

Pressemitteilung

KVD TrendRadar 2024: Fakten und Trends im Service

Neue Technologien und nachhaltige Strategien treiben Wandel voran

Dorsten, 12. November 2024 – Das diesjährige [TrendRadar](#) des [Kundendienst-Verbands Deutschland](#) (Service-Verband KVD) zeigt: Die Servicebranche ist nach wie vor im Wandel. Mit der breit angelegten Befragung zu Trends und Herausforderungen im Service beleuchtete der KVD in Zusammenarbeit mit dem FIR e. V. an der RWTH Aachen dieses Jahr bereits zum vierten Mal die kontinuierlichen Veränderungen der Service-Landschaft und identifizierte zentrale Faktoren, die das zukünftige Service-Business prägen. Dabei zeigt die Umfrage Potenziale, aber auch Risiken und Herausforderungen für die Branche auf. In diesem Jahr lag der Fokus auf den vier Bereichen Mensch und Gesellschaft, Geschäftsmodell und Organisation, Technologie und Daten sowie Umwelt und Nachhaltigkeit.

„Das TrendRadar spiegelt die Diskurse innerhalb unserer Gesellschaft wider“, sagt Carsten Neugrodda, Geschäftsführer des KVD. „Die Ergebnisse zeigen, dass die gegenwärtigen Trends zwar bereits in den Köpfen der Entscheider angekommen sind, es aber oft noch an der Umsetzung konkreter Maßnahmen in der Praxis mangelt. Das gilt insbesondere für die Themen KI, datenorientierte Servicemodelle und Kreislaufwirtschaft, die ein Großteil der Befragten als unverzichtbar für zukunftsfähigen Service ansieht.“

In diesem Jahr nahmen am KVD TrendRadar circa 250 Befragte aus den Mitgliedsunternehmen des KVD, des Kundendienst-Verbands Österreich (KVA) und des Schweizer Kundendienst-Verbands (SKDV) sowie weitere Interessierte über LinkedIn teil. In der Auswertung zeigte sich eine große Branchenvielfalt – neben der am häufigsten genannten Branche Maschinen- und Anlagenbau, waren unter anderem Mitarbeiter aus Consulting und Training sowie Software-Dienstleister vertreten.

Die wesentlichen Erkenntnisse:

- **Mensch und Gesellschaft: Daten und ethischer Umgang mit ihnen im Fokus**
Datenerhebung ist ein wichtiges Thema für die Branche. Um die Qualität des Service konstant zu verbessern, ist es essenziell, gezielt die richtigen Daten auszuwählen, zu sammeln und anschließend auszuwerten. Auch der Schutz personenbezogener Daten steht im Fokus: 82 Prozent der Befragten sprechen sich für hohe ethische Standards im Umgang mit Kundendaten aus. „Vertrauen ist die Basis für erfolgreiche Kundenbeziehungen“, unterstreicht Neugrodda. Dazu

gehört auch, dass die Branche nicht nur gesetzliche Vorgaben einhält, sondern zusätzliche Maßnahmen zur Sicherung des Datenschutzes ergreift.

- **Geschäftsmodelle und Organisation: neue Ansätze für den Service von morgen**

Das Solution-Selling – eine Vertriebsmethode, die exakt auf den Kunden zugeschnittene Gesamtlösungen bietet – ergänzt den bisherigen Produktvertrieb aktuell noch. 77 Prozent der Befragten sind jedoch der Meinung, dass Solution-Selling den klassischen Produktvertrieb in wenigen Jahren als Standard-Modell abgelöst haben wird. Auch die Akzeptanz von Subscription-Modellen wird im TrendRadar deutlich. Nichtsdestotrotz ist zu erkennen, dass die vollkommene Zustimmung zu Subscription-Modellen als unabdingbares Geschäftsmodell bei der diesjährigen Befragung von 28 Prozent auf 18 Prozent sinkt. Grund dafür ist die Komplexität des Geschäftsmodells.

- **Technologie und Daten: der Bedarf von KI**

Die Analyse zeigt, dass die Befragten den Einsatz von KI und AR zunehmend differenziert betrachten. Zwar trauen im Vergleich zum letzten Jahr 14 statt 9 Prozent der Befragten der KI „voll und ganz“ zu, Kunden ein positives Kommunikationserlebnis zu verschaffen, knappe 60 Prozent sind jedoch „eher nicht“ oder „überhaupt nicht“ der Meinung, dass KI den Menschen in diesem Bereich vollkommen ersetzen kann. Dahingegen denkt über die Hälfte der Befragten (62 Prozent), dass KI dem Fachkräftemangel zumindest teilweise und in speziellen Anwendungsfällen entgegenwirken kann. „Der Bedarf an KI-Lösungen bleibt hoch. Die Technologie bietet großes Potenzial, um Fachkräfte zu entlasten und die Servicequalität langfristig zu sichern. Die Herausforderung dabei ist es, die richtigen Einsatzfelder mit Bedacht zu wählen“, so Neugrodda.

- **Umwelt und Nachhaltigkeit: Kreislaufwirtschaft als strategischer Schwerpunkt**

Nachhaltigkeit bleibt ein zentraler Aspekt im TrendRadar 2024: 98 Prozent der Befragten stimmen der These zu, dass Kreislaufwirtschaft der entscheidende Faktor ist, um Nachhaltigkeit wirtschaftlich zu machen. Diese Entwicklung spiegelt das wachsende gesellschaftliche Interesse an zirkulären Geschäftsmodellen wider, die sowohl ökologische als auch wirtschaftliche Vorteile bieten. Denn neben ökologischen Gründen für mehr Nachhaltigkeit im Servicealltag sprechen inzwischen auch Beweggründe wie steigende Rohmaterialkosten und Lieferengpässe für die Einführung einer Kreislaufwirtschaft.

Der Service von morgen: neue Technologien und Nachhaltigkeit im Fokus

Das KVD TrendRadar 2024 zeigt eine zukunftsorientierte, aber auch pragmatische Servicebranche, die bereit ist, sich den technologischen und gesellschaftlichen

Veränderungen anzupassen und praktische Anleitungen zur Umsetzung im Betriebsalltag zu nutzen. Datenschutz, KI, Nachhaltigkeit und neue Geschäftsmodelle stehen dabei im Fokus. Gleichzeitig sind sich die Befragten bewusst, dass einige Lösungen, wie der Einsatz von KI, weiterentwickelt werden müssen, um ihre Vorteile voll auszuschöpfen. „Das TrendRadar zeigt, dass der Service trotz der angespannten wirtschaftlichen Lage offen für neue Trends ist und sich stetig weiterentwickelt“, bestätigt Neugrodda.

Zum vollständigen KVD TrendRadar 2024 geht es [hier](#).

Pressekontakt

Kundendienst-Verband Deutschland (Service-Verband KVD)

Alexandra Engeln

Leitung Marketing und Kommunikation

alexandra.engeln@kvd.de

+49 2362 9873-14

www.service-verband.de

VOCATO public relations GmbH

Sophie Luzia Dittenhauser / Natalie Huberto

sdittenhauser@vocato.com / nhuberto@vocato.com

+49 2234 60198-24 / +49 2234 60198-14

www.vocato.com

Über den KVD

Der im Jahr 1982 gegründete Kundendienst-Verband Deutschland e.V. (Service-Verband KVD) ist Deutschlands größter und bedeutendster Berufsverband für Entscheider und Talente im technischen Service. Er gilt als erste Anlaufstelle rund um das Thema Service und unterstützt Fach- und Führungskräfte dabei, ihr Service-Business innovativ und nachhaltig zu gestalten. Übergeordnete Ziele des Verbands sind es, die Bedeutung von Service zu stärken, die Menschen zu #servicfans zu machen und ihnen ein Netzwerk zum Austausch zu bieten. Der KVD versteht sich dabei als Treiber der Dienstleistungswende, die tiefgreifende Veränderungen in der Zukunft von Unternehmen und damit auch im Verständnis von Service mit sich bringt beziehungsweise bringen muss. Nachhaltigkeit, Kundenzentrierung, Digitalisierung und neue, servicebasierte Geschäftsmodelle sind hierbei die tragenden Säulen.

Das Netzwerk des Verbands setzt sich aus Service-Experten unterschiedlicher Branchen zusammen – vom Maschinen- und Anlagenbau über Medizintechnik, Konsumgüter und Weiße Ware bis hin zu ITK. Start-ups sowie kleine und mittlere Unternehmen aus dem Mittelstand sind ebenso vertreten wie internationale Großkonzerne. Derzeit zählt der Verein mehr als 1.600 Mitglieder. Jährliches Netzwerk-Highlight ist der [KVD Service Congress](#).

Weitere Informationen unter: <https://www.service-verband.de/>

Bildmaterial:



Bild 1: Carsten Neugrodda, Geschäftsführer des Service-Verbands KVD

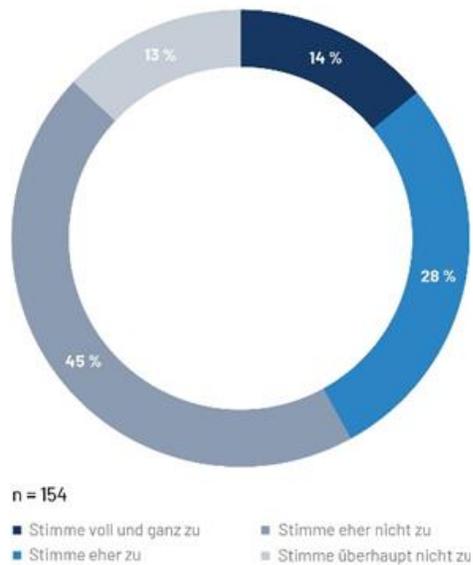
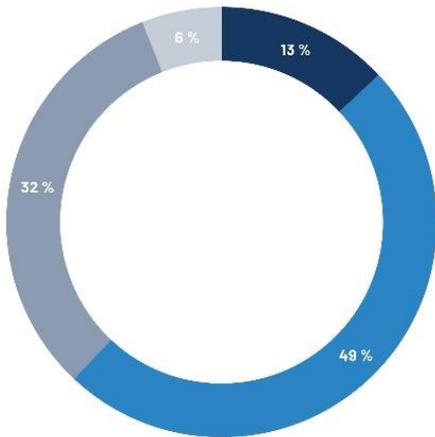


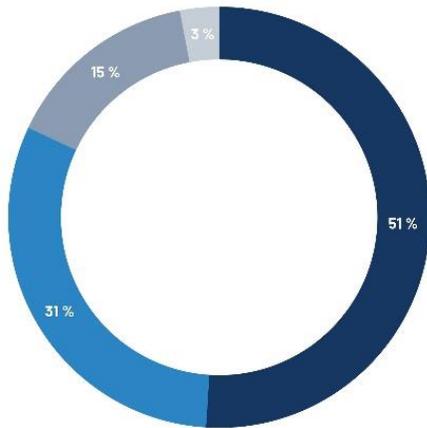
Bild 2: These: „Für das positive Kommunikationserlebnis von Kund*innen spielt es keine Rolle, ob man mit einem Menschen oder einer KI kommuniziert.“



n = 164

- Stimme voll und ganz zu
- Stimme eher zu
- Stimme eher nicht zu
- Stimme überhaupt nicht zu

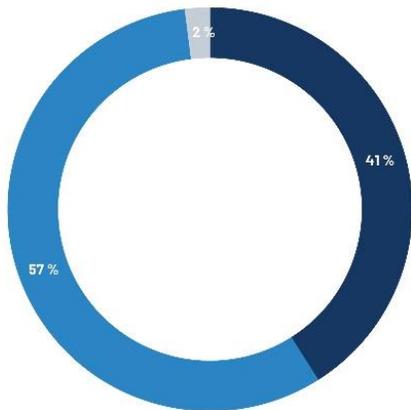
Bild 3: These: „Der Einsatz von KI ist der Schlüssel, um den Fachkräftemangel zu lösen.“



n = 131

- Stimme voll und ganz zu
- Stimme eher zu
- Stimme eher nicht zu
- Stimme überhaupt nicht zu

Bild 4: These: „Ein ethischer Umgang mit Daten der Kundschaft ist wichtiger als der wirtschaftliche Nutzen für das eigene Unternehmen.“



n = 122

- Stimme voll und ganz zu
- Stimme eher zu
- Stimme eher nicht zu
- Stimme überhaupt nicht zu

Bild 5: These: „Kreislaufwirtschaft ist der entscheidende Faktor, um Nachhaltigkeit wirtschaftlich zu machen.“

Bildquelle für alle Bilder: Kundendienst-Verband Deutschland (Service-Verband KVD)