

## 1. USE CASE BESCHREIBUNG

### Ein leistungsfähiges Dienstleistungssystem für die Holzindustrie

PARTNER	ORT	ZEIT/DAUER
CIRIDD	Frankreich	Seit 2017

## 2. HERAUSFORDERUNGEN DER DIGITALEN TRANSFORMATION

### 2.1. UNTERNEHMENSTRANSFORMATION

Das Unternehmen wurde 1977 im Departement Loire in Frankreich gegründet. Es stellt Schneidwerkzeuge für die mechanische Holzindustrie (hauptsächlich Sägeblätter) und Maschinen zur Wartung dieser Werkzeuge her. Das Unternehmen verkaufte Klingen an seine Kunden, ein Modell, das zu einer Deflationsspirale führte, da die Preise die beste und einzige Möglichkeit waren, sich von der Konkurrenz abzuheben. Daher musste das Unternehmen sein Geschäftsmodell überdenken, um einen Weg zu finden, einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil gegenüber den anderen konkurrierenden Firmen zu erreichen. Es war von entscheidender Bedeutung, sich über etwas anderes als den Preis zu differenzieren. Ihre Überlegungen orientierten sich an einer neuen Vertragsgestaltung.

### 2.2. KONZEPTIONELLE TRANSFORMATION

Um sich einem wettbewerbsorientierten Markt zu stellen, entwickelte das Unternehmen ein globales Dienstleistungsangebot. Dieses neue globale Serviceangebot umfasst die Bedarfsanalyse, die Lieferung von Schneidwerkzeugen, die Wartung und die Logistik. Daher beschloss das Unternehmen, sich auf das Customer Relationship Management (CRM) zu konzentrieren.

### 2.2. TECHNISCHE TRANSFORMATION

Im Jahr 2002 brachte das Unternehmen eine revolutionäre Säge-Lösung auf den Markt, die den Namen TCT FORESTILL trug. Diese Sägeblätter halten 5 bis 10 Mal länger als herkömmliche Sägeblätter und ermöglichen es den Kunden des Unternehmens, die Auslagerung der Wartung ihrer Schneidwerkzeuge in Betracht zu ziehen. Diese technologische Differenzierung gab dem Unternehmen die Möglichkeit, ein neues Geschäftsmodell zu testen, das auf der funktionalen Wirtschaft aufbaut. Diese Lösung liegt in der Optimierung der Nutzung oder Funktion von Gütern und Dienstleistungen. Ziel ist es, durch den geringen Verbrauch von Material und Energie einen immer möglichen langfristigen Nutzwert zu schaffen.

Für die Herstellung der Klingen werden viele Primärressourcen und Energie verbraucht, was kostspielig und für das Unternehmen nicht nachhaltig ist, da die Primärressourcen abnehmen.

## 3. LÖSUNG

Das Unternehmen entschied sich für ein neues Geschäftsmodell vom Verkauf von Klingen bis hin zum Verkauf von Lösungen zum Schneiden. Diese Lösungen umfassen eine Diagnose zu, was geschnitten werden soll, die Konzeption und Herstellung der Klingen entsprechend dieser Diagnose, die Ausbildung der Bediener, das Schärfen der Klingen, das Sammeln und Wiederherstellen der Werkzeuge und die Lieferung der expandierbaren Produkte wie Öl. Bei dieser Lösung zahlt der Kunde nicht einmalig für eine Klinge, sondern monatlich entsprechend ihrer Verwendung. Das Unternehmen bleibt Eigentümer der Klingen.

The company opted for a new business model from selling blades to selling solutions to cut . These solutions include a diagnostic of what to cut, the conception and creation of the blades according to the diagnostic, the training of the operators, the sharpening of the blades, the collect and recovery of the tools and the supply of the expandable products such as oil. With this solution the client does not pay one time for a blade but monthly according to its use. The company remains the owner of the blades.

## 4. SCHLÜSELFÄHIGKEITEN UND -KOMPETENZEN

Für die Implementierung dieser Lösung musste das Unternehmen Kommunikationsfähigkeiten entwickeln, um die passende Lösung mit seinen Kunden zu finden und einen starken Kundendienst aufzubauen. Dabei ist das Customer-Relationship-Management ein Schlüssel zur Wertschöpfung. Das Unternehmen musste auch Schulungsfähigkeiten entwickeln, um eine dauerhafte Leistung zu gewährleisten.

## 5. ERGEBNISSE

Dieses neue globale Dienstleistungsangebot führte zu:

- Verbesserung des CRM
- Erhöhung der Kundenbindung
- Verbesserung der Produkt- und Dienstleistungsqualität
- Länger haltbares Produkt: weniger Ressourcen für die Herstellung von Produkten erforderlich
- Die Flexibilität: Die Lösung wird an jeden Kunden angepasst: Steigerung der Kundenzufriedenheit

## 6. SCHLUSSFOLGERUNG UND EMPFEHLUNG

Das Unternehmen ging zu einem Geschäftsmodell über, das auf der funktionalen Wirtschaft basiert. Mit diesem neuen Modell basiert ihre Wertschöpfung nun auf den von ihnen erbrachten Dienstleistungen und nicht mehr auf dem Produkt. Das Unternehmen verkauft keine Klingen mehr,

# Fallstudie



sondern eine Lösung zum Schneiden, die zusammen mit dem Kunden nach seinen Bedürfnissen gebaut wird.

Durch diesen Paradigmenwechsel kann das Unternehmen eine langfristige Beziehung zu seinen Kunden aufbauen. Die Produktion basiert auf dem Bedarf des Kunden, so dass sie nur die notwendigen Werkzeuge herstellen. Dies führt zu einem Rückgang der Produktion, da der Wettbewerb nicht mehr auf der Fähigkeit basiert, große Mengen zu gesetzlichen Preisen zu produzieren. Außerdem liegt es im Interesse des Unternehmens, langlebige Produkte herzustellen, da das Unternehmen Eigentümer der Werkzeuge bleibt.

## 7. QUELLENVERZEICHNIS

- <https://www.eclaira.org/static/the-functional-service-economy.html>

## 8. ANHANG