

Kundenversprechen



vom Kostenfaktor zum Wettbewerbsvorteil

Downtime kennt aus Kundensicht nur ein KPI: Wie schnell wird die Störung behoben?

Das Kundenversprechen im Ersatzteilmanagement: Vom Kostenfaktor zum Wettbewerbsvorteil

In einer Zeit, in der Margen im Neumaschinengeschäft zunehmend unter Druck geraten, entwickelt sich das Ersatzteilgeschäft zu einem der entscheidenden Erfolgsfaktoren im Maschinen- und Anlagenbau. Studien und Branchenstimmen zeigen klar: Zukünftig werden bis zu 40% des Umsatzes aus dem After-Sales-Service generiert – mit überdurchschnittlichen Margen.

Doch der Markt hat sich verändert. Kunden kaufen heute keine Ersatzteile mehr – sie kaufen Lösungen. Und sie bewerten diese Lösungen nicht anhand einzelner Preise, sondern anhand der gesamten Kosten eines Stillstands: der sogenannten Total Cost of Case (TCC).

Vom Ersatzteilpreis zum Total Cost of Case

Der klassische Ansatz im Ersatzteilmanagement fokussiert häufig auf den Preis eines einzelnen Ersatzteils. Doch diese Perspektive greift zu kurz. Für den Kunden zählt vor allem eines: *Wie schnell ist meine Maschine wieder produktiv – und was kostet mich die Ausfallzeit insgesamt?*

Die Realität in vielen Unternehmen zeigt jedoch ein anderes Bild:

- 👉 Hohe Lagerbestände binden Kapital, schaffen aber keine Verfügbarkeit dort, wo sie benötigt wird
- 👉 Kritische Teile fehlen im entscheidenden Moment
- 👉 Expresslieferungen treiben Kosten unnötig in die Höhe

- 👉 Komplexe Prozesse verzögern die Wiederinbetriebnahme

Die Folge: steigende Total Cost of Case, sinkende Kundenzufriedenheit und langfristig ein Verlust an Wettbewerbsfähigkeit.

Strategischer Hebel 1: Transportkosten und -zeiten optimieren

Ein zentraler, oft unterschätzter Hebel liegt in der Logistik. Transportkosten und Lieferzeiten haben direkten Einfluss auf die Stillstandskosten beim Kunden.

Durch strategische Partnerschaften mit Logistikdienstleistern lassen sich:

- 👉 Transportkosten nachhaltig reduzieren
- 👉 Lieferzeiten signifikant verkürzen
- 👉 Service-Level stabilisieren

Fazit, Geschwindigkeit schlägt häufig den Preis. Eine schnellere Lieferung reduziert die Downtime – und damit die tatsächlichen Kosten für den Kunden.

Strategischer Hebel 2: Keine neuen Lager – sondern intelligente Bestände

Viele Unternehmen reagieren auf Verfügbarkeitsprobleme mit dem Aufbau zusätzlicher Lager. Das Ergebnis: steigende Kapitalbindung, höhere Komplexität und sinkende Effizienz.

Der nachhaltigere Ansatz lautet, optimieren statt Expansion.

Durch den gezielten Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) und datenbasierter Analyse können Unternehmen:

- 👉 Bedarfe präziser prognostizieren
- 👉 kritische Teile identifizieren
- 👉 Slow- und No-Mover reduzieren
- 👉 Lagerbestände gezielt optimieren

Fazit, Bessere Verfügbarkeit bei gleichzeitig geringerer Kapitalbindung.

Damit wird Working Capital von einem Problem zu einem strategischen Steuerungsinstrument.

Strategischer Hebel 3: Optimierte Einkaufspreise durch neue Technologien

Neben Logistik und Lager spielt der Einkauf eine entscheidende Rolle. Neue Technologien ermöglichen heute eine deutlich intelligenteren Preis- und Beschaffungsstrategie.

Durch den Einsatz von KI und datengetriebenen Tools lassen sich:

- 👉 Marktpreise in Echtzeit analysieren
- 👉 Lieferanten strategisch auswählen
- 👉 Einkaufskonditionen dynamisch optimieren

Das Ziel ist klar. Marktgerechte Ersatzteilpreise bei gleichzeitig optimaler Marge.

Diese Transparenz schafft die Grundlage für wettbewerbsfähige Angebote, ohne die Profitabilität zu gefährden.

Der entscheidende Faktor wird das Kundenversprechen

Alle genannten Hebel haben eines gemeinsam, sie funktionieren nur, wenn die Kundensicht konsequent in den Mittelpunkt gestellt wird.

Das bedeutet konkret:

- 👉 Fokus auf reale Kundenbedürfnisse statt interne Prozesse
- 👉 Messung von Kundenzufriedenheit entlang der gesamten Servicekette
- 👉 Ausrichtung aller Entscheidungen auf die Reduktion der Total Cost of Case

Denn am Ende bestätigt nicht das Unternehmen das Kundenversprechen – sondern der Kunde.

Das Kundenversprechen neu denken

Ein modernes Ersatzteilmanagement muss daher ein klares Ziel verfolgen:

„Das richtige Ersatzteil, zur richtigen Zeit, am richtigen Ort – bei minimalen Gesamtkosten.“

Doch dieses Versprechen darf kein Marketing-Slogan bleiben. Es muss operativ messbar und wirtschaftlich tragfähig sein.

Unternehmen, die dies erfolgreich umsetzen, profitieren mehrfach:

- 👉 Höhere Kundenzufriedenheit und -bindung
- 👉 Steigende Umsätze
- 👉 Verbesserte Margen
- 👉 Reduzierte Kapitalbindung
- 👉 Stärkere Wettbewerbsposition

Fazit: eingehaltenes Kundenversprechen entscheidet über Erfolg

Das Ersatzteilgeschäft ist längst kein operatives Detail mehr – sondern ein strategischer Erfolgsfaktor. Unternehmen, die ihre Prozesse, Strukturen und Technologien konsequent auf das Kundenversprechen ausrichten, schaffen einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil.

Oder anders formuliert, nicht der Ersatzteilpreis entscheidet über den Erfolg – sondern die Fähigkeit, ein Kundenproblem schnell, effizient und wirtschaftlich zu lösen.

Handlungsempfehlung

Unternehmen sollten ihr Ersatzteilmanagement kritisch hinterfragen:

- 👉 Sind Ihre Lagerbestände optimal oder kapitalintensiv?
- 👉 Nutzen Sie bereits KI zur Bestands- und Bedarfsoptimierung?
- 👉 Haben Sie strategische Logistikpartnerschaften etabliert?
- 👉 Optimieren Sie Ihre Einkaufspreise aktiv und datenbasiert?
- 👉 Messen Sie die Total Cost of Case aus Kundensicht?

Wer diese Fragen konsequent beantwortet und entsprechende Massnahmen ableitet, wird nicht nur Kosten senken – sondern vor allem eines erreichen; Ein Kundenversprechen, das tatsächlich eingehalten wird.

Über mich

Mein Name ist René Riedener. Ich unterstütze Unternehmen die Ihren Kunden Lösungen anbieten und nicht nur eine Dienstleistung.

Als Lead to Cash Experte analysiere ich mit Ihnen gemeinsam, ein eingehaltenes Kundenversprechen sich positiv auf Ihr Unternehmen auswirkt. Ohne neue komplexe Prozesse, schnell, einfach, effizient und sofort Messbar.

Damit Ihre Kunden Lösungen kaufen und so Ihr Ertrag zuverlässig steigt.

Ich freue mich auf Ihre Kommentare oder Fragen zu diesem Thema! Schreiben Sie mir bitte auf rene.riedener@servex-riedener.ch.

Ich freue mich auf anregende Dialoge.

Herzliche Grüsse,

Rene Riedener


servex Riedener
Servex Riedener GmbH
Jurastrasse 21 | CH-8050 Basel
Tel. +41 79 131 13 10
rene.riedener@servex-riedener.ch