

Standpunkt

Service-Verband KVD: Technischer Service und Vertrieb müssen enger zusammenarbeiten

„Um wettbewerbsfähig zu bleiben, gilt es, alte Strukturen aufzubrechen und Service als Umsatztreiber zu begreifen.“ Carsten Neugrodda, KVD-Geschäftsführer

Dorsten, 31.03.2025 – Um den steigenden Anforderungen der globalen Märkte nach ganzheitlichen Lösungen und Dienstleistungen Rechnung zu tragen und wettbewerbsfähig zu bleiben, hält der [Kundendienst-Verband Deutschland e.V.](#) (Service-Verband KVD) einen strukturellen Wandel in Unternehmen für zwingend erforderlich. „Service und Vertrieb müssen enger zusammenarbeiten, damit Unternehmen nachhaltig erfolgreich bleiben. Wer Service nur als Kostenfaktor und Vertrieb als isolierte Umsatzmaschine betrachtet, wird langfristig scheitern“, sagt Verbandsgeschäftsführer Carsten Neugrodda.

Dass die Wertschätzung für den technischen Service in den Unternehmen zunimmt, belegen die Ergebnisse des jüngsten [KVD TrendRadar](#): 73 Prozent der Unternehmen sehen die Messung des Servicenutzens als zukünftigen Standard; eine Steigerung von 12 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. „Doch auch wenn Service vermehrt und zu Recht als entscheidendes Differenzierungsmerkmal verstanden wird, agieren Vertrieb und Service in vielen Unternehmen noch nicht auf Augenhöhe. Dabei liegen hier enorme Potenziale für nachhaltiges Wachstum“, so Neugrodda.

Der Service-Verband KVD sieht in einer engen Zusammenarbeit zwischen technischem Service und Vertrieb drei entscheidende Vorteile:

- 1. Vertrauensaufbau durch exzellenten Service:** Kunden, die sich gut betreut fühlen, sind loyaler und bereit, mehr zu investieren.
- 2. Daten als Wettbewerbsvorteil:** Service-Teams haben direkten Kundenkontakt und erkennen frühzeitig Bedarfe. Diese Informationen können den Vertrieb gezielt unterstützen.
- 3. Vom Verkäufer zum Berater:** Erfolgreiche Unternehmen nutzen Service-Daten, um Kunden passgenaue Lösungen anzubieten – ein strategischer Vorteil im Markt.

Neugrodda: „Zusammengefasst geht es darum, Bedürfnisse zu erkennen, dem Kunden echten Mehrwert zu bieten und den Vertrieb mit wertvollen Informationen zu versorgen. Erfolgreiche Unternehmen integrieren daher Service-Mitarbeiter gezielt in den Vertriebsprozess und statten sie mit dem nötigen Wissen und den passenden

Werkzeugen aus.“ Erfolgsabhängige Anreizsysteme, die nicht nur kurzfristige Verkaufsabschlüsse, sondern auch den nachhaltigen Mehrwert durch exzellenten Service berücksichtigen, sind laut KVD eine logische Konsequenz.

Die aktuelle Ausgabe des Fachmagazins „ServiceToday“ steht unter dem Titelthema „Service Sells“. Weitere Informationen [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 / Verena Schmorleiz

sdittenhauser@vocato.com / vschmorleiz@vocato.com

+49 2234 60198-24 / +49 2234 60198-15

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 #servicefans 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.

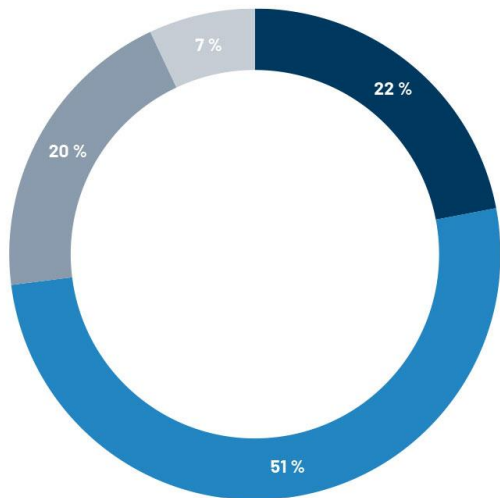
Das Netzwerk des Verbands setzt sich aus Service-Experten unterschiedlicher Branchen zusammen – vom Maschinen- und Anlagenbau über Medizintechnik, Konsumgüter und Weiße Ware bis hin zu ITK. Start-ups sowie kleine und mittlere Unternehmen aus dem Mittelstand sind ebenso vertreten wie internationale Großkonzerne. 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: Carsten Neugrodda, Geschäftsführer des Service-Verbands KVD



n = 136

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

Grafik: These des KVD TrendRadar: „Innerhalb der nächsten fünf Jahre werden alle Unternehmen ihren Servicenutzen messen. Das dazugehörige Pricing wird über das Value-based Pricing erfolgen.“

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