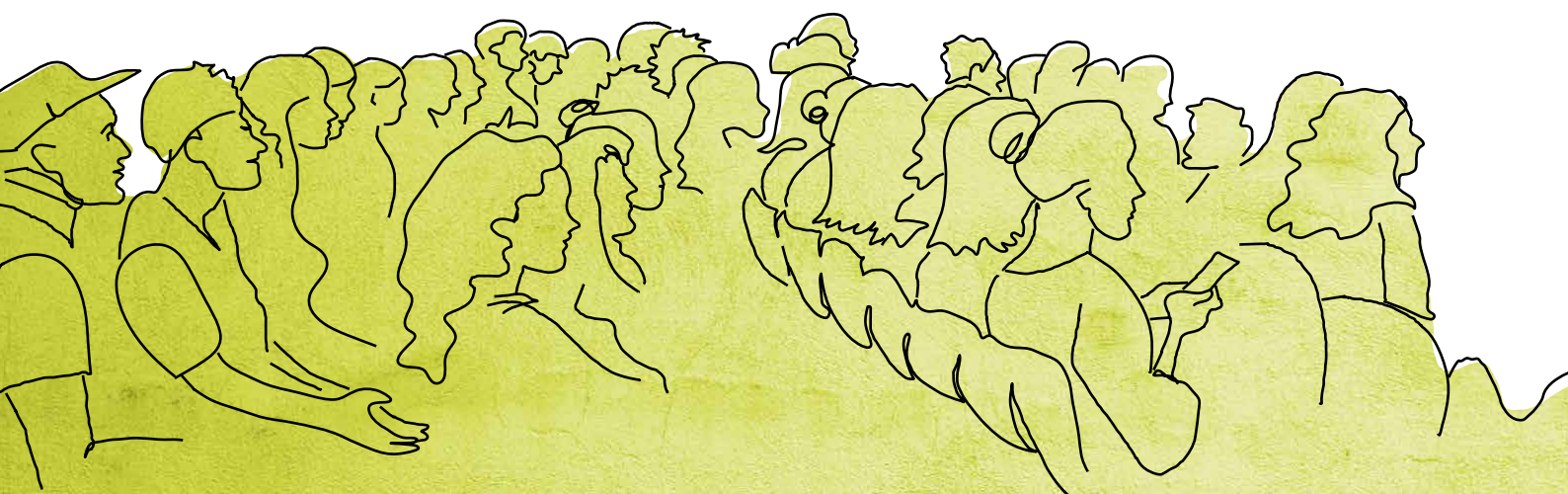


MBL

HIM

Münchener Business Lounge
Magazin der Fakultät für Betriebswirtschaft



Abschied von Claudia Eckstaller
Seite 4

Ein Ort für Heimatlose
Seite 6

Selbstbestimmt
und praxisorientiert zur
IT-Kompetenz
Seite 28

Der Service macht den Unterschied

Lifecycle Services – auch klassische (lebenszyklusbegleitende) Dienstleistungen genannt – wie präventive Instandhaltung und korrektive Instandsetzung, Schulungen, Modernisierungen und Retrofits haben im Investitionsgütersektor im Hinblick auf Wirtschaftlichkeit sowohl aus Anbieter- als auch aus Kundensicht einen hohen Stellenwert.

Ausschlaggebendes Differenzierungsmerkmal

Neben ihrer kommerziellen Bedeutung bieten Lifecycle Services vor allem vielfältige Möglichkeiten, sich aus Anbietersicht zu differenzieren. Potentielle Differenzierungen bestehen beispielsweise darin, dem Kunden Verfügbarkeitszusagen von Maschinen und Anlagen durch die Kombination von digitalen und klassischen Services zu machen. Hiermit wird dem Kunden sowohl eine Planbarkeit für seine Produktion als auch eine Absicherung seines Instandhaltungsbudgets gewährleistet.

Hinzu kommt noch der starke positive Effekt im Hinblick auf ökologische Nachhaltigkeit, wenn durch die angebotenen Services Maschinen und Anlagen länger und effizienter (v.a. im Hinblick auf Energieoptimierung, CO₂-Reduzierung und Ausschussminimierung) betrieben werden können. Zwei wichtige Voraussetzungen für den Entwurf, die Gestaltung und die Optimierung von zukunftsweisenden Services sind hierbei einerseits Erfahrungen und empirische Daten im jeweiligen Branchen- und Technologiesegment

(„Domänen Know-how“) und andererseits Digitalisierungsexpertise im Hinblick auf „remote und predictive Support und Services“ – d.h. die ortsunabhängige und vorausschauende Diagnose und Serviceerbringung.

Eines der weltweit führenden Unternehmen

Mit einer über 183-jährigen Tradition ist das Unternehmen KraussMaffei Technologies eines der weltweit führenden Unternehmen für Maschinen und Anlagen für die Kunststoff und Kautschuk erzeugende und verarbeitende Industrie. Der in München ansässige Konzern beschäftigt aktuell weltweit über 4.700 Mitarbeiter:innen und erzielt mit seinen 10 Werken und den Digitalen und Lifecycle Services jährlich einen Umsatz von mehr als 1 Milliarde Euro. Die Anlagen und Automatisierungslösungen von KraussMaffei finden sich überall dort, wo Polymer-, Kautschuk- und/oder Schaumstoffprodukte hergestellt werden. Dies ist z.B. in der Automobil-, Bau-, Verpackungs- oder Medizin- und Pharmabranche der Fall.



Projektsponsor Digital & Service Solutions

Sponsor des Kooperationsprojekts zwischen KraussMaffei und den Master-Marketeers der Hochschule München im Rahmen des Moduls Strategic Marketing Management in B2B Industries war die Division Digital & Service Solutions, welche den gesamten Service Geschäftsbereich bei KraussMaffei verantwortet. Die Abteilung Service Product and Portfolio Development ist hierbei verantwortlich für die Entwicklung und Implementierung von neuen Dienstleistungen. Dies umfasst sowohl die Entwicklung und Optimierung klassischer Services als auch die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle auf Basis neuer Digitalisierungslösungen.

Mehr Effizienz und Nachhaltigkeit

Unter anderem bietet KraussMaffei in diesem Kontext seit kurzem Lösungen in Form der socialProduction Produktfamilie und smartAssist mit smartGlasses inkl. Audio/Video Kommunikation für den remote-Service an. Durch diese Lösungen wird zum einen die Serviceerbringung noch effizienter und somit die Maschinenverfügbarkeit erhöht. Zum anderen wird der Ausschussanteil der eingesetzten Polymer-Werkstoffe um bis zu 30 % reduziert. Bei einer jährlichen Produktion von etwa 360 Mio. Tonnen Plastik weltweit und den damit verbundenen Ausschussraten können die genannten Service-Lösungen von

„Innovation und Fortschritt sind nicht nur technische Attribute – sie lassen sich direkt auf das B2B-Marketing übertragen. Mit KraussMaffei hatten wir hier einen sehr kompetenten Partner. Das Projekt hat uns gezeigt, wie interessant ein uns zuvor eher unbekanntes Unternehmen und dessen Produkte sein können!“

Team um Christina Nikolaidis, Alexander Vescia, Amelie Echinger, Felix Herbst & Chris Baierlacher

„Ein handfestes Projekt, das nicht nur KraussMaffei einen Mehrwert liefert, sondern für uns ergeben sich große Lerneffekte. Es war eine sehr gute Zusammenarbeit und Austauschmöglichkeit mit den Ansprechpartnern von KraussMaffei.“

Team um Stephanie Ehard, Fiona Damitz, Anna Seidel, Anna Stroppel & Mariella Roger



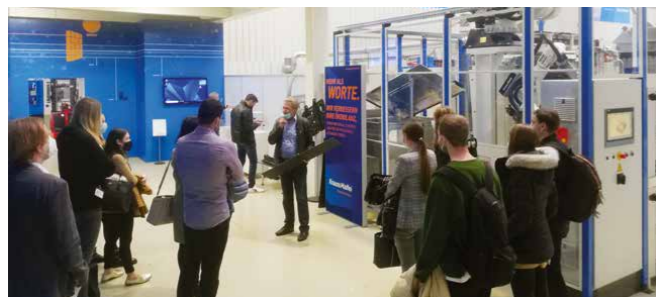
smartAssist – Sofort-Support
KraussMaffei Technologies GmbH

„Das Thema digitale und Lifecycle Service Produkte bewegt uns bei KraussMaffei seit der Gründung unserer Digital & Service Solutions Division in 2018 und wir arbeiten in cross-funktionalen Teams weltweit an diesen Themen. Auf dieser spannenden Reise ist unser Anspruch, für unsere Kunden der Wegbereiter in die digitale Transformation zu sein. Es war überraschend, welche zusätzlichen erfrischenden und pragmatischen Impulse uns die Kooperation mit den Projektteams der Hochschule München geliefert hat. Wir werden dies in unsere laufenden globalen Skalierungsaktivitäten einfließen lassen.“
Volker Ganz, KraussMaffei

„Auf unserem Markt zeichnet sich ab, dass klassische Unterscheidungsmerkmale wie Preis oder Maschinentechnologie allein immer weniger den Ausschlag für einen Maschinenkauf geben. Die Anbieter müssen deshalb aktiv nach neuen Differenzierungsfaktoren suchen. Mit der Projektstudie wurde unser Vorgehen zur modularen Portfolio-Architektur, mit dem wir unseren Kunden ganzheitliche Lösungen bieten wollen, bestätigt und durch einige attraktive Ansätze ergänzt.“
Markus Lunz, KraussMaffei



Test von smartAssist während Kick-off Veranstaltung



DeepDive @KraussMaffei, Trainingszentrum

Literatur

Global Plastics Alliance. (2019). Global Plastics Flow 2018. Conversio. Zugriff am 17.10.2019. Verfügbar unter: www.k-online.de/cgi-bin/md_k/lib/pub/object/downloadfile.cgi/Global_Plastics_Flow_Summary_Oct14_2019.pdf?oid=133807&lang=1&ticket=g_u_e_s_t

SocialProduction (2021) KraussMaffei Technologies GmbH aufgerufen am 15.12.2021 via www.kraussmaffei.com/de/unsere-produkte/digitale-produkte/socialproduction

SmartAssist (2021) KraussMaffei Technologies GmbH aufgerufen am 15.12.2021 via www.kraussmaffei.com/de/unsere-produkte/digitale-produkte/smartassist

Schlipf, M.; Seebacher, U.: Equipment-as-a-Service Market Study 2021 - Prerequisites, barriers and success factors for EaaS – an international and industry-wide study in the capital goods segment, Hochschule München, (2021) aufgerufen am 15.12.2021 via hm.edu/allgemein/aktuelles/news/news_detailseite_228865.de.html

KraussMaffei zu einer großen Reduzierung von benötigten Rohstoffen dienen, und somit einen signifikanten Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten.

Projekte zur Skalierung und Portfolio-Architektur
Basierend auf den aktuellen ‚Digitalen und Lifecycle Services‘ von KraussMaffei wurden zwei Projektaufgaben für die vier Studierendenteams aus dem Marketing-Schwerpunkt definiert.

Zwei Studierendenteams arbeiteten an Strategien zur Skalierung der remoteSupport-Services für Kunden von KraussMaffei, u.a. um die Vorteile wie schnelle Fehlerbehebung im Stillstandsfall und die Kompetenzerweiterung der eigenen Mitarbeiter optimal zu nutzen, aber auch um durch Reisevermeidung die ökologische Nachhaltigkeit zu steigern.

Zwei Studierendenteams widmeten sich der Aufgabe, eine moderne und modulare Serviceportfolio-Architektur und eine entsprechende Bündelung der Services für die diversen Kunden von KraussMaffei (differenziert nach Branchen, Regionen, Unternehmensgrößen etc.) vorzuschlagen.

Interviews, Benchmarking & 7P

Die Projekte starteten mit einer Kick-off-Veranstaltung und Live-Demonstration der digitalen und Lifecycle Services von KraussMaffei in der Kapelle auf dem Campus Pasing. Kurze Zeit später fand ein „hands-on DeepDive“ im Kunden- & Service-Trainingszentrum bei KraussMaffei vor Ort inklusive Werksführung und Q&A-Runde statt. Die Studieren-



Volker Ganz
(Vice President Customer Excellence – Digital & Service Solutions, KraussMaffei Technologies GmbH)



Markus Lunz
(Head of Service Portfolio Development – Digital & Service Solutions, KraussMaffei Technologies GmbH)



Matthias Schlipf
(Professor Hochschule München, Fk10)

denteams führten über die 12 Wochen Projektzeit anschließend über 30 Interviews mit Kunden, Servicetechnikern in drei Regionen (Europa, Asien und Americas), Service-Hotline, Produktmanagement, Vertrieb und Prozessmanagement von KraussMaffei. Neben einem Benchmarking wurde die Service-Port-

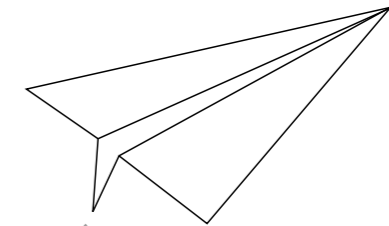


smartAssist – Maintenance4you
KraussMaffei Technologies GmbH

folio-Architektur von mehreren BestPractices Unternehmen u.a. aus dem Aviation-, Automotive-, Construction-, Electronics-, Logistics- und IT-Bereich evaluiert und auf die Charakteristika des KraussMaffei-Geschäfts übertragen und angepasst. Design-Thinking Methoden und die 7-P-Service-Marketing-Strukturierung (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) halfen den Teams beim Ausgestalten und Konkretisieren der Optimierungsvorschläge.

Konkrete Handlungsempfehlungen

In Zusammenarbeit mit dem Krauss-Maffei-Team um Stefan Feldmeier, Quirin Kuchler, Johannes Steigerwald und Markus Lunz entstanden so durch die vier Teams verschiedene Storytelling-Use-Cases, zwei kurze Movie Clips, konkrete Service-Bundles, ein Prototyp eines Service-Konfigurators und vielfältige Handlungsempfehlungen bezüglich einer modularen Serviceportfolio-Struktur und Maßnahmen, welche die Skalierung von digitalen Service-Lösungen vor dem Hintergrund von Effizienzsteigerung und Nachhaltigkeit fördern. ●



Fakultätsmagazin Betriebswirtschaft
Ausgabe 01/2022

Herausgeber
Prof. Dr. Markus Wessler
Fakultät für Betriebswirtschaft
Hochschule München
Am Stadtpark 20
81243 München
Telefon: 089/1265-2711
Fax: 089/1265-2714
www.bwl.hm.edu

Anschrift
Hochschule München
Lothstraße 34
80335 München
hm.edu

Redaktion
Romy Schorcht

Grafik
www.hanna-hanst-design.de
www.boadvertising.com

Lektorat
Dr. Claudia Streit

Illustrationen
www.hanna-hanst-design.de

Bilder, soweit nicht anders
gekennzeichnet: Hochschule München,
Fakultät für Betriebswirtschaft

Rechte: Die Zeitschrift und alle in ihr
enthaltenen einzelnen Beiträge und
Abbildungen sind urheberrechtlich
geschützt. Jede Verwertung außerhalb
der durch das Urheberrechtsgesetz
festgelegten Grenzen ist ohne
Zustimmung des Herausgebers
unzulässig.

Stand
April 2022

