



Die steigende Bedeutung von Self-Services

Zwischen Kundenzentrierung und aktuellen politischen Entwicklungen

Dr. Thorsten Giesa, Philipp Schneider, Christian Demut | Mannheim | 22. Oktober 2021

PERLITZ **STRATEGY** GROUP

Bedeutung

Ein gutes Self-Service-Angebot spart nicht nur Service-Ressourcen ein, sondern steigert die Kundenzufriedenheit und hilft, sich auf die Anforderungen von morgen vorzubereiten!

Relevanz des Themas

Unser Newsletter richtet sich an Geschäftsleitung, Management sowie Entscheidungsträger von Unternehmen im Bereich des VDMAs. Die Perlitz Strategy Group hat sich aus aktuellem Anlass mit dem Thema befasst, **inwieweit Self-Services von Kunden gewünscht, unternehmerisch verpflichtend sowie im Markt existent sind**. Die nachfolgenden Informationen basieren auf diversen Informationsquellen aus dem Jahr 2021, aktuellen politischen Beschlüssen sowie der langjährigen Erfahrung aus zahlreichen Perlitz Beratungs-Projekten.

Nicht zuletzt durch den Corona-Lockdown wurde deutlich, dass der „klassisch-persönliche“ Service an seine Grenzen stoßen kann. **Gleichzeitig suchen Kunden im digitalen Umfeld vermehrt nach Selbsthilfe-Lösungen.**

Aus unserer Erfahrung suchen mittlerweile 15-20% der B2C-Anrufer in einer Hotline zuvor online nach Selbsthilfe-Lösungen und bis zu 30% der Gerätebesitzer besuchen die Webseite von OEMs während der Gewährleistungsphase. Und auch wenn wir hier vom B2C Geschäft sprechen, dürfte eines klar sein: B2C-Trends schwappen schnell ins B2B-Geschäft über.

Vor diesem Hintergrund hat die Perlitz Strategy Group das aktuelle Self-Service-Angebot im Hausgerätemarkt als beispielhafte Consumer-Branche gescreent sowie relevante politische Entwicklungen beleuchtet, um dabei Rückschlüsse auf den Maschinenbau zu ziehen.

Ein gutes Self-Service-Angebot spart nicht nur Service-Ressourcen ein, sondern steigert die Kundenzufriedenheit und hilft, sich auf die Anforderungen von morgen vorzubereiten!



Politische Entwicklungen

Im Rahmen der Entwicklungen hin zu einer Kreislaufwirtschaft sind verschiedene Maßnahmen, sowohl auf nationaler als auch internationaler Ebene, im Gespräch. Im Zuge erfolgreicher Legislationsverabschiedungen könnten Gesetzesentwürfe in ähnlicher Form übernommen werden.

Right-to-Repair-Movement¹:

Europäische Union

- Teil der **Green Deal / Circular Economy** Pläne der EU
- **Ökodesign-Novelle** (genehmigt Okt. 19) ab 03/2021-2022:
- **Verbraucherelektronik muss so einfach gebaut sein**, dass Verbraucher diese Waren selbst reparieren können
- OEMs müssen in der Lage sein, vorhandene Ersatzteile, Handbücher, Software etc. für eine bestimmte Zeit zu **nicht-diskriminierenden Kosten** an andere professionelle Reparatoren abzugeben und innerhalb einer bestimmten Zeit auch zu liefern
- **Weitere Maßnahmen** (z. B. Garantieverlängerung) sind in der Diskussion und sollen 2021/22 beschlossen werden
- **Einige nationale Gesetzgebungen** werden ebenfalls erklärt (z. B. der Reparaturfähigkeitsindex in Frankreich)



Auch in anderen Teilen der Welt gewinnt die Right-to-repair-Bewegung an Stärke. Unter Umständen könnten internationale Regelungen in die EU übernommen werden.

Beispiel: Repairability Index Frankreich

- Seit dem 1. Januar 2021 hat Frankreich als erstes Land in Europa einen **Reparatur-Index** von elektronischen Geräten auf Basis von 5 Kategorien eingeführt
- Der Reparatur-Index wird **an jedem Produkt angebracht** (ähnlich zum Energieeffizienz-Ausweis in Deutschland)
- Das Label soll eine Information über die „**Reparierbarkeit**“ des Produktes geben
- Die **Strafen für falsche bzw. nicht vorhandene Informationen** belaufen sich auf bis zu 15.000 €
- **Ab 2024** folgt dem Repairability-Index der **Durability-Index**, der Verbrauchern Aufschluss über die Haltbarkeit eines Produktes geben soll



(1) Bitte kontaktieren Sie rechtliche Spezialisten für die detaillierte und aktuellste Auslegung der Regelungen

Benchmark: Self-Service Screening Hausgerätemarkt

Ein Überblick über das Self-Service Angebot im Hausgerätemarkt zeigt ein insgesamt sehr variantenreiches Angebot der ausgewählten Player auf.

Self-Service Screening Hausgerätebranche¹

Kategorie	AEG	Bauknecht	BOSCH	dyson	Haier	LIEBHERR	Miele	NEFF	SAMSUNG	SIEMENS	SONY	mi
Troubleshooting FAQs	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar		Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	
Chatbot				Verfügbar			Verfügbar		Verfügbar		Verfügbar	
Forum / Community			1-2-do.com						Verfügbar		Verfügbar	Fan-forum
How-to-Videos		Verfügbar	Service Assistant	Verfügbar		Verfügbar	Verfügbar		Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	
Self-Service Apps				Verfügbar		Verfügbar						
ET-Onlineshop	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	3D-Druck Portal	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar		
Reparaturdokumente									Verfügbar			Eingeschränkt verfügbar
Explosionszeichnung			Verfügbar			Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar		Verfügbar		
Verweis auf Händler / Partner	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar
Erweitertes Garantieangebot		Eingeschränkt verfügbar	Verfügbar		Eingeschränkt verfügbar	Verfügbar	Verfügbar		Verfügbar	Verfügbar	Verfügbar	

In Anlehnung an die These, dass Anforderungen aus dem B2C-Geschäft auch in die B2B-Welt einziehen, hat Perlitz das **Self-Service-Angebot** im Hausgerätemarkt gescreent.

Grundsätzlich ist erkennbar, dass das **Self-Service-Angebot** **sehr variantenreich** ist. Besonders hervorzuheben wäre, dass viele OEMs Troubleshooting FAQs, Ersatzteile und zum Teil Explosionszeichnungen online anbieten.

Besondere Highlights bieten u.a. Bosch mit einer Service-Community und Miele mit einer Zubehör- / Teile-3D-Druck-Plattform an.

(1) Stand: 06. Oktober 2021

Highlights: Self-Service Screening Hausgerätemarkt

Hier sehen Sie die zuvor vorgestellten Highlight-Auszüge mit dem Bosch-Service-Forum und dem Miele-3D-Druck-Angebot.

Highlight Bosch: Self-Service-Forum „1-2-do.com“



- Plattform von Bosch für Bosch-Fans mit Austausch rund um Problemlösungen, aber auch Inspiration für Heimwerk-Projekte
- Markenübergreifend, z.B. Festool- oder Ikea-Tipps
- Bosch tritt als Moderator auf

Quelle: 1-2-do.com / Miele.de

Highlight Miele: 3D-Druck-Angebot



- Zusätzlich zum Ersatzteilangebot besteht die Möglichkeit offizielle 3D-Druck-Dateien für Zubehör / Teile zu beziehen
- Bezug der Dateien kostenlos
- Angebot in den Kategorien Staubsauger, Küchenhelfer & Heimwerken

Ergebnisinterpretation

Einige B2C-Self-Service-Entwicklungen dürften sich bald auch in ähnlicher Form im Maschinenbau wiederfinden. Dies betrifft auch vorgestellte Angebote aus dem Hausgerätemarkt.

Ableitung von Auswirkungen auf den Maschinenbau

Es dürfte nicht überraschend sein, dass B2C-Trends etwas **zeitversetzt Anwendung im B2B-Geschäft** finden. Vor diesem Hintergrund ist es empfehlenswert, dass der B2B-geprägte Maschinenbau im Hinblick auf Serviceentwicklungen etwas „nach links und rechts“, wie beispielsweise auf den eher B2C-geprägten Hausgerätemarkt, schaut.

Steigende Kundenanforderungen gepaart mit **mehr Individualität** werden dafür sorgen, dass auch der OEM im Maschinenbau verstärkt Self-Service-Lösungen anbieten muss. In der Regel besitzen Maschinenbau-Kunden ein entsprechendes Level an technischem Know-How, sodass der Bedarf an eigenständigen Fehlerdiagnosen oder gar einfacheren Eingriffen bereits jetzt besteht – **ohne interne oder externe Ressourcen schwerer belasten** zu wollen.

Hinzu kommt der Druck aus bevorstehenden Maßnahmen der Politik. Die beiden hier beleuchteten Aspekte des Right to Repair bzw. des Repairability Index sind nur einzelne Maßnahmen der „**Mission Kreislaufwirtschaft**“, welche ein Teil des übergeordneten **Green Deal der EU** ist.

Wann und welche konkreten Maßnahmen bzw. Entwicklungen bevorstehen ist noch nicht abzusehen – es bleibt jedoch spannend im Self-Service-Umfeld!



Zusammenfassung

Es gilt die richtigen Lösungen für seine Kunden zu finden, um nicht nur den erhöhten Kundenanforderungen, sondern auch den politischen Entwicklungen gerecht zu werden.

Zusammenfassung



Kunden verlangen nach Self-Service-Angeboten. Tendenz: steigend!



Im Rahmen globaler Legislationen könnte der **politische Druck** auf Self-Service-Maßnahmen erhöht werden. **Wahrscheinlichkeit: hoch.**



Grundsätzlich ist das Self-Service-Angebot im Hausgerätemarkt bereits **sehr variantenreich** und bietet eine gute Basis für den „klassischen“ Maschinenbau sich die ein oder andere Idee für den Support der eigenen Kunden zu holen.



Konkrete Maßnahmen sind beispielsweise die kundenfreundlichere Aufbereitung des Service-Bereichs der eigenen Webseite, Investition in Wissensmanagement und das Review der eigenen Geschäftsmodelle im Service: Wer **heute die richtigen Entscheidungen** für seine Kunden trifft, kann die Kundenzufriedenheit und Loyalität im Service erhöhen!



Wenn auch bei Ihnen das Thema Self-Service heiß diskutiert wird, kontaktieren Sie uns gerne. Wir unterstützen Sie dabei, die **Customer Experience im Service** zu verbessern.





Ansprechpartner



Dr. Thorsten Giesa
Partner

+49 160-901.26109
+49 621-150.4214
thorsten.giesa@perlitz.com



Philipp Schneider
Manager

+49 151-531.48565
+49 621-150.4216
philipp.schneider@perlitz.com



Christian Demut
Business Analyst

+49 151-251.41484
+49 621-150.4213
christian.demut@perlitz.com

Vertrieb & After Sales

Wir bieten Vertrieb und After Sales Beratung aus einer Hand und decken als Vertriebs- und Serviceberater alle Themen von Strategie über Preisbildung bis hin zur Restrukturierung ab.

Vertriebsstrategie

Entwicklung Vertriebsstrategie
Vertriebspartner-Rating

Kundendurchdringung

Stammdatenmanagement
Kundensegmentierung & -potenzial
Key Account Management

Marktausschöpfung

Marktsegmentierung & -ausschöpfung
Markteintritt
Identifikation Nichtkunden

Steuerung

Kundenzentrierung & Customer Journey
KPIs & Anreizsysteme
CRM Optimierung
Pricing Prozesse

Restrukturierung

Prozesse & Kapazitäten
Verkaufsorganisation
Gebietsoptimierung & -strukturierung
Taskforce Vertrieb

Digitalisierung & Tools

Digitalisierung von Systemen, Prozessen & Kanälen



Service Strategie

Entwicklung Servicestrategie
Servicepartner-Rating

Service Sales

Kundensegmentierung
Potenzialanalyse
Serviceportfolio & Proaktiver Verkauf

Pricing

Ersatzteil Pricing
Service & Digitales Pricing
Internationale Preisharmonisierung

Steuerung

Customer Journey
KPIs & Anreizsysteme
Ersatzteil-Versorgung
Hotline & Ticketsysteme

Restrukturierung

Prozesse & Kapazitäten
Serviceorganisation
Servicenetz
Taskforce Service

Digitalisierung & Tools

Systeme, Prozesse & Kanäle



Referenzen (Auszug)



Perlitz Strategy Group

Die Perlitz Strategy Group ist eine mehrfach ausgezeichnete, international tätige Unternehmensberatung mit Sitz in Mannheim und Schwerpunkt auf mittelständischen Unternehmen und Konzernen in den Branchen Automobil, Maschinenbau, Metall-, Elektro- und Prozessindustrie.

Unsere Kompetenzen



Eckdaten

- Gründung:
1996 durch Prof. Dr. Manfred Perlitz
- 25 Jahre Beratungserfahrung
- > 40 Mitarbeiter
- Kundenswerpunkt:
Mittelständische Unternehmen und Konzerne
- Branchenschwerpunkte:
Automobil, Maschinenbau, Metall, Elektro, Prozessindustrie
(Chemie, Pharma, Nahrungsmittel)
- Geschäftsführung & Partner:
Andreas Offinger, Klaus Schug, Dr. Thorsten Giesa, Matthias Litschke
- Projekterfahrung: >1.280 Projekte in über 30 Ländern
- Unternehmenssitz: Mannheim
- Mehrfach wiederholt ausgezeichnet:
 - Vertrieb, After-Sales & CRM
 - Strategieberatung
 - Restrukturierung
 - Performance Management
 - Interimsmanagement

