

## Konsortium

### Forschungspartner:



IPRI – International Performance  
Research Institute gGmbH  
<http://www.ipri-institute.com>



Institut für Handelsmanagement  
und Netzwerkmarketing  
<http://www.ifhm.marketing-centrum.de/>

### Praxispartner:



e.i.s. Konzept AG  
<http://www.eiskonzept.com>



**EUCHNER**

Euchner GmbH + Co. KG  
<http://www.euchner.de>



Pfohl Maschinen- und  
Anlagenbau GmbH + Co. KG  
<http://www.pfohlindustries.com>



Tschan GmbH  
<http://www.tschan.de>



Wittenstein bastian GmbH  
<http://www.wittenstein-bastian.de>

## Kontakt

### Projektkoordination:



INTERNATIONAL PERFORMANCE  
RESEARCH INSTITUTE

IPRI – International Performance Research  
Institute gGmbH  
Rotebühlstrasse 121  
70178 Stuttgart

Herr Dr. Mischa Seiter  
Herr Carsten Schwab

Tel.: 0711/620 32 68 0  
Fax: 0711/620 32 68 889

E-Mail:  
[korserv@ipri-institute.com](mailto:korserv@ipri-institute.com)



**Kundennutzenorientierte  
Entwicklung, Bewertung und  
Vermarktung von  
Leistungsbündeln**

<http://www.korserv.de>



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung

*Gefördert vom  
Im Rahmen des  
Programms  
„Innovationen mit  
Dienstleistungen“*

*Betreut vom Projektträger im DLR*



Arbeitsgestaltung und  
Dienstleistungen

## Problemstellung

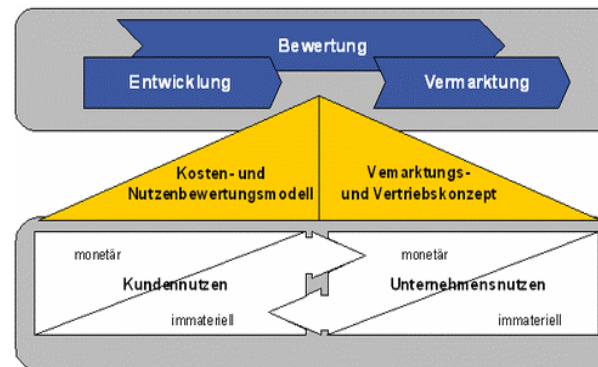
Die im Projekt **KorServ** betrachtete Branche des Maschinen- und Anlagenbaus ist gekennzeichnet durch eine zunehmende Angleichung der Produktqualität bei gleichzeitig zunehmendem Preisdruck. Viele Unternehmen versuchen durch die Zugabe von kostenlosen Dienstleistungen dieser Entwicklung zu begegnen und erkaufen eine Differenzierung dadurch teuer. Dabei können die Unternehmen durch das Angebot von **Produkt-Dienstleistungs-Kombinationen** den Kunden individuelle Lösungen bieten, die für diese einen deutlichen Mehrwert bzw. Nutzen darstellen. Solche sog. hybriden Produkte ermöglichen es den Unternehmen, sich dem reinen Preiswettbewerb zu entziehen. Voraussetzung dafür ist, dass sich der generierte Nutzen für die Kunden auch in höhere Erlöse umwandeln lässt. D. h. es müssen am Kundennutzen ausgerichtete Vermarktungs- und Preismodelle entwickelt werden, um den Erfolg dieser Strategie zu gewährleisten.

## Projektlaufzeit

01. Februar 2007 bis 31. Januar 2009

## Zielsetzung

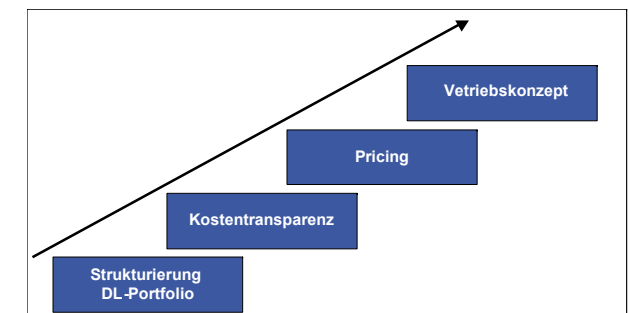
Übergeordnetes Ziel des Verbundprojekts **KorServ** ist es, dem steigenden Druck auf den Märkten durch eine systematische, am Kundennutzen ausgerichtete Entwicklung, Bewertung und Vermarktung von Leistungsbündeln zu begegnen. Das Forschungsvorhaben adressiert die drei zentralen Bausteine der Umsetzung einer solchen „**hybriden Produkt-Strategie**“: **Entwicklung, Bewertung und Steuerung** sowie **Vermarktung von hybriden Produkten**. Es wird ein Konzept entwickelt, das es den Unternehmen ermöglicht, bei der Entwicklung Produkte und Dienstleistungen integriert zu betrachten und die Nutzenwirkungen, die sich aus dieser Kombination ergeben, frühzeitig zu analysieren.



Diese Nutzenwirkungen werden quantifiziert und bilden die Grundlage für die Preisfindung und die Vermarktung der hybriden Produkte.

## Vorgehen

Bereits während der Projektlaufzeit erfolgt eine **praktische Erprobung und Umsetzung** des entwickelten Konzepts bei den beteiligten Industriepartnern. In einem vierstufigen Vorgehen wird in enger Zusammenarbeit zwischen anwendenden Unternehmen und den Instituten zunächst das Dienstleistungsportfolio analysiert und strukturiert. Nach der Schaffung von Kostentransparenz über die Leistungen wird ein Pricing für ausgewählte Dienstleistungen auf Basis des erzielbaren Kundennutzens vorgenommen. Ein Vertriebskonzept ermöglicht den Unternehmen eine erfolgreiche Einführung der neuen Angebote in ihre Märkte.



Wenn Sie Interesse haben, dieses Projekt mitzuverfolgen, wenden Sie sich an uns.

Wir informieren Sie gerne über unseren **Industriearbeitskreis** und unsere **Workshops** zu diesem Themengebiet.