

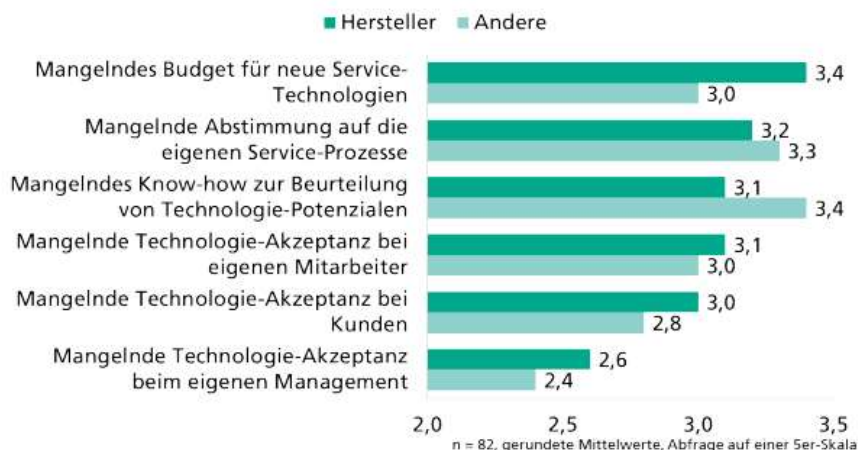
## Service 4.0 – sich mit dem Kunden vernetzen

Von Bruno Schmalen, Vizepräsident BDVT e.V.

Der Einsatz neuer Technologien wird den Service in den nächsten fünf Jahren stark verändern. Vor allem „Machine-to-Machine“-Kommunikation (M2M) sowie der Einsatz von Service-Apps und Serviceportalen werden als relevante Technologietrends wahrgenommen. Es wird erwartet, dass der Einsatz neuer Technologien in einzelnen Serviceprozessen massive Produktivitätssteigerungen auslöst. Hemmnisse bei der Einführung neuer Technologien werden nicht allein im mangelnden Budget gesehen. Oftmals fehlt es den Entscheidern an Know-how zur Beurteilung von Technologiepotenzialen. Zudem wird die Abstimmung neuer Technologien auf die eigenen Service-Prozesse als Herausforderung wahrgenommen.



Hemmnisse für den Einsatz neuer Technologien (Angabe in Mittelwerten, differenziert nach Herstellern und anderen Unternehmen)



Quelle: Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation, Stuttgart  
Industrie 4.0 Ready Services TechnologieTrends 2020

Neben der Finanzierung der Einführung neuer Technologien kommt es insbesondere darauf an, über ein entsprechendes Know-how zur Beurteilung von Technologie-Potenzialen zu verfügen sowie neue Technologien auf die eigenen Serviceprozesse abzustimmen. Der Weg, das eigene Unternehmen »Industrie 4.0 Ready« zu machen, birgt also neben vielen Chancen auch Herausforderungen. Je eher diese angegangen werden, desto besser werden sich die Service-Bereiche in einem Industrie 4.0 geprägtem Umfeld positionieren können. Hier kommen nach Einschätzung der Forschungsgruppe des Fraunhofer Institutes neue Aufgaben auf Service-Account-Manager zu. Ihre Expertise wird in hohem Maße gefordert sein. Allerdings verschwimmen auch die Grenzen zwischen Servicevertrieb und der Service-Delivery.



Der Berufsverband  
für Trainer, Berater  
und Coaches

# News & Facts

Die Herausforderungen in einer sich zunehmend stärker verändernden Produktions- und IT-Landschaft wird zu einem Zusammenwachsen ganz unterschiedlicher Rollen im IT-Service führen. Der Service-Account-Manager wird zum externen Moderator des Veränderungsprozesses. Gelingt dieser Change nicht, werden sich IT-Dienstleister und Produktion entfremden.

Ich sehe vier Felder für eine nötige Rollenklärung:

- Rollenklärung 1: der Service-Account-Manager in der Umsatzverantwortung
- Rollenklärung 2: der Service-Account-Manager als Kundenentwickler
- Rollenklärung 3: der Service-Account-Manager als Entwicklungsmoderator im Kundenunternehmen
- Rollenklärung 4: der Service-Account-Manager als Horizonterweiterer

Leseempfehlung für alle, die im Bereich Service unterwegs sind:

<http://wiki.iao.fraunhofer.de/images/studien/industrie-4-0-ready-service.pdf>

Bruno Schmalen  
SCHMALEN-Kommunikation und Training  
E-Mail: [schmalen@schmalen-online.de](mailto:schmalen@schmalen-online.de)  
[www.schmalen-online.de](http://www.schmalen-online.de)

Diese Publikation ist unter folgender Creative Commons-Lizenz veröffentlicht:

[CC BY SA 3.0 DE](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/)

Text und Foto: Bruno Schmalen, SCHMALEN-Kommunikation und Training  
Das BDVT-Logo steht unter Copyright ©

