

Presseinformation

Dorsten, 18. November 2019

KVD-Service-Studie 2020: Unternehmen machen ihren Umsatz mit Service

Auch der Umsatzanteil am Gesamtgeschäft und die Margen des Servicegeschäfts haben sich positiv entwickelt

Unternehmen steigern ihre Umsätze vor allem mit Dienstleistungen; der Service nimmt einen immer größeren Stellenwert ein. Die Ergebnisse der KVD-Service-Studie 2020, die vom Service-Verband KVD e. V. in Zusammenarbeit mit dem FIR e. V. an der RWTH Aachen herausgegeben wird, belegen diese positive Entwicklung, welche sich im Wachstum der Serviceumsätze in der DACH-Region widerspiegelt. Auch der Umsatzanteil am Gesamtgeschäft und die Margen des Servicegeschäfts haben sich positiv entwickelt.

In Zahlen ausgedrückt heißt das: Der Umsatzanteil des Servicegeschäfts ist in den letzten drei Jahren gestiegen. Der Anteil der Unternehmen, die mehr als zehn Prozent ihres Umsatzes aus dem Servicegeschäft generieren, ist in den letzten Jahren von 69 Prozent auf 76 Prozent gewachsen. „Eine zentrale Herausforderung, vor der die Serviceunternehmen stehen, besteht darin, diesen Trend erfolgreich fortzuführen“, erklärt Markus Schröder, KVD-Geschäftsführer und Mitherausgeber der KVD-Service-Studie. Geprägt vom Einfluss der Digitalisierung, unterliegt auch die Servicebranche einem kontinuierlichen Wandel. Neben klassischen industriellen Dienstleistungen rücken zunehmend Smart Services, die über ein enormes Wertschöpfungspotenzial verfügen, ins Zentrum der Betrachtungen. „Eine der größten Herausforderungen, um dieses Wertschöpfungspotenzial umsetzen zu können, stellt dabei der erfolgreiche Vertrieb dieser digitalen Leistungen dar“, sagt Markus Schröder.

Die KVD-Service-Studie belegt, dass Top-Performer bereits über einen ausgereifteren Vertrieb von Smart Services verfügen als ihre Follower. Dies konnte anhand der acht Dimensionen des verwendeten Ordnungsrahmens zum Vertrieb von Smart Services aufgezeigt werden. Die Dimensionen sind Vertriebsorganisation und -steuerung, Kundensegmentierung, Leistungsversprechen, Vertriebsressourcen und Qualifikation, Interne Kommunikation und Motivation, Vertriebskanäle und Partner, Erlös- und Preismodelle sowie Externe Kommunikation.

Was bedeutet das, wenn man auf den Status Quo blickt? „Die Ergebnisse unserer Studie zeigen auf, dass klassische Serviceleistungen häufig über traditionelle Erlösmodelle im Asset-Sales verkauft werden und als Preismodell der Cost-Plus-Ansatz verwendet wird.“ Bei kundennutzenorientierten Smart Services hingegen würden durch Top-Performer mit Lizenz-, Wartungs- und SLA-Verträgen, aber auch Abonnements, abweichende Erlösmodelle genutzt. „Um den Leistungserbringungsprozess des Anbieters auf einen hohen Kundennutzen auszurichten, wenden erfolgreiche Unternehmen für Smart Services auch nutzenorientierte Preismodelle an“, analysiert der KVD-Geschäftsführer.

Dies werde dadurch deutlich, dass bereits fast die Hälfte der Top-Performer ihren Kunden nutzenorientierte Preismodelle anbietet, wobei Follower hier lediglich bei 14 Prozent rangieren: „Um den konkreten Nutzen, der sich über den gewählten Preis äußert, erfolgversprechend darzulegen, muss die externe Kommunikation aktiv gefördert werden. Hierbei legen erfolgreiche Unternehmen hohen Wert auf eine positive Kundenerfahrung während des gesamten Lebenszyklus des Smart Service“, führt er aus. Weiterhin verwenden Top-Performer deutlich häufiger als ihre Follower Successful Practices zur proaktiven Nutzendarstellung und verfügen über weitreichendere Kommunikationsfähigkeiten, um ihre Lösungen anhand von Demonstratoren zu verdeutlichen und auf Konferenzen und Messen vorzustellen.

Die KVD-Service-Studie 2020 steht allen KVD-Mitgliedern kostenlos zur Verfügung. Nicht-Mitglieder können die Studie unter www.service-studie.de käuflich erwerben und auswerten.

Hinweis an die Redaktionen:

Bei Interesse an einem Interview mit dem KVD-Geschäftsführer Markus Schröder wenden Sie sich direkt an Alexandra Engeln, a.engeln@kvd.de

Ihre KVD-Ansprechpartner:

Markus Schröder, KVD Geschäftsführer, Tel: 02362 . 9873-0, gs@kvd.de
Alexandra Engeln, Leitung Marketing & Kommunikation, Tel: 02362 . 9873-14, a.engeln@kvd.de

Ihr Presse-Ansprechpartner:

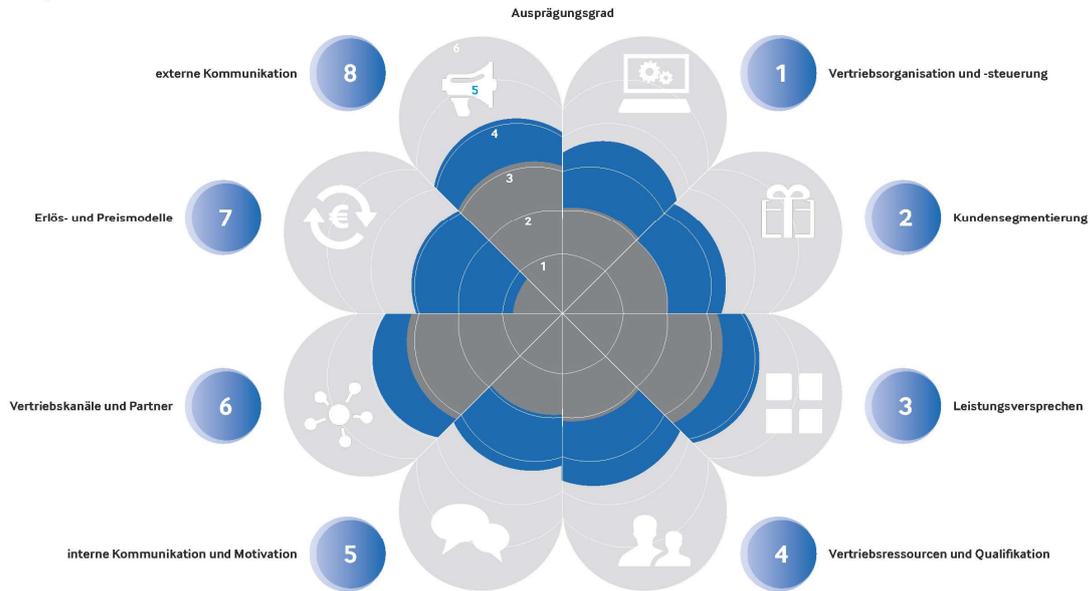
Michael Braun, KVD Redaktion, Tel: 02309 . 7847-113, redaktion@kvd.de

KVD e. V. – der Service-Verband

Der KVD unterstützt Fach- & Führungskräfte bei der Verbesserung ihres technischen Kundendienstes. Über Netzwerkveranstaltungen, Aus- und Weiterbildungen sowie die Einbindung neuester Forschungsergebnisse erhalten Mitglieder einen entscheidenden Wissens- und damit Marktvorsprung.

Reifegrad des Vertriebs von Smart Services

■ Top-Performer ■ Follower



Tobias Letting
Calvin Rix

KVD-Service-Studie 2020 „Vertrieb von Services und Smart Services“



Hrsg.: Günther Schuh, Volker Stich, Jana Frank, Markus Schröder