

Was hat der Maschinenbau mit der Großwildjagd gemeinsam?

Neugierig, was After Sales damit zu tun hat?

Manche Wahrheiten sind unangenehm, weil sie dem Eigenbild widersprechen. Ein Großteil der deutschen Maschinenbauer sind immer noch davon überzeugt, dass sie mit maßgeschneiderten Maschinen das meiste Geld verdienen. Das ist in der Regel falsch, weil diese Maschinen einen hohen Aufwand in der Konstruktion und der gesamten Herstellung verursachen.

Die höchsten Margen erzielen Maschinenbauer mit einem scheinbaren kleinen Nebengeschäft, dem After Sales.

Die meisten Maschinenbauer sind wie Großwildjäger. Sie wenden viel Zeit und Energie auf, um einem Kunden für einen hohen Betrag eine Maschine zu verkaufen. Allerdings sind Sie hier einem starken Wettbewerb und damit hohem Preisdruck ausgesetzt und sind in der Regel vergleichbar, was sich letztendlich auch auf der möglichen Marge auswirkt. Ist das abgeschlossen, geht die Pirsch beim nächsten Kunden vorne los.



Bei allen Unternehmen des Maschinenbaus gibt es neben den erfolgreichen Großwildjägern im Vertrieb aber auch immer eine kleine Abteilung, die nach einem völlig anderen Muster arbeitet:
Der Service oder After Sales.

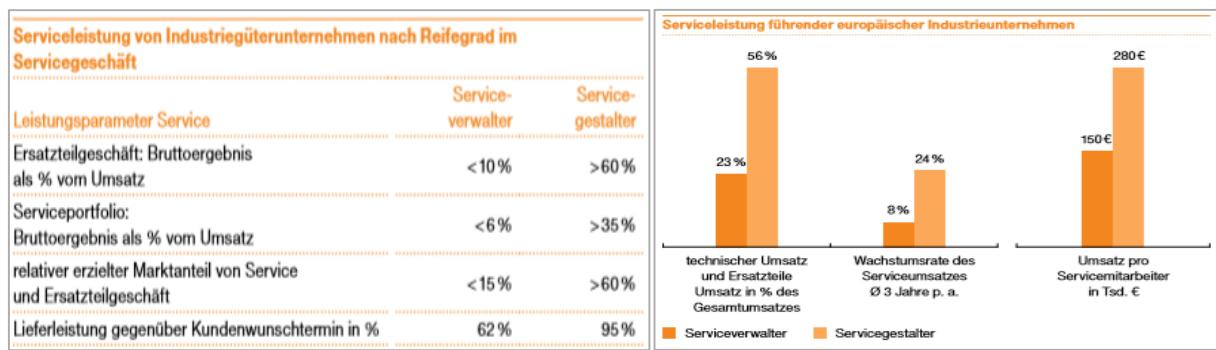
Dieser Bereich übernimmt die durch den Vertrieb bestellten Felder der installierten Basis und erntet regelmäßig deren Früchte oder betreibt die Jagd nach Kleintieren wie zum Beispiel Upgrades.

Sie haben keine Trophäen an den Bürowänden, dafür verdienen sie unauffällig gutes Geld. Die Betonung liegt auf unauffällig, denn in der Regel legt die Geschäftsleitung ihr Augenmerk auf die Großwildjagd und nimmt die Service-Erträge als Beifang mit.

Auch wenn im deutschen Maschinenbau immer häufiger betont wird, wie wichtig der After Sales ist, und dass man diesen natürlich unterstützt, fehlt in der Regel das Verständnis und die wirkliche Unterstützung. Stellenweise werde einzelne Projekte (z.B. die Datenbrille) stark beworben und als moderne digitale Produkte plakativ hervorgehoben ohne jedoch wirklich erfolgreich zu sein und dementsprechend gehen diese in der Bedeutung schnell wieder unter.

Ein Großauftrag im Neumaschinengeschäft – unabhängig vom letztendlichen Deckungsbeitrag – hat eine höhere Wertigkeit im Unternehmen als die kleinen „lästigen“ After Sales Aufträge mit ihren hohen Margen.

Dabei könnte gerade im After Sales mit ein wenig mehr Aufmerksamkeit, entsprechender aktiver Herangehensweise plus einem Blick über den Waldrand hinaus, der Ertrag schnell und dauerhaft erhöht werden.



Quelle: <https://www.pwc.de/consulting/management-consulting/assets/serviceinnovation-wachstumsmotor-und-ertragsmaschine-vf.pdf>

Laut einer Studie von PwC sind in einem aktiv verwalteten After Sales (Service- und Ersatzteilverkauf) Bruttoergebnisse in % des Umsatzes von mehr als 60 Prozent möglich. Darüber hinaus zeigt die Studie, dass aktive „Service-Gestalter“ im Allgemeinen ein Ergebnis erzielen, das mehr als doppelt so gut ist wie das der „Service-Verwalter“.

Werden Sie mit unserer Unterstützung zum „Service Gestalter“!

Mit mehr als 25 Jahre praktischer Erfahrung im After Sales in verschiedenen Industrien verstehen wir uns als Ideengeber, Sparringspartner, Berater und aktive Projektbegleiter für die Bewältigung der komplexen Sachverhalte.

Willemsen & Dr. Scholl stehen interessierten Unternehmen für eingehende Diskussionen zu dem oben beschriebenen Thema zur Verfügung.

