

# Dienstleistungsprodukte in der digitalisierten Industrie

Studiengang : EMBA General Management

Der Digitalisierungsmarkt eröffnet ein grosses Wachstumspotenzial für neuartige Services, die den Differenzierungsfaktor verstärken und als Instrument für die Kundenbindung eingesetzt werden. Für Maschinenhersteller gilt es diese Chance zu nutzen und entsprechende digitale Dienstleistungen zu etablieren, um sich vom Wettbewerb abzuheben. In der Masterthesis für die Osterwalder AG in Lyss wurden systematisch Kundenbedürfnisse erhoben und daraus digitale Services entwickelt.

## Ausgangslage und Zielsetzung

Die Osterwalder AG in Lyss entwickelt und vertreibt Pulverpressen zur Herstellung von Grünlingen in der Sinterindustrie. Dank der guten Reputation bei Kunden, der ausgezeichneten Qualität und den technologisch hochstehenden Pressen kann sich die Osterwalder AG am Markt behaupten. Bei anspruchsvollen Teilen und komplexen Geometrien konnte in der Hartmetallindustrie sogar die Marktführerschaft erlangt werden.

Die Osterwalder AG wird als sehr innovativ wahrgenommen und drängt jährlich mit Neuentwicklungen auf den Markt. So ist es ihr gelungen, die Technologieführerschaft zu gewinnen.

Ein Blick in die Zukunft verrät, dass sich Produkte bezüglich ihrer Hardware immer mehr annähern. Der technologische Unterschied zwischen den einzelnen Werkzeugmaschinen schwindet zunehmend, was die Austauschbarkeit erleichtert und die Preise unter Druck setzt. Gleichzeitig drängen neue Mitbewerber aus Billiglohnländern auf den Markt, die schnell Fortschritte verzeichnen und bereits heute hochstehende Produkte entwickeln. Maschinenbauer werden es künftig schwierig haben, mit ihrem traditionellen Investitionsgütergeschäft ein stabiles Wachstum zu erreichen. Der Aufbau und die Verstärkung von Dienstleistungen sind trotz sinkenden Margen und

volatilen Wirtschaftswachstum der sicherste Weg, nachhaltig Gewinn zu erwirtschaften.

Ziel der Masterthesis ist es, auf Basis von Kundenbedürfnissen digitale Dienstleistungen für die Osterwalder AG zu entwerfen und konzeptionell zu prüfen.

## Vorgehen

Mittels einer Literaturrecherche wurden zunächst die Grundlagen zur Entwicklung von digitalen Services erarbeitet. Danach wurde ein Fragebogen entworfen, der auf die Problemstellungen und Trends in der Pulvermetallurgie ausgerichtet ist.

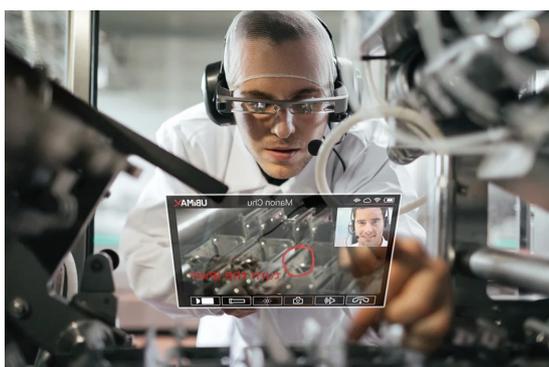
Anhand von Experteninterviews wurden verschiedenste Kunden aus Europa und China befragt. Parallel wurden mit derselben Methodik branchenfremde Firmen interviewt, die digitale Services bereits erfolgreich am Markt etablierten.

## Resultate

Die Extraktionsergebnisse der Interviews sind Ausgangspunkt für die Entwicklung von neuen Dienstleistungen für die Osterwalder AG. Aus den Informationen der Interviews konnten 23 Ideen generiert werden, die zu Servicepaketen gebündelt und qualitativ beurteilt wurden. Aus dem Auswahlverfahren resultierte Augmented Reality (AR) als favorisiertes Dienstleistungsinstrument. AR ermöglicht eine grundsätzlich neue Form mit den Kunden in Kontakt zu treten und zu kommunizieren. Problemlösungs- und Supportleistungen jeglicher Art können davon profitieren. Anwendungsbereiche entlang der kundenorientierten Wertschöpfungskette der Osterwalder AG existieren etliche. Bei beinahe allen Kundeninteraktionen kann AR eingesetzt werden und einen Mehrwert bieten. Im Rahmen eines Grobkonzepts wurden die Use Cases einer Potenzialanalyse unterzogen. Dazu wurden 5 Nutzungskriterien definiert, die jeweils qualitativ oder wo möglich quantitativ bewertet sind. Es resultierten drei attraktive Handlungsoptionen, die nun bei der Osterwalder AG zur Umsetzung beantragt werden.



Michael Sollberger



Augmented Reality im Service (Abgerufen am 04.02.2021  
<https://www.teamviewer.com/de/frontline/xassist/>)