

+++ PRESSEMITTEILUNG +++

Diamonds are Forever

26. Aachener Dienstleistungsforum am FIR begeistert mit Impulsen für den Weg vom Produkt- zum digitalen Lösungsanbieter

Aachen, 05.04.2023. Mit fast 600 Anmeldungen war das 26. Aachener Dienstleistungsforum am 15. März 2023 erneut ein Highlight für die Service-Community der produzierenden Industrie. Unter dem Motto „Subscription Journey – Erfolgreich vom Produkt zum Lösungsanbieter“ hatten das FIR an der RWTH Aachen und das Center Smart Services zu einer Reise durch die zentralen Entwicklungsstufen datenbasierter As-a-Service-Geschäftsmodelle eingeladen. Industrievertreter:innen gaben mit Best Practices aus verschiedenen Branchen Einblicke in die Vielfalt der Themen, Aufgabenstellungen und Perspektiven auf dem Weg vom Transaktions- zum Subscription-Modell. Sie berichteten zu neuesten Entwicklungen und teilten Erfahrungen, Herausforderungen sowie Learnings aus ihren Projekten. Die EXCLUSIVE-Partner des Aachener Dienstleistungsforums präsentierten innovative Produkte und Lösungen für das Subscription Business.

Subscription Business ist ein zentrales Thema im Cluster Smart Logistik, betonten Professor Wolfgang Boos, Geschäftsführer FIR an der RWTH Aachen, Dr. Lennard Holst, Bereichsleiter Dienstleistungsmanagement am FIR und Dr. Maximilian Schacht, Leiter Center Smart Services, zur Begrüßung: „Unsere Vision ist es, das größte Innovationsökosystem für die Service-Transformation aufzubauen. Wir werden ein spannendes Angebot bereitstellen mit Leistungen von der Weiterbildung über die individuelle Beratung, die Beteiligung an Innovationsprojekten bis hin zu einer Mitgliedschaft in der Community des Centers Smart Services.“

Als Treiber für eine zielgerichtete Digitalisierung ermöglichen Subscription-Modelle eine bessere und längere Nutzung von Maschinen und Anlagen, bei der sowohl der Anbieter als auch der Kunde am Kundenerfolg beteiligt sind. Letztendlich sind sie dafür gemacht, langfristig mit dem Kunden zusammenzuarbeiten. In ihrem Einstiegsimpuls „Diamonds are forever“ sprechen Holst und Schacht von Kundenbeziehungen, die fest wie Diamanten sind und sich so dazu eignen Resilienz, Nachhaltigkeit und wirtschaftlichen Erfolg produzierender Unternehmen langfristig zu sichern. Der Wandel vom transaktionalen Einmalgeschäft hin zum Subscription-Modell ist allerdings nicht von heute auf morgen möglich. Er geht über die verschiedenen Stufen *Service-Excellence*, *Digitale Produkte* und *Subscription*.

Mitten hinein in die Umsetzung ging es bei der Präsentation zahlreicher Use-Cases aus der Industrie. Vertreter:innen namhafter Unternehmen inspirierten das Publikum mit Insights, Erfahrungen und Erkenntnissen aus ihren Projekten. Mit dabei waren: Jochen Bender, [Heidelberger Druckmaschinen AG](#), Maximilian Birle, [Fahrzeugwerk Bernard KRONE GmbH & Co. KG](#), Dr. Bettina Friedl, [Carl Zeiss Industrielle Messtechnik GmbH](#), Dr. Marco Husmann, [DMG Mori](#), Benjamin Köb, [Winterhalter Gastronom GmbH](#), Judith Kötzsch, [Rittal GmbH & Co. KG](#), Benedikt Moser, [SparePartsNow GmbH](#), Philip Post, [Atlas Copco Tools Central Europe GmbH](#), Jennifer Richardt und Ilka Helmrich, [thyssenkrupp Industrial Solutions AG](#), Holger Schmid, [Bizerba SE & Co. KG](#), Nils Tolle, [Danfoss GmbH](#).

+++ PRESSEMITTEILUNG +++

Trotz aller Unterschiedlichkeit der vorgestellten Projekte gibt es doch große Gemeinsamkeiten bei den Erfolgsprinzipien auf dem Weg zum Subscription-Modell.

Die Unterstützung des Top-Managements sehen alle Referierenden als Voraussetzung dafür, den Veränderungsprozess überhaupt anstoßen zu können. Eine Analyse des Status-quo schafft darüber hinaus die Ausgangsbasis für eine zielgerichtete und strukturierte Transformation. Das Center Smart Services entwickelte dazu ein Service-Assessment, das Unternehmen dabei hilft, ihre strategische Ausrichtung zu definieren und Maßnahmen abzuleiten. Im Prozess selbst ist die Integration aller Mitarbeitenden Grundvoraussetzung, um Serviceleistungen zu erbringen. „Service-Excellence ist keine Eintagsfliege, sondern ein permanenter Prozess und muss im Mindset der Mitarbeitenden verankert sein“, sagt etwa Dr. Bettina Friedl, Carl Zeiss Industrielle Messtechnik GmbH. Jennifer Richardt und Ilka Helmrich betonen die Rolle von Mitarbeitenden als Botschafter im Unternehmen: „Wenn Kolleg:innen ihre positiven Erfahrungen an die Belegschaft weitergeben, ist das ein viel größerer Push, als es Projektmanagement jemals sein kann.“

Startpunkt und Herzstück auf dem Weg zum erfolgreichen Lösungsanbieter ist der Kundenfokus. Kunden, die zufrieden sind, werden zu loyalen Partnern, das treibt den Unternehmenserfolg. Deshalb gilt es, zunächst die Service-Excellence als erste Etappe der Subscription Journey gut im Unternehmen zu verankern. Die weitere Reise muss schrittweise erfolgen, um das eigene Angebot stetig auf den Kundenbedarf hin zu optimieren. „Immer klein anfangen, Skalierbarkeit im Kopf haben, Feedback einholen und dieses immer wieder umsetzen. Jedes Kundenerlebnis muss sitzen,“ beschreibt es Benedikt Moser, SparePartsNow GmbH, und auch Dr. Marco Husmann, DMG MORI, spricht sich dafür aus, Produkte und Dienstleistungen jeweils in einem iterativen Prozess mit dem Kunden gemeinsam zu entwickeln und dann zu skalieren, sobald deren Wert für das Unternehmen in ersten Proof-of-Value identifiziert wurde. Das wurde im Vortrag z. B. mit der Lösung TULIP bei DMG MORI eindrucksvoll gezeigt.

Judith Kötzsch, Rittal GmbH & Co. KG, sieht die Bildung von Personas für industrielle Kunden als einen wichtigen Erfolgsfaktor für die kundenzentrierte Entwicklung von Services. Sie helfen, Bedürfnisse, Herausforderungen und Treiber der Zielgruppen zu verstehen und das Wertversprechen für den Kunden mit dem Kundennutzen in Einklang zu bringen. Condition Monitoring ist dabei eine exzellente Möglichkeit, die Kooperation zwischen Hersteller und Endanwender zu intensivieren. Auch Maximilian Birle, Fahrzeugwerk Bernhard KRONE GmbH & Co. KG, verweist darauf, dass es nicht um Technik, sondern um Mehrwert geht, der durch die intelligente Kombination von Daten und Produkten erzielt wird.

Preisgestaltung und Vertrieb sind weitere zentrale Themen für Subscription-Geschäftsmodelle. Als wesentlichen Erfolgsfaktor für das Pricing sehen die Referierenden eine hohe Individualität des Angebots. Sie reduziert die Vergleichbarkeit mit anderen Marktteilnehmern und ermöglicht es, die Kontrolle über die installierte Basis zu halten. „Marktkontrolle bedeutet auch, die Preiskontrolle zu haben“, sagt dazu Holger Schmid, Bizerba SE & Co. KG. Das Unternehmen setzt mit seiner Equipment-as-a-Service-Strategie auf Kreislaufwirtschaft. „EaaS ist die perfekte Quelle für unseren neuen Gebrauchtgerätemarkt, da wir genau wissen, wann, was, woher und in welchem Zustand an uns zurückgeht. Auch bei diesen Geräten bieten wir die gleichen Dienstleistungen wie bei Neuprodukten an“, so Schmid.

+++ PRESSEMITTEILUNG +++

Der Vertrieb von Subscription-Geschäftsmodellen erfordert insbesondere ein geschultes Vertriebsteam. Es muss in der Lage sein, neben Maschinen auch Verträge verkaufen zu können und intensive Kontakte zum Kunden zu pflegen, um ein langfristiges Vertrauensverhältnis aufzubauen. Grundvoraussetzung für den Vertriebs Erfolg ist dabei auch ein Mindchange in den Unternehmen, weg vom umsatzgetriebenen Einmalgeschäft hin zu einer Betrachtung der langfristig erzielbaren Gesamtmarge, die durch stetige Leistungssteigerungen beim Kunden erzielt werden kann.

Durch alle Themenstränge zieht sich auch die Notwendigkeit, Kennzahlen zu definieren. Sie ermöglichen es, Erfolge sichtbar zu machen, Maßnahmen objektiv zu beurteilen sowie Potenziale zu identifizieren und sind damit letztendlich auch Treiber auf dem Weg zum Ziel: dem Subscription-Geschäftsmodell.

„Wir haben gesehen, dass man die drei Entwicklungsstufen Service-Excellence, Digitale Produkte und Subscription zusammen betrachten muss, eins gehört zum anderen. Der Austausch, wie wir ihn heute erlebt haben, ist wichtig. Er hilft zu sehen, dass man nicht allein vor den Herausforderungen steht. Zudem erhält man viele neue Impulse, um den eigenen Weg erfolgreich zu gestalten. Im Cluster Smart Logistik werden wir auch zukünftig nicht müde, den Weg vom Produkt- zum Lösungsanbieter weiter zu forcieren. Es gibt immer den nächsten Schritt, man kann viel voneinander lernen,“ fassten Dr. Lennard Holst und Dr. Maximilian Schacht am Ende des Tages noch einmal zusammen. Und so steht auch der Termin für das 27. Aachener Dienstleistungsforum bereits fest. Interessierte können sich schon jetzt für die Teilnahme am 13. März 2024 vormerken lassen.

Weitere Informationen:

www.dienstleistungsforum.de

[Pressemeldung inkl. Bildmaterial](#)

[8.372 Zeichen inkl. Leerzeichen, 05.04.2023]

EXCLUSIVE-Partner des 26. Aachener Dienstleistungsforums:

[doubleSlash Net-Business GmbH](#), [GMS Development GmbH](#), [MARKT-PILOT GmbH](#), [nexnet GmbH](#), [oculavis GmbH](#), [Transaction-Network GmbH & Co.KG](#)

Über das FIR an der RWTH Aachen

Das FIR ist eine gemeinnützige, branchenübergreifende Forschungs- und Ausbildungseinrichtung an der RWTH Aachen auf dem Gebiet der Betriebsorganisation, Informationslogistik und Unternehmens-IT mit dem Ziel, die organisationalen Grundlagen zu schaffen für das digital vernetzte industrielle Unternehmen der Zukunft.

Mit Erforschung und Transfer innovativer Lösungen leistet das FIR einen Beitrag zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen. Dies erfolgt in der geeigneten Infrastruktur zur experimentellen Organisationsforschung methodisch fundiert, wissenschaftlich rigoros und unter direkter Beteiligung von Expert:innen aus der Wirtschaft.



+++ PRESSEMITTEILUNG +++

Das Institut begleitet Unternehmen, forscht, qualifiziert und lehrt in den Bereichen Dienstleistungsmanagement, Business-Transformation, Informationsmanagement, Produktionsmanagement und Smart Work. Als Mitglied der Arbeitsgemeinschaft industrieller Forschungsvereinigungen fördert das FIR die Forschung und Entwicklung zugunsten kleiner, mittlerer und großer Unternehmen.

Das FIR ist zudem leitendes Institut des Clusters Smart Logistik auf dem RWTH Aachen Campus. Im Cluster Smart Logistik ermöglicht das FIR eine bisher einzigartige Form der Zusammenarbeit zwischen Vertreter:innen aus Forschung und Industrie. Das FIR wird vom Land Nordrhein-Westfalen gefördert, unterstützt als Johannes-Rau-Forschungsinstitut die Forschungsstrategie des Landes und beteiligt sich an den entsprechenden Landesclustern, um den Standort NRW zu stärken.

Pressekontakt für das FIR:

FIR e. V. an der RWTH Aachen
Campus-Boulevard 55
52074 Aachen

Birgit Merx, M.A.
Tel.: +49 241 47705-150
Fax: +49 241 47705-199
E-Mail: presse@fir.rwth-aachen.de

Dipl.-Betriebswirtin (FH) Marion Riemer
Tel.: +49 241 47705-155
Fax: +49 241 47705-199
E-Mail: presse@fir.rwth-aachen.de

Sie möchten keine Informationen des FIR mehr erhalten? Von unserem Presseverteiler können Sie sich abmelden, indem Sie uns eine E-Mail an presse@fir.rwth-aachen.de schicken.