



**08.–09. November 2007**

**WEGE FÜR  
ERFOLGREICHEN  
SERVICE**

# Keyspeaker 2007



Anja Förster

## Alles, außer gewöhnlich

Anja Förster ist Business Querdenkerin aus Leidenschaft. Die Managementberaterin und Bestsellerautorin leitet gemeinsam mit Dr. Peter Kreuz das Labor für Business Querdenken und ist als gefragte Wirtschaftsreferentin in ganz Europa tätig. Sie hat in Deutschland Wirtschaftswissenschaften studiert, war Stipendiatin an der American Graduate School of International Management in den USA und hat nach ihrem MBA-Abschluss dort mehrere Jahre gelebt und gearbeitet. Vor Gründung des eigenen Unternehmens war sie als Managerin für Accenture tätig. Heute schreibt sie ihre Bücher in den USA und spürt auf ihren Reisen in Nordamerika und Asien ungewöhnliche Business-Ideen auf. Das Labor für Business Querdenken ist die weltweit einzige Organisation, die auf allen fünf Kontinenten nach unkonventionellen und erfolgreichen Geschäftskonzepten forscht und nach den Menschen, die dahinter stehen.

**„Die energiegeladene Beraterin versteht es, ihre Zuhörer mitzureißen und sie für neue Querdenk-Strategien zu öffnen.“**

Die Welt

**„Bildreich und frech plädieren die Autoren dafür, anders zu denken und wieder Mut, Spaß und Leidenschaft in den Wirtschaftsalltag zu bringen“**

Das Manager Magazin über das neueste Buch „Alles, außer gewöhnlich“ von Anja Förster und Peter Kreuz

**„Die hohe Kunst, quer zu denken!“**

Die Welt über den Bestseller „Different Thinking“ von Anja Förster und Peter Kreuz

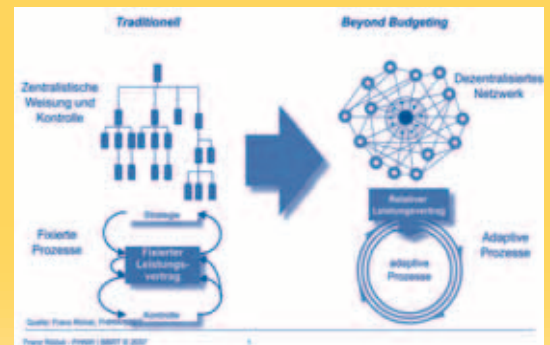


Franz Rösli

Franz Rösli ist Professor an der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) und Direktor des Beyond Budgeting Round Table (BBRT), einer internationalen, mitgliederbasierten Forschungsgemeinschaft. Er ist zuständig für den BBRT im deutschen Sprachraum, einem Joint Venture zwischen FHNW und BBRT. Vor seiner Tätigkeit an der FHNW war er viele Jahre in Führungspositionen in KMU und Grossunternehmen tätig. franz.roesli@fhnw.ch

## Beyond Budgeting – Paradigmenwechsel beim Management-Modell

Der Beyond Budgeting Round Table (BBRT) als internationale, mitgliederbasierte Forschungsgemeinschaft ist das Herzstück einer Bewegung, welche die Möglichkeiten erforscht und entwickelt, anpassungsfähige, schlanke Unternehmen aufzubauen, die nachhaltige Wettbewerbsvorteile besitzen. Der BBRT hat dazu die Gemeinsamkeiten nachhaltig hocheffizienter Unternehmen untersucht und in Form von zwölf Prinzipien abgeleitet: Das Beyond Budgeting Management-Modell. Die anwendungsorientierten Forschungsthemen des BBRT laufen weiter. Im Vordergrund steht die Transformation zum Beyond Budgeting-Modell. [www.bbrrt.ch](http://www.bbrrt.ch)



Die Metamorphose zum Beyond Budgeting Management- Modell



Günter F. Gross

Günter F. Gross, Diplom-Volkswirt, Berliner, berät seit Jahrzehnten als Strategie und Ideenproduzent besonders professionell geführte Unternehmen. Seine Highlight-Vorträge und Strategiekonferenzen gelten als Höhepunkte an Ideenreichtum, Inspiration, Ermutigung und Antrieb zum kraftvollen Handeln.

## Tun Sie das, was sich gehört!

An seinen Vorträgen und Konferenzen haben bisher über 350.000 Unternehmer, Führungskräfte und Verkaufs- und Serviceprofis in Europa, USA und Indien teilgenommen. Außerdem mehr als tausend Professoren – darunter Persönlichkeiten von Weltruf.

### Seine Bücher:

**Chefentlastung** – Günter F. Gross prägte den Begriff Chefentlastung. Sein gleichnamiges Buch begründete die Time Management-Bewegung. | **Checklist Kommunikation** – Sein Buch „Checklist Kommunikation“ gilt als Standardwerk der persönlichen Kommunikation und trug entscheidend dazu bei, den Begriff „Kommunikation“ in die deutsche Wirtschaftssprache einzuführen. | **Beruflich Profi, privat Amateur?** – Sein internationaler Bestseller „Beruflich Profi, privat Amateur?“ erreichte in Deutschland bisher 19 Auflagen und wurde in neun Sprachen übersetzt. | Sein Buch **„Mut und Entschlossenheit“** hat bereits Tausenden von Unternehmern, Führungskräften und Verkaufs- und Serviceprofis dabei geholfen, ihren Kampfgeist zu stärken und ihr Realisierungsvermögen zu steigern. | Mehr als 700 Vertriebschefs und Verkaufsleiter wählten Günter F. Gross auf dem jährlich stattfindenden Vertriebsleiter- und Vertriebsleiter-Kongress vier Jahre hintereinander auf Platz 1 – als den Redner, der sie durch seine Persönlichkeit, sein Auftreten und seine Rhetorik am meisten beeindruckt hätte. | Pünktlich zum Service-Congress 2007 erscheint ein neues Günter F. Gross Buch – **„Adler fressen keine Fliegen“** – Erfolgsformeln für kreative Strategien.

# Programmplan Service Congress 2007

## Donnerstag, 08.11.2007

- 07.00 – 08.30 Business Frühstück
- 09.00 – 09.15 Eröffnung
- 09.15 – 10.00 **Anja Förster: „ALLES, AUSSER GEWÖHNLICH“  
Erfolg durch intelligenten Regelbruch**
- 10.00 – 10.45 Kaffeepause
- 10.45 – 12.00 Vorträge der Bewerber um den Service Management Preis
- 12.00 – 12.45 **Franz Röösl  
Fachhochschule Nordwestschweiz / Beyond Budgeting Round Table:  
Paradigmenwechsel beim Management-Modell: BEYOND BUDGETING**
- 12.45 – 15.00 Mittagspause, Ausstellung
- 15.00 – 16.15 **Fachsequenzen Runde 1:**  
**RFID erobert die Service- und Logistikprozesse**  
Peter Schlemmer (SAP Deutschland GmbH & Co.)  
Dr. Dimitrios Gizanis (The Information Group IMG GmbH)  
André Quadt (FIR, Leiter der Fachgruppe Informationstechnologiemanagement)
- Change Management in Service und Vertrieb**  
Paul Uwe Müller-Reizenstein (Siemens AG)  
Jürgen Zeitler (Siemens Enterprise Network GmbH & Co. KG)  
Dr. Marc Rössel (Bissanz-Group)
- Die persönliche Wettbewerbsfähigkeit steigern**  
Peter Capek (Kraus & Kraus GbR)
- Gewährleistung von Verfügbarkeit im Rahmen von  
Service-Level-Agreements am Beispiel von Windenergieanlagen**  
Dr. Christian Gill (SKF GmbH)
- Normen und Standards als Grundlage für die  
Internationalisierung von Dienstleistungen**  
Petra Weiler (DIN Deutsches Institut für Normung e.V.)  
Marco Stypmann (DIN Deutsches Institut für Normung e.V.)
- 16.15 – 17.15 Ausstellungsbesuch
- 17.15 – 18.30 **Fachsequenzen Runde 2:**  
**Innovativer Service – Vom Nebengeschäft zum Renditeträger**  
Michael H. Clement (Putzmeister AG), Ernst Murthum (Putzmeister AG)
- Warum das Rad neu erfinden? – ITIL Best Practices für Service-Prozesse**  
Christoph Brüntrup (MATERNA GmbH), Hans-Heinz Wisotzky (MATERNA GmbH)
- Arbeitszeitmodelle im Außendienst –  
Anpassung an die Anforderungen der Zukunft**  
Hans-Joachim Adam (REFA), Holger Brandt (STILL GmbH)
- Servicefalloptimierung und die Synchronisation mit dem Service System**  
Jens Ahlborn (Toyota Material Handling), Rainer Kuhlmann (Lawson Software)  
Ralph Kleindiek (TomTom Work GmbH)
- Mobiler Service mit Tempo 200**  
Horst Mirbach (T-Mobile AG)
- 19.00 Festlicher Abend mit Ehrung der Service Management Preisträger

## Freitag, 09.11.2007

- 07.00 – 08.30 Business Frühstück
- 08.00 – 09.30 Messebesuch
- 09.30 – 10.45 **Fachsequenzen Runde 3:**  
**Messung und Steigerung der Business Excellence:  
„Achieving Service Excellence“**  
Bogdan Nitu (FIR), Jörg Trebels (FIR), Andreas Hauser (Ebcot GmbH)  
Dr. Gerald Butterwegge (Bissanz & Company GmbH)  
Steffen Drawert (The Information Group IMG GmbH)
- Wie bewältigen Serviceprofis den Paradigmenwechsel im Service? –  
Das Beispiel Konica Minolta**  
Wolfgang Meurer (Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH)
- Einsatzmöglichkeiten von Wissensmanagement im Service**  
Peter Prah (empolis GmbH)
- Service marketing in der Praxis**  
Alexandra Salg (ComBase AG), Jan Christian Malmström (Hilti AG)
- Dienstleistungsinnovationen: von der Idee bis zur Lösung am Markt**  
Gerhard Gudergan (FIR), Ralf Frombach (FIR), Marc Hübberts (FIR)
- 10.45 – 11.30 Kaffeepause, Ausstellung
- 11.30 – 13.00 **Präsentation der 1. KVD-Dienstleistungsstudie:  
Die KVD-Dienstleistungsstudie 2007 – Fakten und Trends im Service**  
Professor Dr. Günther Schuh, FIR Forschungsinstitut für Rationalisierung e.V.
- 13.00 – 14.00 **Günter F. Gross: Tun Sie das, was sich gehört**
- 14.00 – 15.00 Imbiss
- 15.00 Messe-Ende

### Präsentation der 1. KVD-Dienstleistungsstudie



Prof. Dr.-Ing.  
Günther Schuh

#### Die KVD-Dienstleistungsstudie 2007 – Fakten und Trends im Service

Was bewegt die Branche? Was sind Treiber und Best Practices für Erfolg? Wo liegen die Potenziale? Wohin bewegen sich deutsche Dienstleistungsunternehmen? Welche Branche ist im Aufwind und warum? ---- Was sind die Fakten? Was sind die Trends?

Dies sind nur einige Fragen, die für den Erfolg der Unternehmen in der deutschen Dienstleistungsbranche relevant sind. Einzelne mögliche Antworten gibt es mit Sicherheit auf einzelne dieser Fragen. Eine umfassende Auskunft über die Fakten und Trends in der Dienstleistungsbranche liefert die von nun an jährlich durchgeführte und in dieser Form in Deutschland einmalige KVD-Studie zu Fakten und Trends im Service.

Freitag, 09.11.2007: 11.30 – 13.00 Uhr

### „ALLES, AUSSER GEWÖHNLICH“ Erfolg durch intelligenten Regelbruch



Anja Förster,  
Managementberaterin, Bestsellerautorin und  
Business Querdenkerin aus Leidenschaft

Als Kinder versuchen wir, bestehende Regeln fortwährend in Frage zu stellen und die Grenzen des Erlaubten immer ein Stückchen weiter auszuweiten. Doch sobald aus uns Mitarbeiter, Manager und Führungskräfte geworden sind, ist genau dieses Verhalten unerwünscht! Doch in einem globalen Wettbewerb, der sich selbst an keine Regeln mehr hält, funktioniert diese Strategie schon lange nicht mehr. Wir müssen es wagen, anders zu sein und scheinbar unumstößliche Gesetze unserer Organisationen und Branchen intelligent in Frage zu stellen.

Anja Förster ist überzeugt, dass

- Sie ausgetauscht werden, sobald Sie austauschbar sind
- Sie Benchmarking und Karaokegesang bestenfalls zu zweitklassigen Kopien machen
- Sie schneller Fehler machen müssen, um früher erfolgreich zu sein
- Sie von Madonna mehr über Innovation lernen können als von jedem Management-Guru!

Freuen Sie sich auf einen rasanten Crashkurs für Business-Querdenker und auf die neuen Spielregeln für eine Wirtschaft, die spannend und sexy ist.

Donnerstag, 08.11.2007: 09.15 – 10.00 Uhr

### Paradigmenwechsel beim Management-Modell: BEYOND BUDGETING



Franz Röösl  
Fachhochschule Nordwestschweiz /  
Beyond Budgeting Round Table

#### Wie Spitzenunternehmen geführt werden

Toyota, Handelsbanken, Southwest Airlines, dm-drogerie markt, Aldi und Hilti sind einige der erfolgreichsten Unternehmen der Gegenwart und zeichnen sich durch eine Gemeinsamkeit aus: Sie haben die traditionellen Management-Methoden des Industriealters hinter sich gelassen und wenden ein neues, zeitgemäßes Management-Modell an um effektiver mit der heute vorherrschenden Komplexität und Dynamik zurechtzukommen.

Sie setzen bei der Führung auf Dezentralisierung statt auf Hierarchie, um rasch und flexibel auf die sich ständig ändernden Marktbedingungen reagieren zu können. Starre, auf fixierte Perioden orientierte Steuerung ist ersetzt durch anpassungsfähige Management-Prozesse, um die verteilte Verantwortung der kundenorientierten Netzwerk-Organisationen zu unterstützen. Die Abschaffung der Budgetierung ist eine Folge und kein direktes Ziel dieser Umwandlung des Management-Modells.

Franz Röösl gibt Ihnen einen Überblick warum wir ein neues Management-Verständnis brauchen, was Beyond Budgeting ist und was man bei der Einführung beachten sollte.

Donnerstag, 08.11.2007: 12.00 – 12.45 Uhr

### Tun Sie das, was sich gehört.



Günter F. Gross  
Ideenproduzent  
und Strategie  
Erfolgssysteme für  
die Qualitätselite

Wie geht man mit mir um? Das ist die Frage aller Fragen. Kunden schätzen Kompetenz. Was Sie jedoch lieben, ist die helfende Zuwendung eines Mitmenschen, der sie erkennbar respektiert und mag. Ein Kunde erhofft vom Service nicht nur, dass die Dinge wieder gut werden, sondern, dass er auch selbst wieder guter Dinge wird.

Er möchte, mit einem Menschen zu tun haben, der ihm in der jetzigen Lage hilft und ihn für die Zukunft entlastet – der voller Leben und Enthusiasmus ist, mitfühlend, höflich, liebenswürdig und fröhlich. Ein Kundendienst dieser Klasse gewinnt die Herzen seiner Kunden. Geben Sie sich mit Zufriedenheit nicht zufrieden. Zuneigung ist mehr.

Freitag, 09.11.2007: 13.00 – 14.00 Uhr



## RFID erobert die Service- und Logistikprozesse



Peter Schlemmer,  
SAP Deutschland  
GmbH & Co.



Dr. Dimitrios Gizanis,  
The Information Group  
IMG GmbH



André Quadt,  
FIR, Leiter der Fachgruppe  
Informationstechnologiemanagement

### Das Zusammenspiel von RFID-Technologien & mobilen Lösungen in der Praxis

- Einsatzgebiete im Service & in der Logistik
- RFID in Prozesse integrieren
- Kunden optimieren ihre Prozesse – Erfahrungen
- Ausblick und Trends

Donnerstag, 08.11.2007: 15.00 – 16.15 Uhr

## Change Management in Service und Vertrieb



Paul Uwe  
Müller-Reizenstein,  
Siemens AG



Dr. Marc Rössel,  
Bissantz & Company  
GmbH



Jürgen Zeitler,  
Siemens AG

### Zusammenarbeit von Service und Vertrieb und Auswirkungen auf Logistikprozesse

- Strategische Stärkung des Service im Vertrieb bei Siemens
- Neuordnung von Verkaufs- und Serviceaktivitäten
- Auswirkungen auf die Logistikprozesse – Wandel vom Liefer- zum Lagerzentrum und umgekehrt
- Prozessmonitoring – Mehr Tiefgang durch Analytisches Reporting
- Notwendigkeit eines Frühwarnsystems mit Serviceindikatoren

Donnerstag, 08.11.2007: 15.00 – 16.15 Uhr

## Die persönliche Wettbewerbs...



Peter Capek,  
Kraus & Kraus GbR

- Wissen aufnehmen
    - Übersicht verschaffen
    - Effizienteres Lesen
    - Informationen gezielt selektieren
- SIE BEKOMMEN DIE INFORMATIONSFLUT IN DEN

- Wissen abspeichern
    - Besser strukturieren
    - Schneller protokollieren
    - Deutliche visualisieren
- SIE LERNEN EFFIZIENTER!

Donnerstag, 08.11.2007: 15.00 – 16.15 Uhr

## Innovativer Service – Vom Nebengeschäft zum Renditeträger



Michael H. Clement,  
Putzmeister AG



Ernst Murthum,  
Putzmeister AG

- Deckungsbeitrag I aus Services sollte größer/gleich den Fixkosten des gesamten Betriebes sein
- Central Service als Cost Center auf Bereichsebene für eigenständig wahrgenommene Funktionen
- Auf die Mannschaft an der Front kommt es an
- Mit welchen Instrumenten lässt sich diese Mannschaft auch ohne Weisungsbefugnis formen
- Maschinenbauer müssen im Dienstleistungsbereich nix neu erfinden

Donnerstag, 08.11.2007: 17.15 – 18.30 Uhr

## Warum das Rad neu erfinden? – ITIL Best Practices für Service-Prozesse



Christoph Brüntrup,  
MATERNA GmbH



Hans-Heinz Wisotzky,  
MATERNA GmbH

- Über zwei Drittel aller Unternehmen richten ihre Service-Prozesse im IT-Service nach den im ITIL-Standard beschriebenen Best Practices aus.
- In Hunderten von Kundenprojekten wurden so eine höhere Servicequalität, mehr Kundenorientierung und eine spürbare Effizienzsteigerung erreicht.
- Wie können Kunden-Service-Center, Störungsbearbeitung, Wartung und Qualitätsmanagement von den ITIL Best Practices profitieren?

Donnerstag, 08.11.2007: 17.15 – 18.30 Uhr

## Arbeitszeitmodelle im Außendienst – Anpassung an die Anforderung...



Hans-Joachim Adam,  
REFA



Hollger Brandt,  
STILL GmbH

- Grundsätze der Arbeitszeitgestaltung nach REFA
- Arbeitsgesetzgebung
- inhaltliche und formale Gestaltungselemente
- Arbeitszeitflexibilisierung als betrieblicher Erfolgsfaktor
- Methoden der Arbeitszeitgestaltung

### Praxisbeispiel STILL GmbH

- 24-Stunden-Rufbereitschaft
- Notfallnummer direkt auf Handy des diensthabenden Mitarbeiters
- Notdienst für Teilleistungen
- Gleitzeitregelung mit Überstunden-Zeitkonto

Donnerstag, 08.11.2007: 17.15 – 18.30 Uhr

## Messung und Steigerung der Business Excellence: „Achieving Service Excellence“



Bogdan Nitu,  
FIR



Jörg Trebels,  
FIR



Andreas Hauser,  
Ebcot GmbH



Dr. Gerald Butterwegge,  
Bissantz & Company  
GmbH



Steffen Drawert,  
The Information Group  
IMG GmbH

### Service Excellence: Der Baukasten für Erfolg im Service

- Service-Strategien wirkungsvoll umsetzen
- Verbesserungsmaßnahmen richtig einsetzen
- Erfolg im Service zuverlässig messen und steuern

### Score Cards und Sparc Lines: Tool-Trends für Erfolg im Service

- mit Kennzahlen strukturiert, transparent und unternehmensweit führen
- mit innovativem Ranking mühelos die relevanten Informationen verbreiten

Freitag, 09.11.2007: 09.30 – 10.45 Uhr

## Wie bewältigen Serviceprofis den Paradigmenwechsel im Service? – Das Beispiel Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH



Wolfgang Meurer,  
Konica Minolta  
Business Solutions  
Deutschland GmbH

### Der Paradigmenwechsel im Service nach „außen“ zum Kunden

- vom Hardware-Lieferanten mit einer Kundendienstabteilung zum Service-orientierten Anbieter
- vom Standard-Service zum ‚Professional Service‘
- vom Single-Service-Vertrag zum ‚Modularen Serviceportfolio‘
- vom Maschinenlieferanten zum Solution-Provider
- unser Kunde – vom (temporären) Anwender zur langfristigen Kundenbindung

### Wie bewältigen wir den Paradigmenwechsel innerhalb der Service-Organisation?

- Die Analyse – Stärken und Schwächen
- Maßnahmen und Hürden, Limitierungen und Grenzen
- Risiken und Chancen
- Wer treibt wen – der Markt, der Konzern und die Vision, das Management oder ...?

### Die Standortbestimmung – wie werden wir im Markt wahrgenommen und wie wollen wir wahrgenommen werden?

Dargestellt und erörtert werden Möglichkeiten einer Serviceorganisation, den Paradigmenwechsel zu vollziehen – im Einklang mit dem Markt und den Marktforderungen, den Unternehmenszielen, aber auch den gesetzlichen Gegebenheiten und den vorhandenen Ressourcen.

Freitag, 09.11.2007: 09.30 – 10.45 Uhr

## Einsatzmöglichkeiten von Wissensmanagement im Service



Peter Prah,  
empolis GmbH

Der Workshop „Wissensmanagement im Service“ stellt eine wichtige Kern-Prozesse im Service

Die Lieferung von hochqualitativen Produkten stellt eine wichtige Kern-Prozesse im Service dar. Die Qualität heute wesentlich von der Arbeitsweise in Handwerksbetrieben abhängt – mehr als je zuvor. Der Workshop befasst sich mit der Frage, wie die Qualität verbessert werden kann und welche Vorgehensweisen dabei zu berücksichtigen sind. Zentrale Punkte des Workshops sind die Identifizierung eines homogenen,...

Freitag, 09.11.2007: 09.30 – 10.45 Uhr

## erbsfähigkeit steigern

T IN DEN GRIFF!

- Wissen wiedergeben
    - Kreativität fördern
    - Begeistert präsentieren
    - Ideen verkaufen
- SIE KOMMUNIZIEREN EFFEKTIVER!

hr

## enddienst – rungen der Zukunft



h REFA

te  
Erfolgsfaktor

thabenden Technikers

to

hr

## Service

„Wissensmanagement im Service“ wendet sich an eine große Wertschöpfung in ihrem Service-abhängig von der Branche des Unternehmens in zur Automatisierung der Know-How-intensiv-e im Service vorgestellt.

ochqualitativem Service ist heute für Unternehmen endige Dienstleistung nach erfolgter Lieferung son-tige Kundenbindungsmaßnahme und eine wesentli-satzentwicklung dar. Service ist jedoch ein Know-schäft. Daher verwundert es nicht, dass Service-entlich vom Wissen der am Prozess beteiligten t – mehr noch: Service ist oftmals ein individuelles von der Art der Anfrage und abhängig vom Spezia-Bearbeiters im angefragten Fachgebiet. Insofern Service-Prozess vergleichbar mit der vorindustriellen ndwerksbetrieben und Manufakturen. Dieser Work-it der Frage, wie der Service-Prozess industrialisiert welche Vorteile dadurch generiert werden. Hierbei enden Herausforderungen ebenso benannt wie fachi-Methoden, sich diesen Herausforderungen zu nä-te des Diskurses werden die Bausteine zur Verwirk- genen, wissensbasierten Service-Prozesses sein.

## Gewährleistung von Verfügbarkeit im Rahmen von Service-Level-Agreements am Beispiel von Windenergieanlagen



Dr. Christian Gill,  
SKF GmbH

Condition Monitoring und entsprechende Service-Level-Agreements für das Servicegeschäft am Beispiel von Windenergieanlagen

- Leitfragen für instandhaltungsnahe Services
- Condition Monitoring Systeme: Technologieeinsatz für instandhaltungsnahe Condition Monitoring Services
- Condition Monitoring Services und Service Level Agreements

Donnerstag, 08.11.2007: 15.00 – 16.15 Uhr

## Normen und Standards als Grundlage für die Internationalisierung von Dienstleistungen



Petra Weiler,  
DIN Deutsches Institut  
für Normung e.V.



Marco Stypmann,  
DIN Deutsches Institut  
für Normung e.V.

Die Bundesregierung sieht in der Normung und Standardisierung ein großes Potenzial, um die derzeit positive Entwicklung der Dienstleistungswirtschaft nachhaltig zu stützen. Vor allem bei der Internationalisierung von Dienstleistungen werden Normen und Standards als Wegbereiter in neue Märkte von der Bundesregierung identifiziert.

- Zusammenhang von Normung/Standardisierung und Internationalisierung
- Kurzvorstellung relevanter Aktivitäten und Praxisberichte

Donnerstag, 08.11.2007: 15.00 – 16.15 Uhr

## Servicefalloptimierung und die Synchronisation mit dem Service System



Jens Ahlborn,  
Toyota Material Handling Lawson Software



Rainer Kuhlmann,  
Lawson Software



Ralph Kleindiek,  
TomTom Work GmbH

“Service the Toyota Way” – EASY Aussendienst – Steuerung bei Toyota Material Handling in Europa auf der Basis der Lawson M3 ERP – Lösung  
Routinearbeiten in der Administration und dem Service haben sich für den Gabelhubwagenhersteller Toyota Material Handling bedeutend verringert. Die Kommunikation zwischen Zentrale und den europaweit annähernd 2.000 Servicetechnikern wurde durch die Handheld-Lösung der Lawson M3 Unternehmensanwendung erheblich vereinfacht. Die Servicetechniker führen mit dem System täglich über 5.000 Serviceaufträge aus, dies sind sowohl geplante Arbeiten, als auch akute Störfälle an den Maschinen.

Connected Navigation - die universelle Lösung für mobile Mitarbeiter von TomTom WORK

- Dokumentation und Abrechnung von Leistungen mobiler Mitarbeiter
- Einsatz- und Kostenoptimierung der Fahrzeuge
- Abrechnung von Privatnutzung
- TomTom-Geräte zur Außendienst- und Serviceoptimierung

Donnerstag, 08.11.2007: 17.15 – 18.30 Uhr

## Mobiler Service mit Tempo 200



Horst Mirbach,  
T-Mobile AG

- Servicedaten von Fahrzeugen und Maschinen mobil erfassen
- Servicemitarbeiter für Wartung und Notdienst mobil steuern

Donnerstag, 08.11.2007: 17.15 – 18.30 Uhr

## Servicemarketing in der Praxis



Alexandra Salg,  
ComBase AG



Jan Christian Malmström,  
Hilti AG

ComBase AG:

- Marketing für Dienstleistungen: Welche Besonderheiten sind zu berücksichtigen?
- B2B Kunden im Fokus: Welche zielgruppenspezifische Vorgehensweise ist erforderlich?
- Servicemarketing in der Praxis: Welche Marketinginstrumente kommen bei der ComBase AG zum Einsatz?
- Nationales und Internationales Marketing: Was ist bei der Umsetzung der Marketingmaßnahmen zu beachten?

Hilti Aktiengesellschaft:

- Service als Differenzierung vom Wettbewerber in Direktvertrieb
- Welche Marketingmittel sind im Direktvertrieb die wirkungsvollsten

Freitag, 09.11.2007: 09.30 – 10.45 Uhr

## Dienstleistungsinnovationen: von der Idee bis zur Lösung am Markt



Gerhard Gudergan,  
FIR



Ralf Frombach,  
FIR



Marc Hübbert,  
FIR

Das House of Service Innovation: Schritte zur innovativen Dienstleistung

- mit der richtigen Innovationsstrategie beginnen
- mit modernen Ansätzen zu neuen Konzepten kommen
- mit den geeigneten Tools Ideen bewerten und priorisieren
- mit systematischem Vorgehen die Implementierung vorantreiben.

Freitag, 09.11.2007: 09.30 – 10.45 Uhr

## 7 gute Gründe, sich schon heute anzumelden:

1. Herausragende Keyspeaker sorgen für Diskussionsstoff – zündend und motivierend
2. Workshops und Fachsequenzen markieren Best Practice-Beispiele und erarbeiten State-of-the-Art-Wissenstransfer
3. Die Verleihung des Service Management Preises dokumentiert Innovation und Entwicklung in Service und Dienstleistung
4. Service World hat sich zur größten Fachmesse für den Servicemarkt entwickelt – aktives Networking der Marktteilnehmer
5. Intensive Kommunikation zwischen Kollegen, Referenten, Messeausstellern – Erfahrungsaustausch auf höchstem Niveau
6. Schillernder Gala-Abend – jedes Mal kommt wirkliche Freude auf
7. Im Jubiläumsjahr des KVD e.V. besonders spannendes Programm

## Wen Sie auf dem Service Congress treffen:

- Geschäftsführer von Serviceorganisationen, Servicemanager, Kundendienstleiter, Ersatzteilmanager, Marketingmanager, Leiter von strategischen Geschäftseinheiten, Leiter internationaler Serviceorganisationen aus Deutschland, Österreich, Schweiz und ganz Europa.
- Mitglieder von Schwesterverbänden des KVD e.V.

## Service World, die größte Fachmesse für den Servicemarkt in Deutschland

Die wichtigsten Zulieferer im Servicemarkt stellen hier aus:

- Außendienst-Tools
- Berufskleidung
- Call Center
- Diagnose-Software
- Ersatzteil-Logistik
- Koffer
- Fahrzeugeinrichtungen
- Flottenservice
- ITK-Lösungen
- Logistik-Dienstleister
- Mobile Außendienstlösungen
- Navigationstools
- Netzprovider
- Organisationsmittel
- Reinigungsmittel
- Software-Hersteller
- Test-, Mess- und Prüfgeräte
- Training und Serviceberatung
- Werkstatteinrichtung
- Werkzeuge



**SERVICE**

**WORLD**



## Das Kempinski Hotel

- Einziges Hotel direkt am Flughafen
- Beeindruckende Location für Meetings und Events
- Entspannen, wohlfühlen und trotzdem intensiv arbeiten



## Veranstaltungsdaten

Service Congress 2007  
08. – 09. November 2007

## Veranstaltungsort

Kempinski Hotel Airport München  
Terminalstraße Mitte 20  
85356 München  
Telefon 0 89 / 97 82-25 30 (Reservierung)  
Telefax 0 89 / 97 82-25 13

## Übernachtungsmöglichkeit

Im Veranstaltungshotel und in umliegenden Hotels.

Bitte Hotelliste zuschicken.

## Teilnahmegebühren

	1. Teilnehmer	2. Teilnehmer	3. und weitere Teilnehmer
KVD-Mitglieder	990 €	790 €	490 €
Nicht-Mitglieder	1190 €	990 €	690 €

Preise jeweils zzgl. 19% MWSt.

## Leistungen

In der Teilnahmegebühr enthalten sind die Teilnehmerunterlagen, die gemeinsamen Essen an jedem Tag und die Bewirtung in den Pausen. Zusätzlich hat jeder Teilnehmer kostenlosen Eintritt in die Fachmesse SERVICE WORLD an allen Tagen.



## Vorbehalt

Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

## Veranstalter

KVD Kundendienst-Verband  
Deutschland e.V.  
Pliesterbecker Str. 165  
46284 Dorsten  
Telefon: 0 23 62 / 98 73-0  
Telefax: 0 23 62 / 98 73-98  
eMail: geschaeftsstelle@kvd.de  
www.kvd.de

SERVICE VERLAG FISCHER  
Postfach 40 12 05  
86891 Landsberg  
Telefon: 0 81 91 / 2 14 36  
Telefax: 0 81 91 / 2 18 90  
eMail: serviceverlagfischer@t-online.de  
www.Service-Verlag-Fischer.de

## Anmeldecoupon

Hiermit melde ich mich verbindlich zum SERVICE CONGRESS 2007 vom 08. – 09.11.2007 im Kempinski Hotel Airport München an.

Ich bin/wir sind Mitglied im Kundendienst-Verband Deutschland e.V.

Ja  Nein

Name \_\_\_\_\_

Vorname \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Abteilung \_\_\_\_\_ Branche \_\_\_\_\_

Straße \_\_\_\_\_

PLZ/Ort \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_ Telefon mobil \_\_\_\_\_

Fax \_\_\_\_\_

eMail \_\_\_\_\_

Datum, Unterschrift \_\_\_\_\_



Anmeldecoupon bitte einsenden an:

SERVICE VERLAG FISCHER  
Ahornallee 163  
86899 Landsberg  
Telefon: 0 81 91 / 2 14 36  
Telefax: 0 81 91 / 2 18 90  
eMail: serviceverlagfischer@t-online.de



# Aussteller (Auswahl) der Service World 2007

