

Datennutzung und -potenziale im Service

Service-Studie 2017: Fakten und Trends im Service

Eine der bedeutendsten Domänen der digitalen Transformation sind Daten. Für Unternehmen ist die Generierung von Informationen und Wissen aus Daten ein zentraler Erfolgsfaktor. Wer weiterhin wettbewerbsfähig sein will, muss ihren Wert erkennen und sie für sein Geschäftsmodell nutzbar machen. Welche Auswirkungen ergeben sich daraus für die Serviceorganisation? Die Ergebnisse der KVD-Service-Studie zeigen, wie sich erfolgreiche Dienstleister bereits an diese Veränderungen anpassen konnten.

Ein Beispiel für die Schaffung einer soliden Datengrundlage und die Nutzbarmachung ist das Unternehmen Heidelberger Druckmaschinen. In starker Konkurrenz mit Niedriglohnländern stehend, hat der Hersteller von Druckmaschinen schon frühzeitig auf eine Vernetzung von Systemen und Maschinen sowie darauf aufbauende datenbasierte Geschäftsmodelle gesetzt. Diese Infrastruktur dient als Basis für verschiedene Servicelevels in der Instandhaltung. Allein durch Daten entstehen neue Geschäftsfelder für traditionelle Maschinen- und Anlagenbauer, die es ihnen ermöglichen, sich vom Markt zu differenzieren. Das ganze Potenzial interner und externer Daten wird im Service heute oftmals jedoch nicht vollständig

genutzt. Deutsche Unternehmen analysieren derzeit meist Unternehmens- und Kundendaten, die intern vorliegen. Zur Analyse dieser Daten verwenden sie individuelle Ad-hoc-Analysen mit einfachen IT-Tools wie Excel. Analyseverfahren mit Daten unterschiedlicher Quellen und einer heterogenen Struktur werden kaum genutzt, obwohl der gesteigerte Nutzen daraus nachgewiesen ist.

Vor diesem Hintergrund hat das *FIR an der RWTH Aachen* zusammen mit dem *Kundendienst-Verband Deutschland (KVD)* in der jährlich erscheinenden Service-Studie untersucht, wie der Umgang mit Daten im Service gestaltet werden kann und wie Potenziale zu heben sind. Bereits zum elften Mal in Folge wurde die Studie erhoben.

Die Erkenntnisse beruhen dieses Jahr auf der Einschätzung von 265 Serviceexperten aus der Praxis.

Die Ergebnisse zeigen: Kunden fordern zunehmend individuellere Lösungen. Diese marktseitige Forderung führt zu immer komplexeren und differenzierteren Dienstleistungsangeboten. In der Betrachtung des Leistungsangebots von Serviceunternehmen zeigt sich weiterhin ein Trend zur Breite. Dabei unterscheiden sich die erbrachten Leistungen häufig sowohl in ihrer Komplexität als auch in ihrer Profitabilität. Generieren einige Leistungen überdurchschnittlich viel Marge, decken andere gerade einmal die Kosten, die zur Ausführung benötigt werden. Durch eine gezielte Befragung

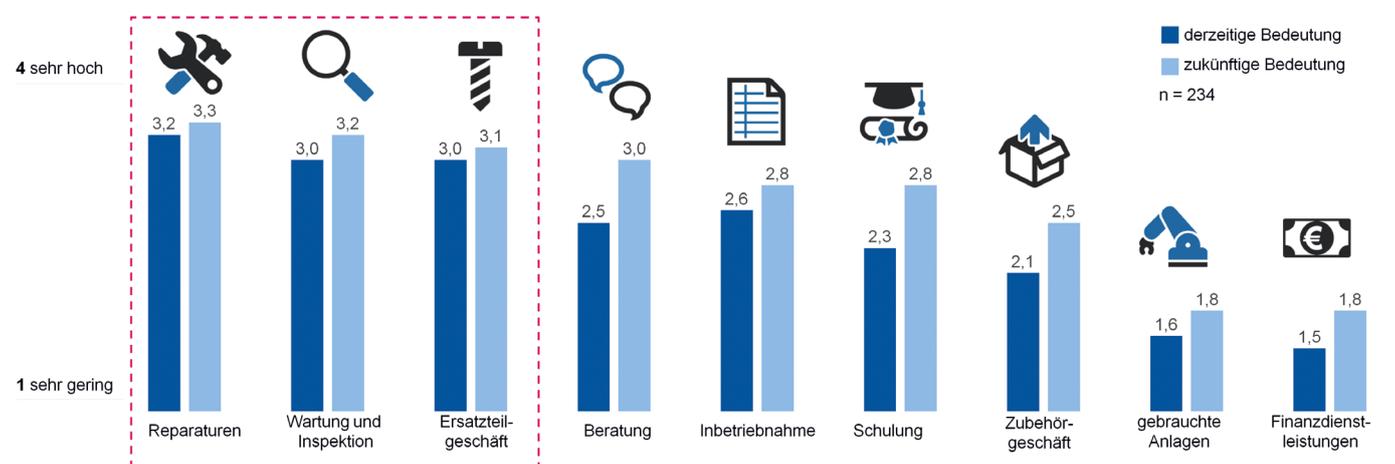
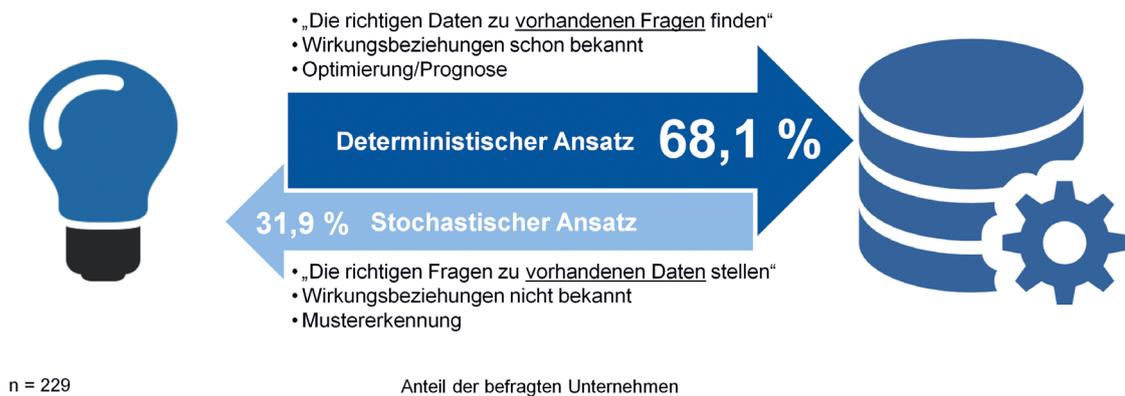


Bild 1: Ertragspotenziale im Service heute und morgen

Bild 2: Strategie zur Messung von Daten



nach den Ertragspotenzialen im Service wurden auch dieses Jahr die derzeit und zukünftig lukrativsten Dienstleistungen identifiziert und gleichzeitig die Bedeutung einiger ausgewählter Leistungen abgefragt (s. Bild 1, S. 47).

Großen Stellenwert besitzen heute und auch zukünftig für die meisten der befragten Unternehmen die klassischen industriellen Servicedienstleistungen. Dies sind Reparaturen und Störfallbeseitigungen, Wartungen und Inspektionen sowie das Ersatzteilgeschäft. Sie behalten ihre Spitzenpositionen.

Es zeigt sich deutlich, dass die Bedeutung von wissensintensiven Dienstleistungen, wie Beratung, Schulung und Weiterbildung, in der Zukunft stark ansteigt.

Neben den allgemeinen Trends im Service wurde im Schwerpunktthema der diesjährigen Service-Studie näher untersucht, wie der Umgang mit Daten im Service zu gestalten ist und wie die jeweiligen Potenziale aus der Datennutzung zu heben sind.

Die Champions der Studie adressieren den Umgang mit Daten dabei schon heute strategisch. 66,6 Prozent von ihnen haben eine Datenstrategie entwickelt

(s. Bild 2). Weniger als die Hälfte der Verfolger hingegen (44,2 Prozent) definierten eine Strategie im Umgang mit Daten. Eine gute Datenstrategie sollte alle Themen der Datenwertschöpfung spezifisch für das Unternehmen beschreiben, von der Messung der Daten über die Datenbereitstellung und Datenverarbeitung bis hin zur Nutzbarmachung.

>> Für Unternehmen ist die Generierung von Informationen und Wissen aus Daten ein zentraler Erfolgsfaktor. <<

Die teilnehmenden Unternehmen wurden nach ihrer Einschätzung zur Nutzbarmachung von Daten im Service befragt. Heute und zukünftig halten die Experten zunächst die Quantifizierung von operativen Entscheidungen für den größten Nutzen (s. Bild 3, S. 49). Der Vergleich von Champions und Verfolgern zeigt, dass dies bereits heute schon 96 Prozent der Champions und 71 Prozent der Verfolger in ihrer alltäglichen Praxis

so handhaben. Es gewinnt aber zukünftig vor allem das Angebot von datenbasierten Dienstleistungen stark an Bedeutung. Bei den Champions sticht hervor, dass sie teilweise schon heute datenbasierte Dienstleistungen anbieten. 62,5 Prozent von ihnen haben einfache datenbasierte Dienstleistungen, wie z. B. Reportings, im Portfolio, aber nur 44 Prozent der Verfolger. Geringer ist die Anzahl der Unternehmen, die bereits heute komplexe datenbasierte Dienstleistungen anbieten. Dies können z. B. speziell entwickelte Apps zur vorausschauenden Instandhaltung unter Einsatz von Data-Analytics oder Künstlicher Intelligenz sein. Dies trifft auf 42,5 Prozent der Champions zu. Lediglich 22 Prozent der Verfolger haben komplexe datenbasierte Dienstleistungen in ihrem Angebot.

Neben datenbasierten Dienstleistungen gewinnen weitere Verwendungen von Daten im Service stark an Bedeutung, konkret für die Planung und Steuerung von Prozessen und die Durchführung von Optimierungsprojekten. Die Champions sind hierbei führend: 79,5 Prozent nutzen bereits heute gezielt Daten für die Umsetzung von Optimierungsprojekten. Immerhin über die Hälfte der Verfolger (51,5 Prozent) tun es ihnen gleich. Zur Planung und Steuerung

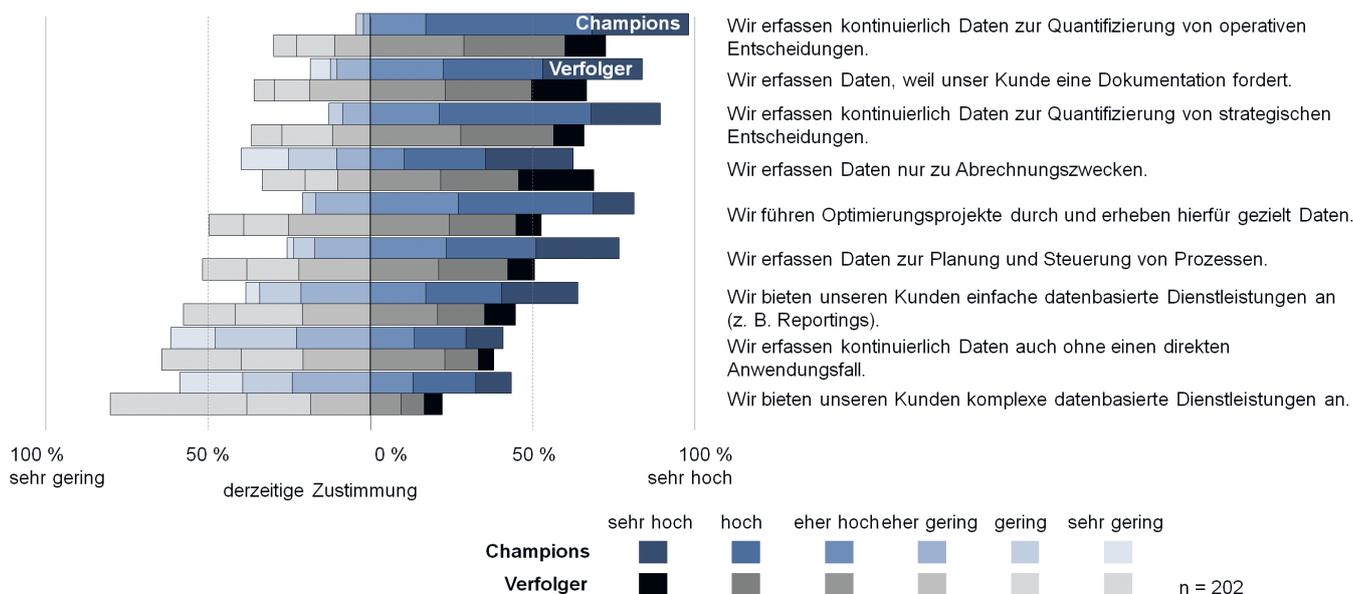


Bild 3: Datennutzung im Service: Derzeitige Zustimmung – Champions und Verfolger im Vergleich

von Prozessen nutzen 75 Prozent der Champions und 49,5 Prozent der Verfolger gewonnene Daten.

Angesichts des Wandels der Servicebranche durch die treibenden Kräfte der Digitalisierung und digitalen Vernetzung stehen die Serviceunternehmen vor verschiedenen Herausforderungen: Sie müssen den Umgang mit Daten professionell beherrschen und durch innovative Lösungen Nutzen aus ihnen ziehen sowie ihr Geschäftsmodell überdenken. Die Umfrage verdeutlicht, dass sich einige der befragten Unternehmen den Herausforderungen bereits heute stellen. Die Ergebnisse der Umfrage zeigen anschaulich, wie sich diese erfolgreichen Dienstleister bereits anpassen konnten und geben weniger erfolgreichen Unternehmen somit die Möglichkeit, nachzuziehen.

Die Ergebnisse der KVD-Service-Studie 2017 (ISBN ISBN 978-3-943024-30-2) wurden im November exklusiv auf dem KVD-Service-Congress in München vorgestellt.

Wenn auch Sie erfahren möchten, welche aktuellen Trends die Servicebranche umtreibt, wodurch sich die Service-Champions

von den Verfolgern absetzen und welche Maßnahmen zur Realisierung der einzelnen Potenziale erforderlich sind, dann können Sie die Studie ab sofort online unter www.service-studie.de beziehen.



www.service-studie.de