



Service im Maschinen- und Anlagenbau

- Ergänzung oder Fundament?

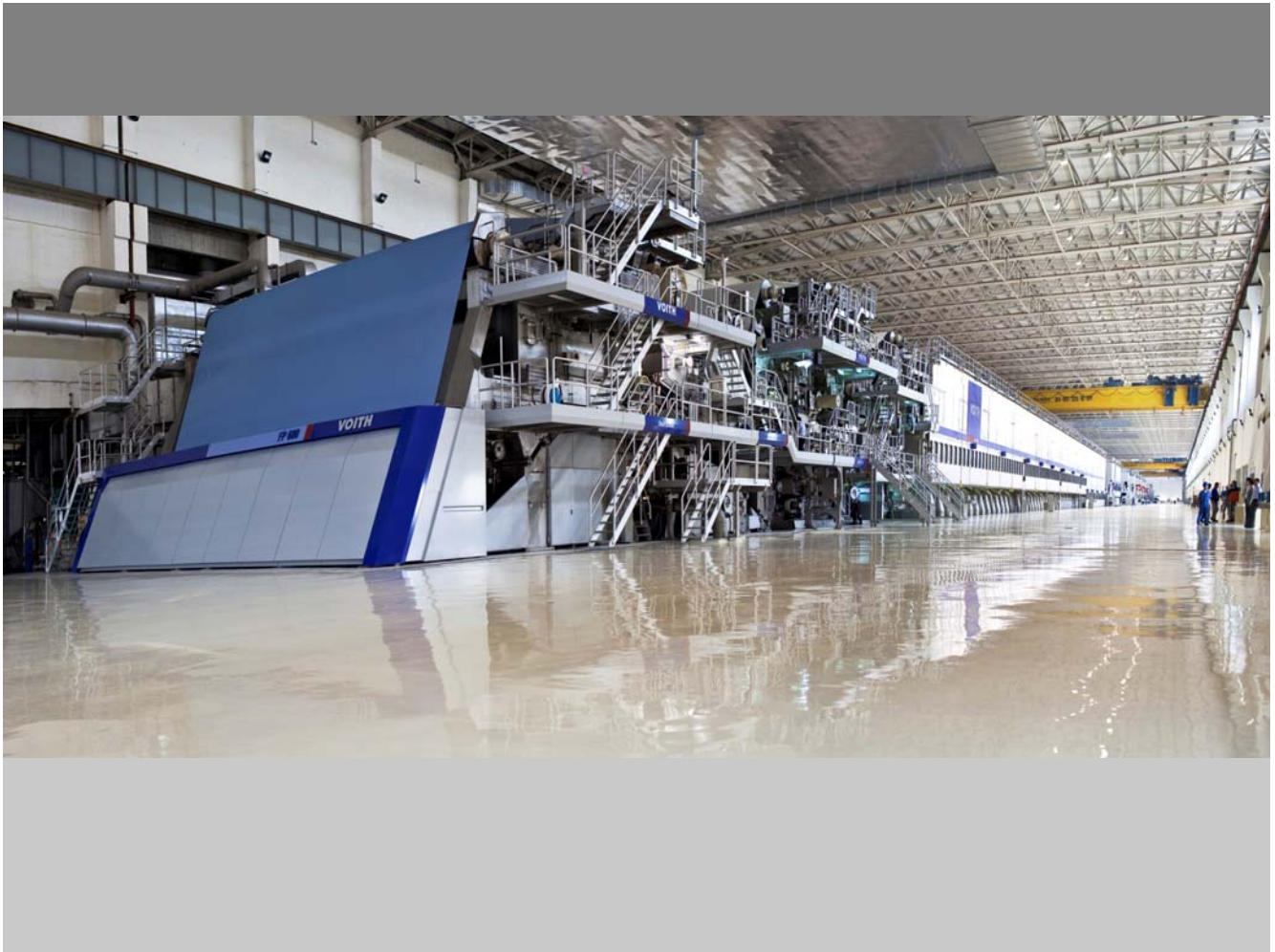
Hermann Jung
Voith AG, Heidenheim

Voith – Familienunternehmen und diversifizierter Konzern



Wasserkraftwerk Simón Bolívar (Venezuela):

**Mehr Leistung als 14 Kohlekraftwerke
zur CO₂-freien Stromerzeugung**



Kartonmaschine (China):

4.200 Tonnen Verpackungspapier pro Tag



Voith Maxima:

**Die stärkste dieselhydraulische Lokomotive der Welt
(5000 PS)**



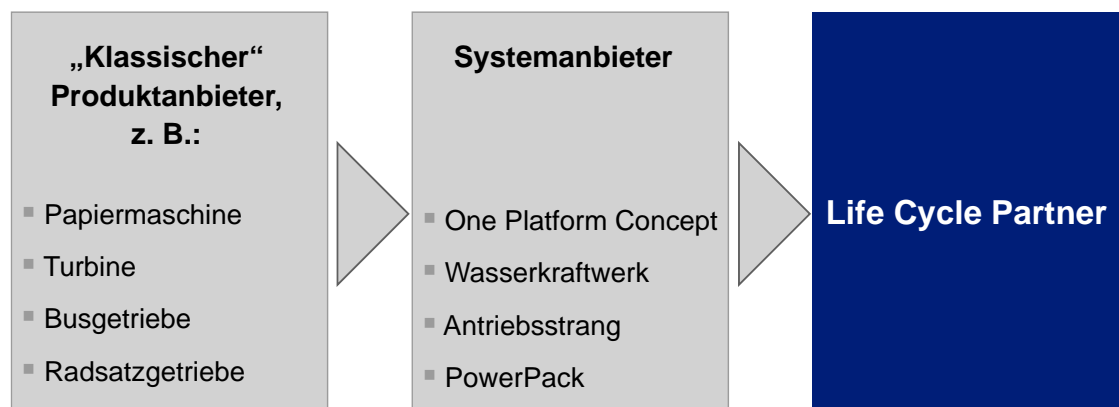
Voith Windservice:

Service in 150 Meter Höhe

2000: Mehrheitserwerb der DIW Deutschen Industriewartung

- Impuls für mehr „Aufmerksamkeit“ für das Potenzial im Servicegeschäft: Erwerb der DIW und Gründung des neuen Konzernbereiches „Voith Industrial Services“.
- Kunden-/Serviceorientierung statt „Wettbewerbsorientierung“ wird zur strategischen Maxime im Konzern.

Entwicklung der produzierenden Konzernbereiche

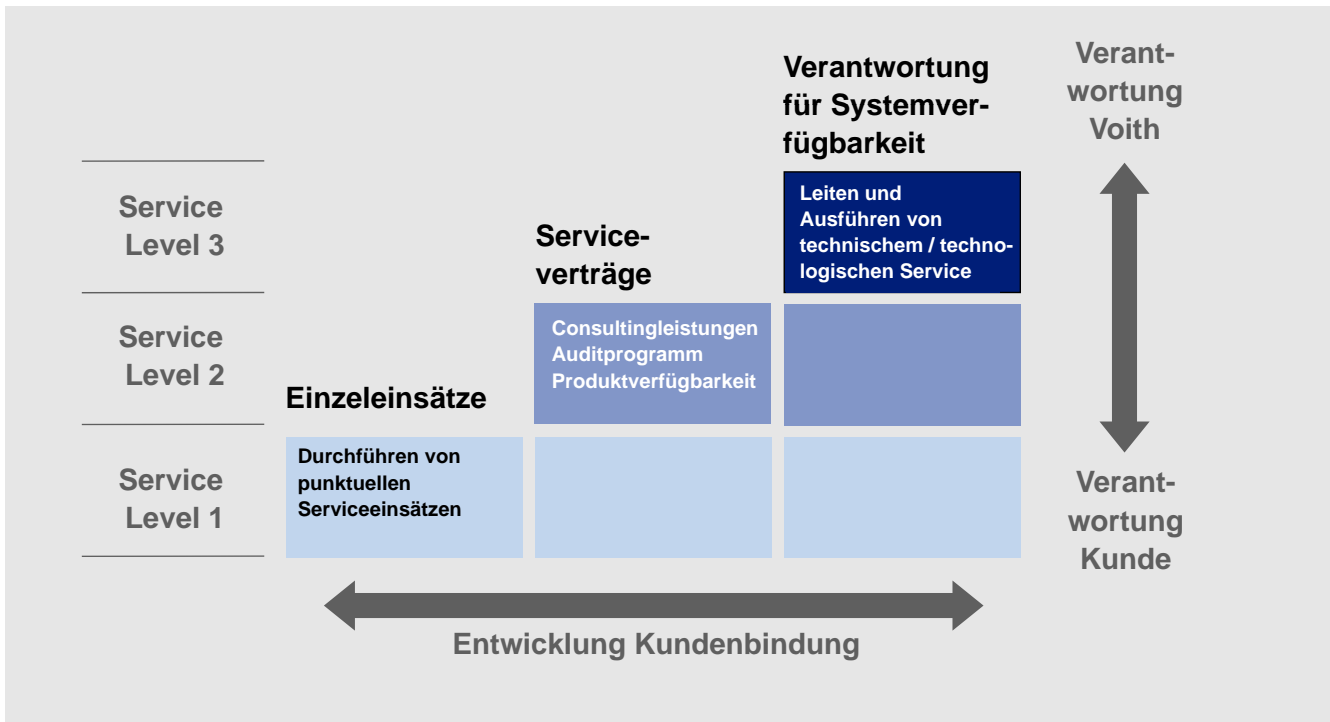


Beispiele für Integration von Produkt- und Servicegeschäft

- **Anlagenbau (Voith Paper)**
- **Produktgeschäft (Voith Turbo)**
- **Konzernbereichsweit**

Beispiel - Voith Paper

3 Service Level



Zusammenspiel von System- und Produkt- & Servicegeschäft in Know-how-Reform

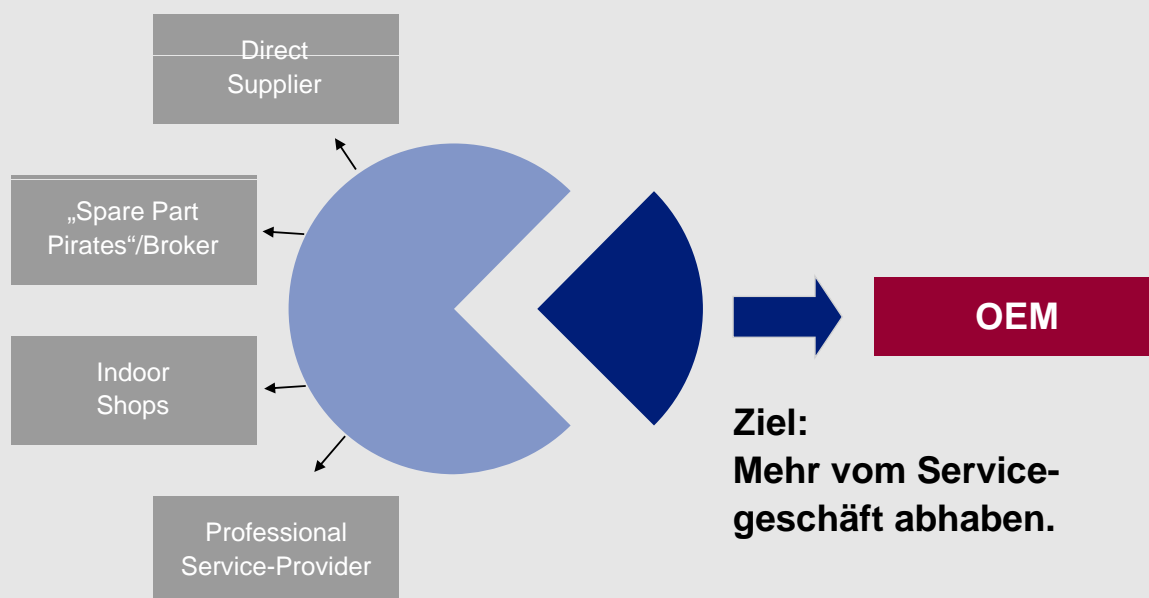


➔ Kundenvorteil und gleichzeitig Wettbewerbsvorteil für Voith Paper

Beispiel – Voith Turbo Strömungskupplungen

VOITH

**Wer macht das Servicegeschäft?
Wieviel bekommt der OEM?**



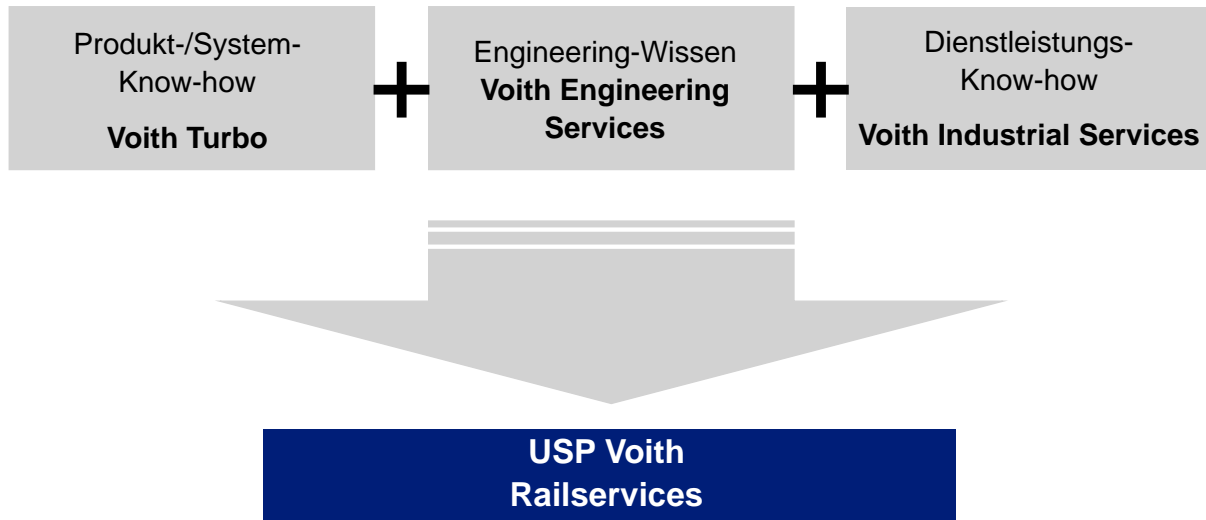
Service-Strategie, um das vorhandene Potenzial auszuschöpfen



Dr. Hermann Jung | 05.05.2010 | 19

Beispiel Voith Railservices

Synergien nutzen



Dr. Hermann Jung | 05.05.2010 | 21

Angebotsspektrum

Technische Dienstleistungen für den gesamten Lebenszyklus von Schienenfahrzeugen



Dr. Hermann Jung | 05.05.2010 | 22

Fazit: Erfolgsfaktoren bei der Integration von Produkt- und Servicegeschäft bei Voith

- Starke Stellung von Voith im klassischen Anlagen- und Produktgeschäft, Technologieführerschaft in vielen Bereichen.
- Die starke Marke „Voith“ mit hoher Bekanntheit und hervorragendem Image in den Zielmärkten. Vertrauen in die Leistungsfähigkeit, das Know-how und die Stabilität von Voith als Produkt- und als Serviceanbieter.
- Wettbewerbsvorteile durch Wissenskombination: Produkt-/System- und Servicespezialisten lernen von einander.
- Internationale, weltweite Organisation.

Dr. Hermann Jung | 05.05.2010 | 23

Ausblick: Aufgaben der nächsten Jahre

- Weiterer Bewußtseinswandel ist nötig. Wir denken nach wie vor in bestimmten Bereichen zu sehr im Produkt- und Systemgeschäft.
- Organisation für Chancen im Servicebereich sensibilisieren. Große Auftragsvolumina im Anlagengeschäft können über Bedeutung des Geschäfts täuschen. (Was sind die Ertragspotentiale einer Papiermaschine? Was die des Service- und Produktgeschäftes nach Inbetriebnahme?)
- Wertigkeit und Image von Produkt- und Servicegeschäft verbessern
- Kombinationspotenzial zwischen Konzernbereichen verbessern, dazu Austausch und Wissenstransfer in der Organisation vorantreiben.

Dr. Hermann Jung | 05.05.2010 | 24

