

Service- und Wartungskonzept für die HAUG Kompressoren AG

«Während die HAUG-Kompressoren qualitativ hochreine, ölfreie Druckluft für die Produktion lieferten, produzierte das Projektteam mit Hochdruck konkrete Lösungsansätze für einen besseren Kundendienst.»



FHS-Projektteam

Benedikt Locher, St.Gallen / Projektleiter
Leila Mattich, Rehetobel
Claudia Peter, St.Gallen
Reto Rutz, Rebstein

Kundschaft

HAUG Kompressoren AG, St.Gallen
Beat Frefel / Geschäftsleiter
Hans-Peter Friedauer / Kundendienstleiter
www.haug.ch

FHS-Coach
Dr. Lothar Natau

Unternehmen

Die HAUG Kompressoren AG ist weltweit bekannt als Spezialistin für ölfreie Kolbenkompressoren für Druckluft und Gase. HAUG ist in der Lage, auf ihre Kunden zugeschnittene Lösungen zu entwickeln und herzustellen.

Ausgangslage

In den letzten Jahren wurde eine echte Differenzierung im Marktbereich «Druckluft-Kompressoren» gegenüber den Mitbewerbern immer schwieriger. HAUG entwickelte sich darum sehr erfolgreich in dem Marktbereich «Gas-Kompressoren», wo weniger

Wettbewerb herrscht und sie Differenzierungsmerkmale besitzt. Heute werden 80% der Kompressoren exportiert, mehrheitlich für die Verdichtung von Gas. Da das Unternehmen im Bereich Kundendienst das Optimierungspotenzial vermutete, bestand eine grosse Motivation, das bestehende Service- und Wartungskonzept kritisch zu hinterfragen.

Ziel und Auftrag

Die Projektarbeit beinhaltete einerseits eine Bedürfnisanalyse, andererseits die Identifizierung der wichtigsten Ansatzpunkte in Bezug auf Service, Ersatzteile und Kontakt-



«
Kommentar vom Fach
»

pflege. Ziel war die Erstellung eines Service- und Wartungskonzeptes unter Berücksichtigung organisatorischer, prozessualer und personeller Auswirkungen.

Vorgehensweise

Eine persönliche Befragung ausgewählter Kunden in der Schweiz und Deutschland brachte Aufschluss über deren aktuelle Bedürfnisse und ermöglichte zusätzlich, das Verhalten bei Kauf, Servicebesuch und im Störfall besser kennen zu lernen. Aufbauend auf den Ergebnissen dieser Interviews und mit Einbezug der internen Unternehmenssituation wurden anschliessend konkrete Lösungsansätze aufgezeigt und Massnahmen zur Umsetzung empfohlen.

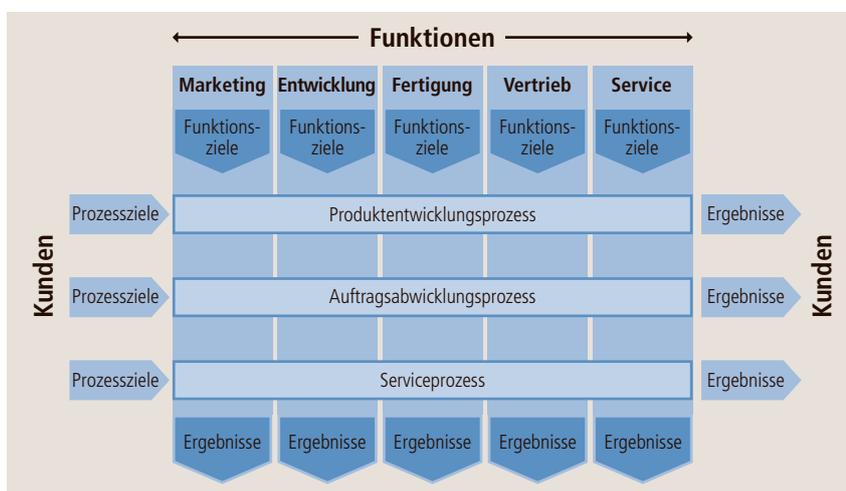
Ergebnisse

Die Projektgruppe stiess bei ihren Analysen auf Verbesserungspotenzial beim After-Sales-Portfolio und auf Optimierungsmöglichkeiten bei den internen Prozessen. Sie entschloss sich deshalb, den Blickwinkel für die Lösungsansätze zu erweitern und neben den Vorschlägen zum Service- und Wartungskonzept auch Vorschläge zur internen Organisation zu machen. Die empfohlenen Massnahmen ermöglichen einen wichtigen Schritt in Richtung einer gesamtheitlichen und nachhaltigen Kunden-Lieferanten-Beziehung, mit den Zielen einer besseren Kundenbindung und Werterhaltung der Kompressoren sowie Anbahnung von Neu- oder Ersatzverkäufen, mit dem Nebeneffekt von Mehrumsatz durch After-Sales-Dienstleistungen.



Lothar Natau

«Seine praktische Erfahrung aus verschiedenen Dienstleistungsbranchen konnte unser Team optimal in dieses Thema an der Schnittstelle von Technik und Dienstleistung einbringen. Unterstützt durch eine perfekte Anwendung der frisch erlernten Theorie aus dem Studium ist ein Wurf gelungen, auf den die Studierenden stolz sein dürfen.»



Beat Frefel

«Das Ergebnis der Studie wird uns helfen, die Kunden besser und umfassender zu betreuen, neue Dienstleistungen anzubieten und gibt uns hilfreiche Empfehlungen zur Verbesserung der Organisation. Die Zusammenarbeit mit dem Projektteam hat uns viel Freude bereitet und wir bedanken uns für die engagierte und professionelle Arbeit.»