

UdZ 3/2011

Unternehmen der Zukunft
Zeitschrift für Betriebsorganisation und Unternehmensentwicklung

Schwerpunkt

Dienstleistungsmanagement

ISSN 1439-2585



fir  an der
RWTHAACHEN
Forschung nutzen. Mehrwert schaffen.

Impressum

UdZ – Unternehmen der Zukunft

FIR-Zeitschrift für Betriebsorganisation und Unternehmensentwicklung, 12. Jg., Heft 3/2011, ISSN 1439-2585
„UdZ – Unternehmen der Zukunft“
informiert mit Unterstützung des Landes Nordrhein-Westfalen drei Mal im Jahr über die wissenschaftlichen Aktivitäten des FIR.

Herausgeber

FIR e. V. an der RWTH Aachen,
Pontdriesch 14/16, 52062 Aachen
Tel.: +49 241 47705-0
Fax: +49 241 47705-199
E-Mail: info@fir.rwth-aachen.de
Internet: www.fir.rwth-aachen.de
Bankverbindung: Sparkasse Aachen
BLZ 390 500 00, Konto-Nr. 3001 500

Direktor

Prof. Dr.-Ing. Dipl.-Wirt. Ing. Günther Schuh

Geschäftsführer

Prof. Dr.-Ing. Volker Stich

Leiter Geschäftsbereich Forschung

Dr.-Ing. Gerhard Gudergan

Leiter Geschäftsbereich Industrie

Dr.-Ing. Carsten Schmidt

Bereichsleiter

Dienstleistungsmanagement:
Dr.-Ing. Gerhard Gudergan
(inhaltlich verantwortlich für dieses Heft)

Produktionsmanagement:
Dr.-Ing. Tobias Brosze

Informationsmanagement:
Dipl.-Ing. Dipl.-Wirt. Ing. Peter Laing

Redaktionelle Bearbeitung

Julia Quack van Wersch, M. A.

Korrekturat

Astrid Walter, M.A., Msc.

Satz und Bildbearbeitung

Julia Quack van Wersch, M. A.

Druck

Kuper-Druck GmbH

Copyright

Kein Teil dieser Publikation darf ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung des Herausgebers in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Bildnachweis

Soweit nicht anders angegeben: © FIR e. V. an der RWTH Aachen

Titelbild

© Fotolia

Weitere Literatur des FIR

www.fir.rwth-aachen.de/ueber-uns/publikationen



Einfach diesen QR-Code mit
Ihrem Smartphone einscannen
und die UdZ online lesen!

Inhaltsverzeichnis

- 6** Dienstleistungsmanagement am FIR
Mit Dienstleistungen Erfolg sichern
- Aktuelle Forschungsvorhaben**
- 9** Aachener Modell für das Dienstleistungsmanagement
Ein Ordnungsrahmen für das Management industrieller Dienstleistungen
- 13** Arbeitskreis: Dienstleistungsproduktivität mit Technologien
Strategische Partnerschaft „Produktivität“
- 14** EUMONIS: Effizienzsteigerung bei der Erzeugung erneuerbarer Energie
Projektarbeiten decken unternehmensübergreifende Optimierungspotenziale in der Instandhaltung auf
- 17** Tech4P: Strategien für die Technikintegration bei personenbezogenen Dienstleistungen
Entwicklung einer Roadmap für Innovationsbedarfe in der Dienstleistungsbranche
- 20** SustainValue: Sustainable value creation in manufacturing networks
- 22** Smart Wheels: Geschäftsmodelle und konvergente IKT-Dienste zur Verbreitung von Elektromobilität
Durch die Integration in das Internet der Energie und die Infrastrukturen von Stadtwerken Elektromobilität fördern
- 26** MeDiNa: Telemedizinische Rehabilitationsunterstützung in den eigenen vier Wänden
Moderne Gesundheitsfürsorge durch innovative Ambient-Assisted-Living-Technologie
- 29** ServTrade: DIN-SPEC für Serviceverträge
Erarbeiten Sie sich einen Wettbewerbsvorteil, indem Sie sich jetzt an der Entwicklung einer Spezifikation zur Vereinfachung des Handels mit Dienstleistungen beteiligen
- 31** INESS: Integrated European Signalling Systems
A Business model for the European signalling market
- 33** DIB: Dienstleistungen im industriellen Bauprozess
Mit „Augmented Reality“ in die Zukunft
- 36** OSE: Overall Service Efficiency
Verschwendung in der Auftragsabwicklung industrieller Dienstleister identifizieren, bewerten und vermeiden
- 38** SiZu: Integration von Echtzeitsimulation und Zustandsüberwachung zur Bauteilzustandsprognose und Fehleranalyse in der Instandhaltung
Prototyp zur Prognose von Instandhaltungsaufwänden erfolgreich umgesetzt
- 42** Fit4Net: Entwicklung eines Werkzeugs zur Analyse der Service-Netzwerkfähigkeit von KMU
Kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) ermitteln selbständig ihre Service-Netzwerkfähigkeit mithilfe eines Online-Analysewerkzeugs
- 44** Rebound Logistics: Modellierung und Charakterisierung einer integrativen Reverse-Supply-Chain
- Industrieprojekte – Analysieren und Optimieren**
- 48** Lean-Service-Management
- 51** LSG Sky Chefs: Global Maintenance Survey
Verbesserungspotenzial in Instandhaltung, Flottenmanagement und Facility-Management identifizieren
- 52** Die 360-Grad-Sicht auf den Kunden
Ergebnisse der CRM-Studie zur Relevanz eines in den Service integrierten Customer-Relationship-Managements
- 54** IH-Check: Identifikation von Verbesserungspotenzialen in der Instandhaltungsorganisation
Das Werkzeug zur strukturierten Ermittlung von Verbesserungsmaßnahmen

Weiterbildung und Veranstaltungen

- 56** **Service Innovation Award 2011**
Service-Science-Innovation-Lab bietet neue Wege zur Innovation
- „Konzepte für den Einsatz innovativer Technologien in den Prozessen der Lufthansa Technik Logistik entwickeln“ – so lautet das Motto des zweiten Service Innovation Awards für Studenten, der in diesem Jahr durch den FIR e. V. an der RWTH Aachen, die Walter-Eversheim-Stiftung und die Lufthansa Technik Logistik Services GmbH ausgeschrieben wird.
- 
- 58** **15. Aachener Dienstleistungsforum vom 21.03. – 22.03.2012**
Geschäftsmodelle mit Dienstleistungen realisieren: Von der Idee zum Erfolg
- 59** **RWTH-Zertifikatkurs: Chief Service Manager vom 26.04. – 28.04.2012 und 10.05. – 12.05.2012**
Ein Erfolgsmodell für die Managementausbildung am FIR
- 60** **19. Aachener ERP-Tage vom 12.06. – 14.06.2012**
Logistik, Produktion und IT
- 61** **50. Jubiläums-Arbeitskreis Instandhaltung in der Euregio**
Instandhalter diskutieren Vorträge zu aktuellen Themen am FIR und feiern anschließend das Jubiläum des AK-IH
- 62** **Senergy Roundtable: Informationsbedarf im Servicenetzwerk**
Serviceexperten diskutieren über Kooperationspotenziale in der Windenergie
- 64** **Arbeitskreis: Service-Business**
Der FIR e. V. bietet eine Plattform zum Austausch für Experten aus dem Servicegeschäft

FIR-Netzwerke und FIR intern

- 66** **Neuer Mitarbeiter Ralf Vinzenz Bigge an Board**
- 67** **Lufthansa Technik Logistik immatrikuliert sich am RWTH Aachen Campus**
Logistikspezialisten aus Industrie und Forschung starten Zusammenarbeit

Studien, Standards und Publikationen

- 68** **Produktion am Standort Deutschland**
Ausgabe 2011
- 69** **Service-Studie 2011**
Fakten und Trends im Service 2011
- 72** **Literatur aus dem FIR**

Die 360-Grad-Sicht auf den Kunden

Ergebnisse der CRM-Studie zur Relevanz eines in den Service integrierten Customer-Relationship-Managements

Das Customer-Relationship-Management (CRM) ist keine isolierte Funktion im Unternehmen, sondern vereint eine Vielzahl unterschiedlicher Aufgaben. Dabei ist insbesondere die Integration des Services in das CRM von hoher Bedeutung. Denn nur mit einem verbundenen System lässt sich die oft geforderte 360-Grad-Sicht auf den Kunden erreichen.

Im Rahmen des Customer-Relationship-Managements stehen traditionell die Funktionsbereiche Marketing und Vertrieb im Fokus. Für eine 360-Grad-Sicht auf den Kunden gilt es aber, diese Sichtweise um den Funktionsbereich Service zu ergänzen. Nur so können alle kundenbezogenen Informationen zusammengeführt und synchronisiert werden.

Angebot von integrierten Servicemodulen steigt

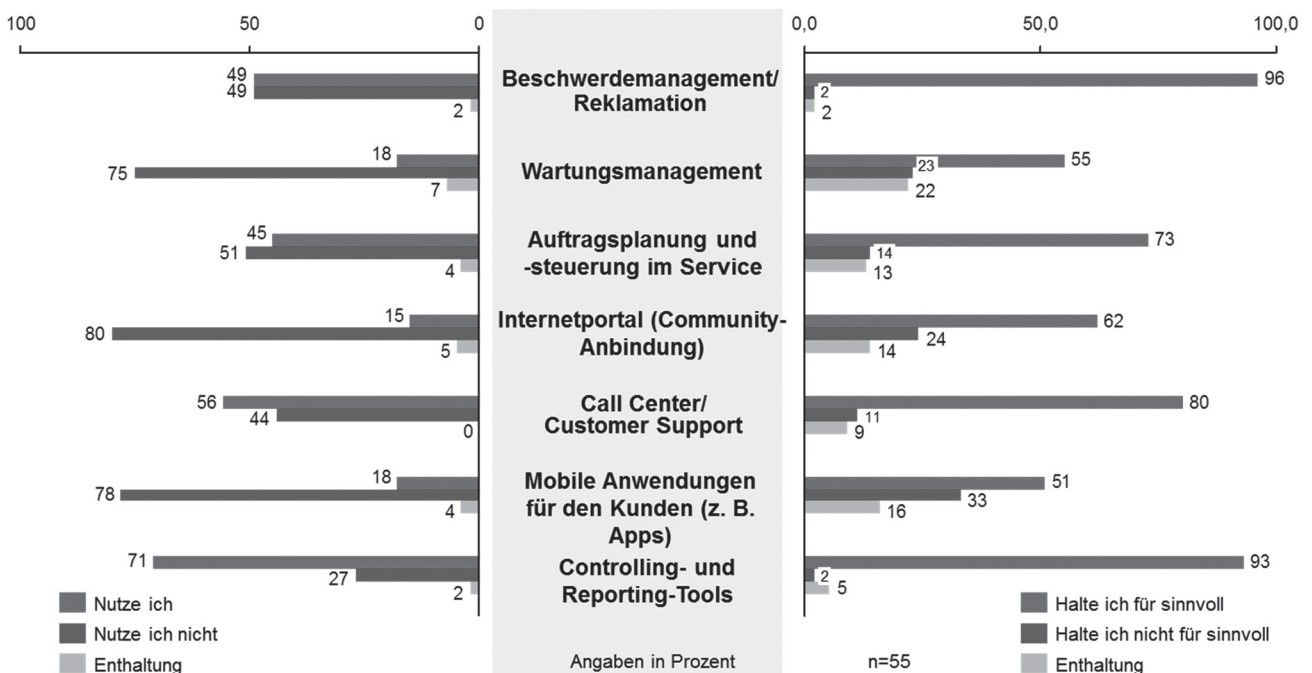
Diese Herausforderung wurde von den Anbietern von CRM-Software erkannt. Seit einiger Zeit wird der Funktionsbereich Service zunehmend in die CRM-Systeme integriert. Diesen Bedarf zeigt auch die CRM-Anwenderstudie 2010 des FIR an der RWTH Aachen. Rund 70 Führungskräfte aus Unternehmen verschiedener Branchen gewährten Einblicke in die Nutzung integrierter CRM-Systeme.

Ein übergeordnetes Ziel der Studie bestand darin, die Relevanz des Services im integrierten CRM aus Anwendersicht zu erforschen. Rund zwei Drittel der Teilnehmer halten eine

Berücksichtigung des Services im CRM für sehr wichtig, kein einziger Befragter hält die Berücksichtigung dieses kundennahen Bereichs für unwichtig. Dabei nutzt allerdings aktuell nur jeder Vierte ein CRM-System im Service. Bei der Frage nach Zielen und Chancen für das CRM wurden die explizite Berücksichtigung des Services und die Verbesserung der Kundenorientierung als wichtigste Ziele gesehen.

Neben der Zusammenführung der Kundendaten aus Marketing, Vertrieb und Service sehen die Befragten die Erhöhung der Kundenbindung als eine der größten Chancen eines integrierten CRM. Wichtige Zukunftsfelder von integrierten CRM-Systemen werden in den Bereichen Beschwerdemanagement, Serviceplanung und -steuerung, CRM 2.0 und mobile Anwendungen für Kunden gesehen (siehe Abbildung 1). Damit sich Unternehmen entsprechend für die Zukunft rüsten können, halten 60 Prozent der Teilnehmer Investitionen in ein integriertes CRM für sinnvoll oder planen dieses schon konkret.

Abbildung 1: Bedeutung von CRM-Funktionen



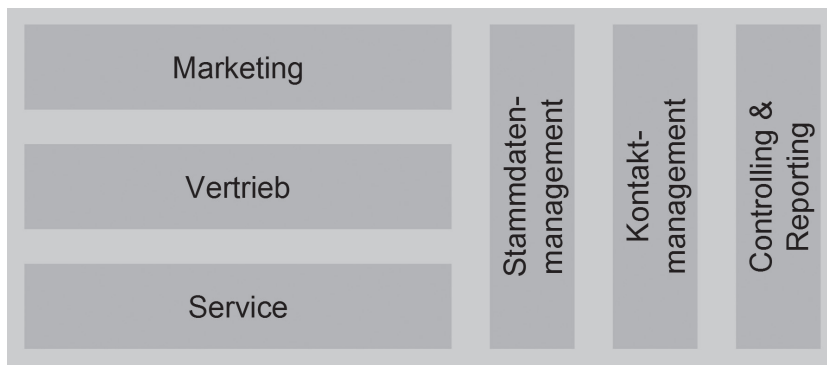


Abbildung 2:
Aufgabenmodell des
integrierten CRM

Datenschnittstelle integriertes CRM-System

Aufbauend auf diesen Ergebnissen hat das FIR zusammen mit Schwetz Consulting und der Trovarit AG ein Projekt aufgesetzt, um ein Aufgabenmodell für ein integriertes CRM zu beschreiben. Grundsätzlich setzt sich das neue Aufgabenmodell CRM aus

drei Haupt- und drei Querschnittsaufgaben zusammen. Die Hauptaufgaben sind Marketing, Vertrieb und Service, wobei die Integration des Services einen wesentlichen Unterschied zu bestehenden CRM-Modellen darstellt. Die Querschnittsaufgaben liegen in den Bereichen Stammdatenmanagement, Kontaktmanagement sowie Controlling und Reporting.



Dipl.-Wirt.-Ing. Arno Schmitz-Urban (li.)
FIR, Bereich Dienstleistungsmanagement
Fachgruppe Community-Management
Tel.: +49 241 47705-233
E-Mail: Arno.Schmitz-Urban@fir.rwth-aachen.de

Dipl.-Ing. Dipl. Wirt.Ing. Benedikt Brenken (re.)
FIR, Bereich Dienstleistungsmanagement
Fachgruppe Community-Management
Tel.: +49 241 47705-239
E-Mail: Benedikt.Brenken@fir.rwth-aachen.de

Dipl.-Kfm. Christian Hoffart (mi.)
FIR, Bereich Dienstleistungsmanagement
Leiter Fachgruppe Community-Management
Tel.: +49 241 47705-227
E-Mail: Christian.Hoffart@fir.rwth-aachen.de