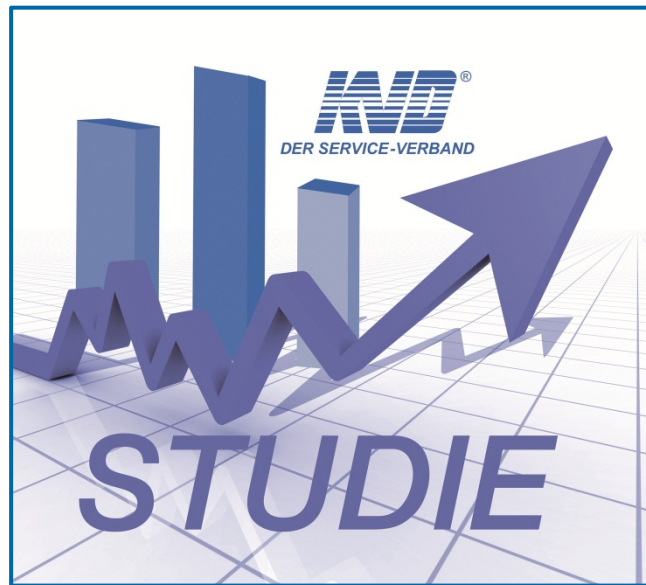


Jan Siegers
Christian Fabry
Gerhard Gudergan



Hrsg.: Univ.-Prof. Dr.-Ing. Dipl.-Wirt. Ing Günther Schuh,
Dr. Ing. Gerhard Gudergan, Markus Schröder,
Prof. Dr.-Ing. Volker Stich

KVD-Service-Studie 2013

„Fakten und Trends im Service“

- Management Summary -

„Service is going digital - Digitalisierung der Serviceprozesse“

Mehr Transparenz, mehr Vernetzung, effizienter Umgang mit Informationen und die stetige Schaffung neuer Geschäftsmodelle – die Digitalisierung bietet große Möglichkeiten für die Wirtschaft. Der Dienstleistungssektor, der sich als größtes Standbein des deutschen Bruttoinlandsprodukts etabliert hat, macht dabei keine Ausnahme – ganz im Gegenteil: Innovative Serviceleistungen werden heute mithilfe von digitalen Medien erbracht. In dem Kontext stellt heutzutage kaum einer mehr die Relevanz von Social Media – auch für den B2B Bereich – in Frage. Social Media verändern grundlegend, wie Menschen arbeiten, sich informieren und Aufgaben erledigen. Wer davor seine Augen verschließt, bleibt langfristig nicht wettbewerbsfähig.

Um jedoch diese Veränderungen innerhalb der Unternehmen zu beherrschen, bedarf es einer großen Flexibilität und Anpassungsfähigkeit der Unternehmen: Prozesse, Organisation und Zusammenarbeit werden sich in Zukunft ändern. In einer Zeit, in der ein Zugang zu relevanten Informationen durch Smartphones und Tablets einfach und überall möglich ist, wird die Digitalisierung – und die dadurch induzierte Veränderung vieler Prozessschritte – zu einer der aktuellen großen Herausforderung der Unternehmen. Welche Technologie, welche IT-Hardware und welches System lassen sich effektiv und effizient im Service einsetzen? Wie lassen sich die bestehenden Prozesse durch die neuen Möglichkeiten verbessern und welche neuen Optionen ergeben sich für das Servicegeschäft?

Um zu analysieren, inwieweit sich die Serviceunternehmen auf diese Herausforderung vorbereiten bzw. bereits den Wandel hin zu einem „Enterprise 2.0“ vollzogen haben, behandelt der Schwerpunkt der diesjährigen Service-Studie, die vom KVD zusammen mit dem FIR durchgeführt wurde, den Themenkomplex: „Service is going digital – Die Digitalisierung der Serviceprozesse“. Auch in der mittlerweile siebten Auflage stellt die KVD-Service-Studie eine umfassende und aussagekräftige Informationsbasis für die Servicebranche dar. Eine Auswahl der Ergebnisse des allgemeinen Teils der diesjährigen Umfrage ist im Folgenden aufgeführt:

- Fast 80 Prozent der befragten Unternehmen erwarten im Jahr **2014 ein starkes Wachstum** für ihr Servicegeschäft. Denen stehen nur 5 Prozent der Unternehmen gegenüber, die einen starken Rückgang erwarten. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil der Unternehmen, die ein starkes Wachstum im Folgejahr erwarten, um 9 Prozent gestiegen.
- Die Zahl der Unternehmen, die **Serviceniederlassungen in den BRIC-Staaten** (Brasilien, Russland, Indien und China) besitzen, steigt im Vergleich zu den letzten Jahren stetig an. Außerdem werden den BRIC-Staaten deutliche Bedeutungszuwächse in der Zukunft zugesprochen.
- Die größten **Ertragspotenziale** sehen die Unternehmen in den klassischen industriellen Dienstleistungen, wie Reparatur und Störfallbeseitigung sowie Wartung und Instandhaltung. Ein eindeutiger Trend lässt sich des Weiteren in der Beratung erkennen. Die befragten Unternehmen sehen zukünftig ein starkes Potenzial in den Beratungsdienstleistungen.

- Die *Investitionsschwerpunkte* der Unternehmen liegen aktuell und zukünftig in der Erhöhung der Kundenbindung, der Mitarbeiterqualifizierung und der Optimierung der Prozesse zur Dienstleistungserbringung. Es wird deutlich, dass in dem vorhandenen Wettbewerbsumfeld die langfristige Bindung bestehender Kunden und der eigenen Mitarbeiter für die Unternehmen ein extrem relevantes Handlungsfeld darstellt.
- Eine Analyse der *Altersstruktur* zeigt bei der Hälfte der Unternehmen, dass ein beträchtlicher Teil der Mitarbeiter bereits über 55 Jahre alt ist.
- Bei den *Auswirkungen des demografischen Wandels* sehen die Unternehmen insbesondere die steigende Leistungsanforderung an das bestehende Personal, den Fachkräftemangel sowie den Wissensabfluss als kritisch an.

Die Fähigkeit, sich durch Innovationen vom Wettbewerb abzuheben, trennt die erfolgreichen von den weniger erfolgreichen Unternehmen („Champions“ und „Verfolger“). Bei den im Schwerpunktthema untersuchten Themenkomplexen zur *Digitalisierung der Serviceprozesse* verfügen die Champions insgesamt über ein deutlich stärker ausgeprägtes Bewusstsein für die Bedeutung der innovativen Technologien und deren Möglichkeiten als die Verfolger. Die Ergebnisse zeigen, dass die Champions die Bedeutung entsprechender Handlungsfelder signifikant höher bewerten und einzelne Maßnahmen deutlich häufiger anwenden. Eine Zusammenfassung der Ergebnisse des diesjährigen Schwerpunktthemas ist im Folgenden dargestellt:

- Champions bewerten die derzeitige *Einbindung Externer* (z.B. Kunden, Lead User etc.) in den Innovationsprozess signifikant höher als die Verfolger und sind somit in der Lage „kundennäher“ zu entwickeln.
- Nur 2/3 der teilgenommenen Unternehmen erlauben ihren Mitarbeitern den *Zugriff auf Social Media*, wie beispielsweise Youtube, Facebook, XING etc., aus dem Firmennetz. Viele Unternehmen setzen anscheinend immer noch den Einsatz von Sozialen Medien mit der privaten Nutzung von Facebook gleich und bezweifeln den Wertbeitrag für das Unternehmen.
- Die Teilnehmer der Service-Studie bewerten die Analyse von Social-Media-Aktivitäten noch nicht mit der notwendigen Relevanz. Erst 1/3 der Umfrageteilnehmer analysieren ihre *Social-Media-Aktivitäten*, um daraus Feedback zu ihren Dienstleistungen zu erhalten.
- Champions bewerten die derzeitige und auch die zukünftige Bedeutung *eigener Apps* sowie eines *Web-Self-Services* für Kundenserviceprozesse signifikant höher als die Verfolger. Sie gehen

damit mit der Zeit und erschließen die zusätzlichen Potenziale der mobilen Anwendungen.

- Die Teilnehmer sind sich einig, dass die Bedeutung von *Social Media im Kundenservice* zukünftig deutlich ansteigen wird. Die Beantwortung von Kundenanfragen sowie das Kundenbeschwerdemanagement werden durch Soziale Medien zukünftig an Bedeutung gewinnen.

Das diesjährige Schwerpunktthema der Service-Studie offenbart viele Potenziale, die Unternehmen durch die geringe Nutzung von Sozialen Medien – sowohl im Unternehmen als auch in der Kommunikation mit den Kunden – bislang nicht nutzen. Die Ergebnisse zeigen, wo die Champions besser aufgestellt sind und bereits erste Erfolge verzeichnen und welche Mehrwerte durch die Digitalisierung im Service generiert werden können.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Ein Exemplar der KVD-Service-Studie können Sie über die Homepage www.service-studie.de beziehen.

Erfahren Sie was die Champions bereits heute umsetzen und wie Sie die Digitalisierung ihrer Serviceprozesse vorantreiben!



Weitere Infos und Download der gesamten Studie – inklusive einer Vielzahl an anschaulichen Abbildungen – unter:

www.service-studie.de