



Wettbewerbsfähigkeit durch exzellenten Service

Gegen einen Negativtrend helfen am besten neue Ideen. Lorenz Arnold hat einige davon im Köcher. Eine davon ist ein Vorschlag zu einem herausragenden Kundenservice.

7. Juli 2025

Bekanntlich führen viele Wege nach Rom – und womöglich ein paar weniger woandershin. Zur Wettbewerbsfähigkeit im Maschinenbau haben wir bereits zwei gangbare Alternativen identifiziert, einen davon – über Innovationen – jüngst zum Thema eines Beitrags gemacht.

Diese Option ist natürlich nicht neu, sondern naheliegend. Mit zunehmendem Fortschritt wird die Luft für Innovationen allerdings immer dünner, sagt Lorenz Arnold, schließlich setzten die Mitbewerber auf die gleiche Karte. Dies gelte umso mehr, je mehr sich die angebotenen Lösungen einem Standard annähern.

Betrachten wir also einen weiteren Weg zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit: über herausragenden technischen Service, der sich vom Markt abhebt und die Kunden begeistert.

Der Servicegedanke liegt uns Deutschen sehr. Man muss nur in die Bewertungen von Gaststätten oder Freizeiteinrichtungen blicken. Wenn der Service nicht passt, kennen viele Nutzer keine Gnade. Im Umkehrschluss erhalten Unternehmen mit ausgeprägt gutem Service ein ebensolches Feedback. Ergo: Dieser Einsatz zahlt sich offensichtlich aus.

Wie ist das im Maschinenbau? Hier geht es nicht um Freizeit, sondern knallhart ums Geschäft – auf beiden Seiten. Wie kann hier ein exzellenter Service aussehen?

Von der Lieferung über Ersatzteilbeschaffung bis zur Stellung von Top-Personal

Es beginnt bereits bei der Lieferung der Maschine, sagt der MGA-Inhaber. Termintreue heißt das Stichwort. Klare Zusagen machen, Vereinbarungen treffen, verbindlich auftreten! Sollte etwas nicht klappen, ist es entscheidend, dies prompt und ehrlich zu kommunizieren – und eine Lösung anzubieten.

Eine Lösung anbieten kann bedeuten, das etwa durch Lieferverzögerung entstandene Problem des Kunden auf andere Weise zu überbrücken. Beispielsweise könnte der Hersteller mittel- oder unmittelbar Personal zur Verfügung stellen, das die nötigen Produktionsschritte bis zur Inbetriebnahme der Maschine erledigt. Sicherlich ist dies eine teure Lösung, doch andererseits ein außergewöhnlicher Service, der sich im Nachgang – nicht zuletzt in Form von Top-Bewertungen – auszahlen kann.

Als weiteren Servicebaustein nennt Lorenz Arnold eine kompetente Hotline, bei Bedarf rund um die Uhr erreichbar und dies ohne Sprachbarriere. Flankierend dazu könnte auch ein Chatbot als »Navi« eingebunden werden.

Am effizientesten wird der Service also dort, wo er konkrete Probleme löst. »Kunden, denen man aus der Patsche hilft, werden zu wahren Fans«, lautet die Erkenntnis von Lorenz Arnold nach über 30 Jahren Erfahrung im Maschinenbau.

Es dem Kunden möglichst einfach machen

Punkten kann man mit einer funktionierenden Lieferkette, um schnell und verlässlich Ersatzteile beschaffen zu können.



Sinnvoll sein kann unter Umständen eine Bevorratung beim Kunden. Als »High-End-Service« und Bindungsinstrument bringt Lorenz Arnold sogar die Eigenfertigung von Ersatzteilen extra für den Kunden ins Spiel.

Bei solchem Engagement in der Ersatzteilbeschaffung wird die Prämisse zur Selbstverständlichkeit, es dem Kunden möglichst einfach zu machen. Identifizieren, organisieren, beschaffen – Top-Service kann umfassend sein.

Das Tüpfelchen auf dem »i« ist der Einsatz von Servicetechnikern mit Top-Kompetenz beim Kunden. Von der Erstinstallation über die Inbetriebnahme bis zur Verfügbarkeit auf Abruf – nichts überzeugt so sehr wie ein leibhaftiger Mensch mit über das Fachliche hinausgehenden Skills.

MGA beschäftigt eine ganze Reihe solcher »Mehrwertbotschafter«, die überall auf der Welt einsetzbar sind, zumindest in englischer Sprache beraten können und zusätzlich über interkulturelle Kompetenz verfügen. Dies bedeutet, sie haben sich mit dem jeweiligen Land, seiner Geschichte und Kultur vertraut gemacht. Nur so können sie auf den Kunden eingehen, zugleich aber auch mit der nötigen Augenhöhe die Interessen des Maschinenbauers, für den sie unterwegs sind, vertreten, sagt Lorenz Arnold und ergänzt: »Wenn es um fachlich top qualifizierte Servicetechniker mit gewinnendem Auftreten geht, dann ist MGA der designierte Partner des deutschen Maschinenbaus.«

Professionelles Auftreten ist eine Selbstverständlichkeit, aber nicht jedem gegeben

Was professionelles Auftreten ist, darüber hat der MGA-Geschäftsführer klare Vorstellungen. Dieses beginnt mit einem gepflegten Äußeren, sauberer Arbeitskleidung und geht weiter bis dorthin, dass die Werkzeugkiste in ihrem Inneren aufgeräumt aussieht, wenn man sie – womöglich nach langer Flugreise mit mehreren Zwischenstationen – vor den Augen des Kunden öffnet, sagt er.

Auch wichtig: »Der Techniker nimmt sich persönlich zurück, meidet Themen wie Politik und Religion und offenbart Persönliches selektiv. Er kann sich also auf die Zunge beißen, zugleich aber auch persönlich ein gutes Verhältnis zum Kunden aufbauen«, so Lorenz Arnold.

Solch eine Service-Strategie wird allerdings auf Dauer nur erfolgreich sein, wenn der Geist darin echt ist. Der Service muss von innen kommen, von der Herzenshaltung bis zur Bereitschaft, sich immer weiter zu verbessern. Dies erfordert zweifellos eine besondere Charakterstärke mit Empathie und weiteren gewinnenden Eigenschaften.

Warum das Ganze?

»Warum ist gerade der Service so wichtig für die Wettbewerbsfähigkeit?« stellt Lorenz Arnold eine Frage in den Raum und beantwortet sie gleich: »Weil sich gerade die neuen Wettbewerber aus Fernost, sprich aus China, deren »heißer, schnaubender Atem im Nacken« bei den Produkten, also bei den Maschinen, deutlich spürbar ist, mit dieser Art des Service schwertun – nicht in ihrem Heimatmarkt, aber im Rest der Welt – je weiter entfernt, in Kilometern und kulturell betrachtet, umso mehr.«

Im Interesse des deutschen Maschinenbaus plädiert der MGA-Inhaber dafür, diese Chance zu nutzen und darauf zu achten, »hier die Nase vorne zu behalten«, wie er es ausdrückt.

MGA sei geradezu dafür prädestiniert, hierfür einzustehen und einzuspringen. »Bei aller Bescheidenheit: Nach über 25 Jahren im Geschäft wissen wir, worauf es ankommt und was man tun muss, um den deutschen Maschinenbau dabei zu unterstützen, weltweit einen erstklassigen Service anzubieten. MGA steht bei all dem an Ihrer Seite«, schließt Lorenz Arnold seine leidenschaftlichen Ausführungen.

[← Zurück](#)