



CENTER
SMART SERVICES



Konsortial-Benchmarking

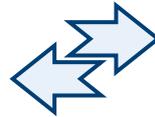
Green Service Business

Die Nachhaltigkeit Ihres Servicegeschäfts steigern und monetarisieren

Der Maschinen- und Anlagenbau erwirtschaftet bis zu 50 % seines Umsatzes mit Services, sodass deren Management unmittelbaren Einfluss auf die Nachhaltigkeitsaktivitäten hat¹



Exzellente und aufwandsarme Berichterstattung im Service erreichen



Effizienz- und Nachhaltigkeitspotenziale im Service heben

In Deutschland werden ca. **15.000 Unternehmen** in den nächsten Jahren nach der Corporate Sustainability Reporting Directive (**CSRD**) berichten müssen.^{2,3}

76 % des deutschen Mittelstands gibt angesichts des enormen organisatorischen Aufwands an, mit der Berichterstattung durch messbare und verlässliche Daten überfordert zu sein.⁴



Knapp **80 %** des Maschinen- und Anlagenbaus realisiert die erforderlichen Maßnahmen zur Erreichung von ESG-Zielen nicht.⁵

Die Chancen eines nachhaltigen Servicegeschäfts, zu denen eine gesteigerte Ressourceneffizienz oder die Schaffung der Grundlagen für ein kreislauffähiges Geschäftsmodell zählen, verstreichen ungenutzt.

Wie kann der Beitrag des Servicegeschäfts zur Nachhaltigkeitsberichterstattung ermittelt und kommuniziert werden?



Green Service Business

Was sind Merkmale, Möglichkeiten und Best Practices zur Gestaltung und Erbringung nachhaltiger Services?

Unser Ansatz zur Gestaltung eines ökologisch nachhaltigen Servicegeschäfts

Die zentralen Fragestellungen werden im Rahmen des Kick-off-Meetings gemeinsam mit dem Konsortium ausgearbeitet und an die Bedürfnisse und individuellen Fragestellungen der Unternehmen angepasst.

1. Ziele

- Ableitung der Nachhaltigkeitsziele des Service aus der unternehmensweiten Nachhaltigkeitsstrategie
- Überführung der Ziele in konkrete Vorgaben und Aktivitäten zur Ausrichtung des Service an ESG-Kriterien

4. Berichterstattung

- Verankerung von organisationalen Verantwortlichkeiten zur iterativen Steigerung der Nachhaltigkeit
- Vorgehen zur Integration der Aktivitäten im Service in die Unternehmensweite CSRD-Berichterstattung



2. Maßnahmen

- Definition von Anforderungen und Entwicklungsroadmaps zur Gestaltung nachhaltiger Services
- Kommunikation der positiven Folgen auf die eigene Nachhaltigkeit (Footprint) und die des Kunden (Handprint)

3. Kennzahlen

- Identifizierung, Erfassung und Aufbereitung ESG-relevanter Unternehmensdaten
- Quantifizierung des Implementierungserfolgs der Nachhaltigkeitsaktivitäten und Berücksichtigung beim Pricing der Services

Ausgangssituation der Nachhaltigkeit im Service

Herausforderungen und Chancen

Die aktuellen Bemühungen um **Klimaschutz** und mehr **Nachhaltigkeit** schlagen sich in sämtlichen Bereichen des Lebens nieder und erhöhen den **gesellschaftlichen und politischen Druck auf die Unternehmen**. Mit Werkzeugen wie der von der Bundesregierung eingeführten CO₂-Bepreisung, dem Lieferkettengesetz sowie Vorgaben zu Recycling und Produktlebensdauer sollen die angestrebten Klimaziele erreicht und mehr Nachhaltigkeit im industriellen Sektor erzielt werden. Insbesondere der Druck zur Senkung des CO₂-Ausstoß entlang der gesamten Produkt- und Lieferkette stellt Unternehmen vor Herausforderungen. **Green Services** bieten einen wirksamen Hebel, um Emissionen in der nachgelagerten Wertschöpfungskette zu reduzieren und die erforderlichen Anpassungen zur Einhaltung der ESG-Anforderungen zur Hebung wirtschaftlicher Potenziale zu nutzen.

- 58% der Emissionen im Lebenszyklus einer Maschine entfallen auf die Nutzungsphase.¹
- Der Preis pro Tonne CO₂ liegt aktuell bei 30,- € und wird sich bis 2026 mehr als verdoppeln.²
- Immer mehr Kunden fordern einen Nachweis über die Nachhaltigkeitsstrategie des Servicegeschäfts, wobei in der Industrie noch viel Unsicherheit zu dem Thema herrscht.³

¹ Bokern et al, msci.com/documents/10199/2c53a792-05fc-86bc-cf26-d1f7e484d95e, 2020

² [bundesregierung.de/breg-de/themen/klimaschutz/weniger-co2-emissionen-1790134](https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/klimaschutz/weniger-co2-emissionen-1790134)

³ Projekterfahrung

Die Nachhaltigkeit Ihres Servicegeschäfts erfolgreich steigern und monetarisieren

Lösung

Wir haben das Konsortial-Benchmarking **Green Service Business** ins Leben gerufen, um Unternehmen dabei zu unterstützen, ihr Servicegeschäft ökologisch nachhaltig und zukunftsfähig zu gestalten. Neben der Verbesserung der eigenen Nachhaltigkeit (Footprint) werden Nutzenpotenziale betrachtet, die durch Green Services zu Verbesserungen beim Kunden führen (Handprint). Weiter- führend steht die Untersuchung konkreter Maßnahmen zur Steigerung der Nachhaltigkeit im Fokus.

Zusätzlich werden Best Practices dazu identifiziert, wie sich der da- durch geschaffene Nutzen langfristig monetarisieren lässt. Darauf aufbauend leiten wir Kennzahlen zur Quantifizierung des Erfolgs Ihres grünen Servicegeschäfts auf.

Nutzen Sie die Möglichkeit und werden Sie Konsortialpartner!



Prof. Dr.-Ing. Volker Stich
Geschäftsführer des

FIR e. V. an der RWTH
Aachen

„Ein ökologisch nachhaltiges Servicegeschäft ist der Schlüssel zu einem zukunftsfähigen Unternehmen. Das große Potenzial geht dabei über das eigene Unternehmen hinaus und unterstützt Kunden bei der Steigerung ihrer Nachhaltigkeit. So wird der Weg bereitet, um die gesamte Wertschöpfungskette grüner zu gestalten und den geschaffenen Nutzen erfolgreich zu monetarisieren.“

Ergebnisse und Ziele des Benchmarkings

Ihr Nutzen

- Sie erlangen branchenübergreifende Kenntnisse aus der Industrie über erfolgreiche Vorgehen und übertragbare Maßnahmen zur ökologisch nachhaltigen Gestaltung Ihres Servicegeschäfts.
- Sie lernen praxiserprobte Werkzeuge kennen, mit denen Sie Ihre eigene Nachhaltigkeit im Service (Footprint) steigern und gleichzeitig über Ihre Serviceleistungen auch die Nachhaltigkeit Ihrer Kunden (Handprint) verbessern.
- Sie erhalten einen umfassenden Überblick über aktuelle Lösungen zur Nachhaltigkeit im Service, etwa die zur Ableitung von Kennzahlen zur Quantifizierung des Erfolgs Ihres grünen Servicegeschäfts.
- Sie knüpfen direkte Kontakte zu Successful-Practice-Unternehmen. Dies bietet Ihnen Gelegenheit zum Austausch wertvoller Erfahrungen sowie zum Aufbau eines branchenübergreifenden Netzwerks.

Konditionen

Start: Mai 2023 // Ende: April 2024

Teilnahmegebühr

Konsortialpartner:

19.900,- €*

Teilnahmegebühr Mitglieder im Center Smart

Services: 14.900,- €*

*Die Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

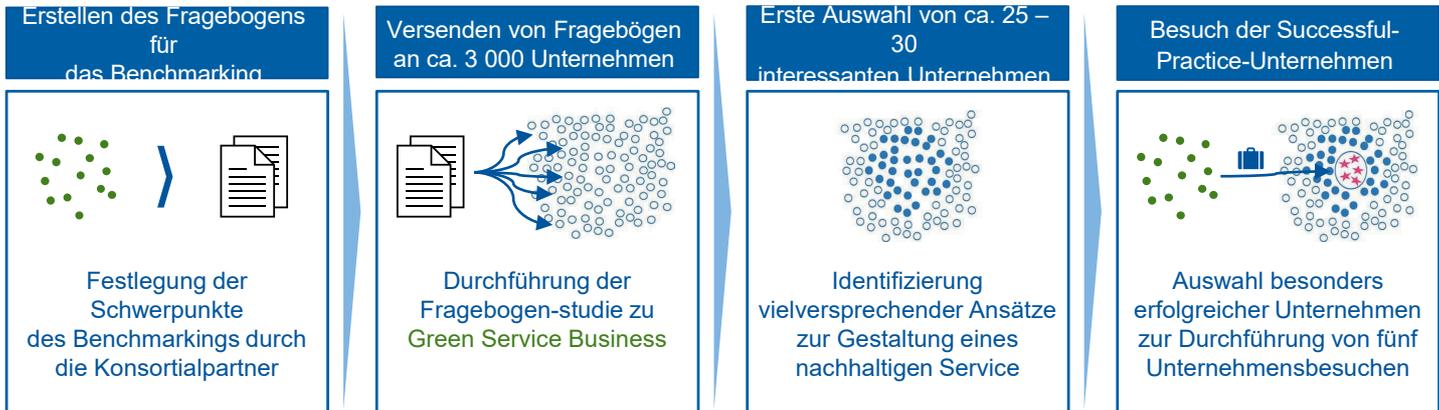
Ihr Beitrag

Als Konsortialpartner bringen Sie sich durch und Ihre Fragestellungen durch Ihre Teilnahme an den Konsortialtreffen aktiv in das Projekt ein. Die Teilnahmegebühr beinhaltet die komplette Projektdurchführung und -organisation, einschließlich der Dokumentation und der Teilnahme an allen Treffen für jeweils zwei Personen. Reiseaufwände sind nicht enthalten.

Lernen Sie von den Besten!

Wie läuft ein Konsortial-Benchmarking ab?

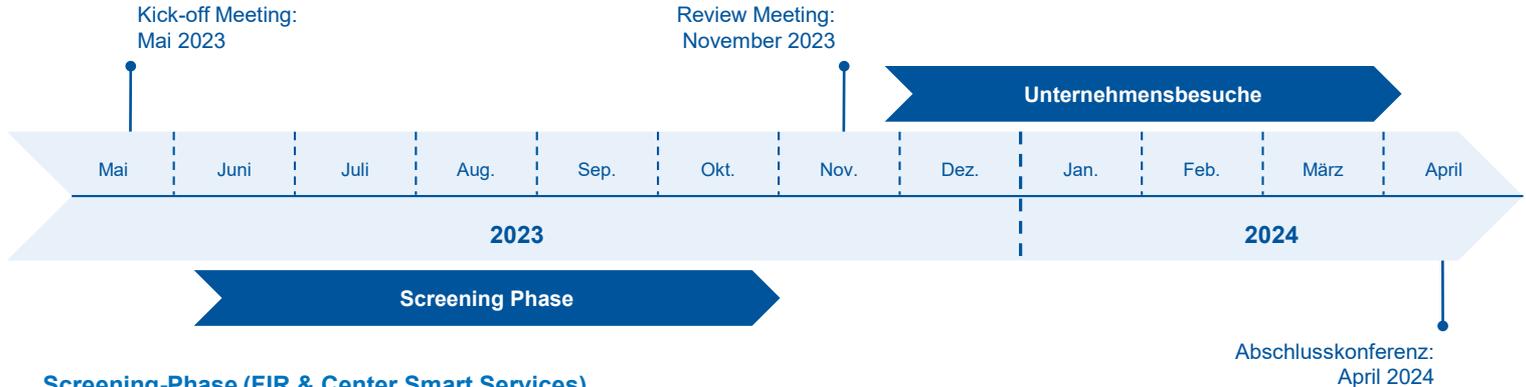
- Die Konsortialpartner legen gemeinsam mit dem Center Smart Services (CSS) die **Themenschwerpunkte** des Benchmarkings fest.
- Das CSS erarbeitet den Fragebogen für die Umfrage bei Industrieunternehmen und führt das **Benchmarking** durch. Der Fragebogen wird dabei an rund 3 000 Unternehmen versendet.
- Mit der **Auswertung** der Benchmarking-Ergebnisse werden die **Successful-Practice-Unternehmen** aus der Gruppe der befragten Unternehmen identifiziert.
- Die Successful-Practice-Unternehmen werden von den Konsortialpartnern und dem CSS besucht.



Zeitlicher Rahmen

Unternehmensbesuche

- Vor-Ort-Besuche bei den fünf identifizierten Successful-Practice-Unternehmen
- Exklusive Einblicke in die Lösungen der Unternehmen aus erster Hand
- Direkter Austausch mit Entscheidern führender Industrieunternehmen



Screening-Phase (FIR & Center Smart Services)

- Europaweites Benchmarking
- Telefoninterviews und Vorauswahl potenzieller Successful-Practice-Unternehmen
- Anfertigung von ca. 10 anonymisierten Fallstudien

Mögliche zentrale Fragestellungen

Die zentralen Fragestellungen werden im Rahmen des Kick-off-Meetings gemeinsam mit dem Konsortium ausgearbeitet und an die Bedürfnisse sowie individuellen Fragestellungen der Unternehmen angepasst.



Unternehmensvision und Nachhaltigkeitsstrategie

- Welchen Stellenwert hat Nachhaltigkeit in der Strategie des Unternehmens?
- Wie ist das Servicegeschäft in die Nachhaltigkeitsstrategie integriert?



Ziele

- Welche Nutzenversprechen können durch nachhaltige Services gegenüber Kunden realisiert werden?
- Welche Maßnahmen haben Sie zur Einhaltung der ESG-Kriterien ergriffen?



Umsetzung

- Wie kann die Serviceerbringung grüner gestaltet werden? Wie kann mit der Kunde durch den Service zu nachhaltigerem Handeln motiviert werden?
- Welche Maßnahmen sind für welche Zielstellungen sinnvoll und wie können sie effizient implementiert werden?



Kennzahlen

- Was sind die Kriterien für eine verbesserte Nachhaltigkeit und wie können Fortschritte quantifiziert werden?
- Wie erfolgt die Bewertung der Resultate und wie bestimmt sich deren monetärer Wert?



Steuerung

- Wie sind die Verantwortlichkeiten für Nachhaltigkeit im Service in der Aufbauorganisation des Unternehmens verankert?
- Wie wird der langfristige Erfolg der implementierten Maßnahmen sichergestellt und eine stetige Verbesserung der Nachhaltigkeit des Service und damit des Gesamtunternehmens erreicht?

Unser Benchmarking bieten Expert:innen und Entscheidungsträger:innen einzigartige Einblicke in die neuesten Trends bei Dienstleistungen und digitalen Produkten



Smart Maintenance

2018/2019

Konsortialpartner

Daimler

Evonik

Fraunhofer IML

Miele

SICK

thyssenkrupp

Voith

Successful Practices

Bizerba

Bosch

Saint-Gobain

Trumpf

SUBSCRIBE



Subscription Business

2019/2020

Konsortialpartner

Billwerk

thyssenkrupp

Heidelberg

Körber

Porsche Holding

Siemens Healthineers

SMS Group

Successful Practices

Dieffenbacher

Atlas Copco

SBB

SKF

Wärtsilä



Customer Insights

2019/2020

Konsortialpartner

Agco

Fresenius Medical Care

Hilti

Miele

P3 Group

PSA Groupe

Successful Practices

Audi

E.On

Vorwerk

Wacker Neuson

Linde

Westphalia Datalab



Monetizing Smart Products

2021/2022

Konsortialpartner

Agco

Fresenius Medical Care

Mennekes

Miele

Kessel

Vecoplan

Successful Practices

Auswahl läuft

Unser Expertennetzwerk



Center Smart Services

Das Center Smart Services entwickelt gemeinsam mit seinen Mitgliedern marktfähige datenbasierte Dienstleistungen. Das Angebot adressiert Unternehmen aus dem Maschinen- und Anlagenbau und der produzierenden Industrie, die durch Smart Services neue Geschäftsfelder erschließen oder mit modernen Verfahren der Datenanalyse (z. B. Machine-Learning) ihre Daten nutzenstiftend einsetzen wollen. Die Leistungen des Centers umfassen die Entwicklung und Anwendung von Methoden zur Gestaltung digitaler Geschäftsmodelle, Weiterbildungsangebote und Industriedienstleistungen zur Einführung digitaler Geschäftsmodelle in Unternehmen. www.center-smart-services.com

FIR e. V. an der RWTH Aachen

Das FIR ist eine gemeinnützige, branchenübergreifende Forschungs- und Ausbildungseinrichtung an der RWTH Aachen auf dem Gebiet der Betriebsorganisation, Informationslogistik und Unternehmens-IT mit dem Ziel, die organisationalen Grundlagen zu schaffen für das digital vernetzte industrielle Unternehmen der Zukunft. Mit Erforschung und Transfer innovativer Lösungen leistet das FIR einen Beitrag zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen. Dies erfolgt in der geeigneten Infrastruktur methodisch fundiert, experimentellen Organisationsforschungsbeteiligung von Expert:innen aus der Wirtschaft. www.fir.rwth-aachen.de

Kundendienst-Verband Deutschland

Der Kundendienst-Verband Deutschland ist Europas größter und bedeutendster Berufsverband für Entscheider und Talente im Service. Er unterstützt Fach- und Führungskräfte bei der Gestaltung ihres Service-Business. Die Mitglieder profitieren branchenübergreifend: Das Netzwerk verbindet Experten unterschiedlicher Branchen zusammen – vom Maschinen- und Anlagenbau über Konsumgüter und Hausgeräte bis hin zu Software-Entwickler und IT. Start-ups sowie kleine und mittlere Unternehmen aus dem Mittelstand sind hier genauso vertreten wie internationale Großkonzerne. www.service-verband.de

Ihre AnsprechpartnerInnen



Maximilian Schacht

Managing Director

Center Smart Services

Telefon +49 241 47705-207

E-Mail Maximilian.Schacht@center-smart-services.com



Lukas Bruhns

Bereich Dienstleistungsmanagement

FIR e. V. an der RWTH Aachen

Telefon +49 241 47705-212

E-Mail Lukas.Bruhns@fir.rwth-aachen.de



Alisa Friedrich

Center Smart Services

Telefon +49 241 47705-614

E-Mail

Alisa.Friedrich@center-smart-services.com

Quellenangabe

Titel: © photosky99 – stock.adobe.com

Innenteil: © FIR/Center Smart Services

Center Smart Services

EICe Aachen GmbH

Campus-Boulevard 55

52074 Aachen

Telefon +49 241 47705-202

E-Mail info@center-smart-services.com

www.center-smart-services.com