

# Service – Dienstleistung oder Produkt?

„Heißes“ Thema in der grafischen Branche ist der Service. „bindereport“ hat Praktiker der Zulieferindustrie dazu befragt.



Mitarbeiter bei Fachhändler in Nordrhein-Westfalen: Maschinen-Bauteile lassen sich auch farblich verändern.

FOTO: FRANK BAIER

**Service** scheint bei manchen Unternehmen nach dem Signieren eines Vertrages aufzuhören, bei manchen fängt er nach der Bestellung erst an. Welches ist das richtige Mittelmaß? Ist Service eine Dienstleistung oder ein Produkt? Gehört der Service zum Produkt dazu, oder wird er freiwillig erbracht? „Dienstleistungen werden oft als Produkt, Service als die Form der Ausgestaltung gesehen. So wird der Servicebegriff vereinzelt auf unterstützende Dienstleistungen (Sekundärleistungen) im Konsum- bzw. Investitionsgüterbereich angewandt und irrtümlicherweise selber nicht als Produkt wahrgenommen. Service ist ein Dienstleistungsprodukt, ein Produkt, das man nicht anfassen kann und daher besondere Beachtung hinsichtlich seiner Gestaltung erfordert“, so steht es in einem Text der Hochschule Hof, gefördert von der Europäischen Union und der Virtuellen Hochschule Bayern.

Doch beantwortet dies die Frage, was Service wirklich ist? Sicher werden einzelne Unternehmen dies ganz unterschiedlich sehen. Denn, so die Hochschule weiter: „Der Stellenwert von Dienstleistungen im wirtschaftlichen Kontext hat sich im Laufe der Zeit gewandelt. Heute sind die Märkte globa-

lisiert, den Sättigungserscheinungen und dem Preisdruck versuchen viele Unternehmen verstärkt mit Dienstleistungen zu begegnen.“ Um die vermehrt homogenen Produkte zu differenzieren, werden Dienstleistungen zum Teil individuell auf die Probleme bzw. Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten. Service ist somit eine Profilierungsmöglichkeit im Wettbewerb und des Weiteren auch wichtig für die Corporate Identity eines Unternehmens. Um diese, recht theoretischen Ausführungen zu konkretisieren, befragten wir einige Zulieferer der grafischen Branche dazu.

## Möglichen Enttäuschungen vorbeugen

Michael Jellinghaus, Geschäftsführer der im schwäbischen Filderstadt ansässigen Binderhaus GmbH & Co. KG, einem in der Druck-Weiterverarbeitung spezialisierten Fachhandelsunternehmen, sagt dazu: „Service ist aus unserer Sicht technisch und kaufmännisch, also beratende Tätigkeit. Kaufmännischer Service ist bei uns Anwendungsberatung vor und nach dem Kauf. Beide Seiten können durch Beratung vor dem Kauf möglichen Enttäuschungen vorbeugen, wenn die Produkteigenschaften nicht zum Anforderungs-

profil passen. Um treffsicher zu beraten, spezialisieren wir uns auf nur wenige Technologien der Weiterverarbeitung. Das steigert meines Erachtens das spezifische Wissen und damit die Beratungsqualität. Nach dem Kauf ist Anwendungsberatung für den Kunden wichtig und wird natürlich kostenlos gemacht. Sie ist aber auch für den Verkäufer wichtig, weil zufriedene Kunden uns weiter empfehlen.“

## Technisch gut ausgebildet und informiert

Das Unternehmen hat den Service zudem praktisch definiert. Jellinghaus dazu weiter: „Technischen Service bieten wir in der Regel auf Grundlage von Werksschulungen. Demnach sind wir vom Hersteller gut informiert und technisch ausgebildet, sodass wir meistens aus eigener Kraft alle auftretenden Tipps geben und Reparaturen zeitnah ausführen können. Wir bieten also Beratung hinsichtlich der Auswahl der geeigneten Maschine, vermitteln auf Wunsch Finanzierungspartner, leisten Anwendungsberatung nach dem Kauf und decken den technischen Service voll ab.

Gegenüber anderen Anbietern (diesen Erfahrungswert hören wir von Kunden)



halten wir ein gut bestücktes Ersatzteillager vor, mit dem Ziel, Ersatzteile aus dem Verkaufsprogramm bei Bestellung bis etwa 15.45 Uhr gleichmäßig auszuliefern. Manch ein Kollege hat erst gar keine eigene Werkstatt oder Servicepersonal und handelt nur. Konkret bieten wir die Beratung vor Ort oder telefonisch, technischen Kundendienst vor Ort oder in der eigenen Werkstatt. Dies wird gerne genutzt, wenn die Frachtkosten günstiger sind als die Anfahrt. Wir haben einen eigenen Lieferwagen und können deshalb auch bei Neuverkauf selbst anliefern (vermeidet Gefahr von Transportschäden) oder auch Maschinen zur Reparatur mitnehmen.“

### „Optimales“ leisten, Erwartungen übertreffen

Kai Gericke, Abteilungsleiter Technik des auf Weiterverarbeitungsmaschinen spezialisierten Hamburger Unternehmens Ing. Fritz Schröder GmbH & Co. KG (FKS), beschreibt seine Vorstellung von optimalem Service: „Unter Berücksichtigung der Kundenwünsche das Optimale leisten und möglichst darüber hinaus die Erwartungen zu übertreffen. Besondere Faktoren sind hohe

Termintreue, fachliche Kompetenz, persönliches Auftreten, faire Preisgestaltung und Verbindlichkeit“, zählt er auf.

Demzufolge offeriert FKS laut Gericke eine ganze Reihe von Serviceleistungen, wie „reguläre Reparaturen, geplante Wartungen, Anwenderschulungen, Produktionsbegleitungen und Workshops. Wir bieten außerdem eine bundesweit kostenfreie Service-Rufnummer, individuelle Serviceverträge, garantierte Vor-Ort-Zeiten, einen Umzugsservice, erweiterte Rufbereitschaften, zertifizierte und geprüfte Verbrauchsmaterialien und vieles mehr. Viele unserer Kunden wissen vor allem unseren Sonderservice zu schätzen, wie zum Beispiel 24 Stunden an 7 Tagen während Spitzenzeiten (zum Beispiel während der Weihnachtszeit) vor Ort zu sein. Aber auch unsere Uptime-Kits und Swap-Services, mit denen Kunden bei Bedarf vor Ort oder im Austausch schnell auf benötigte Verbrauchsmaterialien oder gar Ersatzteile zurückgreifen können,

genießen einen außergewöhnlichen Stellenwert.“

### Differenzierte und individuelle Serviceverträge

Hierbei ist es interessant zu erfahren, wie diese Serviceleistungen tatsächlich aussehen. „Im Bereich der Serviceverträge bieten wir unseren Kunden vier verschiedene Vertragsarten an, vom Basis-Vertrag bis hin zum Full-Service-Vertrag ist alles dabei. Darüber hinaus sind alle Verträge individualisierbar

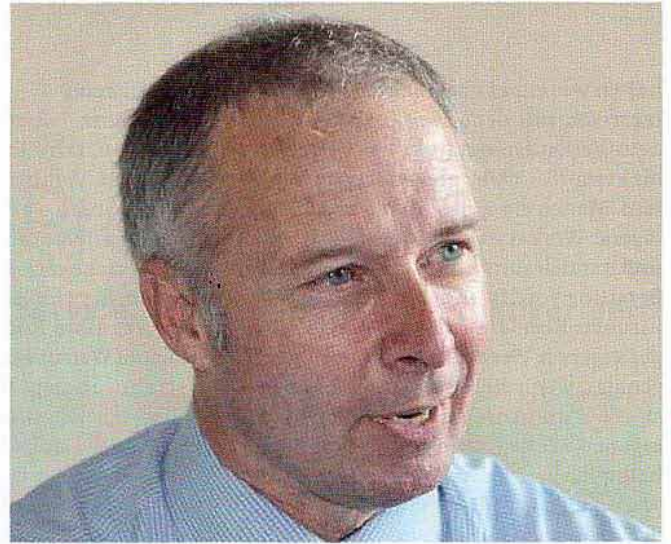


Michael Jellinghaus, Geschäftsführer Binderhaus: „Service ist immer auch eine beratende Tätigkeit.“ FOTO: BINDERHAUS





Kai Gericke, Abteilungsleiter Technik bei FKS: „Für den Kunden wollen wir das Optimale leisten.“  
FOTO: FKS



Jens Sendel, Leiter Marketing bei Schmedt: „Eine umfangreiche Kommunikation gehört bei uns dazu.“  
FOTO: SCHMEDT

und somit an jeden Bedarf anpassbar. Der ‚Standardservice‘ außerhalb dieser Serviceverträge erfolgt im Regelfall innerhalb von ein bis zwei Tagen vor Ort. Ersatzteile werden, falls diese nicht im Fahrzeug des Servicetechnikers mitgeführt werden, per Direktlieferung am nächsten Arbeitstag zum Kunden geschickt oder über Nacht in die Lager der jeweiligen Techniker versendet. Der Service vor Ort erfolgt bundesweit über 15 ausgebildete Servicetechniker“, erläutert Gericke.

Seinen Aussagen zufolge will FKS diese Dienstleistungen weiter optimieren. „Neben der digitalen Abbildung aller Serviceabläufe – diese bringt eine noch höhere Zeitersparnis und Transparenz für den Kunden – sind weitere Investitionen in eine verbesserte Ersatzteil-Verfügbarkeit geplant. Darüber hinaus werden wir weiter in Personal investieren und ab Ende des Jahres 2014 regelmäßige Befragungen zur Kunden-Zufriedenheit durchführen, um daraus weitere Maßnahmen für einen noch besseren Service ableiten zu können. Ferner ist für das Jahr 2015 eine Trainingsakademie in unserem Kompetenz-Center in Barsbüttel geplant, damit Workshops und Schulungen außerhalb des Tagesgeschäftes des Kunden zielgerichteter und effizienter gestaltet werden können.“

### Wissen was wichtig ist und was gebraucht wird

Jens Sendel, Leiter Marketing und Vertrieb des Hamburger Herstellers und Großhändlers von Maschinen für das manuelle und automatische Buchbinden, H.-H. Schmedt e.K., sieht als wesentlichen Faktor eine optimale Kommunikation. „Der Claim von Schmedt macht deutlich, dass wir mehr sind als ein einfacher Händler oder Hersteller. Durch enge Zusammenarbeit mit den Bücher herstellenden Unter-

nehmen wissen wir auch, was vor Ort wichtig ist und gebraucht wird. Deshalb ist das gesamte Sortiment, sowohl im Großhandel als auch im Maschinenbau, auf die Bedürfnisse des Gewerbes ausgerichtet und wird ständig an neue Bedürfnisse angepasst“, macht Sendel klar.

„Zum optimalen Service gehört dabei für uns auch eine umfangreiche Kommunikation. Dazu bieten wir eine ganze Reihe von Möglichkeiten. Kataloge, Prospekte, Musterkarten, Musterbücher, Webseiten, Online-Shop, DVDs, Videos, Anleitungen, soziale Netzwerke, Messen, hauseigenes Demo- und Schulungszentrum, technische und Sicherheits-Datenblätter, telefonische Beratung – analog, soweit möglich auch digital, usw.“

Darüber hinaus bietet das Unternehmen besondere Serviceleistungen, die von einem Maschinenhersteller zunächst nicht erwartet werden. Sendel dazu: „Neben den Maschinen bieten wir die Konfektionierung von Materialien, beispielsweise das Zuschneiden von Deckelpappen und Rückeneinlagen aus Graupappe, Zuschnitte von Bucheinbandstoffen in Rohbogen, Fertignutzen oder Schmalrollen, Zuschnitte von Papier aus Rolle und Bogen zu Fertignutzen, Zuschnitte von Prägefolie in Schmalrollen, besondere Gebindegrößen für Klebstoffe.“

Ebenfalls gehört dazu die Lieferung von Kleinstmengen bis zur ‚Just-in-Time‘-Belieferung von industriellen Verarbeitern, einzelne Werkzeuge, Maschinen-Ersatzteil-Service. Hinzu kommen die Bemusterung von Materialien, Musterfertigung im eigenen Democenter zum Testen der Eignung von Materialien und Klebstoffen sowie die Fertigung von Sonderwerkzeugen und -maschinen für spezielle Einsatzzwecke. Die Schulung für Maschinenbediener, Materialkunde- und Buchbinder-Seminare im eigenen Demo-

und Schulungszentrum sind dabei ebenso ein Teil unseres Angebots.“

### Maschinenbau und Großhandel mit Synergieeffekt

Außerdem ist für Schmedt die Aussage, für eine Welt des Buchbindens zu stehen, Grundlage für eine gesamtgesellschaftliche Betrachtung von Materialien, Werkzeugen und Maschinen. Darauf gründen sich Entwicklungen bei den Maschinen und dem Großhandels-Sortiment. Jens Sendel: „Diese Synergie ist in Deutschland in dieser Form einzigartig und Schmedt ist damit weltweit erfolgreich. Diese Synergien werden auch in Zukunft in enger Zusammenarbeit mit Verbänden und Interessensvertretungen weiter vertieft und ausgebaut. Dabei liegt ein Schwerpunkt auf der Ausrichtung des Maschinenbaus auf die Vernetzung und Anpassung der eigenen Maschinen in den Workflow der Kunden und die digitale Verfügbarkeit von Informationen, Anleitungen und anderen Hilfsmitteln.“

Letztendlich bewies die Befragung der Unternehmen, dass Service keineswegs ein bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung ist. Diverse Ansätze und Leitungen zeigen, dass sich die Unternehmen durchaus durch gezielte, individuelle Dienstleistungen voneinander unterscheiden können. Eines ist jedoch allen gemeinsam: Die Probleme und Wünsche der Kunden sollten im Vordergrund stehen. So gewinnt man neue Kunden, und guter Service ist ein hervorragendes Instrument für eine dauerhafte Kundenbindung.

MICHAEL SCHERHAG

Informationen:  
www.binderhaus.de |  
www.fks-hamburg.de |  
www.schmedt.com