

Alles als Service

Früher verbauten Elektrohandwerksbetriebe überwiegend Standardprodukte von der Stange. Dann wuchs der Wunsch des Kunden nach individuellen, maßgeschneiderten Lösungen. Und in der vernetzten, digitalen Welt werden nun Miet- und Leasingmodelle alltagstauglich – und das nicht nur bei Car-Sharing oder Software. Auch in der Gebäude-, Licht- und Sicherheitstechnik tauchen unter dem Begriff »X as a Service« immer öfter Abo-Modelle auf. Die Light + Building sortiert diese Entwicklung 2020 unter ihrem Top-Thema »Pioneering« ein – eine bahnbrechende, wegbereitende Entwicklung wird also für die Branche prognostiziert. Aber was steckt dahinter?

Das Konzept von »X as a Service« – alles als Service – ist recht einfach: Über ein Abonnement kann der Kunde z. B. individuell skalierte Bürobeleuchtung (»Light as a Service«) als Dienstleistung nutzen, ohne die zugehörige Gebäudeausstattung erwerben zu müssen. Das Investment beläuft sich übersichtlich auf eine monatliche Miete statt auf den Ankauf der Infrastruktur. Der Kunde zahlt bei solchen flexiblen Verbrauchsmustern nur für die genutzte Leistung. Zudem ist jederzeit eine Optimierung oder ein Ausbau mit neuer Technik möglich. Das dürfte sich äußerst positiv auf die Entscheidung für moderne, hochwertige Systeme auswirken.

Full-Service-Pakete decken dabei Planung, Installation, Einbindung in die Gebäudeautomation, Wartung und Instandhaltung im Abo-Modell ab. Gleichzeitig können Energieverbrauch sowie Anlagenzustand über das Internet der Dinge überwacht werden. Für den Endkunden bedeuten solche Service- oder Betreiber-Modelle reduzierte Kosten bei bedarfsangepassten Lösungen; für den Hersteller neue Absatzmärkte. Dazwischen kann das Elektrohandwerk seine Möglichkeiten in diesem Markt finden.

Um hier wirtschaftliche Leistungen anzubieten, muss kundennah statt produktorientiert gedacht werden. Ein Vorteil: mit Big Data aus vernetzten Gebäuden lässt sich hier ein enormes Wissen über die Bedürfnisse der Nutzer generieren, welches es für weitere Angebote und Dienstleistungen zu nutzen gilt. Vorausgesetzt, dass das Handwerk als gleichberechtigter Partner Zugriff auf diese Daten erhält. So kann ein guter Service ganz traditionell wieder zur langfristigen Kundenbindung beitragen.

Britta Kalscheuer



Britta Kalscheuer
 britta.kalscheuer@huethig.de
 Tel.: (089) 21 83-8982
 Fax: (089) 21 83-8989

www.elektro.net

Wirtschaftliche Serviceleistungen erfordern Kunden-nähe statt Produktorientiertheit

light+building

8.3. – 13.3.2020
 Frankfurt am Main

light + building

Im März findet wieder die Weltleitmesse für Licht und Gebäudetechnik statt. Ihre Zeitschrift »de« finden Sie an unserem neuen Standplatz in Halle 12.1, Stand C64.

light-building.messefrankfurt.com