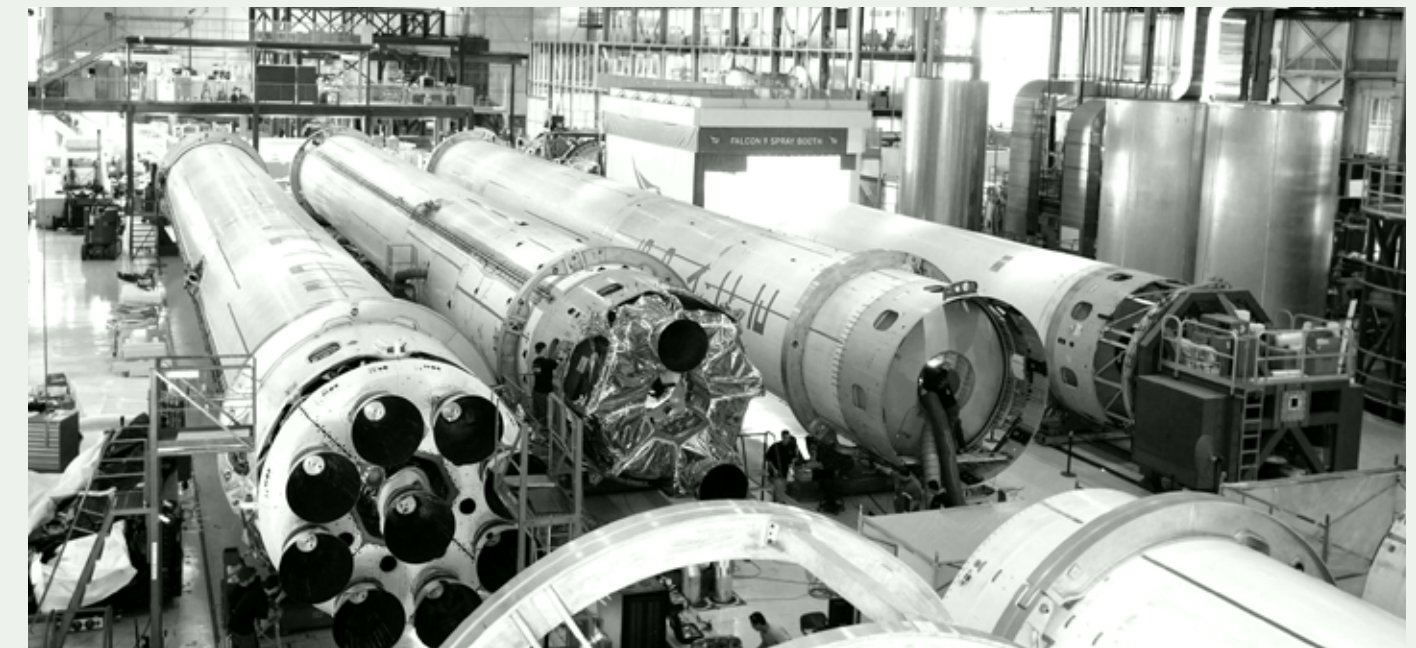
Ein weiterer Schritt sind Services wie Predictive und Prescriptive Maintenance (Service-Stufe 4). Vor allem Prescriptive Maintenance ist ein Schritt, der den Service auf die nächste Stufe hebt. Schon Predictive Maintenance (deutsch: vorausschauende Wartung) ist ein Service, den Unternehmen als digitales Geschäftsmodell nutzen können:

Maschinen und Geräte liefern kontinuierlich Daten, die von intelligenten Algorithmen ausgewertet werden. Sobald eine Maschine erste Zeichen von Verschleißerscheinungen aufweist, sendet der Algorithmus eine Meldung an die zuständigen Servicetechniker, die die Maschine dann warten. Hier wird also Condition Monitoring mit einer direkten Wartungsleistung verbunden. Der Maschinenbetreiber verhindert Ausfallzeiten und erhöht seine Produktivität.

Während bei Predictive Maintenance noch ein Servicetechniker die Wartung übernimmt, repariert sich bei Prescriptive Maintenance die Maschine fast von selbst: Mithilfe von Data Mining, Predictive Analytics und Machine Learning entwickelt die Maschine oder die gesamte Fabrik Lösungsansätze, wann sie an welcher Stelle gewartet, repariert und optimiert werden sollte. Hier zeigt sich, welchen Mehrwert eine engere Zusammenarbeit von Service und Vertrieb gemeinsam bieten kann:

Maschinenbauer werden zunehmend zu Smart-Solutions-Providern mit Absatzkanälen neben der klassischen Supply Chain. Der Service minimiert oder verhindert auf der Kundenseite die Ausfallzeiten der Maschinen. Damit werden Servicelösungen zum eigenständigen Geschäftsmodell, denn: Vertrieb wird nicht allein an verkauften Maschinen gemessen, sondern auch an verkauften Serviceleistungen. Der Mehrwert für die Kunden direkt sichtbar: in längeren Laufzeiten, geringerem Stillstand – und dementsprechend höherer Produktivität. Eine Win-win-Situation für die Anbieter- und die Kundenseite.

Servicelösungen minimieren die Ausfallzeiten von Maschinen – und werden somit zum eigenständigen Geschäftsmodell.





In enger Zusammenarbeit können Service und Vertrieb echten Mehrwert liefern. Auch in Krisen. Ich unterstütze Sie, Ihren Vertrieb durch passende Servicelösungen zu stärken.

HOLEN SIE SICH SERVICE- UND VERTRIEBSEXPERTISE INS HAUS

Peter Kuhle ist ein erfahrener Executive Interim Manager und Senior Advisor. Sein Erfahrungswissen und seine Herangehensweisen sind ein Mindset, eine klare Haltung. Wenn Sie aufgrund der aktuellen Engpässe neue Absatzkanäle aufbauen und mit effizienten Geschäftsmodellen nachhaltigen Erfolg erzielen möchten, dann ist Peter Kuhle genau der Richtige. Profitieren Sie von seiner Expertise in Field Service & Sales, Operating Model sowie Transformation & Effizienz.

pK Peter Kuhle Interim Manager & Senior Advisor

Im Gier 34
53604 Bad Honnef
Deutschland

info@peterkuhle.com
www.peterkuhle.com
+49 (0) 151 5858 0808

IMPRESSUM

Medieninhaber & Herausgeber:

pK Peter Kuhle
Interim Manager & Senior Advisor
Im Gier 34
53604 Bad Honnef
Deutschland
info@peterkuhle.com
www.peterkuhle.com
+49 (0) 151 5858 0808

Redaktion und Konzept:

Benjamin Wulff
PR-Konzepte für Consultants
benjamin@wulff-pr.com
www.wulff-pr.com
+49 (30) 555 739 55

Design und künstlerische Leitung:

Rafael Fagulha
info@creativemules.com
www.creativemules.com
+49 162 694 6916

Rechtlicher Hinweis:

© 2022/2023 Peter Kuhle. Alle Rechte vorbehalten. Diese Publikation darf – auch auszugsweise – nicht ohne schriftliche Zustimmung des Autors oder Herausgebers kopiert oder anderweitig vervielfacht werden.

Bildnachweis:

S. 1 unsplash.com/@chuttersnap (Cover)
S. 2,3,6 pixabay.com/users/valdasmiskinis
S. 5 pexels.com/@pixabay/
S. 6 Detlef Szillat (Peter Kuhle)
S. 7 unsplash.com/@chuttersnap



Haftungsausschluss:

Die Herausgeber, Autoren und Medieninhaber übernehmen keinerlei Gewähr für die Aktualität, Korrektheit, Vollständigkeit oder Qualität der bereitgestellten Informationen. Haftungsansprüche gegen die Herausgeber, Autoren und Medieninhaber, welche sich auf Schäden materieller oder ideeller Art beziehen, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen, bzw. durch die Nutzung fehlerhafter und unvollständiger Informationen verursacht wurden, sind grundsätzlich ausgeschlossen, sofern kein nachweislich vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verschulden vorliegt. Alle Inhalte sind freibleibend und unverbindlich. Die Herausgeber, Autoren und Medieninhaber behalten es sich ausdrücklich vor, Teile der Seiten oder die gesamte Publikation ohne gesonderte Ankündigung zu verändern, zu ergänzen, zu löschen oder die Veröffentlichung zeitweise oder endgültig einzustellen. Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle der in dieser Publikation vermerkten Links, übernehmen die Herausgeber, Autoren und Medieninhaber keine Haftung für die Inhalte dieser Links. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.

