

Newsletter

SERVICE ENGINEERING & MANAGEMENT

Aktuelles zur Entwicklung und zum Management von Dienstleistungen | Ausgabe 4/2017

EXTRA 

Die perfekte Dienstleistung:
Ein Weihnachtsrezept



IM FOKUS



GENDER-ASPEKTE
IM SERVICE ENGINEERING



LIEBE LESERINNEN UND LESER,

was macht für Sie gutes Weihnachtsgebäck aus? Sind es die Zutaten? Ist es die Tatsache, dass ein geliebter Mensch für Sie gebacken hat? Oder ist es das Ergebnis: die Würze, der knusprige Boden oder die fruchtige Füllung? Egal, was es ist – der Entstehungsprozess einer weihnachtlichen Köstlichkeit folgt stets einer systematischen Vorgehensweise. Einem Rezept, das die oder den Zubereitenden dabei unterstützt, das vielleicht perfekte kulinarische Ergebnis zu erzielen. Nimmt man Dienstleistungen als Entwicklungsgegenstand, sieht die Sache schon etwas schwieriger aus. Es braucht viel Erfahrung und eben ein richtig gutes Rezept, um »die perfekte Dienstleistung« zu kreieren. Backen Sie mit uns und erfinden Sie vielleicht sogar ein passendes Rezept für Ihren Bereich – etwas Spaß muss sein!

Sind Frauen die besseren Köchinnen und Bäckerinnen am heimischen Herd? Und gehen Männer dann doch lieber draußen Brennholz hacken? Mögen Mädchen am liebsten rosa und Jungs blau? Diese Fragen haben an dieser Stelle nur eine Funktion: sie sollen dazu anregen, Pauschalierungen zu hinterfragen. In der Forschung geht es noch um viel mehr, nämlich darum in der Tiefe zu untersuchen, welche Potenziale in der Berücksichtigung von Gender-Aspekten bei der Dienstleistungsentwicklung schlummern. Dabei geht es um eine differenzierte Betrachtung der individuellen Bedürfnisse, die sich aus Gender-Unterschieden ergeben, aber auch um Chancengleichheit in Entwicklungs-Teams. Vielleicht kommen innovative Gebäckvarianten heraus, wenn Männer und Frauen an Weihnachten mehr gemeinsam backen ...

Milch ist eine wichtige Zutat in vielen Arten von Weihnachtsgebäck und wird auch besonders gerne von unserem Kollegen Christian Schiller getrunken. Was er ansonsten noch mag und im Rahmen seiner Forschungsarbeit macht, erfahren Sie in einem Interview am Ende des Newsletters. Anstatt Plätzchen und Schokolade finden sich in dieser Ausgabe darüber hinaus weitere Schmankerl, frisch aus der Forschungsbäckerei, nachzulesen in den übrigen Rubriken. Machen Sie es sich bei der Lektüre gemütlich!

Die Competence Teams »Dienstleistungsentwicklung« und »Dienstleistungsmanagement« des Fraunhofer IAO wünschen Ihnen eine besonders leckere und erholsame Weihnachtszeit – und die eine oder andere ruhige Minute, um Kraft zu tanken und neue Ideen zu entdecken.

Herzliche Grüße
Sabrina Lamberth-Cocca



*Frohe Weihnachten und
ein erfolgreiches neues Jahr!
Ihre Competence Teams
Dienstleistungsentwicklung und
Dienstleistungsmanagement*



SERVICE ENGINEERING FÜR ALLE?!

Die Rolle von Gender-Aspekten bei der Dienstleistungsentwicklung



© Daniel Berkmann – Fotolia

»Das Gleiche lässt uns in Ruhe, aber der Widerspruch ist es, der uns produktiv macht.«

Johann Wolfgang von Goethe

Kundenorientierung ist sowohl bei technischen Innovationen als auch bei der Dienstleistungsentwicklung längst gang und gäbe. Doch gerade bei technologischen Entwicklungen gibt es viele Beispiele dafür, dass männlicher Nutzer als Norm angesehen werden, deren Bedürfnisse auf Nutzerinnen übertragen werden und die Entwicklungen dann nachträglich entsprechend modifiziert werden. Die stärkere Berücksichtigung der vielfältigen Lebensrealitäten von Männern und Frauen und die daraus entstehenden unterschiedlichen Bedürfnisse bereits bei Beginn der Entwicklung könnte zu neuen Ideen und passgenaueren Innovationen führen. Inzwischen gibt es einiges an Forschung zu Gender-Aspekten bei technischen Innovationen. Doch wie sieht es bei der Dienstleistungsentwicklung aus?



Dass Dienstleistungen systematisch entwickelt werden sollten, ist inzwischen weithin bekannt. Das Service Engineering als Vorgehensweise hat sich dafür etabliert und bewährt und ist in den letzten Jahren in den Unternehmen angekommen. Seit den Anfängen der Forschung zur Dienstleistungsentwicklung und zum Service Engineering hat sich viel getan: Inzwischen existieren mehrere Forschungslabors für Dienstleistungen an Forschungsinstituten, wie zum Beispiel das ServLab des Fraunhofer IAQ. Das Service Engineering unterstützt die Modellierung und Simulation von Dienstleistungen und die Methode wurde um den Schritt des Testens von Dienstleistungen weiterentwickelt.

Aber welche Bedeutung hat die Berücksichtigung von Gender-Aspekten in der Dienstleistungsentwicklung? Kann man dadurch Dienstleistungen noch passgenauer, evtl. mit geschlechtsspezifischen Varianten, entwickeln? Ist das im Sinne der Kundenorientierung ein Gewinn und damit auch ein größeres Marktpotenzial?

Was ist überhaupt »Gender«?

Doch der Reihe nach: Was ist überhaupt Gender? Der englische Ausdruck »gender« beschreibt das soziale Geschlecht. Hierbei geht es um die soziale Konstruktion dessen, was für weiblich bzw. männlich gehalten wird, also die gesellschaftlichen Geschlechterrollen: die Vorstellungen und Erwartungen, wie Frauen und Männer sind bzw. sein sollen (vgl. European Commission 2013). Das ist veränderbar und kann jeweils variieren, abhängig von Kultur, Ort und Zeit. So haben wir heutzutage ein anderes Frauenbild als vor 60 Jahren, und in Westeuropa ein anderes Frauenbild als in anderen Kulturen. Damit ist das soziale Geschlecht (engl. »gender«) zu unterscheiden vom biologischen Geschlecht (engl. »sex«), das sich in körperlichen und genetischen Unterschieden äußert. Wenn man von der

Berücksichtigung von Gender in der Forschung und Entwicklung spricht, ist gemeinhin sowohl das biologische als auch das soziale Geschlecht gemeint. Die Berücksichtigung von Gender-Aspekten in der angewandten Forschung bedeutet, die vielfältigen Lebensrealitäten von Frauen und Männern und die daraus entstehenden unterschiedlichen Bedürfnisse bei der Entwicklung von Technologien und Produkten zu berücksichtigen.

Was bringt Gender in der Dienstleistungsentwicklung?

Welchen Nutzen könnte man davon haben, Gender-Aspekte in die Dienstleistungsentwicklung aufzunehmen? Hat es überhaupt einen Nutzen? Die Antwort sollte »Ja« lauten, denn Dienstleistungen werden für Menschen entwickelt, sei es mittelbar oder unmittelbar, und sobald es um Menschen geht, kann das biologische und bzw. oder soziale Geschlecht eine Rolle spielen, was das Interesse an und die Nützlichkeit von bestimmten Dienstleistungen angeht. Es ist also anzunehmen, dass durch eine frühzeitige und systematische Berücksichtigung von Gender-Aspekten in der Dienstleistungsentwicklung andere Dienstleistungen oder Varianten von Dienstleistungen entstehen, durch die neue Märkte und Zielgruppen erschlossen werden können.

Wie berücksichtigt man denn nun Gender-Aspekte in Forschung und Entwicklung, und speziell in der Dienstleistungsentwicklung? Das ist nun der Knackpunkt. Speziell zur Dienstleistungsentwicklung gibt es hierzu nämlich noch keine (der Autorin bekannte) Forschung.

Allgemein lässt sich sagen, dass es bei der Berücksichtigung von Gender-Aspekten um zwei Dinge geht: Erstens muss Chancengleichheit für Männer und Frauen in der Forschung hergestellt werden. Das bedeutet: Auf allen Ebenen sind



Teams nötig, in denen sowohl Frauen als auch Männer vertreten sind und eine Arbeitskultur, in der Chancengleichheit gelebt wird. Dies ist vor allem ein Thema für Personalabteilungen und natürlich auch für jede einzelne Mitarbeiterin und jeden einzelnen Mitarbeiter. Durch Teams aus weiblichen und männlichen Mitgliedern kommen schon mal mehr Perspektiven in die Forschung und Entwicklung. Aber das ist nur die notwendige Bedingung, nicht die hinreichende. Es muss nämlich noch zweitens dazukommen: Die Berücksichtigung von Gender-Aspekten in den Forschungsinhalten bzw. in der Entwicklung, und zwar in allen Phasen von der Ideengenerierung bis zur Diffusion. Dies geschieht in anderen Forschungsrichtungen bereits. Vor allem in der Medizin und in den Life Sciences, bei denen es oft um genetische und körperliche Unterschiede geht (zum Beispiel um unterschiedliche Krankheitssymptome oder Wirkungsweisen von Medikamenten bei Frauen und Männern). Aber auch für Forschungs- und Entwicklungsprojekte aus den Bereichen Transport und Verkehr, Produktionstechnik oder Energie und Umwelt lassen sich Beispiele finden.

Und wie macht man das?

Um die Gender-Aspekte systematisch mitzudenken, existieren derzeit bereits Hilfestellungen in Form von Checklisten oder Leitfragen vor allem für technische Innovationen (zum Beispiel bei Bühner und Schraudner 2006). Typische Fragen daraus sind:

- Welche Rolle spielt das Merkmal Geschlecht bei der zu entwickelnden Technik?
- Gibt es Unterschiede im Körperbau zwischen Frauen und Männern, die bei der Technikgestaltung berücksichtigt werden sollten (Ergonomie, Kraft, Größe)?
- Gibt es weitere körperliche Unterschiede zwischen Frauen und Männern, die bei der Technikgestaltung berücksichtigt werden sollten (Stimmlage etc.)?

- Gibt es unterschiedliche Ansprüche von Frauen und Männern an die äußere Gestaltung der Technik oder in Bezug auf die Nutzung?

Nun könnten sich einem die folgenden Fragen stellen: Inwieweit eignen sich die bereits vorhandenen Leitfragen für die Dienstleistungsentwicklung? Eignen sich allgemein formulierte Leitfragen, oder müssen sie je nach Art der Dienstleistung angepasst werden? Reicht es überhaupt aus, lediglich mit Leitfragen und Checklisten zu arbeiten, um Gender-Aspekte adäquat miteinzubeziehen, wenn man sich vorher darüber noch nie Gedanken gemacht hat, oder benötigt man mehr »Anleitung« in Form von Methoden und Instrumenten, um die Gefahr zu minimieren, lediglich in Stereotype zu verfallen? Wie könnten solche Instrumente aussehen?

In jedem Falle ist es als ersten Schritt sinnvoll, sich beim Entwickeln von Dienstleistungen dafür zu sensibilisieren, wer die künftigen Nutzerinnen und Nutzer sein werden, und welche unterschiedlichen Bedürfnisse diese haben können (zum Beispiel in Bezug auf ihr Alter, ihre Technikaffinität oder eben auch ihr Geschlecht). Und diese besonderen Bedürfnisse verschiedener Nutzerinnen und Nutzer sollten während allen Phasen des Service Engineering immer wieder ins Bewusstsein rücken, indem man sich beispielsweise für jede Phase einen entsprechenden Fragekatalog zurechtlegt, den man beantwortet.

Ein Ansatz könnte sein, interdisziplinär zu arbeiten und Fachleute aus dem Gebiet der Gender-Forschung hinzuzuziehen. Denn Gender-Aspekte sind einerseits nicht immer auf den ersten Blick sichtbar, andererseits werden oftmals Klischees und Stereotype bemüht und damit zementiert. Da das Service Engineering aus einem interdisziplinären Netzwerk aus v. a.



Literatur

Bergmann, Nadja; Pimminger, Irene: Hintergrundinformationen. In: GeM – Koordinationsstelle für Gender Mainstreaming im ESF (Hrsg.): Die ToolBox Gender Mainstreaming. Wien, 2004.

Bührer, Susanne; Schraudner, Martina (Hrsg.): Wie können Gender-Aspekte in Forschungsvorhaben erkannt und bewertet werden? Fraunhofer IRB Verlag, Stuttgart, 2006.

European Commission (Hrsg.): Gendered Innovations. How Gender Analysis Contributes to Research. Brussels, 2013.

European Commission (Hrsg.): Toolkit Gender in EU-funded research. Luxembourg, 2011.

Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie (bmvit): Gender-Aspekte in der Forschung. <https://www.bmvit.gv.at/innovation/aktuell/downloadsaktuell/genderaward.pdf>, aufgerufen am 7.11.2017.

Koordinationsstelle für Frauenförderung und Gender, Technische Universität Wien: Leitfaden Technikwissenschaften. http://www.geschlecht-und-innovation.at/leitfaeden/leitfaeden_technikwissenschaften, aufgerufen am 7.11.2017.

Ingenieurwissenschaft, Wirtschaftsinformatik und Betriebswirtschaft heraus entwickelt wurde und Interdisziplinarität damit für das Service Engineering bereits ein Erfolgsrezept war, klingt das nach einem vielversprechenden Weg.

Weiterführender Link

www.gender-diversity-toolbox.de

Kontakt

Fraunhofer IAO, Nobelstraße 12, 70569 Stuttgart

Michaela Friedrich

Telefon +49 711 970-2219

michaela.friedrich@iao.fraunhofer.de



EXTRA



Die perfekte Dienstleistung:
Ein Weihnachtsrezept

WIE BACKT MAN DIE PERFEKTE DIENSTLEISTUNG?

Ein Weihnachtsrezept

Vielleicht gehören Sie wie die Autorin des Beitrags nicht zu denjenigen, die gerne backen oder sich mit Backrezepten beschäftigen. Es ist doch auch viel schöner, einen vollen Teller voller Weihnachtsplätzchen vor die Nase gestellt zu bekommen und voller Appetit einfach zuzugreifen. Zumindest in der Weihnachtszeit fehlt es nicht an solchen Gelegenheiten. Wäre schön, wenn es mit der perfekten Dienstleistung auch so liebe und sich der Markterfolg mit einem Wimpernschlag von selbst einstellte ...

Um eine Dienstleistung zu entwickeln, die später erfolgreich am Markt ist, ist eine systematische Vorgehensweise von essenzieller Bedeutung. Voilà – ein Rezept muss her, das Schritt für Schritt durch den Erstellungsprozess führt. Würden Sie ein solches Backbuch kaufen? Mit Sicherheit wäre es unbezahlbar. Vielleicht bietet dieser Beitrag ein paar Anhaltspunkte. Zumindest fürs Erste.

Die passenden Zutaten für unzählige glückliche Kunden und Mitarbeiter wählen

Wie eine gute Hausfrau (oder ein guter Hausmann) sollte man sich zu Beginn fragen, für wen man eigentlich backt. Für sich selbst? Für Ehepartner bzw. Kinder? Freunde oder Kollegen? Man kennt die hungrige Meute und weiß genau, was sie will. Man merkt sich Details und besondere Vorlieben, man hat sich informiert, worauf »echte« Männer, kleine Kinder oder fitnessbewusste Sportlerinnen stehen. Besonders kerniges Gebäck für Gebissträger? Ein Kilo Butter und ebenso viel Vollmilchschokolade für Figur freaks? Das würden Sie nie wagen, denn der Plätzchenteller würde unangetastet vor den enttäuschten Mienen stehen bleiben. Die ganze Mühe wäre umsonst. Wie ein passionierter Weihnachtsbäcker Rezepte erfindet oder nur Kleinigkeiten anpasst (z. B. Margarine statt Butter, Dinkel- statt Weizenmehl, ein ordentlicher Schuss Rum extra), können Kleinigkeiten an der Zusammensetzung einer Dienstleistung über deren Schicksal am unerbittlichen Wirtschaftsmarkt entscheiden. Dazu zählen zum einen Basisbestandteile, also Kernleistungen, die so eindeutig und klar beschrieben sein müssen wie die Mehlstärke oder die Schnittform der Mandeln. Zum anderen braucht es Verfeinerungen und Toppings, das sind die Zusatzleistungen, die aus einem einfachen industriell anmutenden Zimtmuffin ein »Grandma's Christmas Cupcake« werden lassen. Daraus lassen sich die einzelnen Zutaten ableiten: was wird für die funktionierende Dienstleistung in welchem Umfang benötigt? Bereits beim Lesen der Zutatenliste fügt sich in Ihrem Kopf ein erstes Bild vom Endergebnis zusammen. Eine Vision, wohin es gehen könnte.



Die richtige Vorgehensweise entscheidet über den Erfolg des Dienstleistungsbäckers

Vielleicht haben Sie schon einmal vergessen, die Eier zu trennen und sie komplett in die Rührschüssel gehauen. Oder Sie haben irgendeinen Schritt im Backrezept vertauscht oder vergessen und sich gewundert, warum der Teig anstatt geschmeidig glänzend eher wie bröckeliger Zement teils an Ihren Fingern klebt, teils trocken in die Schüssel zurückfällt. In so einem Fall muss man von vorne anfangen, möglicherweise nochmals den weiten Weg in den Supermarkt machen und die bereits vergeudeten Zutaten wegwerfen. Das kann auch im Entstehungsprozess der perfekten Dienstleistung passieren; auch hier werden Ressourcen wie Zeit und Geld mitunter verschwendet, weil etwa das Leistungsversprechen, die Prozesse und die Ressourcenplanung nicht aufeinander abgestimmt werden. Wird dann auch noch auf die Testphase verzichtet, so tritt die bittere Wahrheit nach der Markteinführung zutage. Zwar soll man keinen rohen Teig probieren, bevor man ihn in den Ofen schiebt (zumindest sagt Oma das), aber man kann die Güte des Backgutes vorab durch Prüfung von Konsistenz und Aussehen testen und während des Backprozesses überwachen (Holzstäbchen rein, klebt noch Teig daran?). Außerdem können Geübte schon beim Durchlesen des Rezepts sehen, ob das so funktionieren kann oder ob Zusammensetzung oder Reihenfolge der Zubereitung abgeändert werden sollten. So kann auch je nach Dienstleistung unterschiedlich getestet werden. Letztgenannte Sichtprüfung der Zutatenliste kommt einem ersten Konzepttest gleich, einem »kognitiven Walkthrough«. Dann können auch einzelnen Komponenten getestet werden, so wie die Eignung einer Marmelade durch eine Geschmacksprobe oder die Konsistenz der Butter durch einen Drucktest vorab geprüft werden kann. Und warum nicht vertrauensvoll die Ehefrau oder den Bruder das fertig gebackene Werk probieren lassen, bevor es den kritischen Kollegen vorgesetzt wird?



© Family Business – Fotolia

Die perfekte Dienstleistung ist Geschmackssache – die Erstellung höchste Handwerkskunst

»Früh übt sich, wer ein Meister werden will«, lautet es in einem Sprichwort. Das Fraunhofer IAO ist der Ursprung des Service Engineerings und hat dazu bereits mehr als 250 Projekte erfolgreich abgeschlossen. Das Competence Team »Dienstleistungsentwicklung« begleitet Unternehmen unter anderem bei der Entwicklung neuer Dienstleistungen, bei der Analyse von Dienstleistungsportfolios, bei der Optimierung von Dienstleistungsprozessen sowie bei einzelnen Phasen wie etwa Marktforschung für Dienstleistungen und Gestaltung der Emotional Journey von Kunden. Für alle Leserinnen und Leser, die noch keine Dienstleistung entwickelt haben und sich darin einmal spielerisch üben wollen, seien die folgenden Ideen – mit einem Augenzwinkern – ans Herz gelegt. Sie lassen sich einzeln durchführen, einfach zwischendurch: zum Beispiel zwischen Aperitif und Vorspeise an Heiligabend (Tipp: gemeinsam macht es noch mehr Spaß), zwischen zwei Saunagängen an den Feiertagen, anstatt des Kreuzworträtsels nach dem Sonntagsfrühstück oder für den Spieleabend an Silvester.



Aufgabe 1

Zeichnen Sie links einen einfachen Zimt-Muffin und rechts einen maximal opulenten Christmas Cupcake – der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt! Sollte der Platz nicht ausreichen, nehmen Sie ein separates Blatt Papier.

Notieren Sie unter beiden Backwerken jeweils einen aus Ihrer Sicht angemessenen Verkaufspreis.

Mein Zimt-Muffin:

Verkaufspreis (€): _____

Mein Christmas Cupcake:

Verkaufspreis (€): _____



Aufgabe 2

Überlegen Sie sich eine Dienstleistung. Es kann eine neue Dienstleistungsidee sein oder eine bereits existierende Dienstleistung, die Sie gut kennen (z. B. Friseur, Online Banking).

Beschreiben Sie diese in zwei Varianten: einmal als Basisdienstleistung (Zimt-Muffin) und einmal als umfassende Dienstleistung mit allen Zusatzleistungen (opulenter Christmas Cupcake). Geben Sie beiden Werken passende Namen, die ihrer jeweiligen Ausgestaltung gerecht werden. Beschreiben Sie vor allem das jeweilige Alleinstellungsmerkmal der Dienstleistungsvariante.

Meine Basisdienstleistung (Zimt-Muffin)

Beschreibung:

Meine umfassende Dienstleistung (Christmas Cupcake)

Beschreibung:



Aufgabe 3

Nun geht es darum, Ihre Werke zu verkaufen. Machen Sie sich für ein Rollenspiel bereit. Wenn Sie alleine sind, stellen Sie sich vor einen Spiegel. Wenn Sie zu zweit oder mehreren sind, verkaufen Sie die Werke der einen Person bzw. der Gruppe.

Verkaufen Sie zunächst den Muffin und den Cupcake aus Aufgabe 1.

Verkaufen Sie anschließend die beiden Dienstleistungsvarianten aus Aufgabe 2.

Durchlaufen Sie mehrere Runden und lassen Sie Ihr Gegenüber in unterschiedliche Rollen schlüpfen, das heißt verkaufen Sie Ihre Werke nacheinander an zum Beispiel a) die ältere Dame von nebenan, b) den ungeduldigen Jogger, der samstags bei Ihnen am Haus vorbeiläuft, c) Ihre/n Chef/in (falls Sie eine/n haben), d) Ihrem Lieblings-Action-Superhelden, e) Angela Merkel.

Hinweis: Formulieren Sie die Vorzüge der Back- bzw. Dienstleistungswerke unbedingt zielgruppengerecht!

Expertentipp: Nehmen Sie sich auf Video auf und analysieren Sie sich anschließend.

Aufgabe 4 (fortgeschrittenes Level)

Recherchieren Sie nach einem weihnachtlichen Muffin-Rezept (z. B. Zimt-Muffin).

Variieren bzw. ergänzen Sie die Zutatenliste so, dass daraus ein opulenter Christmas Cupcake wird (z. B. der von Ihnen in Aufgabe 1 skizzierte). Passen Sie bei Bedarf auch die Zubereitung an (evtl. einen Backfreak um Hilfe bitten).

Skalieren Sie die Zutatenmenge so, dass Sie mit der zu backenden Menge Ihre gesamte Belegschaft oder Nachbarschaft (= Zielgruppe) versorgen könnten.

Informieren Sie sich nochmals über die besonderen Wünsche oder etwaige Unverträglichkeiten der Zielgruppe und passen Sie die Zutatenliste gegebenenfalls nochmals an.

Gehen Sie entsprechend dem angepassten Rezept einkaufen und backen Sie die opulenten Christmas Cupcakes. Testen Sie die Güte der entstehenden Backwerke, wann immer möglich. Versuchen Sie, auch während der Zubereitung zu variieren oder notieren Sie neue Ideen auf einem Blatt Papier (für spätere Backaktionen). Lassen Sie das Ergebnis von einer Person Ihres Vertrauens auf Aussehen und Geschmack testen.

Sofern zufriedenstellend, servieren Sie die Cupcakes Ihrer Zielgruppe zu einem geeigneten Anlass und in geeigneter Verpackung bzw. Form. Preisen Sie das Produkt entsprechend an, wie Sie es in Aufgabe 3 gelernt haben. Vergessen Sie nicht, das Ergebnis zu dokumentieren, zum Beispiel per Foto oder Video. Holen Sie sich außerdem Feedback bei den Zielgruppen ein und notieren dies für die nächste Backaktion, Ihre verbesserten Christmas Cupcakes!



Aufgabe 5 (Expertenlevel)

Leiten Sie sich diese Aufgabe, aufbauend auf Aufgabe 4, dem Muster von Aufgaben 1 bis 3 entsprechend her. Führen Sie die Aufgabe aus und dokumentieren Sie das Ergebnis.

Ergebnis

Weiterführende Links

Eine »Weihnachtsgeschichte« zu Dienstleistungen:

www.dlpm.iao.fraunhofer.de/de/weihnachten.html

»Weihnachtsmann, erzählst du mir eine Geschichte?«:

<https://blog.iao.fraunhofer.de/weihnachtsmann-erzaehlst-du-mir-eine-geschichte>

Video »Wie entwickelt man eine Dienstleistung?«:

www.youtube.com/watch?v=dTjY5nHokKA&feature=youtu.be

Leistungsangebote des Fraunhofer IAO zur Dienstleistungsentwicklung:

www.iao.fraunhofer.de/lang-de/leistungen/mensch-und-dienstleistung.html



The Origin of
Service Engineering

Kontakt

Fraunhofer IAO, Nobelstraße 12, 70569 Stuttgart

Sabrina Lamberth-Cocca

Telefon +49 711 970-5137

sabrina.lamberth-cocca@iao.fraunhofer.de



MITMACHEN UND GEWINNEN: WETTBEWERB ZU ELEKTROMOBILITÄT

Fraunhofer IAO prämiert innovative Ideen und Dienstleistungen



Iakov Kalinin – Fotolia / Fraunhofer IAO



Eine tolle Idee für eine neue Dienstleistung zu Elektromobilität im Kopf? Oder bereits erfolgreich am Markt umgesetzt? Der vom Fraunhofer IAO initiierte Ideenwettbewerb richtet sich an alle, die der Elektromobilität in Deutschland mit innovativen Dienstleistungen zum Durchbruch verhelfen möchten: von Studierenden und Einzelpersonen über Start-ups bis hin zu etablierten Unternehmen.

Im Rahmen des Forschungsprojekts DELFIN (Dienstleistungen für Elektromobilität – Förderung von Innovation und Nutzerorientierung) initiiert das Fraunhofer IAO einen Ideenwettbewerb, der besondere innovative Dienstleistungen im Bereich Elektromobilität prämiert. Für die Gewinner stehen Geldprämien in Höhe von vier Mal 1.500 Euro zur Verfügung.

Die Bewertung der eingehenden Bewerbungen erfolgt durch eine unabhängige Jury. Einreichungen sind in zwei Kategorien möglich. In der Kategorie »Idee« wird die beste Idee für eine Dienstleistung im Bereich Elektromobilität ausgezeichnet und in der Kategorie »Innovation« die beste bereits umgesetzte Dienstleistung. Die Bewerbungen werden nach folgenden Kriterien bewertet: Kundennutzen, Innovation, Umsetzung und Systemansatz. Damit wird sichergestellt, dass die Idee bzw. Innovation einen ausgeprägten Mehrwert für Kunden bietet und sich die Dienstleistung in besonderem Maße von bereits bestehenden Lösungen abhebt. In die Bewertung geht außerdem ein, inwiefern die Dienstleistungsidee bzw. -innovation dazu geeignet ist, der weiteren Verbreitung von Elektromobilität in Deutschland positive Impulse zu geben.



Teilnahme bis zum 10. Januar 2018 möglich

Um am Ideenwettbewerb teilzunehmen, füllen Interessierte einen einseitigen Bewerbungsbogen aus und ergänzen diesen um aussagekräftiges Informationsmaterial, welches die Idee bzw. Innovation anschaulich darstellt. Bei der Darstellung haben die Bewerber freie Hand – denkbar sind beispielsweise Präsentationen, Flyer, Textdokumente, Skizzen, Fotos, Audio-dateien oder Videos. Einsendeschluss ist der 10. Januar 2018. Eine Preisverleihung findet am 19. Februar 2018 im Zentrum für Virtuelles Engineering (ZVE) am Fraunhofer IAO in Stuttgart statt.

Die vollständigen Bewerbungsunterlagen können entweder per E-Mail an delfin@iao.fraunhofer.de oder per Post an die folgende Adresse gesendet werden:

Fraunhofer IAO
Dienstleistungsentwicklung
»Projekt DELFIN«
Nobelstraße 12
70569 Stuttgart

Weiterführender Link

Download Bewerbungsformular:

www.elektromobilitaet-dienstleistungen.de/?p=3716

Pressemitteilung in den IAO-News:

www.iao.fraunhofer.de/lang-de/presse-und-medien/aktuelles/1958-mitmachen-und-gewinnen-wettbewerb-zu-elektromobilitaet.html

Kontakt

Fraunhofer IAO, Nobelstraße 12, 70569 Stuttgart

Thomas Meiren

Telefon +49 711 970-5116

thomas.meiren@iao.fraunhofer.de

Sabrina Lamberth-Cocca

Telefon +49 711 970-5137

sabrina.lamberth-cocca@iao.fraunhofer.de



INSTRUMENTE FÜR EIN FLEXIBLES HR-MANAGEMENT

Den digitalen Wandel durch Kompetenzentwicklung gestalten – »FLIP« stellt Ergebnisse vor



© Jenny Sturm – Fotolia

Neue digitale Technologien und Geschäftsmodelle verändern nahezu alle Branchen, die Anforderungen der Kunden und die Arbeit dabei involvierter Beschäftigter. Das F&E-Projekt »FLIP« stellt zum Abschluss Instrumente, Leitfäden und Erfahrungen vor, mit denen Personalverantwortliche und Beschäftigte diesen Anforderungen an Flexibilisierung und Qualifizierung besser gerecht werden können.

Was sind die zentralen Handlungsfelder einer erfolgreichen Personalentwicklung im digitalen Wandel? Wie gestalten besonders erfolgreiche Unternehmen ihre Qualifizierungsmaßnahmen, ihre Unternehmens- und Führungskultur? Wie sehen konkrete Gestaltungsansätze aus, von denen Unternehmen unterschiedlicher Größenklassen spezifisch profitieren können? Antworten auf diese Fragen bietet das vom BMBF geförderte Projekt »FLIP – Flexibilisierung durch dynamisches Personal- und Kompetenzmanagement für wissensintensive Dienstleistungen«.



Handlungsleitfaden, Good Practice und Benchmarking

In drei Jahren Forschungs- und Entwicklungsarbeit haben das Fraunhofer IAO, der Digitalverband Bitkom, die EBS University und drei Unternehmen der Digitalwirtschaft, Deutsche Telekom Service GmbH, Fujitsu TDS GmbH und die QSC AG wesentliche Erfolgsfaktoren und Handlungsfelder einer flexibilisierungsförderlichen Kompetenzentwicklung aus einer Breiterehebung abgeleitet und erarbeitet. Bei den Praxispartnern wurden Maßnahmen der Personalentwicklung und Qualifizierung konzipiert, umgesetzt und evaluiert, die wesentlich dazu beitragen, die Personal- und Kompetenzentwicklung in den Unternehmen zu flexibilisieren. Darüber hinaus wurde ein Benchmarking-Tool entwickelt, mit dem Unternehmen der Digitalwirtschaft ihr betriebliches Personal- und Kompetenzmanagement mit erfolgreichen Unternehmen derselben Größenklasse vergleichen können, um eigene Standpunkte, Vorgehensweisen und Maßnahmen zu reflektieren und Impulse für Veränderungen abzuleiten. Zum Ende des Projektes wurde ein Praxisleitfaden erstellt, der die Handlungsempfehlungen und Praxisbeispiele prägnant zusammenfasst.

Weiterentwicklung und Betrieb Benchmarkingtool

Ende Oktober 2017 wurde das Projekt »FLIP« erfolgreich abgeschlossen. Das Benchmarking-Tool wird seitdem gemeinsam von Bitkom und Fraunhofer IAO betrieben. Unternehmen der Digitalwirtschaft und anderer wissensintensiven Dienstleistungsbranchen bekommen weiterhin ein individuelles Feedback zu ihrem Kompetenzmanagement. Sie erhalten einen Report, der einen Vergleich mit den Besten der eigenen Größenklasse und eine Weiterentwicklung des HR-Management ermöglicht.

Weiterführende Links

www.kompetenz-benchmarking.de

www.flip-projekt.de



Kontakt

Fraunhofer IAO, Nobelstraße 12, 70569 Stuttgart

Alexander Schletz

Telefon +49 711 970-2184

alexander.schletz@iao.fraunhofer.de



PROZESSOPTIMIERUNG

Eine wichtige Grundlage für jede Entwicklung und Optimierung einer Dienstleistung



Foto: Besprechung vor Prozessbild © Fraunhofer IAO

Von Unternehmen wird erwartet, dass sie schnell und flexibel auf Marktveränderungen reagieren und dabei gezielt auf Kundenbedürfnisse und -erwartungen eingehen. Folgerichtig wurde bereits vor Jahren eine verstärkte Kundenorientierung von der überwiegenden Mehrheit der deutschen Unternehmen als zentrale Strategie erkannt. Einen wichtigen Ansatzpunkt für eine konsequente Kundenorientierung bildet eine entsprechende Gestaltung der eigenen Prozesse.

Prozesse sind das Rückgrat der Dienstleistungsentwicklung

Prozesse bilden die Basis für einen klar definierten Umgang mit Kunden. Auf diese Art und Weise lassen sich wichtige Kundenkontaktpunkte identifizieren und gestalten, Richtlinien für die Interaktion mit Kunden hinterlegen und Messkriterien («Key Performance Indicators») definieren. Darüber hinaus können gut dokumentierte Prozesse für die Schulung der eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter genutzt werden. Insofern ist es wenig verwunderlich, dass die Analyse und Optimierung von Prozessen in den letzten Jahren stetig an Bedeutung gewonnen hat.



»Das Fraunhofer IAO hat uns bei der Beschreibung des Leistungsspektrums eines Service- und Competence-Centers in der Regionalorganisation unseres Vereins professionell begleitet. Dazu gehörten die Entwicklung einer Prozesslandkarte ebenso wie das Berechnen von Mengengerüsten, die Übersetzung in Vollzeitäquivalente und die Definition von Rollen mit zugeordnetem Qualifikations- und Kompetenzprofil.

Diese strukturierte und systematische Vorgehensweise war bei der vorhandenen Komplexität der Aufgabenstellung hilfreich und zielführend. Sie hat im Wesentlichen die Transparenz bei allen Stakeholdern für einen optimalen Lösungsvorschlag geschaffen.«

Olaf Stuka, Bereichsleiter Mitglieder- und Regionalservice, VDI e. V.

Prozessoptimierung ist Co-Working.

Bei interaktiven Workshops zwischen Kunden und Mitarbeitern sollten dabei vor allem folgende Punkte berücksichtigt werden:

- Einnehmen einer Kundenperspektive, d. h. betrachten, wie Kunden eine Dienstleistung erleben und welche Leistungsangebote sie annehmen,
- Entwicklung einer Prozesslandkarte,
- Flexible Gestaltung der Prozesse, so dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Möglichkeit haben, individuell auf unterschiedliche Kundentypen einzugehen.

Auf der Grundlage von optimierten Prozessen lassen sich dann Kennzahlen aufstellen, die die Kundenzufriedenheit kontinuierlich messen, und so eine stete Rückmeldung ermöglichen. Darüber hinaus können die Prozesse auch den Grundstein für den Aufbau eines Kompetenzmanagements bilden. Dieses vereinfacht die Personalentwicklung und ermöglicht auch bei Bedarf aufbauorganisatorische Veränderungsprozesse.

Das Fraunhofer IAO verfügt über langjährige Erfahrungen in der Optimierung kundennaher Prozesse. Neben der Entwicklung eigener Methoden wie 3KM und Service Empathy Board sowie der regelmäßigen Durchführung von Studien zum Einsatz von Prozessmodellierungswerkzeugen ist das Institut ein bewährter Partner bei der Durchführung von Optimierungsprojekten in Unternehmen.

Kontakt

Fraunhofer IAO, Nobelstraße 12, 70569 Stuttgart

Dr.-Ing. Mike Freitag

Telefon +49 711 970-5105

mike.freitag@iao.fraunhofer.de

Christian Schiller

Telefon +49 711 970-2185

christian.schiller@iao.fraunhofer.de



CHRISTIAN SCHILLER

Spannender Berufsalltag in Forschung und Industrie



Christian Schiller damals auf dem Bewerbungsfoto



... und heute

STECKBRIEF

Name:

Christian Schiller

Competence Team:

Dienstleistungsentwicklung

Themenschwerpunkte:

Service Engineering, Prozessmanagement, Testen von Dienstleistungen, Gestaltung von Dienstleistungssystemen

Kaffee schwarz oder mit Milch?

Eindeutig mit Milch! Ich liebe Milch.

Wie bist du auf das Fraunhofer IAO aufmerksam geworden?

Da ich während meines Masterstudiums im Bereich Maschinenbau an der Universität Stuttgart unter anderem Technologiemanagement als Schwerpunkt gewählt hatte, bin ich schon relativ früh in Kontakt mit dem Fraunhofer IAO gekommen. Ich hatte mehrere Vorlesungen im Haus und konnte auch meine Studienarbeit über den Einsatz agiler Methoden in der Produktentwicklung am Institut erstellen. Nach meinem Masterabschluss und einer einjährigen Tätigkeit in einem Industrieunternehmen, welche im Übrigen ebenfalls spannend war, bin ich dann wieder ans IAO zurückgekehrt.

Was gefällt dir besonders an deinen Tätigkeiten?

Besonders gefällt mir die Aufgabenvielfalt. Durch die Unterschiedlichkeit der Projekte kommt keine Langeweile auf, man steht immer wieder vor neuen Herausforderungen. Zudem

reizt mich die Abwechslung von Forschungs- und Industrietätigkeiten. Ein »Zwischending« sind die Use Cases in den Forschungsprojekten, in denen die vorher entwickelten theoretischen Ansätze und Konzepte zum ersten Mal in der Praxis umgesetzt werden.

Was sind deine Aufgaben am Fraunhofer IAO?

Wie bereits erwähnt, sind meine Aufgaben am IAO ziemlich vielfältig. Unter anderem bin und war ich an Forschungsprojekten beteiligt, in denen es um die Auswirkungen des Einsatzes von Servicerobotern auf Dienstleistungssysteme geht, um den Einsatz sozialer Netzwerke bzw. Enterprise Social Networks, kurz ESN, zur Optimierung von Kommunikations- und Wissensmanagementprozessen in Unternehmen und um das Testen von sogenannten Product-Service Systems (PSS). In den bisherigen Industrieprojekten ging es meist um Themen rund um das Prozessmanagement sowie um die Durchführung von Anforderungs- und Potenzialanalysen für neue



Dienstleistungskonzepte.

Welche Herausforderungen siehst du auf den Bereich der Dienstleistungsentwicklung zukommen?

Die aktuell wohl am meisten diskutierten Themen sind sicherlich die Digitalisierung und die Automatisierung. Die Auswirkungen insbesondere auf den Dienstleistungsbereich sind bereits jetzt enorm. Eine große Herausforderung bei der Entwicklung neuer Dienstleistungen im Kontext von Digitalisierung und Automatisierung ist, dass dabei nicht die tatsächlichen Bedürfnisse von Kunden und Mitarbeitern außer Acht gelassen werden. Die Digitalisierung darf nicht zum Selbstzweck verkommen.

Vielen Dank für das Interview und weiterhin frohes Schaffen!

Das Interview führte Sabrina Lamberth-Cocca.

Herausgeber und Kontakt

Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft
und Organisation IAO
Competence Teams Dienstleistungsentwicklung
und Dienstleistungsmanagement
Nobelstraße 12
70569 Stuttgart

www.dienstleistung.iao.fraunhofer.de

Sabrina Lamberth-Cocca

Telefon +49 711 970-5137
sabrina.lamberth-cocca@iao.fraunhofer.de

Titelbild

© Daniel Berkmann – Fotolia



Der Newsletter »Service Engineering & Management« kann im Internet unter www.dienstleistung.iao.fraunhofer.de oder über service@iao.fraunhofer.de kostenlos abonniert werden. Über diese Seite können auch bereits veröffentlichte Ausgaben (ab 2010) abgerufen werden. Der vorliegende Newsletter ist die 43. Ausgabe.