

Industrielles Servicemanagement: Selling the Invisible

**Immer mehr Industriebetriebe professionalisieren ihr Dienstleistungsangebot. Dienstleistungen kann man nicht anfassen, man kann Sie nicht wie ein Produkt auf den Besprechungstisch legen. Nach Gebrauch verflüchtigen sie sich. Wie professionell eine Dienstleistung war, weiß man oft erst im Nachhinein. Die Bundesrepublik Deutschland ist unzweifelhaft eine Dienstleistungsgesellschaft geworden. Inzwischen sind ca. 70 % der Arbeitsplätze im Bereich Dienstleistung. Die DHBW möchte unsere Dualen Partner bei der Individualisierung der Serviceangebote inhaltlich begleiten.**

DHBW Mosbach

Lohrtalweg 10  
74821 Mosbach

Telefon + 49.6261.939-0  
Telefax + 49.6261.939-504

Intensiver Wettbewerb und standardisierte industrielle Produktion versorgen uns mit qualitativ hochwertigen Produkten, die allerdings auch immer vergleichbarer werden. Durch individuelle Servicepakete entstehen Wettbewerbsvorteile für Ihr Unternehmen und eine vertiefte Kundenbindung. Gleichzeitig sind die Produkte wesentlich komplexer und damit beratungsintensiver geworden. Ohne umfassende Serviceangebote wird keine Maschine mehr verkauft, weder im In- noch Ausland. War der Service im Industriebereich bisher ein notwendiges Übel, wird er nun zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor. Ein Paradigmenwechsel von der Produkt- zur Serviceorientierung findet statt.

DHBW Mosbach

**Campus Bad Mergentheim**

Schloss 2  
97980 Bad Mergentheim

Telefon + 49.7931.530-600  
Telefax + 49.7931.530-604

info@dhbw-mosbach.de  
www.dhbw-mosbach.de

Der Studiengang BWL-Industrie an der DHBW Mosbach hat auf diesen Paradigmenwechsel reagiert und bietet neben den klassischen Produktionsfächern auch das Management, die Innovation und den Vertrieb industrieller Services an. Die Vorlesungsreihe „Industrielles Servicemanagement“ versetzt die Studierenden in die Lage, ihren Unternehmen wesentliche Impulse zur Professionalisierung des Servicebereiches zu geben. Dazu setzt der Lehrstuhl Industrielle BWL in drei zentralen Bereichen an:

## **1 Management von industriellen Dienstleistungen**

Im Arbeitsalltag sind Kundendienstmitarbeiter(innen) oft ereignisgesteuert. Prioritäten entstehen zufällig und wechseln täglich. Wodurch kann man eine moderne Servicekultur begünstigen? Wie werden Service-Level-Agreements formuliert? Wie vermeidet man Überlastung und Kapazitätsschwankungen im Servicebereich? Wie dimensioniert man eine Serviceabteilung und welche Entlohnungsformen sind empfehlenswert? Welche einfachen

Problemlösungstechniken gibt es für Kundendienstmitarbeiter(innen)? Dieser Teil der Vorlesung soll Ihre Serviceeffektivität steigern und Serviceabläufe professionalisieren.

## **2 Innovation industrieller Dienstleistungen**

Während Produkte systematisch entwickelt werden, sind neue Dienstleistungen oftmals eher zufällig oder vom Kunden getrieben. In den USA nennt man das

*„New Services happen“.*

Wie kommt man zu eigenen, innovativen Serviceangeboten? Wie schafft man eine Innovationskultur? Durch systematische Serviceinnovationen haben Sie im Wettbewerb die Nase vorn. Den Studierenden wird ein ganzheitliches Service-Innovationskonzept vorgestellt und mit ihnen erarbeitet. So soll sichergestellt werden, dass Ideen nicht nur Ideen bleiben, sondern zu marktfähigen Service-Angeboten und Umsatzträgern entwickelt werden.

## **3 Vertrieb industrieller Dienstleistungen**

Man kann Sie nicht anfassen und schwer demonstrieren – verkaufen muss man sie doch: die Dienstleistung. Während Produkte für sich selber sprechen, sind Dienstleistungen ein Interaktionsgut. Gerade in Industriebereich werden die Dienstleistungen auf das jeweilige Unternehmen zugeschnitten. Der Kunde ist schon bei der Entwicklung beteiligt, hat individuelle Anforderungen und muss bei der Erbringung der Dienstleistung unterstützen. Wie entwickelt man eine attraktive Dienstleistungsmarke? Wie bindet man Kunden ein? Was darf/muss man vom Kunden verlangen? Wie erzeugt man das notwendige Vertrauen beim Kunden? Wie werden Dienstleistungsverträge formuliert und abgesichert? In dieser Vorlesung wird der Schwerpunkt auf direkt umsetzbare Maßnahmen des Service-Vertriebs gelegt.

Gerne erwarten wir Ihre Fragen und nehmen Ihre Impulse auf. Unsere Dualen Partner können sich jederzeit direkt an unseren Experten:

Prof. Dr. Manfred Hentz (Manfred.Hentz@mosbach.dhbw.de)

wenden, der diesen Bereich inhaltlich verantwortet.