

AFSMI | Meetings 2017

www.afsmi.de



CFSMI-Award für Dr. Martin Faust |
In diesem Jahr ist ehemalige AFSMI-GC-Präsident ausgezeichnet worden.

Erfolgreiche Premiere | Das erste Chapter Meeting im Jahr 2017 wurde ein Erfolg: Es war als Barcamp organisiert.

Die Gemeinschaft der Experten: Das war das Jahr 2017 im AFSMI

Kai Altenfelder, Präsident AFSMI German Chapter e. V.

„Der Service“ hat eine bewegte Geschichte hinter sich. War er früher als notwendiges Übel zum Verkauf von mehr Produkten angesehen, sieht das Bild heute anders aus. Service wird immer mehr zum Wettbewerbsfaktor und inzwischen oft zum eigentlichen „Produkt“. Der digitale Wandel und der Trend zu Servitization sind in diesem Zusammenhang die jüngsten Herausforderungen, denen sich Servicemanager stellen müssen. Trotz aller Änderungen des Umfelds sind deren Kernaufgaben jedoch gleich geblieben - die Führung des Teams, das interne Wissen aktiv zu managen und die Kundenzufriedenheit auf hohem Niveau zu halten.

Als Berufsverband will der AFSMI seine Mitglieder bei der Professionalisierung unterstützen. Mit unseren Veranstaltungen bieten wir eine Plattform zum fachlichen Austausch unter Experten auf Augenhöhe. Unsere Kooperationen mit Hochschulen hat zu berufsrelevanten Lehrgängen geführt. In der Service-

forschung engagieren wir uns als Transferpartner zwischen Wissenschaft und Praxis.

Die aktuellen Ergebnisse unseres Engagements finden Sie auf den folgenden Seiten. Sie enthalten eine Übersicht der Veranstaltungen in diesem Jahr, die genau diesen Mix widerspiegeln, den ich gerade dargestellt habe: Praxisrelevante Vorträge, wissenschaftlicher Austausch und der Transfer eben zwischen Forschung und Praxis. Auf der letzten Seite finden Sie bereits eine erste Vorschau auf die Termine 2018 – die signalisiert, dass es mit spannenden Veranstaltungen weitergeht. Unsere Bitte: Bringen Sie sich gerne weiterhin mit ein, treten Sie mit uns in Kontakt, sprechen Sie uns an. Wir freuen uns auf die Zusammenkünfte mit Ihnen in 2018.

Ihr
Kai Altenfelder
Präsident AFSMI
German Chapter e. V.



Chapter News

Neues Format: Regionaltreffen

Mitglieder, die es schaffen zu den Chapter Meetings zu kommen, sind immer begeistert über die Vorträge, das Networking und den Austausch. Es finden 3 - 4 Chapter Meetings im Jahr statt. Die Erfahrung zeigt: Obwohl eingeplant und angemeldet, kommt aus heiterem Himmel ein Termin beim Kunden oder bei der Geschäftsführung, bei dem man teilnehmen muss.

Deswegen möchten wir ein neues Format etablieren. Ein lokales „After Work“ Meeting, ein sogenanntes Meet Up haben wir als Pilot gestartet. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt

auf 15, um Erfahrungsaustausch und Diskussionen zu ermöglichen. Da die Dichte der Mitglieder im Süden groß ist, starteten wir eine erste Gruppe in Stuttgart.

Wir wollen diese Plattform auch nutzen, Interesse für unseren Verein zu wecken und deshalb auch alle Service Experten im B2B Umfeld, die noch nicht Mitglieder von AFSMI sind, einladen.

Die Gruppe in Stuttgart hat den Namen „Stuttgart B2B Customer Success Management Meetup“. Dafür gibt es mehrere Gründe, vor

allem strategisch, da durch die Digitalisierung und Servitization Services zum „Core Business“ wird. Outcome based Services nehmen extrem Fahrt auf. Deswegen müssen Betreuungs- und Vertriebsmodelle angepasst werden, Customer Success Management, geboren in der SaaS (Software as a Service) Welt, drängt in alle Service Bereiche und steht aktuell im Fokus.

Das Meeting wird immer von 19 - 22 Uhr an einem Donnerstag stattfinden. Ein erstes Treffen fand am 5.10. bei Viastore in Stuttgart statt. Nächster Termin: 18. Januar 2018.



Dr. Martin Faust erhält CFMSI Award 2017

Unser langjähriger Präsident Dr. Martin Faust hat in diesem Jahr den CFMSI Award erhalten. Er wurde ihm auf dem Chapter Meeting bei HPE / Micro Focus in Böblingen von Senen Pajaro Novoa überreicht, und zwar für seine Verdienste rund um die AFSMI-

Bewegung in Deutschland und in Europa. Dr. Martin Faust bedankte sich auf der Veranstaltung für die Auszeichnung und zeigte sich sichtlich bewegt. Er blicke mit Stolz auf die vergangenen Jahre zurück und betonte, wie wichtig das AFSMI-Netz-

werk auch für ihn und seiner beruflichen Entwicklung bisher gewesen sei. Er habe viele interessante Menschen kennengelernt und wichtige Impulse für seine Arbeit erhalten. Im letzten Jahr hatte er das Amt des Präsidenten an Kai Altenfelder übergeben.

94. Zukunft des Service - Zukunft des AFSMI

NEXT Konferenzzentrum München, 17. März 2017

Wenn sich im Vorfeld einer Veranstaltung die Agenda nicht füllt, werden die Veranstalter in der Regel nervös. Nicht so beim ersten Chapter Meeting des AFSMI im Jahr 2017: Das Treffen in München war extra als offenes Barcamp angelegt. Das bedeutet: Die Teilnehmer erarbeiten sich ihre Agenda selbst und diskutieren, was ihnen wichtig ist.



AFSMI-Vizepräsident Manfred Botschek stellte die spannenden Ergebnisse seiner Session am Ende im Plenum ausführlich vor.



Wo geht's lang? Die Barcamps sind extra offen angelegt, um den Teilnehmern viel Spielraum zu lassen. Das führt zu einem kreativen Prozess.

Lediglich die grobe Richtung hatte der AFSMI-Vorstand für das Treffen im März vorgegeben. Es sollte um die Zukunft des Service gehen, und um die Zukunft des AFSMI. „Wir wollten von den Teilnehmern wissen: Wohin wird sich das Service-Business in den kommenden Jahren entwickeln? Welche Trends kommen auf unsere Profession zu? Was bedeutet das für unsere Mitglieder? Und was bedeutet das für den AFSMI? Wie können wir unseren Mitgliedern weiter Nutzen stiften? Welche Unterstützung bringt sie beruflich weiter?“, fasst AFSMI-Präsident Kai Altenfelder die Kernfragen zusammen.

Der AFSMI beobachtet größere Veränderungen in den Service-Professionen, sei es aufgrund von Globalisierung, Digitalisierung, dem Internet der Dinge oder dem anhaltenden Trend zur Servitization. Was bedeuten diese „Disruptionen“ für Service-Organisationen und deren Führungskräfte? „Wir haben als Verband in der Vergangenheit häufig davon gesprochen, dass „der Service“ stärker im Top-Management von Unternehmen vertreten sein müsste. Ist dieser Zeitpunkt jetzt „endlich“ gekommen?“, fragt Kai Altenfelder.

„Wir wollten dieses 94. Chapter-Meeting in München zum Anlass nehmen, mit einem - für uns neuen - offenen Workshop-Format diese Themen zu erarbeiten. Anders als bei den bisherigen Chapter-Meetings gab es wie gesagt keine Agenda für eine Vortragsveranstaltung. Wir haben uns dazu entschlossen, das Format des Barcamps zu adaptieren und den Teilnehmern damit die Themenwahl für den Tag zu überlassen“, sagt der AFSMI-Präsident weiter.

Das Meeting in einer Form eines Barcamps durchzuführen, war sicher gewagt. Aber: „Die Resonanz war großartig, was ich nicht nur auf



In mehreren Runden wurde ausgiebig diskutiert. Der Austausch war fruchtbar, die Ergebnisse konnten im weiteren Verlauf weiterverarbeitet werden.

die Anmeldezahlen beziehe, sondern auch auf die Beteiligung während des Barcamps selbst“, erklärt der AFSMI-Präsident. Die Resonanz war so gut, dass wir auch 2018 wieder eine Veranstaltung in dieser Form anbieten wollen“, sagt Kai Altenfelder. Geplant ist am 14. und

15. März 2018 ein Barcamp zum Thema „Servicetrends“, gleichzeitig das dann 98. Chapter Meeting des AFSMI e. V. Stattfinden wird es bei der Computacenter AG & Co. oHG, Mariendorfer Damm 1, 12099 Berlin. Informationen dazu im Internet unter der Adresse www.afsmi.de.



Grids zeigen beim Barcamp an, wann welches Thema auf der Agenda steht. Die Teilnehmer haben sich diese Agenda selbst gegeben.

Ein Barcamp ist eine offene Tagung mit offenen Workshops, deren Inhalte und Ablauf von den Teilnehmern zu Beginn der Tagung selbst entwickelt und im weiteren Verlauf gestaltet werden. Das erste Barcamp fand mutmaßlich bei der Firma Socialtext in Palo Alto statt, im August 2005.

Barcamps dienen dem inhaltlichen Austausch und der Diskussion, können teilweise aber auch bereits am Ende der Veranstaltung konkrete Ergebnisse vorweisen.

Barcamps sind eine Form der Großgruppenmoderation. Sie haben Ähnlichkeiten mit Open Space, sind aber lockerer organisiert. Ein Barcamp besteht aus Vorträgen und Sessions, die auf Whiteboards, Metaplänen oder Pinnwänden in Grids durch die Teilnehmer selbst koordiniert werden. Alle Teilnehmer haben die Möglichkeit, selbst einen Vortrag zu halten oder zu organisieren.

Zentrale Aufgaben hat der Moderator, der das Plenum als Start des Barcamps moderiert, und im Schlussplenum gemeinsam mit den Teilnehmern das gute Gelingen feiert. Wichtig ist eine Infrastruktur während des Barcamps, die für funktionierende Netzwerke und Hardware sorgt, für ausreichend Stifte, Packpapier, Klebeband, aber auch für Getränke und Verpflegung. Auch die Sammlung und Verteilung der Ergebnisse bedarf einer guten Struktur. Der Erfolg der Veranstaltung hängt letztlich an der Fähigkeit der Veranstalter, nach dem Barcamp die Projektgruppe bei der Umsetzung ihrer Ideen zu unterstützen und zu begleiten.

95. Digitale Dienste in der Logistik

BIBA Bremen, 27. April 2017

Welche digitalen Dienste beschäftigen aktuell die Service-Logistik? Und welche Lösungen gibt es für High-Tech-Dienstleistungen auf dem Logistik-Sektor in der Zukunft? Um diese zentralen Fragen drehte sich das 95. Chapter Meeting des AFSMI German Chapter e.V., das in den traditionellen Tag der Logistik integriert war. So wurde das Bremer Institut für Produktion und Logistik (BIBA) als Veranstaltungsort ausgewählt. „Digitale Dienste in der Logistik“ wurde in Zusammenarbeit mit dem Forschungsverbund LogDynamics, dem BIBA, der Bremischen Hafenvertretung, der Handelskammer Bremen und der Wirtschaftsförderung Bremen veranstaltet.

Den Fokus legten die Organisatoren auf die Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Wissenschaft sowie auf den Transfer der Forschungsergebnisse in die Praxis – immer mit Blick auf die Logistik. Ziel war es, die Potenziale der digitalen Dienstleistungen in der Logistikbranche anhand von beispielhaften Anwendungen und erfolgreicher

Kooperation aufzuzeigen. In einer begleitenden Ausstellung konnten die Themen vertieft werden. Auch der AFSMI war mit einem eigenen Stand vertreten. „Uns war es wichtig, uns einmal im Logistik-Umfeld zu präsentieren. Das ist sicher eine wichtige Branche mit spannenden Zukunftsperspektiven, und die möchten wir mit unseren Mitgliedern



Großer Andrang: Der Tag der Logistik im BIBA war stark besucht. Viele wollten sich die interessanten Vorträge nicht entgehen lassen.

aktiv mitgestalten“, erklärte AFSMI-GC-Präsident Kai Altenfelder.

Eine Einführung ins Thema übernahm Prof. Dr.-Ing. Michael Freitag, Institutsleiter des BIBA. Er stellte Möglichkeiten und Beispiele digitaler Services zur Gestaltung agiler Supply Chains vor. Dabei nannte er zunächst verschiedene Spielarten digitaler Services. Reaktive Services nehmen nach seiner Darstellung Qualitätsergebnisse in den Fokus. Präventive Services dienen der Vorbeugung von Störungen. Als Beispiel führte er an, wie Logistikdienstleister rechtzeitig über Prozessverläufe und kritische Situationen informiert werden können, bevor diese Schaden verursachen. Letztlich sprach er auch von strategischen Services, die Statistiken zur Bewertung der Supply Chain-Partner liefern, aus denen man auch die Performance eines Logistikdienstleisters herauslesen könne. Volkswirtschaftliche Nutzen sieht der Institutsleiter dann, wenn die Digitalisierung der Supply Chain im Sinne der High-Tech-Strategie ausgeführt wird und eine stabile sowie agile Supply Chain durch digitale Services erreicht würden. Das führe auch zu einer Reduzierung von Kosten und zu einer Sicherung von Arbeitsplätzen.

Das erste Praxisbeispiel kam aus dem Hause Hilti. Das AFSMI-Mitglied stellte das Konzept „Logistik 2020“ vor und knüpfte damit an das 87. Chapter Meeting an der Ruhr-Universität Bochum im Jahr 2015 an, wo eine erste Version dieses Service-Konzepts vorgestellt hatte. Services stellen seiner Auskunft nach einen wichtigen Taktgeber in der globalen Logistik-Strategie des Unternehmens dar. Dazu hatte er auch verschiedene Beispiele mitgebracht, wie das „Three or Free“-Konzept. Dabei holt Hilti bei Kunden das Gerät ab, repariert und reinigt es, bringt es in ordnungsgemäßem



Kai Altenfelder führte vor das Plenum in die Thematik ein. Er stellte den AFSMI kurz vor und erläuterte die Bedeutung des Service auch im internationalen Kontext.

Zustand zurück und garantiert dies in einer Bearbeitungszeit von drei Tagen. Schafft Hilti das nicht, muss der Kunde nichts für die Services bezahlen. Auch Software-Services stellte Joachim Anna, Geschäftsführer der Hilti Deutschland Logistik GmbH, vor. Hilti On!Track ist so eine Software-Lösung, bei der Hilti eine Verwaltung der Betriebsmittel des Kunden ermöglicht. Eine App-Lösung hatte er auch noch parat: Mit der Stock Locator App können Unternehmen ganz leicht ihre zuvor getageten Geräte und Materialien wiederfinden.

Markus Müllerschön, Geschäftsführer Software Vertrieb viastore Systems GmbH, hatte ebenfalls eine Software-Lösung im Gepäck. Seine Lösung: Intralogistik Software muss dem Menschen dienen. Er stellte die These auf, dass Ergonomie und Bedienerfreundlichkeit Fehler reduzieren und die Leistung steigern. Dies demonstrierte er exemplarisch an einer eigenen Software-Applikation. Ulrike Meyer, Leiterin Digitale Lösungen bei der Willenbrock Förder-technik GmbH & Co. KG, sprach über die Chancen der Digitalisierung bei Flurförderzeugen. Sie habe sich



Gefragte Hardware: Seitdem die Lösungen für Virtual Reality immer praxisnäher werden, steigt auch das Interesse an den entsprechenden Brillen.

Anlässlich des Tages der Logistik organisierte der Forschungsverbund LogDynamics in Zusammenarbeit mit dem BIBA, dem AFSMI, der Bremischen Hafenvertretung, der Handelskammer Bremen, und der Wirtschaftsförderung Bremen am 27. April 2017 die Veranstaltung zum Thema „Digitale Dienste in der Logistik“.



Die Veranstaltung setzte den Fokus auf die Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Wissenschaft sowie auf den Transfer der Forschungsergebnisse in die Praxis. Das Ziel war, die Potenziale der digitalen Dienstleistungen in der Logistikbranche anhand von beispielhaften Anwendungen und erfolgreicher Kooperation aufzuzeigen. Angeboten wurde ein abwechslungsreiches Programm mit Vorträgen und Demonstrationen neuester Forschungsergebnisse. Eine begleitende Ausstellung mit Beteiligung aller Kooperationspartner und ein Get-together rundete das Programm ab.



in der Vergangenheit oft gefragt, warum Flurförderzeuge lediglich Materialien transportieren, aber nicht genau erfassen können, welche Menge sie bearbeitet haben, in welcher Zeit das geschafft wurde und welche Wege dabei zurückgelegt wurden. Bei Willenbrock hat sie über sensorische und Software-Programmierung entsprechende Lösungen entwickelt. Heute bietet Willenbrock Kunden neben der eigentlichen Flurförderzeugtechnik auch Dienstleistungen wie das Entwickeln von Industrie 4.0-Lösungen an.

Arne Schulz, CEO bei der Axtrion GmbH & Co. KG, sprach dann weniger über bodenständige Lösungen, sondern über Services in der Wolke: Er stellte unternehmensübergreifende Geschäftsprozess-Optimierungen durch Cloud-Technologien vor. Dabei machte er auch eine Unterscheidung verschiedener Cloud-Services und stellte vor, welche Vorteile Lösungen wie Infrastructure as a Service, Platform as a Service oder Software as a Service je nach Herausforderung mit sich bringen.

Am Ende sprach Christoph Greilich von der LSA Logistik Service Agentur GmbH über das Prinzip des Co-Warehousing. Er sieht die Entwicklung des Unternehmens von der Idee bis zu Start Up als ein gutes Beispiel für die digitale Transformation in der Logistik an.

In der Ausstellung kam das AFSMI-Team intensiv mit den Besuchern ins Gespräch. „Vor allem viele Vertreter von wissenschaftlichen Organisationen suchten das Gespräch, was auch für uns von Interesse sein kann, um neue Kooperationen und Projekte zu generieren, die dann unseren Mitgliedern weitere Vorteile bringen“, sagte AFSMI-Präsident Kai Altenfelder.



Kai Altenfelder im Gespräch mit einem Besucher der Veranstaltung. Der AFSMI war nicht nur Mitausrichter, sondern auch Aussteller auf dem Forum.



Auf der Begleitmesse konnten die Aussteller vielfach mit dem Publikum in Kontakt treten. Das Interesse an den Ideen und Konzepten war groß.

96. Smarte Personal- und Ressourcenplanung

Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt,
20.& 21. September 2017

Wie man Dienstleistungen profitabel und produktiv mit smarter Personal- und Ressourcenplanung gestalten kann, war zentrales Thema des 96. AFSMI Chapter Meetings an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Der AFSMI GC e. V. brachte am 20. und 21. September 2017 in Ingolstadt Experten aus Wissenschaft und Praxis zusammen, um über Strategien zur Personalbedarfs- und Personaleinsatzplanung zu sprechen. Aus den Vorträgen entwickelte sich eine lebhafte Diskussion.

In seiner Einleitung stellte AFSMI-Vorstand Till Post heraus, warum die Personalplanung ein aktuelles Thema bei allem Dienstleistern sei. „Da sind vor allem die aktuellen Technologie- und Geschäftsmodell-Entwicklungen zu nennen, die eine aktive Berücksichtigung bei der Personalplanung erfordern“, sagte er. Die derzeitige Planung sei noch vielfach an produktbezogenen Services ausgerichtet und weniger am Service Business orientiert. Doch gerade die sich verändernden Service Portfolios benötigten heute andere Planungsmethoden. Und an dieser Stelle setzte das Chapter Meeting an. „Wir wollen die aktuelle Situation kennenlernen und

Best Practices identifizieren“, sagte Wilhelm Taurel in seiner Einleitung. Und das gelang dank eines interessanten Mix’ aus Beiträgen aus der Wissenschaft und der Praxis.

Prof. Dr. Jens O. Brunner Lehrstuhl für Health Care Operations/ Health Information Management und Geschäftsführer XITASO Healthcare GmbH, stellte eine Personalplanung in Dienstleistungsunternehmen am Beispiel der Einsatzplanung von Krankenhausärzten vor. Er stellte klar, dass Personalkosten den größten Kostenblock in vielen Industrie- und Dienstleistungsunternehmen darstellen. Auch dadurch steige die Relevanz von Personalplanung:



Till Post vom ZBFT moderierte die Veranstaltung gemeinsam mit Wilhelm Taurel. Er motivierte die Teilnehmer zum aktiven Mitmachen beim Workshop.

„Dabei unterscheiden wir zwischen der Personalbedarfsplanung, die einen strategisch Ansatz verfolgt, und der Personaleinsatzplanung, die eher taktisch und operativ anzusehen ist“, sagte Prof. Brunner, der darauf hinwies, dass sich Unternehmen heute in einem kompetitiven Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeiter befänden.

Aus seiner Forschungssicht sei Personalplanung aus sechs Modulen aufgebaut: Der Nachfragemodellierung, der Planung arbeitsfreier Tage, der Schichtplanung, der Konstruktion von Arbeitslinien, der Aufgabenzuweisung und der Mitarbeiterzuweisung. Gerade dieses Modul sei aktuell sehr relevant, weil man hier die besten Mitarbeiter perfekt einsetzen kann und im Wettbewerb um Fachkräfte gute Argumente habe. „Mitarbeiter sind eine wertvolle und erfolgskritische Ressource. Modernes Personalmanagement plant kosteneffizient und bedarfsorientiert den richtigen Mitarbeiter mit der richtigen Qualifikation zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Arbeitsplatz unter arbeitsrechtlichen und individuellen Regelungen ein.“

Bezogen auf sein Beispiel aus der Medizin sagte Brunner, dass der Gesundheitssektor gesondert zu betrachten sei, weil es hier um das menschliche Wohl gehe. „Da lässt sich keine Wartung verschieben, die nur x Euro Umsatzeinbuße bedeuten würde.“

Eine Personaleinsatzplanung mache nur Sinn, wenn es operativ umgesetzt werden könne. „Hier muss man ein digitales System bereitstellen. Da machen Papierpläne keinen Sinn“, sagte er und stellte den Cockpit Planer vor, der auf Grundlage seiner Forschung entwickelt wurde. Das System helfe bei der Planung, zum Beispiel durch Matching; dabei kommt es zur Zuordnung von Mitarbeiterkompetenzen zur Zeitplanung und Auftragslage. „Der Nutzen der softwaregestützten Planung liegt in der Transparenz, Qualität und Effizienz“, sagte Brunner.



Am Vorabend des Chapter Meetings waren die Teilnehmer in der Innenstadt von Ingolstadt unterwegs. Dort erkundeten sie in einer historischen Führung die Biervergangenheit der Stadt.

Und nochmal bezogen auf sein Beispiel aus der Gesundheitsbranche zeigte sich, dass die Umstellung auf die Softwarelösung eine echte Zeiterparnis in der Praxis brachte; durch automatisch generierte Pläne zum Beispiel zwei Tage im Monat und 30 Minuten am Tag, bei Abwesenheitsanträge einen halbe Tag pro Woche. Dienstwünsche und Präferenzen könnte die Software zu 87% erfüllen. „Das ist bei manueller Einsatzplanung kaum zu erreichen“, sagte der Experte.

Zusammengefasst lässt sich festhalten, dass die Softwarelösung einen Transfer von Erkenntnissen aus der Forschung in die Praxis ermöglicht. Idealerweise sollte in der Organisation eine Prozessverbesserung vor der eigentlichen Softwareentwicklung erfolgen. Wichtig sei ein ständiger Kontakt aller Projektbeteiligten. „Die Personalbedarfsplanung hat einen starken Einfluss auf die Personaleinsatzplanung. Wer bei der Bedarfsplanung Fehler macht, kann die Einsatzplanung kaum noch halten. Insgesamt sollte beidem ein Koppungsprozess zugrunde liegen – in ständigem Dialog.“ Nach Prof. Brunner sind verbesserte Planungsmethoden aufgrund der komplexen Service-Portfolios und deren Bedeutung als Umsatz- und Profittreiber zwingend notwendig. Der Fokus sollte auf der

integrierten Bedarfs- und Einsatzplanung liegen.

Über die Strategie zur Personal- und Kapazitätsplanung im Maschinen- und Anlagenbau sprach anschließend Dr. Guido Hild von GEA. Ihm ist es wichtig, dass es eine Prozesskompetenz bei den Mitarbeitern gibt und keine reine Maschinenkompetenz. Es gehe auch nicht darum, in welchem Bereich mehr Personal von Nöten sei, sondern wo mehr Personal mit bestimmten Kompetenzen benötigt



Im zweiten Teil des Tages war die aktive Mitarbeit gefragt. Verschiedene Fragestellungen wurden in kleinen Teams diskutiert und anschließend zusammengeführt.

werde. Bei GEA habe man fünf Strategien festgelegt, um im Service zu wachsen. „Wenn wir über eine neue Maschine reden, wollen wir auch über einen lebenslangen Service reden“, beschrieb Dr. Hold eine der Strategien. Außerdem werde die installierte Basis als der größte Schatz angesehen. Seiner Ansicht nach ist Service außerdem lokal zu verorten: „Wir brauchen Kompetenzen vor Ort, und an dem Punkt stellen wir uns die Frage, mit welchem Servicekanal wir vor Ort jeweils arbeiten.“ Eine wichtige Strategie sei es zudem, neue Serviceprodukte zu entwickeln, gerade auch mit Blick auf das Thema Daten. Hier gehe es darum, zu erkennen, welche neuen Geschäftsmodelle aus dem Datenpotenzial entwickelt werden können. Aufbauend auf diesen Strategien seien Wachstumsziele definiert worden: „Wir haben intern betrachtet, welche Produktgruppen Potenzial haben, und wie diese über die fünf Strategien in welchen geographischen Märkten entwickelt werden können.“

Eine wichtige Erkenntnis mit Blick auf die Personalentwicklung ist seiner Ansicht nach, dass man sorgfältig planen müsse, wo in Kompetenzentwicklung und Training investiert werden muss, um in bestimmten Feldern Kompetenzen aufzubauen und somit wachsen zu können. Bei GEA hat man eine Skill Matrix entwickelt, die einen globalen Blick auf die Kompetenzen der Techniker weltweit ermöglicht. Die Personalbedarfspla-



Nachfragen erwünscht: Nach jedem Vortrag wurde teilweise kontrovers diskutiert. Die Teilnehmer stellten aber auch weitergehende Fragen an die Referenten.

nung erfolge dann ganz pragmatisch an Kennzahlen orientiert. Auf der Personalbedarfsplanung baut dann eine Weiterbildungsplanung auf. „Den Ablauf kann man sich so vorstellen: Wir entwickeln uns von der Strategie über Kompetenzen- und Wachstumsplanung zu Training und praktischer Umsetzung.“

Dr. Guido Hild deutete auch an, dass das Recruiting im Service heute ein anderes ist. „Im Prinzip muss man als Unternehmen regelmäßig und dauerhaft Mitarbeiter suchen, um der Fluktuation gerecht zu werden. Das Lebensmodell der potenziellen Mitarbeiter hat sich geändert: Man möchte nicht mehr ein Berufsleben lang bei einem Arbeitgeber beschäftigt sein.“ Auch sind potenzielle Bewerber heute oft nicht bereit, viel Zeit entfernt von Zuhause zu verbringen – der klassische Alltag von Service-Technikern im Feld. Deswegen arbeite man bei GEA beispielsweise an dem Modell eines modularen Service, bei dem bestimmte zu wartende oder zu reparierende Teile in stationäre Service-Center geliefert werden, wo sie dann von Service-Technikern bearbeitet werden können.

Axel Burscheid, Director Global Service bei WashTec, beschrieb anschließend den Weg seines Unternehmens zu einer effektiven Personal- und Ressourcenplanung. Bei WashTec arbeite man nach verschiedenen Grundsätzen in

der Personalplanung. Dazu gehört das Definieren von Leistungen, die Mitarbeiter erbringen sollen. Außerdem werden Anforderungsprofile ermittelt, Qualifikationen abgeleitet, Rahmenbedingungen betrachtet und bewertet, Kalkulation anhand von Kennzahlen durchgeführt sowie Qualifizierungs- und Produktivitätsverbesserungsmaßnahmen einbezogen.

Eine smarte Personal- und Ressourcenplanung kann aus seiner Sicht dann funktionieren, wenn die Anwendung der Vorgehensweise für alle operativen Kapazitäten je Land individuell erfolgt. Durch den Einsatz unterstützender Systeme sollen zukünftig vermehrt Shared Resources und damit eine integrative Personalplanung realisiert werden. Diese Personalplanung setzt sich aus seiner Sicht zusammen aus Marketing, HR, Kommunikation und Kennzahlen. „Für die Zukunft steht für uns die Frage nach der passenden Ansprache potenzieller Mitarbeiter im Fokus. Dabei betrachten wir die neuen Medien, verfolgen aber auch außergewöhnliche Ansprachen.“

Wie kann eine Kapazitätsplanung im Spannungsfeld von Marktanforderung und Profitabilität funktionieren? Dazu hatte Stefan Tenkmann, Vice President Global Consulting Services bei der Software AG, seine Strategieüberlegungen mitgebracht. Anhand des IT-Consultings zeigte er auf, dass eine Beraterkapazität vierdimensional

Unabhängig vom Generalthema standen noch weitere Vorträge auf dem Programm. Prof. Dr. Jens Hogreve, Lehrstuhlinhaber für Dienstleistungsmanagement an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt stellte als Co-Gastgeber die Konzeption der Hochschule vor.

Sie ist die einzige katholische Universität im deutschen Sprachraum. Rund 5400 Studierende lernen hier von 120 Professoren und über 200 wissenschaftlichen Mitarbeitern. Eine Besonderheit der Hochschule ist das Nachhaltigkeitskonzept, das 2010 beschlossen worden ist und Bildung für nachhaltige Entwicklung zum Ziel hat. Gegenstand ist, dass die zukünftigen Entscheidungsträger Gestaltungskompetenz erwerben, um zu einer nachhaltigen Entwicklung der Gesellschaft beizutragen.

Ein wichtiger Baustein ist auch, Transferleistungen zu erzielen und zu vermitteln. Zentrale Fragen sind nach den Ausführungen von Prof. Hogreve beispielsweise, was die Anwendungsfelder in der Gesellschaft und in der Wirtschaft sein können und wie das Wissen einzuordnen ist in einen weitreichenden Horizont. Gesellschaftliche Bedürfnisse werden dabei in den Fokus gestellt. Es herrscht ein gesellschaftliches Entwicklungsinteresse mit praxistauglichen Beiträgen.



Strategie gegen Fachkräfte-Mangel im Service Geschäft

Das ZBFT des AFSMI German Chapter e.V. entwickelt Job-Broschüre und Service-Glossar

In zahlreichen Veranstaltungen innerhalb der Service Community der letzten Monate wurde von Service Managern auf einen kontinuierlich wachsenden Fachkräftemangel hingewiesen. Dieser Mangel wird trotz erheblicher Investitionen in Industrie 4.0, Service 4.0 und Digitalisierung erwartet und schwächt die mögliche wirtschaftliche Entwicklung der technischen Services. Wie können wir Service Talente motivieren, sich bezüglich Beruf und Ausbildung in Richtung High-Tech-Service und Lösungsgeschäft zu orientieren?

Job Broschüre

Der AFSMI und seine Mitglieder und Partner haben in den letzten Jahren zahlreiche Informationen gesammelt und aufbereitet, um unsere Profession und deren verschiedene Arbeitsplätze darzustellen und somit spannende Perspektiven für Fachkräfte aufzuzeigen. In diesem Zusammenhang ist im Frühjahr die erste Version der Job Broschüre entstanden. Das sehr positive Feedback bestätigt uns, das Projekt weiterzuentwickeln. Dafür suchen wir Firmen, die inhaltlich und finanziell diese Initiative weiter unterstützen. Sehen Sie in unserem Downloadbereich die Broschüre, ein Anschreiben und den Letter of Intent. Sobald wir 8 Unterstützer haben, gehen wir in die nächste Phase. Zwei konkrete Zusagen haben wir bereits.

Glossar

In früheren regionalen, nationalen und internationalen Workshops des AFSMI wurde ferner der Mangel an Standardisierung als weiterer wesentlicher Engpassfaktor priorisiert. Hier hat ein internationales Team von Mitgliedern des AFSMI und des KVD e.V. am 15.11.2017 nun einen ersten Entwurf eines Deutsch/Englischen Glossar vorgestellt und veröffentlicht. Dafür sind die in der Praxis relevanten Begriffe identifiziert und mit vorläufigen Definitionen versehen. Die Definitionen basieren, wenn möglich auf internationale Standards und Richtlinien. Dieser Glossar soll sowohl die Praxis als auch die Aus- und Weiterbildung unterstützen, um in Zukunft qualifizierte Talente verfügbar zu haben.



Prof. Dr.-Ing. Christian van Husen stellte zum Abschluss das Projekt ParaBaSe vor. An seiner Hochschule wurde 2018 das 100. Chapter Meeting begangen.

ist und von den Dimensionen Region, Verfügbarkeit, Skills und Kosten abhängig ist. Daraus hat die Software AG dann ein Kapazitätsmodell entwickelt. Aus strategischer Sicht ist das Kapazitätsmodell Bestandteil der strategischen Geschäftsplanung im Consulting, und zwar aus der Top-Down-Perspektive ausgehend von einem Umsatz- und Profitabilitätsziel und zudem die praktische Situation im Feld betrachtend. Aus der Bottom-Up-Perspektive spielt seiner Ansicht nach der Unterschied zwischen Soll- und Ist-Zustand eine entscheidende Rolle, denn dieser definiert die Maßnahmen zur Kapazitätsentwicklung

Die Einflussgrößen Umsatz, Sales Opportunities, Trends und Work in Progress wirken dann bezogen auf die Aufgaben in der betrachteten Region. Die kapazitative Planung besteht aus einem Mix aus Mitarbeitern der Region, weltweit eingesetzten Mitarbeitern, Offshore- und Nearshore-Centern sowie aus einem Pool an externen Mitarbeitern.

Den Nutzen in dem Kapazitätsmodell sieht man bei der Software AG schließlich in mehreren Ausprägungen. Ein Maßnahmenplan gibt Trainings, Personalaufbau und Beförderungen vor. Die Lieferfähigkeit ist sichergestellt, die KPIs sind definiert. Zudem ist das Auslastungsziel pro Berater bekannt und die Weiterentwicklungsplanung kann auf einen

einzelnen Berater projiziert werden. Letztlich ist durch dieses Modell auch der Kostenrahmen gesetzt – wichtig für die Profitabilität. Beeinflussende Faktoren in der Realität sieht Stefan Tenkmann in den Technologietrends, in Richtlinien und Fluktuationen, neuen Kunden und Projekten, in Restrukturierung und neuen Produkten, in Partnern, Akquisitionen und Technologietrends.

Das Planungsmodell smarter Personal- und Ressourcenplanung, das Olympus einsetzt, stellte schließlich Diethard Vollmer vor, General Manager Medical Services & Business Solutions EMEA bei Olympus Europe. Dort spielen fünf Horizonte für die Planung eine Rolle. Da wäre zunächst einmal das Organisationsdesign: Hier hat Olympus den Service als Service Business Group ausgegründet; getrennt davon wird der klassische Repair Service betrachtet.

Zweiter Horizont ist die Kapazitäts- und Kompetenzplanung, dazu kommt die Service Delivery Strategie: Ein Business Modell ist hier der Ausgangspunkt, bei dem geplant wird, wie Services am Markt platziert werden können. Dazu gehört auch das Customer Experience Design, das Service Delivery Model und schließlich das Service Portfolio. Vierter Bedeutungshorizont ist die pro-aktive Mittelfristplanung: Hier geht es um die Sicherstellung der Vertragsleistungen, termingerechtes Einplanen,

gleichmäßigen Ressourceneinsatz und die Bereitstellung von ausreichenden Ressourcen für eine reaktive Kurzfristplanung. Diese ist gleichzeitig als fünfter Horizont anzusehen.

Zum Schluss stellte er eine besondere Herausforderung im Service vor, nämlich die Diskrepanz zwischen Profit-Orientierung und Customer Satisfaction. Augenzwinkernd stellte er den Magical Slider in einem Schaubild vor, der der „Art of Service Management“ gerecht wird und idealerweise beide Komponenten berücksichtigt. Diese Darstellungsweise war Ausgangspunkt einer intensiven Diskussion, in der viele Argumente ausgetauscht wurden, ob Service nur in jeweils eine Richtung orientiert sein könnte oder ob tatsächlich beide Faktoren gleichberechtigt zu bedienen seien. Zum Ende wurden alle Ergebnisse aus den Vorträgen sowie die Erfahrungen aus der Wissenschaft und Praxis der Chapter Meeting-Teilnehmer in einem Kurz-Workshop zusammengetragen.

Der letzte Vortrag setzte sich mit dem Projekt „Parameterbasiertes Service Design bei der Innovation von Produkt-Service-Systemen“ auseinander, kurz ParaBaSe genannt. Ziel dieses Projektes, das Anton Feld von der Aesculap AG und Prof. Dr.-Ing. Christian van Husen von der Hochschule Furtwangen vorstellten, ist es, die Komplexität der Serviceentwicklung zu reduzieren und die Anwendbarkeit insbesondere für klein- und mittelständische Unternehmen zu vereinfachen. Die Idee des parameterbasierten Designs ist es, Ausprägungen von Dienstleistungseigenschaften oder –merkmalen zu nutzen, welche die Entwicklungsdimensionen „Produkt, Prozess und Ressourcen“ konkretisieren und somit den gesamten Service einschließlich dessen Effizienz und Effektivität definieren. Das entwickelte Verfahren greift hauptsächlich Erkenntnisse und Methoden des Service Engineering auf. Darüber hinaus berücksichtigt die Methodik jedoch auch die Kundenwahrnehmung, damit von Beginn an eine hohe Servicequalität erreicht werden kann. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert und von der Hochschule Furtwangen, der Aesculap AG und dem AFSMI German Chapter e.V. getragen. Es ist bis Dezember 2017 terminiert.

Version 1, Stand 17.03.2017



High-Tech-Services Anforderungen, Aufgaben und Qualifikationen für Fachkräfte



mmoloreium facessi niende porio. Optate doluptatur, nobis esti cum facerci nesequatur? doluptu sandebitibus nusci dolorum volut eos aceatat quam, cone aut ut voluptium

97. Customer Success Management

HPE / Microfocus, 15. & 16. November 2017

Das letzte Chapter Meeting des Jahres fand bei HPE / Micro Focus statt – ein perfekter Standort für das Meeting. Denn wenn man über den Wandel im Service spricht, dann kann man den an den Veränderungen bei HP perfekt ablesen.



Zwischen den Vorträgen wurde intensiv diskutiert. Da es sich um das internationale Chapter Meeting des Jahres handelte, erfolgt die Konversation in Englisch.



Prof. Harald Kopp hielt den Eröffnungsvortrag und stellte die TSIA mit ihren Leistungen und den Verbindungen zum AFSMI vor.

Manfred Botschek, Vizepräsident des AFSMI und gleichzeitig Mitarbeiter Micro Focus, stellte zu Beginn heraus, dass der AFSMI in Zukunft das Networking noch stärker betonen möchten. „Es befinden sich alle Kompetenzen im Raum, man muss sich nur vernetzen und austauschen“, sagte Manfred Botschek.

Das Ziel sei, dass Teilnehmer neue Einblicke erhalten. Wie IoT das Business verändert zum Beispiel, und wie neue Services entstehen. „Ich bin mir sicher: Der Fokus auf den Kunden ist der neue Schlüssel zum Erfolg.“

Dem stimmte auch Prof. Harald Kopp, Director of Research of Industrial Services bei der TSIA, in seinem Eröffnungsvortrag zu: „Im Wettbewerb werden diejenigen bestehen, die für Kunden den größten Wert erzeugen.“ Die Wertschöpfung aus Daten werde dabei seiner Ansicht nach in vielen Fällen den Wert der Produkte übersteigen. Prof. Kopp drückte das Spannungsverhältnis so aus: „Die digitale Wertschöpfung verdient denselben Fokus wie die Wertschöpfung mit Produkten.“

Die TSIA identifiziert Trends für Anbieter technologischer Dienstleistungen und entwickelt Konzepte für die strategische Ausrichtung. Der AFSMI arbeitet schon längere Zeit mit der Institution zusammen: „Die TSIA kennt die „Best Practices“ von Anbietern technologischer Dienstleistungen und kann konkrete Empfehlungen für deren Einführung geben“, sagte Prof. Kopp.

Dan Steinman von Gainsight zeigte anschließend auf, dass Wellen der Transformation zu beobachten seien: Vom Personal Computing über das Internet zu Mobile und Social und aktuell zum Customer als zentralen Punkt. Businessmodelle würden den Wandel antreiben. Hier sieht er fünf eindeutige Wellenbewegungen:



Angelika Gifford stellte die Veränderungen bei HPE / Micro Focus vor. Wie die Wirtschaft insgesamt ist auch HP von den Wellenbewegungen des Marktes betroffen.

Wave 1: Logistics
Wave 2: Transactions
Wave 3: Subscriptions
Wave 4: Consumption
Wave 5: Outcomes

Durch diese Wellenbewegungen verändern sich laut Steinman die Schwerpunkte in den Unternehmen. Wichtig seien in Zukunft Partnerships, Outcomes und Implementation Quality.

Der Service hat dabei eine wichtige Position, wie anschließend auch

Angelika Gifford von HPE / Micro Focus bestätigte. Kein Auftrag sei erledigt, bis der Service an den Kunden verkauft sei, sagte sie, denn Service sei der Schlüssel zum Erfolg. Kunden würden nur glücklich, wenn sie einen guten Service bekämen. Anschließend stellten sie und Rainer Peters die schon erwähnten Veränderungen bei HPE / Micro Focus im Detail vor. Auch HP erwartet demnach eine neue Spitze einer Wellenbewegung – perfekter Ort für dieses Chapter Meeting, wie eingangs gesagt.



Austausch auf internationaler Ebene: Zum Chapter Meeting bei HPE / Micro Focus waren auch Vertreter weiterer europäischer Chapter gekommen.

Executive Summary

Customer Success = Customer Outcome + Customer Experience

- The whole technology world moves into a subscription and later outcome based services world
- Companies, which do not radically reorganize around customer will be not existent in the future
- Focus on Customer Outcome and Customer Experience are KEY
- Customer Experience based on NPS will drive actions towards the new age of the customer
- Implementing Customer Success Management is a JOURNEY!
- IOT will enable the capability to move into a new services world driven by customer expectations
- HPE and Micro Focus are ready to help customers moving into IOT
- Electronic Manufacturing Services a 300 B\$ business heavily invests in SMART Factory and is highly dependent on secure data and processes
- AFSMI - NPS Workshop based on NPS survey with AFSMI members identified communication between events, increased awareness of AFSMI as key investment areas and AFSMI board committed to adapt and keep members informed.
- Presenting is not PowerPoint! You are the presentation! Everybody can be an excellent presenter, you need to invest, try and improve!

AFSMI NPS Workshop - Key Learnings:

- AFSMI Members value networking and added value for work, job and business
- AFSMI Members want improvement in communications between events, raise awareness of AFSMI (PR, External Marketing), further increase the network
- AFSMI Members who are Promoters need to be leveraged more to drive awareness!
- AFSMI is fun

Ausblick AFSMI Meetings 2018

Die bisherige Terminplanung auf einen Blick

02. Regionaltreffen Stuttgart: „Virtual / Augmented Reality - aktueller Stand, Einfluss auf Service Business“

Donnerstag, 18. Januar 2018, 19:00 bis 22:00 Uhr, Stuttgart

Wir planen zwei Vorträge à 12 min und mit anschließender Fragerunde von jeweils 12 min.
Die restliche Zeit dient dem Netzwerken und der Nahrungsaufnahme.

Anmeldung unter:

<https://www.meetup.com/de-DE/Stuttgart-B2B-Customer-Success-Management-Meetup/events/244427014/>

98. Barcamp „Servicetrends“

Mittwoch, 14. März 2018 bis Donnerstag, 15. März 2018

Computacenter AG & Co. oHG, Mariendorfer Damm 1, 12099 Berlin

99. Tagung „Managing Service Knowledge“

Juni 2018, N.N.

100. Konferenz: „ParaBaSe Projekt“ mit Fokus auf Service Sales & Engineering

Mittwoch, 26. September 2018 bis Donnerstag, 27. September 2018

Hochschule Furtwangen, Robert-Gerwig-Platz 1, 78120 Furtwangen im Schwarzwald

101. Tagung „Servitization“

November 2018, N.N.

AFSMI
German Chapter e.V.

Mies-van-der-Rohe-Str. 4
80807 München

Telefon: +49 (0)89-3816400-30
Telefax: +49 (0)89-3816400-39
E-Mail: info@afsmi.de
Internet: www.afsmi.de