

2023

Service Pulsecheck

Markteinblicke aus OWL

Einleitung

Im heutigen Markt reicht ein herausragendes Produkt allein nicht mehr aus, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Auch die wirtschaftliche Bedeutung von Service- und Ersatzteilumsätzen im Maschinenbau wächst kontinuierlich. Doch der Service Auf- und Ausbau ist keine leichte Aufgabe. Denn der Maschinenbau steht vor Herausforderungen wie dem Fachkräftemangel, fragilen Lieferketten und steigendem Kostendruck.

Angesichts dessen ist es an der Zeit, den Service und After-Sales im Maschinenbau genauer zu betrachten.

Das Ziel der Autoren von OWL Maschinenbau, Synctive und der Strategieberatung KAUFMANN/LANGHANS ist es, einen umfassenden Überblick über den aktuellen Stand des Service im Maschinenbau in dieser Region zu schaffen. Im Fokus dieses Pulsechecks steht die Region Ostwestfalen-Lippe, die nicht nur durch ihre schöne Landschaft und charmante Städte beeindruckt, sondern auch als bedeutender Standort für den Maschinenbau bekannt ist.

OWL ist für seine Innovationskraft und technologische Expertise bekannt. Das hier ansässige Netzwerk aus Unternehmen, Forschungsinstituten und Bildungseinrichtungen bildet eine solide Basis für die Weiterentwicklung der Branche.

Geschäftsführer und Serviceverantwortliche aus OWL haben in Interviews ihren Blick auf die Branche geteilt. Zusätzlich wurden praxisorientierte Informationen für die Region mittels einer quantitativen Umfrage mit 20 Unternehmen erhoben.

Der Bericht verzichtet bewusst auf wissenschaftliche Abhandlungen, um stattdessen konkrete Erkenntnisse zu liefern. Diese sollen Ihnen dabei helfen, Inspirationen für Ihr Servicegeschäft zu sammeln.

Executive Summary

Die Zukunft des Maschinenbaus in OWL ist untrennbar mit der Weiterentwicklung und Optimierung von Serviceleistungen verbunden. Während sich die Wettbewerbslandschaft stetig verändert, bleibt der Service ein verlässlicher Weg, um herauszustechen, Kunden zu binden und Umsatz zu generieren. Dieser Pulsecheck verdeutlicht, dass im Maschinenbau in OWL diejenigen, die den Service in den Fokus rücken, die Weichen für langfristigen Erfolg stellen.

Im Folgenden sind die Erkenntnisse aus diesem Pulsecheck kurz zusammengefasst:

Vom Gelegenheitsdienst zur Grundpfeilerstrategie

Es ist ermutigend, dass Hersteller nun den strategischen Wert von Serviceleistungen erkennen. Von Instandhaltung bis hin zu begrenzten digitalen Angeboten – Unternehmen setzen vermehrt auf Service als Differenzierungsfaktor.

Der menschliche Faktor

Die Mehrheit der Hersteller setzt auf eigene Servicetechniker, die die Maschinen beim Kunden in Stand halten. Die fortschreitende Digitalisierung ermöglicht Unternehmen jedoch, die begrenzte und kostbare Ressource Mensch effizienter zu nutzen.

Ein Weckruf für Garantie-orientierte Unternehmen

Unternehmen, die sich auf bloße Garantien beschränken, laufen Gefahr, den Wandel zu verschlafen. Ein servicezentriertes Mindset ist der Schlüssel, um sich von der Konkurrenz abzuheben.

Umsatzsteigerung

Hersteller erwarten einen Anstieg der Umsätze im Servicebereich. Investitionen in Service zahlen sich aus.

Von der Theorie in die Praxis

Gute Gründe für herausragenden Service gibt es viele – das steht außer Frage. Unternehmen müssen jedoch über theoretische Überlegungen hinausgehen, um den vollen Nutzen zu ernten.

Fachkräftemangel

Die größte Herausforderung in der Umsetzung ist der Mangel an qualifizierten Fachkräften. Ohne sie gerät selbst die beste Service-Vision ins Stocken.

Der Blick in die Glaskugel

Hersteller haben zwar erkannt, wie wichtig Service ist, verfügen jedoch oft nicht über einen ganzheitlichen Überblick über die individuellen Kundenbedürfnisse in diesem Bereich.

Datenmangel

Der Mangel an Daten behindert die Hersteller bei der Feinabstimmung ihrer Serviceprozesse. Ohne klare Einblicke wird die Optimierung zur Lotterie.

Vom Analogen zum Digitalen

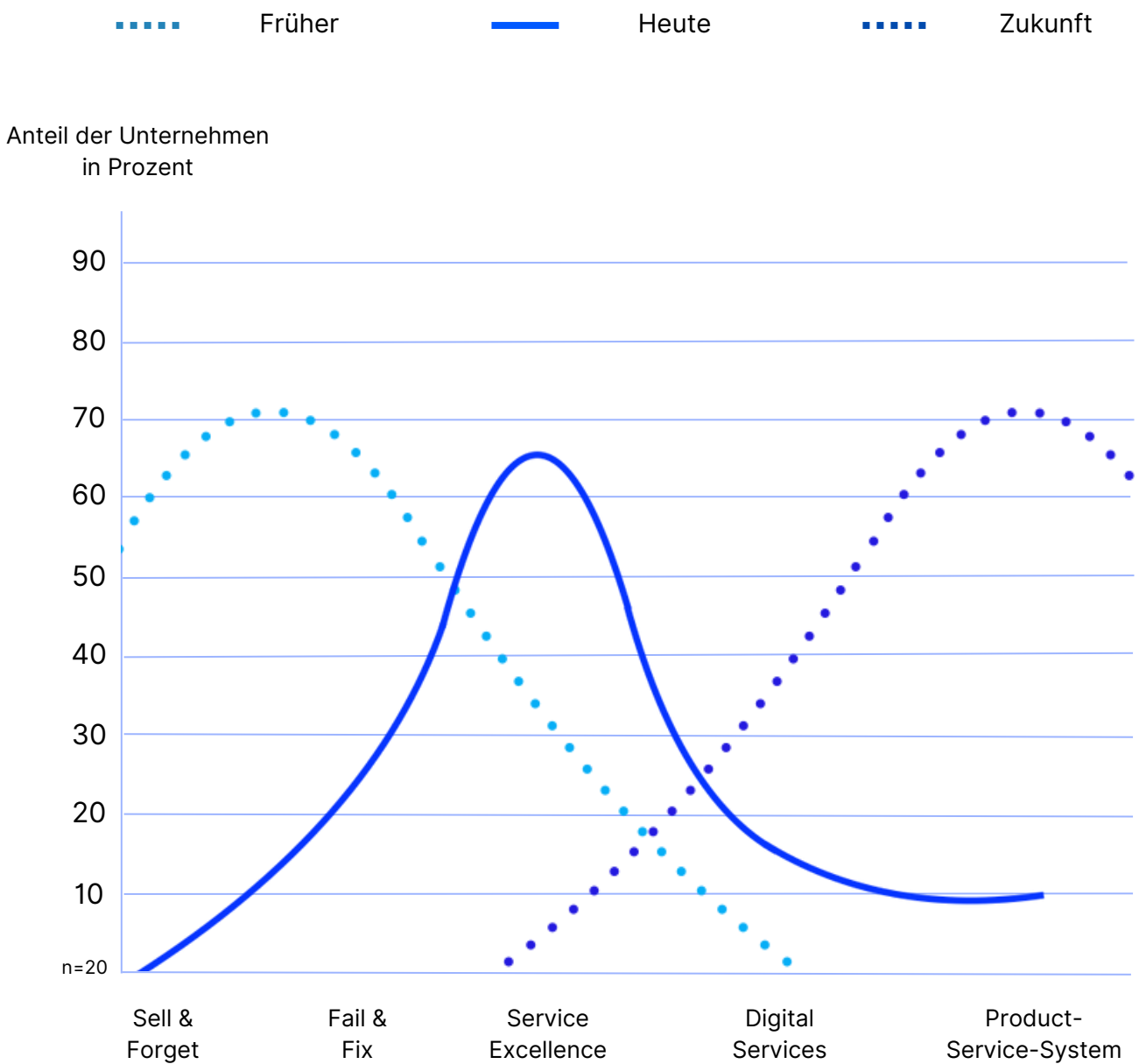
Überraschend ist, dass selbst in Zeiten fortschreitender Digitalisierung Stift und Papier noch nicht ausgedient haben. Die Transformation zum Digitalen ist in vollem Gange, aber der Weg ist noch weit.

Fazit:

Der Marktbericht hebt hervor, dass exzellenter Service keine bloße Option mehr ist, sondern zur zentralen Säule unternehmerischen Erfolgs wird. Unternehmen, die den Wandel proaktiv annehmen, ihre Fachkräfte gezielt fördern und datenbasierte Optimierung vorantreiben, werden die Vorreiter in dieser entscheidenden Transformation des Maschinenbaus sein.

Status Quo und Reifegrad Ihres Unternehmens in Bezug auf Ihr Serviceangebot.

Abbildung 1 Verortung der Serviceleistung in Ihrem Unternehmen



Unternehmen erkennen den Mehrwert von Serviceleistungen

Die Servitization – der Prozess, bei dem Unternehmen ihr Angebot von physischen Produkten auf Serviceleistungen erweitern oder wechseln – gewinnt in der Region an Bedeutung. Unternehmen erkennen, dass es wichtig ist, über den reinen Verkauf hinaus auch Mehrwertdienste anzubieten, um Kunden langfristig zu binden und sich von Wettbewerbern abzuheben. So verorten sich 65 Prozent der befragten Unternehmen in der Phase Service Excellence. Ausnahmeunternehmen (15%) integrieren bereits digitale Lösungen in ihre Serviceangebote. Allerdings bieten nur wenige (10%) Product-Service-Systeme wie Equipment-as-a-Service oder Pay-per-Use Modelle an.

Interviewinsights

Kulanz: Unternehmen bieten noch immer Leistungen außerhalb der Garantiezeit an. Allerdings zeigt sich der Wunsch, davon zukünftig abzurücken. Stattdessen möchte man vermehrt auf klar definierte Angebote setzen, um Ressourcen effizienter einzusetzen.

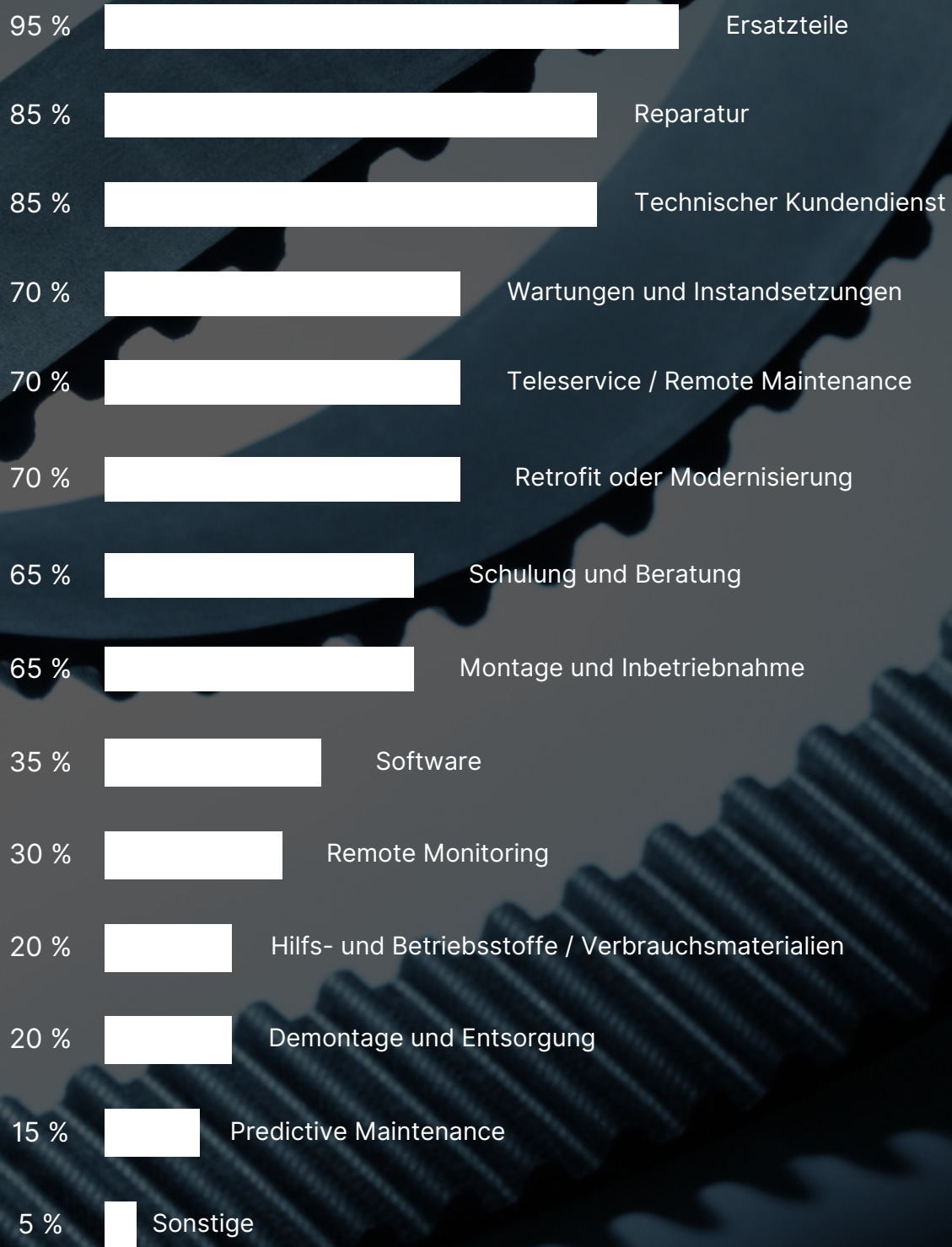
Digitale Maschinenakte: Die digitale Maschinenakte stellt einen zentralen digitalen Service dar. Einige Unternehmen nutzen den digitalen Fortschritt, um wichtige Maschineninformationen zu speichern und damit ein effektives Maschinenmanagement zu ermöglichen.

Empfehlungen für Maschinenbauer

- Definieren Sie Ihre Serviceleistungen klar und verzichten Sie auf Kulanzpraxis, um eine effizientere Ressourcennutzung und klare Kundenkommunikation zu gewährleisten.

Abbildung 2 Serviceangebote

Welche Services bieten Sie an?



n=20

2. Welche Services bieten Sie an?

Fokus auf Instandhaltung und begrenztes digitales Angebot

Die meisten Unternehmen sind stark auf die Bereitstellung von Instandhaltungsleistungen fokussiert. Es gibt eine breite Palette von Serviceleistungen, die sich vor allem auf die Hardware-Aspekte der Maschinen konzentrieren. Dabei ist die Art und der Umfang der Serviceangebote eng mit der Wertschöpfungskette verknüpft. Je näher die Serviceleistungen dem Verkaufszeitpunkt der Maschinen kommen, desto häufiger werden sie angeboten. Digitale Services wie Remote Monitoring (30%) und Predictive Maintenance (15%) sind jedoch noch in begrenztem Umfang vorhanden.

Interviewinsight

Servicepakete: Maschinenhersteller betrachten ihre Serviceleistungen als separate Bausteine, anstatt diese in umfassenden Servicepaketen zu bündeln. Integrierte Servicekonzepte, die die verschiedenen Serviceleistungen miteinander verknüpfen und somit einen ganzheitlichen Ansatz für die Kunden bieten, gibt es in der Regel nicht.





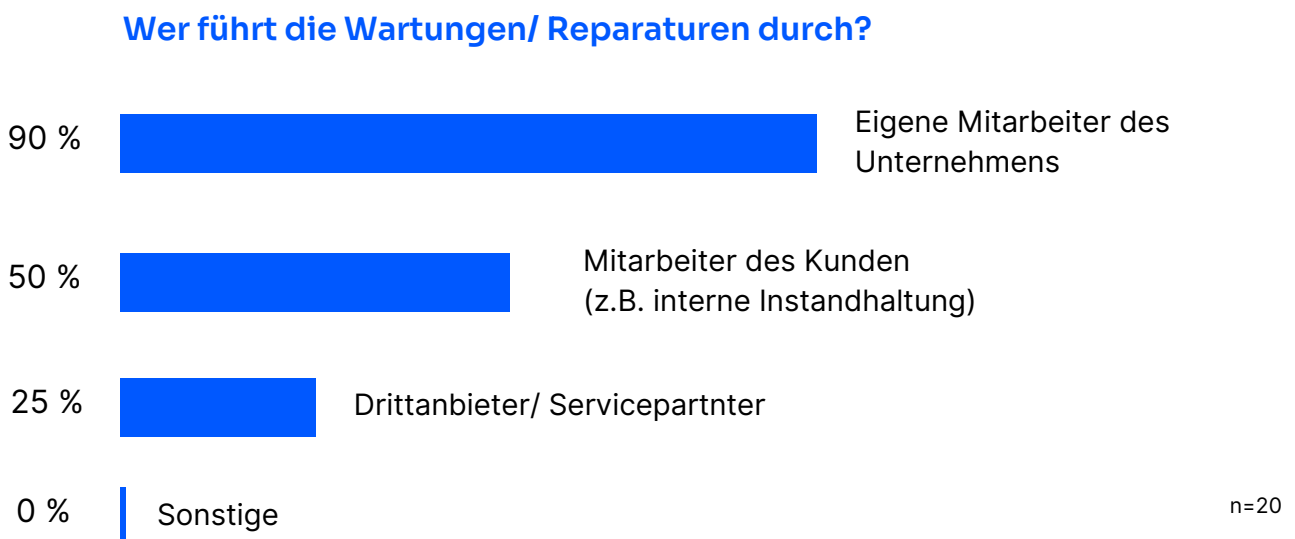
Empfehlungen für Maschinenbauer

- Service muss ganzheitlich gedacht und angeboten werden.
- Digitalisieren Sie Ihre Serviceangebote, um innovative Dienstleistungen wie Remote Monitoring und Predictive Maintenance anzubieten und so zukunftsfähig zu bleiben.
- Erweitern Sie Ihre Serviceleistungen über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg, um Kunden über die gesamte Lebensdauer der Maschinen zu begleiten und langfristige Kundenbindungen aufzubauen.
- Erwägen Sie die Integration von Beratungs- und anderen Mehrwertdiensten in Ihr Service-Portfolio, um den Kunden einen umfassenden Nutzen zu bieten und Ihre Position als vertrauenswürdiger Partner zu stärken.

3. Wer führt die Wartungen/ Reparaturen durch?

Die meisten Hersteller haben eigene Instandhaltungsteams

Abbildung 3 Instandhaltungsabläufe



Die Mehrheit (90%) der Hersteller setzt eigene Servicetechniker ein, um Wartungen und Reparaturen bei Kunden durchzuführen. Dies zeigt, dass Hersteller die Verantwortung für die Wartung und Reparatur ihrer Maschinen selbst übernehmen. Eine gängige Praxis ist allerdings auch, dass die eigenen Servicetechniker sich hauptsächlich um komplexe Probleme kümmern, während einfachere Störungen von den Mitarbeitern der Kunden selbst bearbeitet werden.

3. Wer führt die Wartungen/ Reparaturen durch?



Interviewinsight

Der Fachkräftemangel ist die größte Skalierungsbremse im Service. Die Schlüsselfrage besteht darin, wie wir Fachkräfte effektiv einsetzen und das Jobprofil attraktiver gestalten können, um den Fachkräftemangel zu überwinden. Das wird einen erheblichen Einfluss auf die Kundenzufriedenheit und die Servicequalität haben.

Dr. Philipp Buff
Head of Industrial Service, Remmert GmbH

Empfehlungen für Maschinenbauer

- Investieren Sie gezielt in die Ausbildung und Rekrutierung von Fachkräften, um den Fachkräftemangel zu überwinden. Setzen Sie klare Ziele und entwickeln Sie ein attraktives Jobprofil, um potenzielle Talente anzuziehen.
- Setzen Sie auf moderne Technologien und Automatisierung, um einfache Tätigkeiten zu erleichtern, die Jobattraktivität zu steigern und Fachkräfte für anspruchsvollere Aufgaben einzusetzen. Nutzen Sie die Ressourcen effizient und steigern Sie die Produktivität.
- Stärken Sie die Zusammenarbeit mit Ihren Kunden und betrachten Sie Instandhaltungsteams des Kunden als Partner. Teilen Sie Wissen und Ressourcen, um Synergien zu schaffen und die Kundenzufriedenheit zu steigern.

4. Wie bieten Sie momentan Service-Leistungen an?

Fehlendes Service-Mindset bei Unternehmen, die lediglich Garantien anbieten

Unter den befragten Unternehmen gibt es erhebliche Unterschiede im Angebot von Serviceleistungen. Während 35 Prozent der Befragten nur Service im Rahmen der Garantie erbringen, setzen 45 Prozent auf Serviceverträge. Integrierte Angebote sind weniger verbreitet (15%).

Abbildung 4 Serviceleistungen

Wie bieten Sie momentan Serviceleistungen an?



n=20

4. Wie bieten Sie momentan Service-Leistungen an?



Interviewinsight

Die Unternehmen, die nur Service im Rahmen der Garantie anbieten, beschränken sich auf gesetzlich vorgeschriebene Maßnahmen und den Fail & Fix-Modus. Weniger als die Hälfte dieser Unternehmen ordnet sich aber selbst dieser Phase zu. Ein Service-Mindset, wie es für die Integration von Equipment-as-a-Service oder Pay-per-Use Modellen notwendig wäre, ist hier also nicht vorhanden. Diese Unternehmen haben den Wert des Service als solchen noch nicht vollständig erkannt oder umgesetzt.

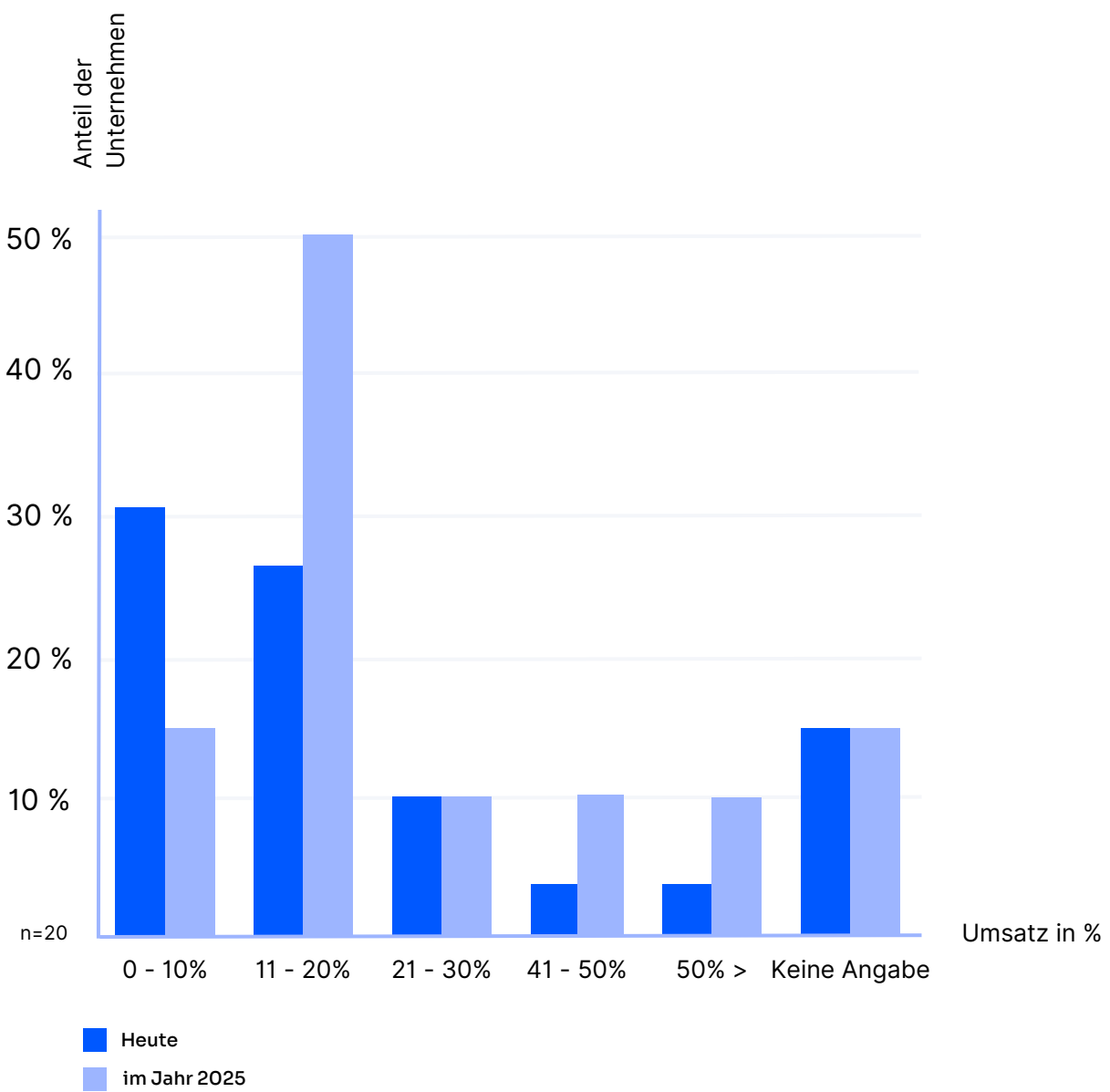
Die Unternehmen, die auf Serviceverträge setzen, verfolgen einen anderen Ansatz. Allerdings fällt auf, dass auch die Ausgestaltung dieser Serviceverträge erheblich variieren kann. Einige Unternehmen bieten umfassende Servicepakete mit verschiedenen Optionen und Leistungen an, während andere nur grundlegende Wartungs- und Reparaturdienstleistungen in ihre Verträge einschließen.

Empfehlungen für Maschinenbauer

- Etablieren Sie ein Service-Mindset. Fördern Sie eine organisatorische Kultur, die stark auf Kundenservice und -erfahrung ausgerichtet ist. Betrachten Sie Service als integralen Bestandteil der Unternehmensstrategie, nicht nur als Begleiterscheinung.
- Legen Sie klare Serviceziele und -standards fest, die von allen Mitarbeitern aktiv verfolgt werden. Überzeugen Sie Mitarbeiter in allen Unternehmensebenen davon, dass exzellenter Service ein wesentlicher Bestandteil des Geschäftserfolgs ist.

Abbildung 5 Gesamtumsatz des Service- und After-Sales Geschäfts

Welchen Anteil am Gesamtumsatz nimmt Ihr Service- und After-Sales-Geschäft heute ein und wie viel wird es voraussichtlich im Jahr 2025 sein?



5. Welchen Anteil am Gesamtumsatz nimmt Ihr Service- und After-Sales-Geschäft heute im Vergleich zum Jahr 2025 ein?

Serviceumsätze steigen

Der Anteil des Service- und After-Sales-Geschäfts am Gesamtumsatz in der Maschinenbauindustrie variiert stark. Heute haben 50 Prozent der befragten Unternehmen einen Serviceanteil von bis zu 15 Prozent. Auffallend ist, dass eine Mehrheit von 95 Prozent der Befragten erwartet, dass dieser Anteil bis zum Jahr 2025 weiter wachsen wird. Die Prognose lautet, dass bis 2025 50 Prozent der befragten Unternehmen einen Serviceanteil von bis zu 20 Prozent haben werden – das wäre eine Steigerung um 5 Prozentpunkte.



Interviewinsight

Wir sind überzeugt, dass im Service und After-Sales noch jede Menge Möglichkeiten für zukünftiges Wachstum liegen.

Carl-Wilhelm Kuhlmann
Director Sales & Service, Sollich KG

Empfehlungen für Maschinenbauer

- Richten Sie Ihre Ressourcen auf die steigende Bedeutung des Service- und After-Sales-Geschäfts aus und bereiten Sie sich auf das wachsende Potenzial vor.
- Etablieren Sie effiziente Prozesse und Tools, die eine reibungslose und zeitnahe Abwicklung von Serviceanfragen ermöglichen. Kundenzufriedenheit und Kundenbindung sind für den Erfolg im Service- und After-Sales-Bereich von entscheidender Bedeutung.
- Überprüfen Sie Ihre bestehenden Geschäftsmodelle und identifizieren Sie Möglichkeiten, den Service- und After-Sales-Bereich zu monetarisieren. Denken Sie über Abonnementmodelle, Servicepakete oder Premium-Supportoptionen nach, die Ihren Kunden einen echten Mehrwert bieten und gleichzeitig Ihr Unternehmen finanziell stärken können.
- Setzen Sie realistische, aber ambitionierte Ziele für den Anteil des Service- und After-Sales-Geschäfts am Gesamtumsatz und verfolgen Sie diese regelmäßig.

Abbildung 6 Das Servicegeschäft

Wieso ist das Servicegeschäft wichtig für Sie?



Theoretisch gibt es genügend gute Gründe, erstklassigen

Service anzubieten

Kundenbindung wird von 95 Prozent der Teilnehmenden als Hauptmotiv genannt. Die Maschinenbauer sind sich bewusst, dass ein erstklassiger Kundenservice dazu beiträgt, langfristige Beziehungen zu ihren Kunden aufzubauen und sie an das Unternehmen zu binden. Weitere 90 Prozent heben die Differenzierung zum Wettbewerb hervor, die das Servicegeschäft bieten kann. Darüber hinaus identifizieren 75 Prozent das Servicegeschäft als eine wichtige Quelle für Umsatz und Gewinn. Dies verdeutlicht, dass das Servicegeschäft nicht nur als reine Supportfunktion betrachtet wird, sondern auch als ein profitables Standbein, das zur finanziellen Gesundheit des Unternehmens beiträgt, zumindest in der Theorie.

Interviewinsight

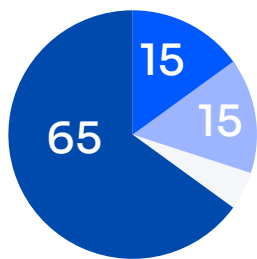
Es herrscht eine große Diskrepanz zwischen dem, was Unternehmen über großartigen Kundenservice erzählen, und dem, was sie tatsächlich liefern. Die Unternehmen verstehen zwar theoretisch, dass Serviceleistungen für ihre Kunden von großer Bedeutung sind, verwenden jedoch in der Praxis nicht entsprechend Ressourcen, Zeit oder Aufmerksamkeit darauf, dass die Servicequalität den Erwartungen der Kunden entspricht.

Empfehlungen für Maschinenbauer

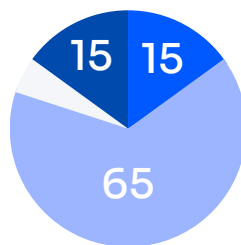
- Setzen Sie sich realistische Erwartungen, die mit den tatsächlichen Ressourcen und Fähigkeiten Ihres Unternehmens übereinstimmen.
- Unternehmen Sie kleine Schritte zur kontinuierlichen Verbesserung des Kundenservice, anstatt nach Perfektion auf einen Schlag zu streben.

Herausforderungen im Servicegeschäft

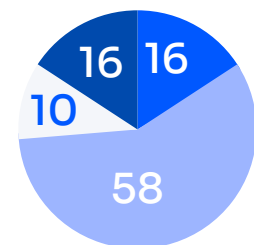
Abbildung 7 Herausforderungen im Serviceangebot; Angaben in Prozent, n=20



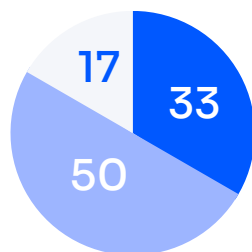
Fachkräftemangel



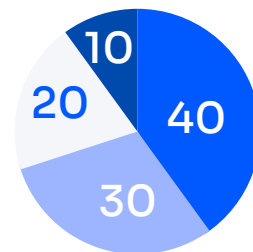
Einsatz neuer Technologien
(z.B. IoT)



Verfügbarkeit von
Ersatzteilen



Kosten der Service-
Erbringung



Datenschutz und
Cybersicherheit

Keine Herausforderung
Kleine Herausforderung

Mittlere Herausforderung
Große Herausforderung

7. Bewerten Sie die folgenden Herausforderungen im Servicegeschäft

Der Fachkräftemangel ist die größte Herausforderung in der praktischen Umsetzung

60 Prozent der Befragten stufen den akuten Fachkräftemangel in den Unternehmen als die dominierende Hürde im Servicegeschäft ein. Dieses Problem ist nicht nur von lokaler Bedeutung, sondern betrifft die gesamte Branche. Eine weitere bedeutende Herausforderung ist der Schutz vor Cyberangriffen und die Sicherung sensibler Daten. Als weniger gravierend werden Probleme bei der Verfügbarkeit von Ersatzteilen und dem Einsatz neuer Technologien (z.B. IoT) eingestuft.

Empfehlungen für Maschinenbauer

- Verfolgen Sie eine langfristige Strategie zur Fachkräftesicherung, die sowohl kurzfristige Lösungen als auch langfristige Perspektiven berücksichtigt.
- Fördern Sie den Technologieeinsatz. Investieren Sie in fortschrittliche Technologien und automatisierte Prozesse, um den Mangel an Fachkräften teilweise zu kompensieren und die Effizienz im Servicegeschäft zu steigern.
- Etablieren Sie interne Wissensweitergabe. Implementieren Sie Systeme, um das Fachwissen erfahrener Mitarbeiter an jüngere Generationen weiterzugeben und so den Wissenstransfer innerhalb des Unternehmens zu gewährleisten.

7. Bewerten Sie die folgenden Herausforderungen im Servicegeschäft

Interviewinsight

Die Bewältigung des Fachkräftemangels erfordert eine branchenweite Anstrengung. Die Förderung von technischen Bildungsprogrammen und die Schaffung attraktiver Anreize für junge Menschen, sich für eine Karriere im Maschinenbau zu entscheiden, sind wichtige Schritte zur langfristigen Lösung dieses Problems.



Methoden und Tools zur Erbringung und Weiterentwicklung Ihres Servicegeschäfts

Hersteller haben keinen ganzheitlichen Überblick über die Kundenbedürfnisse im Service

Abbildung 8 Methoden und Tools

Wie sammeln Sie Erkenntnisse darüber, was Sie als Nächstes als Service anbieten sollten?



n=20

8. Wie sammeln Sie Erkenntnisse darüber, was Sie als Nächstes als Service anbieten sollten?

Trotz vielfältiger Ansätze zeigt die Umfrage, dass es an einem ganzheitlichen Blick auf die Servicebedürfnisse der Kunden mangelt. Es wird deutlich, dass der Fokus auf Kundeninterviews und Feedback von Servicetechnikern liegt, allerdings geben auch hier jeweils nur 50 Prozent der Teilnehmenden an, diese Mittel einzusetzen, um ihr Servicegeschäft weiterzuentwickeln.



Interviewinsight

Maschinenhersteller brauchen eine ganzheitliche Strategie, um ihre verschiedenen Erkenntnisse zu organisieren. Wir können von einem klaren Zielbild nur profitieren und sollten gezielte Fragen entwickeln, die wir dem Markt stellen möchten.

Dr. Philipp Buff
Head of Industrial Service, Remmert GmbH

Empfehlungen für Maschinenbauer

- Etablieren Sie eine umfassende Strategie zur Erfassung von Kundenbedürfnissen. Entwickeln Sie klare Pläne, wie Kundenerwartungen erfasst werden können, indem Sie verschiedene Ansätze kombinieren.
- Integrieren Sie Kundenerfahrungen systematisch. Implementieren Sie ein strukturiertes Vorgehen, um Kundeninterviews und das Feedback von Servicetechnikern zu nutzen, um ein ganzheitliches Bild der Kundenbedürfnisse zu erstellen.
- Setzen Sie gezielte Maßnahmen zur Marktforschung um. Planen Sie gezielte Marktanalysen und Befragungen, um ein umfassendes Verständnis der Zielgruppenanforderungen zu gewinnen und somit eine fundierte Grundlage für die Serviceentwicklung zu schaffen.

Datenmangel behindert Hersteller bei der Prozessoptimierung

Die Umfrage zeigt ein vielschichtiges Bild von Möglichkeiten zur Steigerung der Servicequalität, das von technologischer Expertise bis hin zu kulturellen und strategischen Faktoren reicht. Ein herausragender Punkt ist die Notwendigkeit einer besseren Datenverfügbarkeit, die von 55 Prozent der Befragten betont wird. Die Bereitstellung aussagekräftiger Daten als Informationsgrundlage für Entscheidungen im Service steht im Fokus. Die dadurch häufig ermöglichte Prozessoptimierung wird ebenfalls als erfolgversprechender Ansatz von 50 Prozent der Unternehmen genannt.

Abbildung 9 Verbesserungen im Servicegeschäft

Was würde Ihnen helfen, Ihren Service noch besser zu machen?



n=20

9. Was würde Ihnen helfen, Ihren Service noch besser zu machen?



Interviewinsight

Die Verfügbarkeit von aussagefähigen Daten bildet die Basis für die Optimierung von Abläufen.

Dr.-Ing. Michael Euler
Geschäftsführer, WP Kemper

Empfehlungen für Maschinenbauer

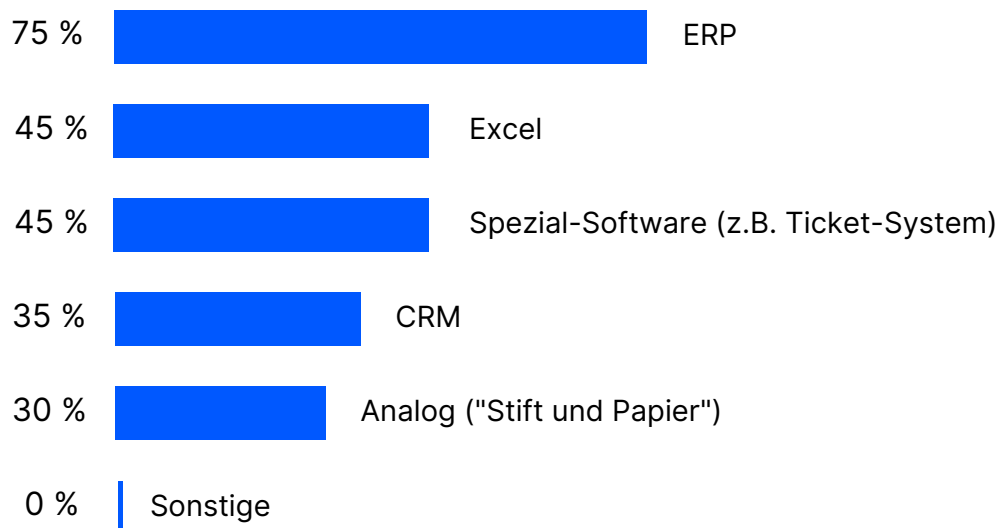
- Optimieren Sie die Datenverfügbarkeit und etablieren Sie eine klare Datenstruktur. Gewährleisten Sie, dass präzise und aktuelle Daten in Echtzeit verfügbar sind und strukturieren Sie Ihre Daten so, dass sie leicht zugänglich und interpretierbar sind. Dies bildet die Grundlage für Analysen und fundierte Geschäftsentscheidungen.
- Definieren Sie eine Service-Vision. Setzen Sie sich langfristige Ziele und nutzen Sie die Service-Vision als Leitfaden, um zu bestimmen, welche Verbesserungen vorrangig umgesetzt werden sollten.

Sogar Stift und Papier sind noch im Einsatz

Die Umfrageergebnisse zeigen eine vielfältige Palette an Tools, die von den Befragten zur Organisation ihres Services genutzt werden. Die meisten Unternehmen setzen auf klassische digitale Lösungen, wobei sich klare Präferenzen abzeichnen. 75 Prozent der Befragten nutzen ERP-Systeme. Excel wird von 45 Prozent der Befragten genutzt, häufig in Kombination mit anderen Systemen. 35 Prozent der Teilnehmenden setzen CRM-Systeme ein. Die analoge Methode von Notizen mit Stift und Papier wird trotz der technologischen Fortschritte von 30 Prozent der Befragten bevorzugt.

Abbildung 10 Tools

Welches Tool nutzen Sie, um Ihren Service zu organisieren?



n=20

10. Welche Tools nutzen Sie, um Ihren Service zu organisieren?

Empfehlungen für Maschinenbauer

- Streben Sie einen integrierenden Ansatz an, um eine umfassende IT-Landschaft zu schaffen. Wählen Sie dabei die optimalen Lösungen für die jeweiligen Fachbereiche aus, um eine nahtlose Integration und optimierte Serviceprozesse zu ermöglichen.
- Messen Sie regelmäßig die Effektivität der eingeführten Lösungen durch Leistungskennzahlen und passen Sie sie gegebenenfalls an, um sicherzustellen, dass die angestrebten Verbesserungen erzielt werden.
- Etablieren Sie Schulungsprogramme für Ihre Mitarbeiter, um sicherzustellen, dass sie die neuen Softwarelösungen effektiv nutzen können und die Vorteile voll ausschöpfen.
- Bleiben Sie über aktuelle Entwicklungen und Trends in der IT-Landschaft auf dem Laufenden, um sicherzustellen, dass Ihre Lösungen stets auf dem neuesten Stand sind und Wettbewerbsvorteile bieten.



Ausblick

Der Maschinenbau in Ostwestfalen-Lippe zeigt sich als ein dynamisches Umfeld, das trotz einiger Hürden auf dem Weg zu Serviceorientierung und Innovationen steht. Dieser Ausblick konzentriert sich auf die bevorstehenden Entwicklungen und skizziert mögliche Wege für Unternehmen, um erfolgreich in dieser Landschaft zu agieren.

Kleine Hürden auf dem Weg zum Servicefokus meistern

Der Maschinenbau in OWL steht vor vielfältigen Herausforderungen, von Datenschutz und IT-Integration bis hin zur Datenverfügbarkeit. Doch aus den Ergebnissen dieses Berichts geht hervor, dass diese Hindernisse eher als überschaubar einzustufen sind. Insbesondere kleinere Betriebe können auf bewährte Lösungen zurückgreifen und somit ihre Bedenken minimieren. Dies eröffnet eine ermutigende Perspektive, den Weg des Service zu beschreiten und eine vielschichtige Wertschöpfung anzustreben.

Der Fachkräftemangel erfordert kreative Lösungen

Der Fachkräftemangel stellt eine bedeutende Hürde dar, die kreative Ansätze erfordert. Intelligente Nutzung bestehender Ressourcen, Förderung von Weiterbildung und Schaffung attraktiver Arbeitsumgebungen sind entscheidend, um dieser Herausforderung zu begegnen. Nur durch gezieltes Handeln kann dieser Engpass in eine Möglichkeit zur Stärkung des Maschinenbaus umgewandelt werden.

Die Servitization Journey

Die Transformation hin zu einem serviceorientierten Ansatz im Maschinenbau in OWL kann als Reise betrachtet werden. Anders als bei herkömmlichen Investitionen steht nicht nur das Endziel im Fokus, sondern auch die kurzfristigen Erfolge entlang des Weges. Diese Dynamik macht den Servicefokus im Maschinenbau besonders interessant. Unternehmen können bereits während der Reise von positiven Auswirkungen profitieren, sei es durch gesteigerte Kundenbeziehungen, höhere Kundenzufriedenheit oder neue Geschäftsmodelle.

Die **Synctive GmbH** mit Sitz in Bielefeld, wurde im Jahr 2021 mit dem Ziel gegründet, Kunden bei der optimalen Nutzung des industriellen Internets der Dinge (IIoT) zu unterstützen. Die cloudbasierte IoT-Service Plattform fungiert als zentrale Leitstelle für den Service und schafft Transparenz über die installierte Basis. Von proaktiver Wartung über datenbasierte Smart Services bis hin zu Pay-per-Use-Modellen – Synctive legt den Grundstein für einen effizienten, exzellenten und kundenorientierten Service im Maschinenbau.



Die Zukunft des Maschinenbaus ist untrennbar mit der Weiterentwicklung und Optimierung von Serviceleistungen verbunden. Gerne informieren wir Sie über Ihre Möglichkeiten!

[Jetzt Info-Termin vereinbaren](#)

Weiterführende Ressourcen

Guide: [Zusammenfassung und Wissenswertes über den EU Data Act im Maschinen- und Anlagenbau](#)

Whitepaper: [Erfolg im After Sales und Service dank IoT – die 5 Phasen der Servitization](#)

Whitepaper: [Königsdziplin der Service-Geschäftsmodelle – Equipment-as-a-Service und Pay-per-Use](#)

Über unsere Partner



Als eine der stärksten und innovativsten Regionen des Maschinenbaus in Europa vereint Ostwestfalen-Lippe eine reichhaltige Kompetenzvielfalt. owl maschinenbau bringt die Kompetenzträger zusammen. Hier sind Know-how, innovative Formate und vor allem die Bedarfe der Mitglieder gefragt – wir behalten diese im Fokus und sichern so die wirtschaftliche und technologische Leistungskraft des regionalen Maschinenbaus. Indem wir gemeinsam an einem Strang ziehen, kontinuierlich wachsen und relevante Kompetenzen in den Dialog bringen, erreichen wir für unsere Unternehmen in ganz OWL langfristige Standortvorteile im globalen Wettbewerb. So sichern wir einen stabilen Arbeitsmarkt und eine starke und innovative Maschinenbauregion OWL.

KAUFMANN/*LANGHANS*

Wir sind KAUFMANN / LANGHANS. Als Strategieberatung für das digitale Zeitalter machen wir Konzerne, mittelständische Unternehmen und Start-ups zu Gewinnern eines sich ständig beschleunigenden Wandels. Unsere Beratungsschwerpunkte: Strategy Making, Industrial Subscription und Equity Storytelling. Unsere Mission: Future as a Service.