

---

# Erfolgsfaktor After Sales Service

Ergebnisse und Folgerungen aus der aktuellen  
Untersuchung in der maritimen Zulieferindustrie

VDMA Erfahrungsaustausch Service

Prof. Dr.-Ing. Carlos Jahn, Hameln, 15.03.2016

---



# Agenda

- 1 Kernfragen der Studie
- 2 Erfolgsmuster und Handlungsansätze
- 3 Fazit und Ausblick

# Agenda

- 1** Kernfragen der Studie
- 2 Erfolgsmuster und Handlungsansätze
- 3 Fazit und Ausblick

# After Sales Services: Problemlösung über den gesamten Lebenszyklus

## ■ Kernfragen:

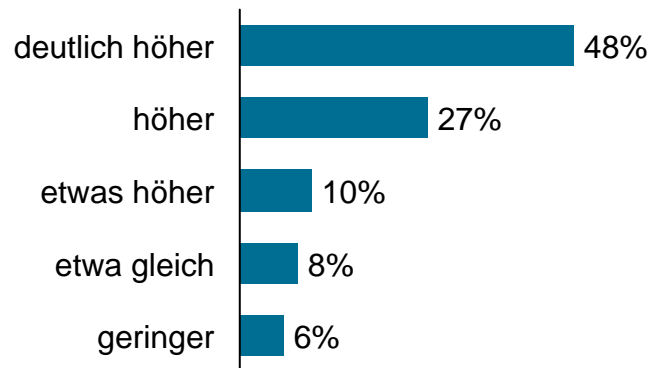
1. Wie ist die maritime Zulieferindustrie gegenwärtig im After Sales aufgestellt?
2. Worin sehen die Unternehmen die Chancen und Potenziale im Zusammenhang mit After Sales Services?
3. Welche Ansätze lassen sich für eine gezielte Weiterentwicklung des After Sales Angebots identifizieren?



# 1. Wie ist die maritime Zulieferindustrie gegenwärtig im After Sales aufgestellt?

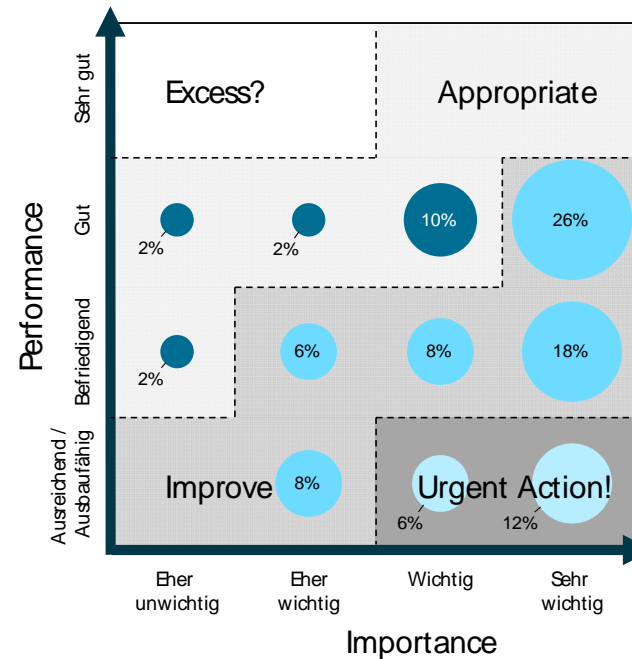
## Rentabilität im After Sales

Im Vergleich zur Gesamtrentabilität des Unternehmens



## After Sales Services: Importance – Performance Matrix

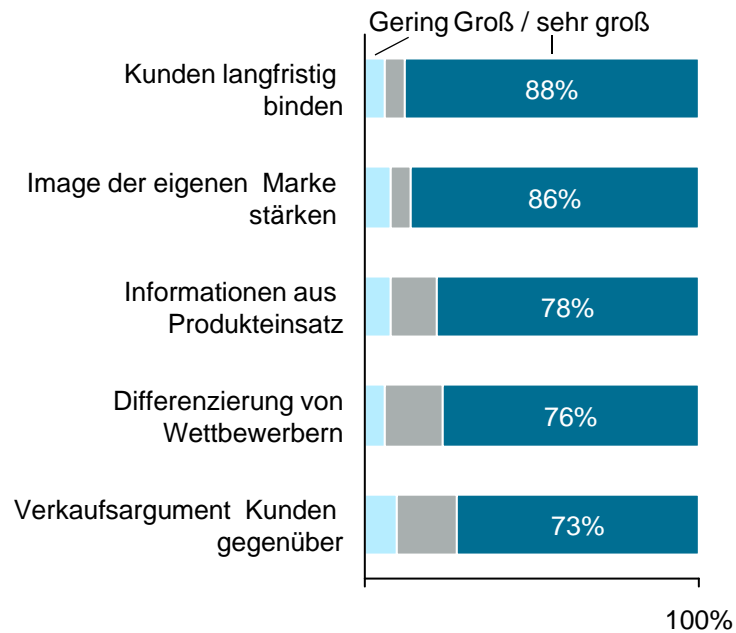
Anteil der jeweils zugeordneten Unternehmen in Prozent



## 2. Worin sehen die Unternehmen die Chancen und Potenziale im Zusammenhang mit After Sales Services?

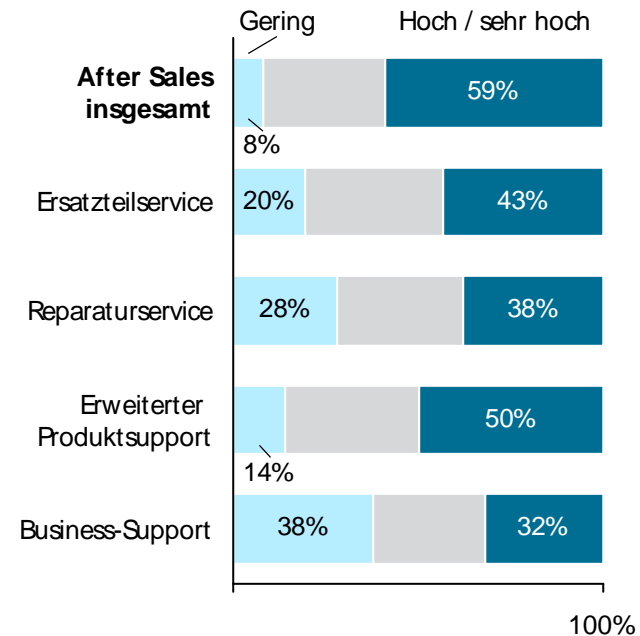
### Top 5 Chancen durch den Ausbau des After Sales

Beitrag zu den jeweiligen Zielen, Häufigkeit der Nennung



### Wachstumserwartungen im After Sales

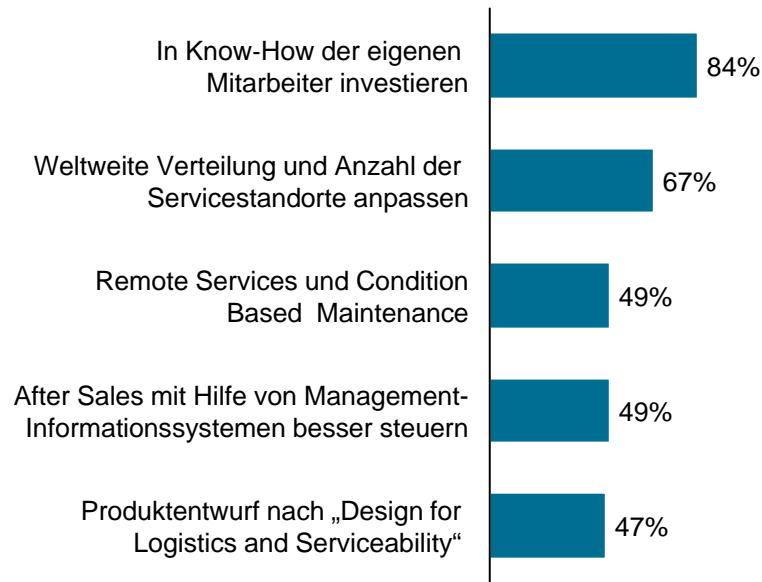
Aus Unternehmenssicht, Häufigkeit der Nennung



# 3. Welche Ansätze lassen sich für eine gezielte Weiterentwicklung des After Sales Angebots identifizieren?

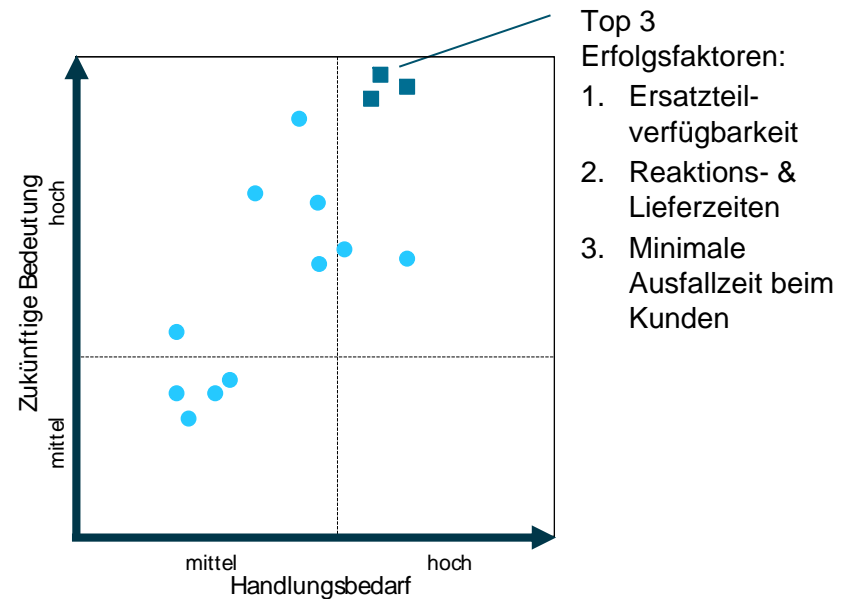
## Ranking: Maßnahmen zur Weiterentwicklung

Angabe der Top 5 Maßnahmen, Häufigkeit der Nennung



## Erfolgsfaktoren im Bereich After Sales Services

Einschätzung durch die Unternehmen



# Agenda

- 1 Kernfragen der Studie
- 2 Erfolgsmuster und Handlungsansätze**
- 3 Fazit und Ausblick



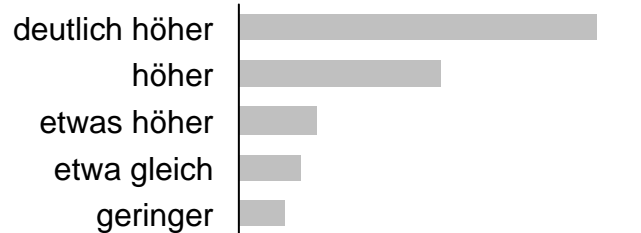
# Identifizieren von Erfolgsmustern bei Unternehmen mit überdurchschnittlicher Profitabilität im After Sales

■ Alle Unternehmen, die an der Studie teilgenommen haben<sup>1</sup>

■ Unternehmen mit hoher Umsatzrentabilität UND >10% Anteil am Gesamtumsatz<sup>2</sup>

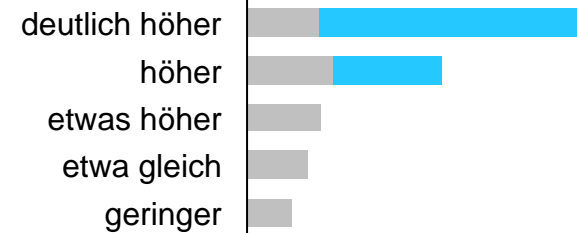
## Rentabilität im After Sales

Im Vergleich zur Gesamtrentabilität



## Rentabilität im After Sales

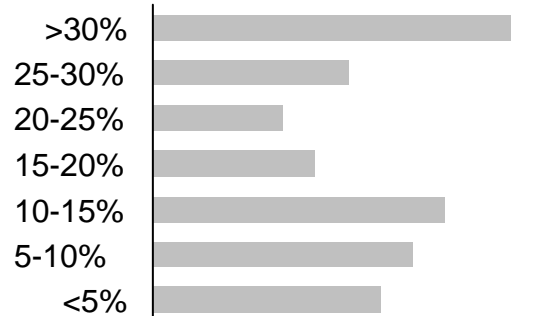
Im Vergleich zur Gesamtrentabilität



VS.

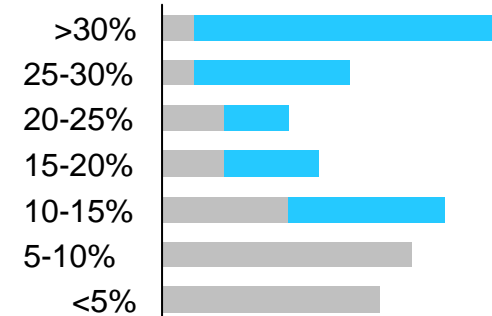
## Umsatz im After Sales

Anteil am Gesamtumsatz



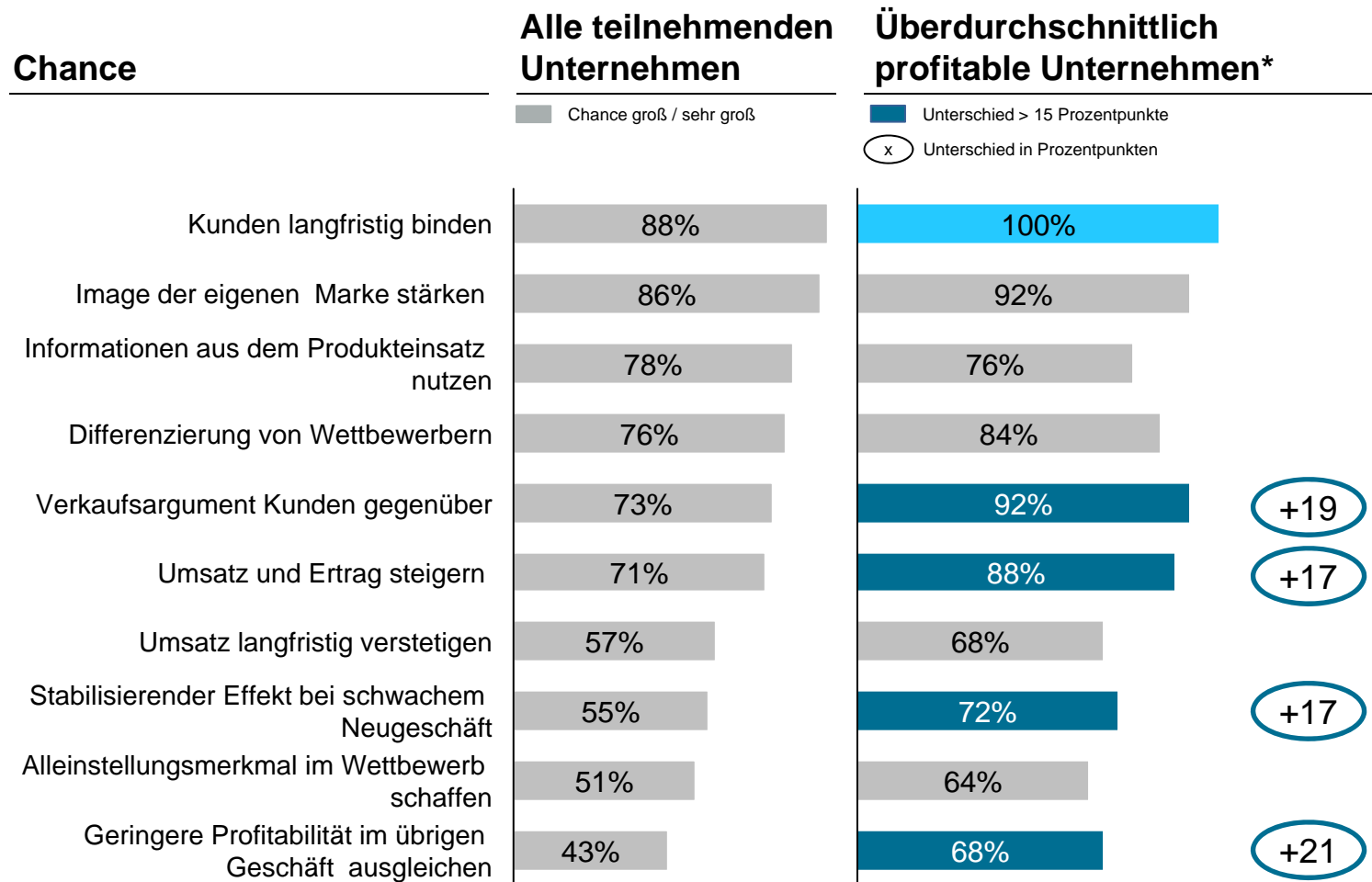
## Umsatz im After Sales

Anteil am Gesamtumsatz



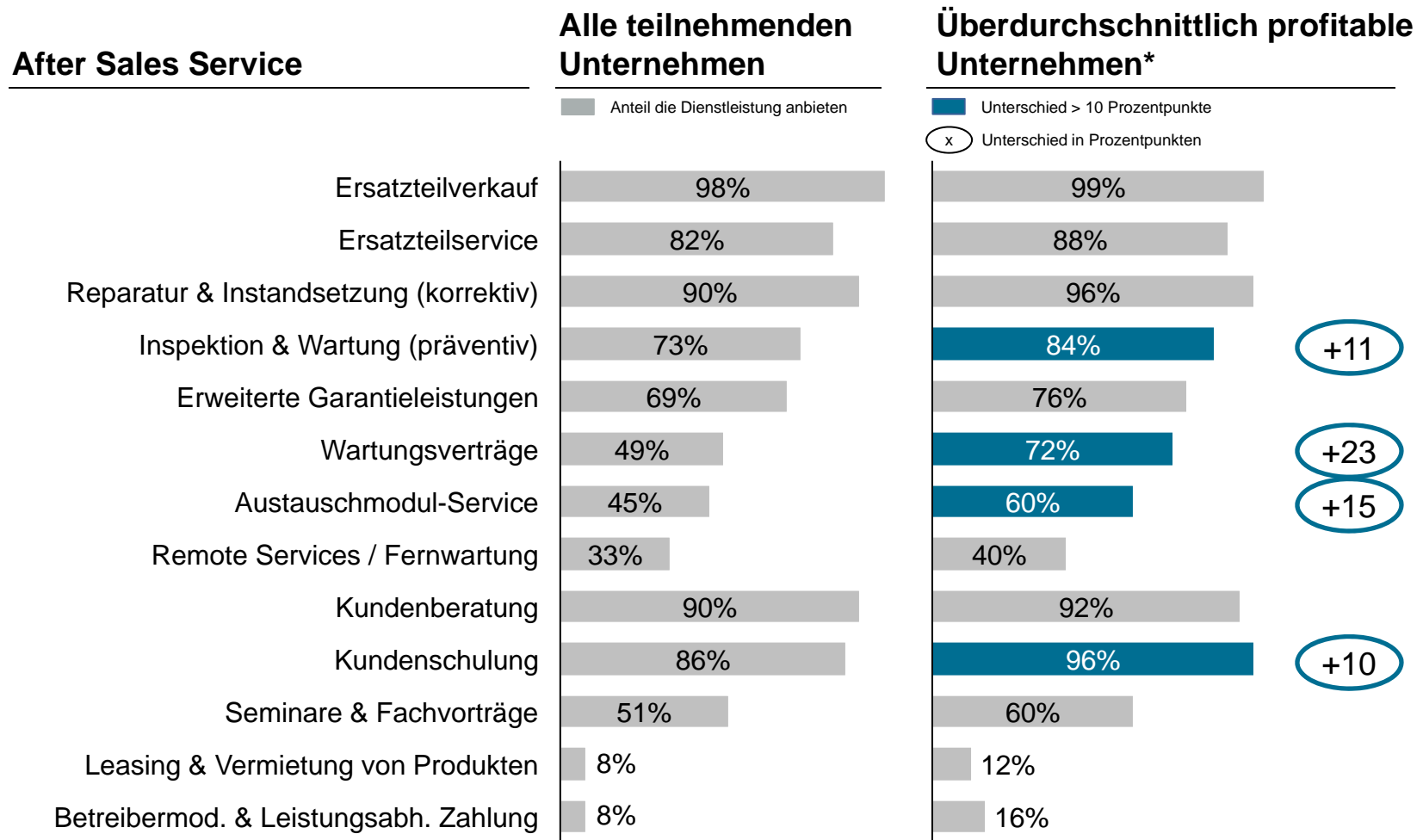
1: Insgesamt 51 Unternehmen aus allen Bereichen der maritimen Zulieferindustrie  
 2: Insgesamt 25 Unternehmen  
 © Fraunhofer 2016 · Seite 9

# Umsatz und Ertrag stehen deutlich stärker im Fokus der Unternehmen mit überdurchschnittlicher Rentabilität



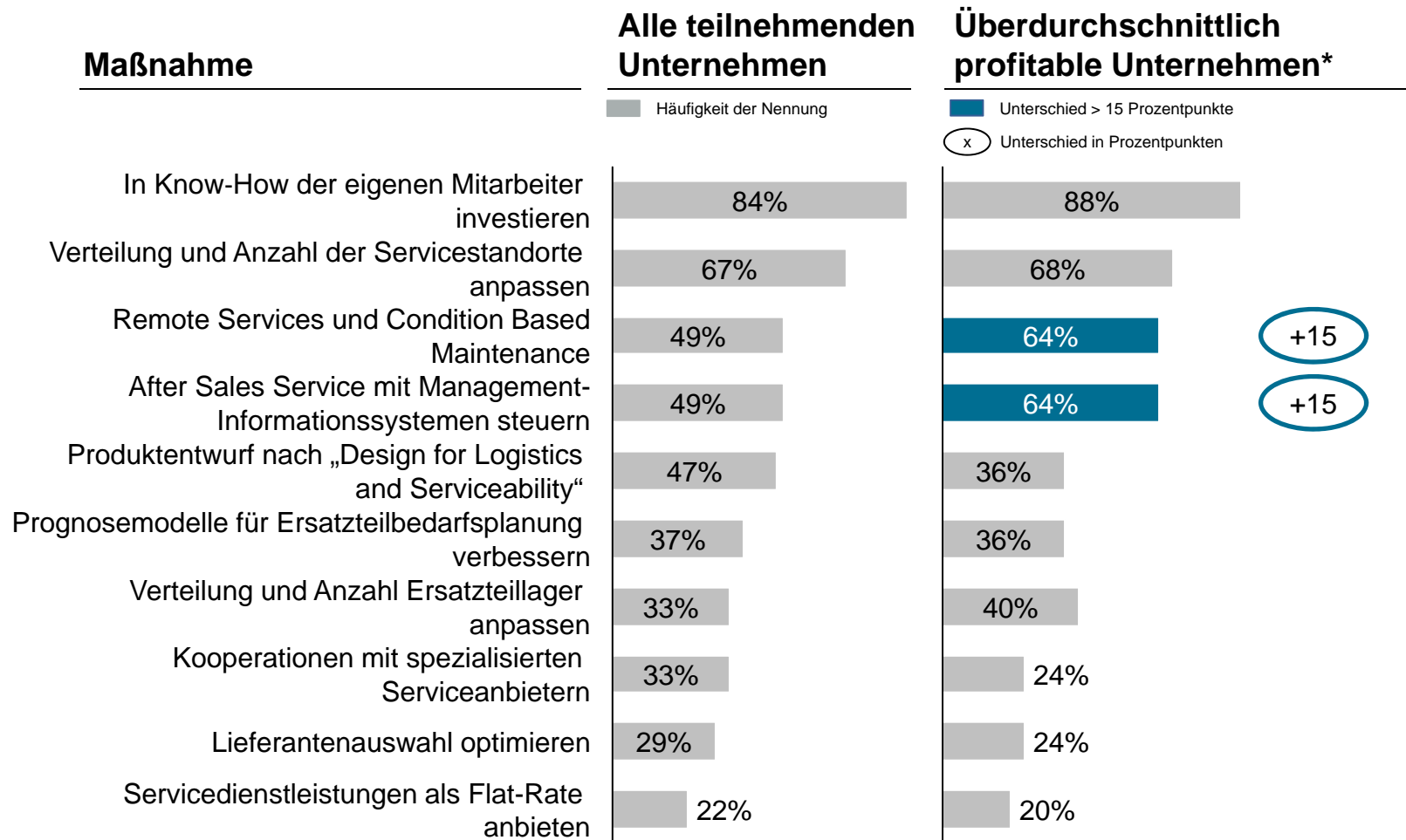
\*Unternehmen mit mindestens hoher Umsatzrentabilität UND >10% Anteil am Gesamtumsatz durch After Sales Services  
© Fraunhofer 2016 · Seite 10

# Unternehmen mit überdurchschnittlicher Rentabilität auch mit umfangreichem Angebot am Markt vertreten



\*Unternehmen mit mindestens hoher Umsatzrentabilität UND >10% Anteil am Gesamtumsatz durch After Sales Services  
© Fraunhofer 2016 · Seite 11

# Die rentabelsten Unternehmen setzen häufiger auf Maßnahmen aus dem Themenfeld Industrie 4.0



\*Unternehmen mit mindestens hoher Umsatzrentabilität UND >10% Anteil am Gesamtumsatz durch After Sales Services  
 © Fraunhofer 2016 · Seite 12

# Agenda

- 1 Kernfragen der Studie
- 2 Erfolgsmuster und Handlungsansätze
- 3 Fazit und Ausblick**

# 1 Dienstleistungen intelligent & datenbasiert gestalten

## Remote Maritime Services

Forschungsprojekt 1 in Vorbereitung

### Ausgangslage

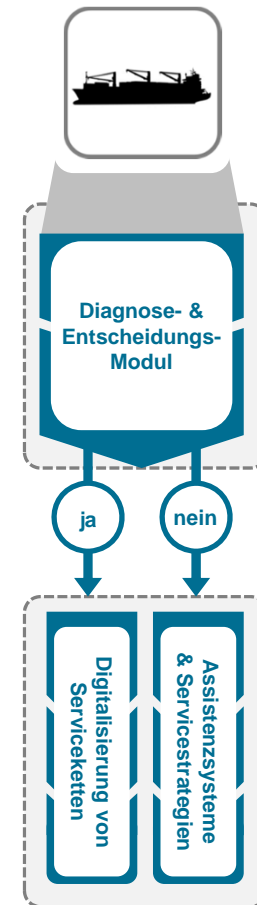
„Wie lässt sich digitalisierte Zustandsbestimmung und Fehleridentifikation erfolgreich in innovativen After Sales Serviceangeboten umsetzen?“

### Vorgehen

- Entwicklung eines Diagnose- & Entscheidungsmoduls zur Zustandsbestimmung
- Digitalisierung von Dienstleistungen und Automatisierung von Dienstleistungsprozessen
- Konzeption darauf aufbauender After Sales Prozesse (z.B. bei der Ersatzteilversorgung)

### Nutzen

- Intensive Unterstützung während der Antragsphase & gemeinsame Projektdurchführung
- Bessere Performance (Kosten, Serviceniveau) durch minimierten bzw. effizienteren Einsatz von Technikern
- Entwickelte Produkte erweitern das eigene Portfolio an After Sales Services
- Vorsprung ausbauen, was Qualität und Innovationskraft im After Sales angeht



# 2 Servicestandorte als zentrale Schnittstelle zum Kunden Maritime Field Service Network Planning

## Forschungsprojekt 2 in Vorbereitung

### Ausgangslage

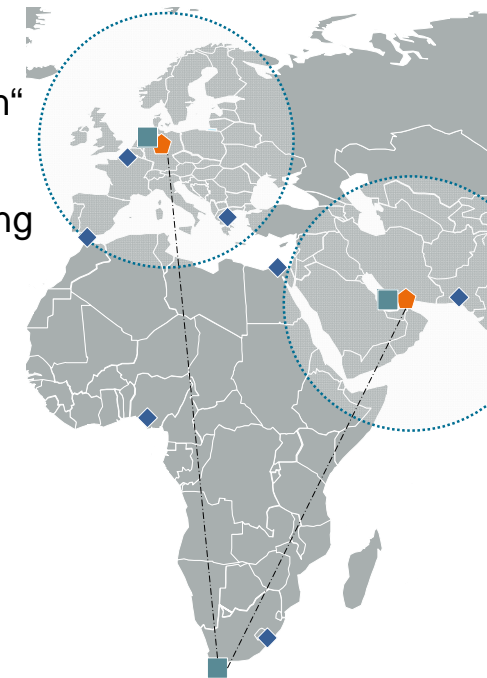
„Wie lässt sich die weltweite Verteilung und Anzahl an Servicestandorten durch Einsatz innovativer Management-Informationssysteme (MIS) steuern“

### Vorgehen

- Entwicklung eines simulationsbasierten MIS für die Standortoptimierung
- Berücksichtigung der speziellen Anforderungen in der maritimen Zulieferindustrie
- Prozessanalyse durchführen, Simulationsparameter & –modell definieren, MIS entwickeln

### Nutzen

- Intensive Unterstützung während der Antragsphase & gemeinsame Projektdurchführung
- Bessere Performance (Kosten, Serviceniveau) im After Sales aufgrund optimierter Anzahl und Verteilung der eigenen Servicestandorte
- Nutzung des *Maritime Field Service Network Planning Tool* über Projektlaufzeit hinaus
- Identifikation von Potentialen für die Verbesserung der After Sales Prozesse insgesamt



Maritime Field Service Network:

- Servicestandort
- ◆ Servicepartner
- ◆ Lager

# 3 Identifizieren & Implementieren von Best Practices

## After Sales Service Key Performance Indicator Benchmark

### Benchmark-Projekt in Planung

#### Ausgangslage

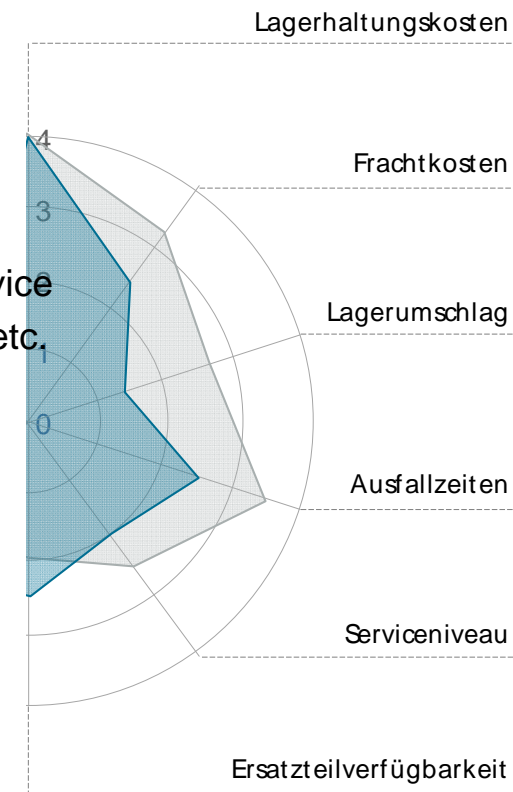
„Wie ist die Performance meines Unternehmens verglichen mit der Konkurrenz und den After Sales Champions der Branche?“

#### Vorgehen

- Branchenbezogenes Benchmarking
- Ganzheitliche Betrachtung der Leistungsfähigkeit im After Sales Service
- Kennzahlen: Ersatzteilversorgung, Transportkosten, Serviceniveau, etc.

#### Nutzen

- Quantitative Bewertung der Leistung im After Sales (Produktivität, Qualität und Kosten)
- Systematischer Vergleich: objektive Identifikation von Stärken, Verbesserungsbereichen und »Best Practices«
- Unternehmensindividuelle Auswertung und Handlungsempfehlungen als Grundlage einer zielgerichteten Maßnahmenentwicklung





# 4 Chancen der Industrie 4.0 erkennen und nutzen

## Focus Group After Sales Service 4.0

Projekt in Planung

### Ausgangslage

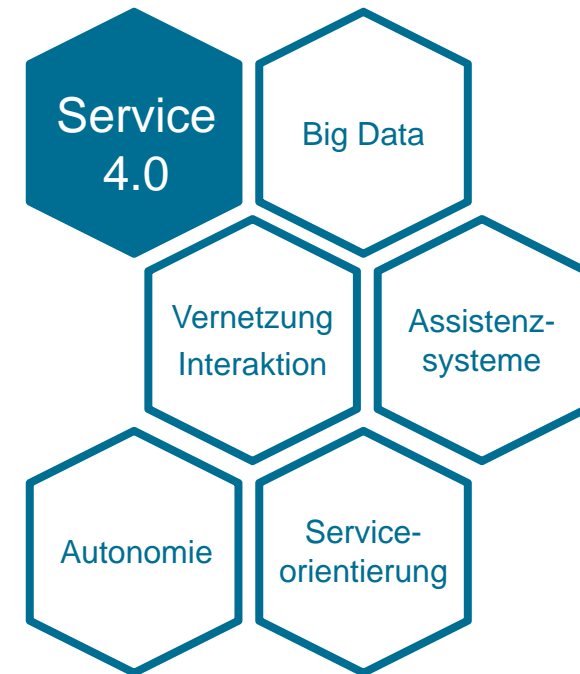
„Was ist der Nutzen von Industrie 4.0 für mein Unternehmen und wie kann eine Umsetzung im After Sales Service realisiert werden?“

### Vorgehen

- Partizipatives Workshop-Konzept
- Teilnehmer und Experten aus Praxis und Wissenschaft
- Gemeinsames Entwickeln von neuen Ideen und Lösungen

### Nutzen

- After Sales 4.0: Transparenz über Status quo, Voraussetzungen und mögliche Ansätze
- Systematische Identifikation von Geschäftsmodellen für After Sales Services 4.0
- Anknüpfungspunkte für die Umsetzung der entwickelten Ideen und Instrumente für den individuellen Praxistransfer



# Ihr Kontakt am Fraunhofer CML



Prof. Dr.-Ing. Carlos Jahn

Fraunhofer-Center für Maritime Logistik und Dienstleistungen  
Am Schwarzenberg-Campus 4, Gebäude D  
21073 Hamburg

Tel.: +49 40 / 42878 4450

Fax: +49 40 / 42878 4452

Email: [carlos.jahn@cml.fraunhofer.de](mailto:carlos.jahn@cml.fraunhofer.de)

[www.cml.fraunhofer.de](http://www.cml.fraunhofer.de)



Dipl.-Ing.oec. Lutz Kretschmann

Fraunhofer-Center für Maritime Logistik und Dienstleistungen  
Am Schwarzenberg-Campus 4, Gebäude D  
21073 Hamburg

Tel.: +49 40 / 42878 6118

Fax: +49 40 / 42878 4452

Email: [lutz.kretschmann@cml.fraunhofer.de](mailto:lutz.kretschmann@cml.fraunhofer.de)

[www.cml.fraunhofer.de](http://www.cml.fraunhofer.de)