

# Mit Sicherheit ein perfektes Team

Der Aufbau eines technisch qualifizierten Customer Service ist im Sondermaschinenbau bei häufiger Losgröße 1 eine besondere Herausforderung. Harro Höfliger stellt sich der Aufgabe und überlässt dabei nichts dem Zufall.



**M**anchmal geht es zwischen Jackson Heslop und Heinrich Havenstein ziemlich dynamisch zu. Dann diskutieren die Verantwortlichen für die Bereiche Customer Service und Produktion über die Vielfalt von Kundenanfragen. Lange halten solche Debatten nie an, denn beide beschäftigt dieselbe Frage: Wie können wir unserem Kunden schnell und effizient helfen? „Wenn es der Servicefall erfordert, dann suchen wir professionell nach der richtigen Lösung. Und wir finden sie immer“, erklärt Heinrich Havenstein, Geschäftsführer Produktion bei Harro Höfliger.

Über Jahrzehnte waren es ausschließlich die Mitarbeiter der Produktion, die weltweit die Anlagen beim Kunden aufbauten, in Betrieb nahmen und sich in den folgenden Jahren um den Service kümmerten. „Unsere Kunden haben es geschätzt, im Servicefall stets den Mitarbeiter zu bekommen, der die Anlage gebaut hat. Für sie war das eine Konstante in der agilen Pharmawelt“, sagt Havenstein. Doch mit zunehmender Größe stieß das Modell an seine Grenzen.

Seit 2009 hat das Unternehmen den Bereich Customer Service kontinuierlich ausgebaut. Heute arbeiten bei Harro Höfliger speziell ausgebildete Servicemonteure, die frühzeitig in die Maschinenprojekte eingebunden werden. Im Zuge der Unternehmensstrategie 2020 ist der Service zu einem eigenständigen Bereich geworden, der kontinuierlich wächst. „Eigenständig, aber nicht selbstständig“, betont der Director Customer Service, Jackson Heslop. „Unser Ziel ist es, bei unseren Mitarbeitern so viel Fachwissen aufzubauen, dass sie immer mehr Projekte im Customer-Service-Bereich selbst abwickeln können. Dabei können sie jederzeit auf das Wissen und die Unterstützung der Kollegen aus der Produktion zählen, die oft über ein Jahr lang mit einer Maschine beschäftigt waren.“

Jackson Heslop und Heinrich Havenstein setzen auf gute Zusammenarbeit und einen regen Austausch in der Projektabwicklung. „Auch wenn wir formal in zwei Stränge aufgegliedert sind, ziehen wir immer in die gleiche Richtung“, bringt es Havenstein auf den Punkt.

Illustration: Bernd Schifferdecker

### Die Qualität muss stimmen

In den Aufbau der benötigten Ressourcen investiert das Unternehmen viel Zeit und Geld. „Unsere Kunden brauchen überall auf der Welt einen festen Ansprechpartner, der sich um ihre Belange kümmert. Er bleibt verlässlich am Ball, bis er auf jede Frage eine Antwort liefern kann“, sagt Heslop. Dass diese Ansprechpartner nicht nur kommunikativ, sondern vor allem auch technisch auf dem bestmöglichen Stand sind, stellen umfangreiche Schulungsmaßnahmen sicher.

„Für das Ausland benötigen wir Mitarbeiter beim Kunden vor Ort. Das setzt voraus, dass wir sie vorab auf das hohe Qualitätsniveau von Harro Höfliger bringen“, betont Havenstein. Anwärter absolvieren deshalb eine Ausbildung in der Produktion in Allmersbach, die unter anderem von IHK-Seminaren begleitet wird. Bevor sie ihren Dienst im Ausland antreten, arbeiten die Techniker mindestens sechs Monate in

*„Unsere Kunden brauchen überall auf der Welt einen festen Ansprechpartner, der sich um ihre Belange kümmert.“*



Jackson Heslop,  
Director Customer Service

der Montage mit. Diese praktische Ausbildung an den Anlagen von Harro Höfliger ist Pflicht für alle Bewerber. „Selbst erfahrene Servicetechniker bekommen diese intensive Einarbeitung und lernen unsere Firmenkultur kennen“, begründet Jackson Heslop diese Gründlichkeit.

### Blick in die Zukunft

Mit weiteren Mitarbeitern will Heslop künftig nicht nur das Tagesgeschäft flexibler gestalten, sondern auch neue Services anbieten: „Wir werden unsere Kunden noch aktiver unterstützen.“ Bei regelmäßigen Besuchen sollen die Customer-Service-Mitarbeiter Wartungs- und Reparaturarbeiten ausführen, aber auf Wunsch auch beratend tätig sein – beispielsweise bei der Verwaltung des Konsignationslagers oder der Verschlangung von Prozessen. Das deckt sich mit dem Anspruch, den Thomas Weller, CEO bei Harro Höfliger, an den Customer Service hat: „Wir möchten vom Maschinenanbieter zum Lösungsanbieter werden.“

Illustration: Bernd Schiffendecker, Fotos: Andreas Dalferth, Janine Kyofsky, Tom Philippi

*„Für uns ist die ganzheitliche Wahrnehmung unserer Kunden wichtig und – wie schon immer – der persönliche Kontakt.“*



Heinrich Havenstein,  
Geschäftsführer Produktion

Dazu gehört es, die Produktion unserer Kunden ganzheitlich zu betrachten und ihnen frühzeitig passende Lösungen zu präsentieren.“

### Kundenzufriedenheit als Messlatte

Auch bei Harro Höfliger steigt der Anteil des durch Service generierten Umsatzes in der Relation zum Gesamtumsatz jedes Jahr. Aber das steht für Weller, Havenstein und Heslop nicht im Vordergrund. „Wir unterstützen die Kunden dabei, dass ihre Anlagen zuverlässig laufen. Für uns ist die Kundenzufriedenheit das Maß aller Dinge“, so Weller. Um die zu gewährleisten, hat Jackson Heslop schlüssige Ideen, von denen einige schon umgesetzt sind. Eines der Fokusthemen ist schnelle Hilfe, und die beginnt schon in der Angebots- und Auftragsabwicklung: „Anders als bei einem Produktionsauftrag zählt beispielsweise bei der Ersatzteilbestellung jede Minute. Hier sind wir dran, unsere Prozesse noch schneller und schlanker zu gestalten.“

Für den Servicefall haben die Experten bei Harro Höfliger längst Vorsorge getroffen und gemeinsam mit Partnerfirmen der Excellence United das Service-Portal in Betrieb genommen. Mit dem Remote Service lassen sich via Ferndiagnose viele Fehler lokalisieren und beheben oder auch Wartungen durchführen, ohne dass ein Techniker ausrücken muss.

Besser ist es aber, so Jackson Heslop, es erst gar nicht zu Maschinenausfällen kommen zu lassen: „Viele Herausforderungen im Customer Service sind vorhersehbar. Diesen Blick in die Zukunft wollen wir kontinuierlich schärfen.“ Schon jetzt haben die Kunden über das Service-Portal Zugriff auf einen 3D-Ersatzteilkatalog. In einer individuell für jede Anlage erstellten Ersatzteilliste ist jedes Teil erfasst. Die Liste bewertet den zu erwartenden Verschleiß, die Ausfallwahrscheinlichkeit und deren Auswirkungen. „So können wir unserem Kunden genau sagen, welche Teile er aus taktischer Überlegung bevorraten sollte, um sie schnell ersetzen zu können. Natürlich lässt sich so auch

*„Wir möchten vom Maschinenanbieter zum Lösungsanbieter werden. Dazu gehört es, die Produktion unserer Kunden ganzheitlich zu betrachten.“*



Thomas Weller,  
CEO

die vorbeugende Wartung durch unseren Service besser planen“, so Heslop.

### Zuhören statt analysieren

Nüchterne Kundenbefragungen zur Zufriedenheit kommen weder für Heinrich Havenstein noch für Jackson Heslop in Frage. „Wir suchen prinzipiell das persönliche Gespräch. Checklisten zum Abhaken und Fragebögen sind überhaupt nicht unser Ding. Für uns ist die ganzheitliche Wahrnehmung unserer Kunden wichtig und – wie schon immer – der persönliche Kontakt“, erklärt Havenstein. Thomas Weller stimmt ihm zu: „Wir sind während des gesamten Lebenszyklus einer Anlage starke Partner für unsere Kunden. Wir hören ihnen zu und nehmen sie ernst. So gelingt es uns, Marktführer und dabei menschlich zu bleiben. Das ist uns wichtig.“ ■



Mit dem 3D-Ersatzteilkatalog auf dem Excellence-United Service-Portal ist auch die Suche nach Austauschteilen für hochkomplexe Anlagen ganz einfach.

Weitere Servicefunktionen bietet das Service-Portal, das Jackson Heslop (links) auf einem Tablet erklärt.