MGA Ingenieurdienstleistungen GmbH
Die Automatisierungsexperten

Neu bei MGA: Field Service International

Nun ist es offiziell: MGA erweitert sein Portfolio um Leistungen im Field Service – natürlich weltweit.

---

3. November 2026

Field Service – klingt ein bisschen nach Landwirtschaft und Naturschutz, nach Arbeitshandschuhen und Gummistiefeln, oder? Und wenn, was hat das mit MGA zu tun? Bleiben wir in diesem Bild und steigen so in das Thema ein: Bekannterweise wird es bei uns immer trockener. In der Folge leiden gewachsene Ökosysteme, Vertrautes erodiert und verschwindet mit der Zeit. Es entsteht Mangel – oder, noch schlimmer: eine regelrechte Wüste.

Seit mehr als drei Jahrzehnten spricht man darüber, dass sich auch hierzulande eine Wüste ausbreitet: die berühmt-berüchtigte Servicewüste. Zuerst wurden Servicemitarbeiter durch digitalisierten Workflow ersetzt, etwa um Kosten zu sparen, mittlerweile sind ganze Branchen dazu gezwungen, weil keine geeigneten Fachkräfte mehr zu finden sind. Mit KI soll eigentlich alles besser werden, doch wird es das auch?

Soweit zur Servicewüste, doch nun zurück zum Field Service à la MGA! Natürlich zählen botanische Dienstleistungen nicht zum Portfolio des Unternehmens. Trotzdem hat MGA-Inhaber Lorenz Arnold gute Gründe für die Angebotserweiterung.

Field Service: Was ist das genau?

Am treffendsten beschreibt Lorenz Arnold selbst, was man unter Field Service zu verstehen hat: »Das, was die ganze Welt darunter versteht ;-)«.

Ganz konkret fallen unter Field Service folgende – weltweit – buchbaren Dienstleistungen, die sich beim Kunden vor Ort abspielen:

- Wartungen
- Inspektionen mit Identifikation von Ersatzteilbedarfen
- Reparaturen mit Einbau von Ersatzteilen
- Fehlersuche und Störungsbehebung
- Troubleshooting
- Umbauten
- Überholungen
- Optimierung der Maschinenleistung und der Verfügbarkeit
- Erstellung von Wartungsberichten und Servicedokumentationen
- Schulungen für Mitarbeiter des Endkunden (Bediener und Betriebstechnik)

Diese Leistungen sind dem After Sales Service zugeordnet – neben Technical Support, Hotline, Ersatzteilvertrieb und Einigem mehr. Für MGA ist die Erweiterung um die Mechanik etwas Neues, denn »wir waren jetzt fast 30 Jahre – am 1.10.2026 gab es MGA 29 Jahre – rein auf Elektro- und Steuerungstechnik spezialisiert«, sagt Lorenz Arnold.

Warum bietet MGA den Field Service an?

Die Antwort auf diese Frage ist eigentlich recht simpel: Unternehmer zeichnen sich dadurch aus, dass sie etwas unternehmen – in diesem Fall heißt das, dem Wunsch eines besonderen Kunden entsprechend eine wirksame Lösung

MGA Ingenieurdienstleistungen GmbH, Sanderglacisstraße 9a, D-97072 Würzburg
Telefon: 0931-32258-0, Telefax: 0931-32258-33, E-Mail: info@mga-gmbh.com
www.mga-gmbh.com

anzubieten. Konkret: »Wir schicken immer erst einmal einen Mechaniker raus. Einen Elektriker schicken wir nur bei Bedarf hinterher«, sagte der Kunde. Was dabei fehlte, war der Mechaniker.

Bei näherer Betrachtung erkannte Lorenz Arnold erstens, dass der Bedarf im Field Service vor allen Dingen in der Mechanik liegt, und zweitens sah er die Verbindung zur Inbetriebnahme – DER MGA-Domain schlechthin. »In beiden Fällen geht es darum, rund um die Welt bei produzierenden Unternehmen für unsere Kunden, den deutschen Maschinenbau, an Maschinen Hand anzulegen«, kombinierte der MGA-Geschäftsführer.

»Erschwerend« kommt hinzu, dass man bei MGA weiß, wie man die richtigen Leute dafür findet und wie man im Handumdrehen weltweite Reisen organisiert.

Mindestens genauso wichtig wie das Know-how ist ein weiterer Aspekt: Das Field Service-Angebot lohnt sich, strategisch wie monetär. »Natürlich machen wir all das nicht uneigennützig: Wir sehen hier eine Weiterentwicklungsmöglichkeit für MGA, um das Unternehmen breiter aufzustellen und damit dafür zu sorgen, dass es fit für die Zukunft ist«, erklärt Lorenz Arnold seine Entscheidung.

Wer kommt als Field Service-Mitarbeiter in Frage?

Damit das Angebot mit Leben gefüllt wird, benötigt MGA natürlich Mitarbeiter, die gefunden werden wollen, sprich: sich im Anforderungsprofil wiederfinden und in MGA den geeigneten Arbeitgeber erkennen. Damit man sich leichter findet, hat Lorenz Arnold mit seinem Team eine Präsentation erstellt. Darin steht genau, welche Typen und welche Skills gesucht sind:

»Unsere Servicetechniker sind technisch versiert, arbeiten eigenverantwortlich und reisen gerne. Vor Ort erledigen sie die technischen Aufgaben und beraten den Endkunden. Sie haben eine Berufsausbildung als Mechaniker, Mechatroniker oder Elektroniker, Erfahrung im Maschinenbau, sprechen Englisch (neben Deutsch als Muttersprache) und haben stets einen PKW-Führerschein. Servicetechniker von MGA sind es gewohnt, 40 Wochen pro Jahr weltweit im Einsatz zu sein und zwar in Abschnitten von in der Regel bis zu 6 Wochen, bei Bedarf auch bis zu 3 Monaten – oft alleine, aber auch im Team. Damit die Einholung von Visa möglichst reibungsfrei funktioniert, haben alle die deutsche Staatsangehörigkeit.«

Idealerweise verfügen die Mitarbeiter über ein vorzeigbares Auftreten, kommunikatives Geschick und sind flexibel in Bezug auf Änderungen der Einsatzplanung.

Den ersten Mechaniker stellte MGA im Frühherbst 2025 ein, ein Jahr später zählt das Team bereits fünf Köpfe. Und es gibt Arbeit für sie. »Unsere ersten Kunden für den Field Service haben wir in unserem Stammgebiet gefunden: Verpackungsmaschinen«, freut sich Lorenz Arnold.

Wie positioniert sich MGA mit seinem Field Service?

Gerade in Zeiten wie diesen, in denen dem deutschen Maschinenbau droht, im internationalen Wettbewerb weiteren Boden zu verlieren, wird der Service immer wichtiger. »Service dient nicht nur der Kundenbindung, er gilt insbesondere per se als hoch profitabel. Man kann damit kräftige Profite erwirtschaften – eine Chance zur Kompensation, wenn das Neumaschinengeschäft schwächelt«, erklärt Lorenz Arnold. Oder, wie er es in der Präsentation formuliert hat:

»Der internationale Wettbewerb ist in den letzten Jahren für den deutschen Maschinenbau deutlich schärfer geworden. Wettbewerber, insbesondere aus Asien, bieten Maschinen nicht mehr nur günstiger an – sie haben auch technologisch aufgeschlossen. Mindestens. Vor diesem Hintergrund kommt dem Service eine noch höhere Bedeutung zu: Dem Kunden einen erstklassigen Support anzubieten, bewahrt die Chance, weiterhin zur Spitze zu gehören. Als Partner deutscher Maschinenbauer steht MGA an der Seite des Field Service seiner Kunden und stellt eine sichere Lösung dar, um Kompetenz und Kapazität abzusichern.«

MGA Ingenieurdienstleistungen GmbH, Sanderglacisstraße 9a, D-97072 Würzburg
Telefon: 0931-32258-0, Telefax: 0931-32258-33, E-Mail: info@mga-gmbh.com
www.mga-gmbh.com

Wie seine Mitarbeiter in den Stammsegmenten Elektro- und Steuerungstechnik stellt MGA also seine neuen Servicemitarbeiter seinen Kunden situativ zur Verfügung. In diesem Sinne steht MGA mit dem Field Service an der Seite seiner Kunden, stärkt ihre Wettbewerbsfähigkeit und hilft dabei, auch bei Schwächen im Neumaschinengeschäft profitabel zu bleiben.

Bisheriges Fazit

»In vielen Punkten sind die Wettbewerber aus China zwar dabei, uns das Fell über die Ohren ziehen, aber: Aktuell haben sie noch eine ausgeprägte Schwäche im Service, angefangen mit der Aufstellung der Maschinen (also nicht erst im After Sales Service). Daher ist ein First-Class-Service eine Chance für den hiesigen Maschinenbau, sich seiner Haut zu erwehren«, so Lorenz Arnold.

Wobei wir wieder bei der Servicewüste wären. Im Vergleich zu Europa verfügt China über sehr ausgedehnte Trockengebiete, man denke nur an die riesige Wüste Gobi. Zum Thema Service sind also durchaus Parallelen zu erkennen, die die Entscheidung für einen Field Service unterstützen, auch wenn diese anfangs nicht so einfach zu treffen war.

»Ich muss gestehen: Ich habe das Thema Mechaniker lange kategorisch abgelehnt, einfach aus unserem Selbstverständnis als Elektrofirma heraus«, so Lorenz Arnold. Als sich dann aber bei einer Tochter eines Stammkunden ein Bedarf, aber auch eine Chance aufgetan hat, habe er seine Bedenken über Bord geworfen, so der Inhaber von MGA: »Wie das so ist im Leben: Wir haben es dann probiert. Es hat funktioniert, sogar ziemlich gut. Also haben wir uns gesagt: Dann machen wir eben weiter!«

Die Forderung nach Flexibilität gilt also nicht nur für die Bewerber für den Field Service. Das sieht auch Lorenz Arnold, wenn er ergänzt: »Nicht alles im Leben und im Geschäft folgt eben einem Masterplan. Mitunter ist es eine Frage von Gelegenheiten, die sich bieten. Und dann heißt es: Zugreifen oder die Chance an sich vorbeiziehen lassen.« MGA greift lieber zu.

← Zurück