

TITELTHEMA WERTSCHÖPFUNGSPOTENZIALE DURCH EVERYTHING-AS-A-SERVICE

FLS und mobileX bündeln Kräfte

Zwei KVD-Förderkreispartner bündeln ihre Kräfte: Die mobileX GmbH und FLS – FAST LEAN SMART agieren seit einigen Wochen unter dem Dach der Solvares Group. Mit der Integration der mobileX GmbH reagiert die Solvares Group auf die steigende Nachfrage nach mobilen Lösungen und vernetzten, durchgängigen Prozessen zwischen Innen- und Außendienst. Die Kunden der Solvares Group sollen dabei insbesondere von Synergien zwischen mobileX und eben FLS profitieren. Wie das aussehen kann, dazu hat **ServiceToday**-Redakteur Michael Braun mit Christoph R. Hartel, Chief Commercial Officer der Solvares Group, und Hannes Heckner, Geschäftsführer der mobileX GmbH, gesprochen.

Michael Braun: FLS und mobileX haben sich unter einem Dach zusammengefunden. Wie kommt es zu dem Zusammenschluss innerhalb der Solvares Group?

Hannes Heckner: Wenn man sich die Solvares Group gut anschaut, dann findet man hier mit FLS salopp formuliert den besten Anbieter für Tourenoptimierung. Und wir als mobileX verstehen uns schon als einen der besten Anbieter für mobile Lösungen und Einsatzplanung. Und wenn man das jetzt addiert, dann entsteht ein einzigartiges Paket, dessen Inhalte noch besser zusammen passen als wir es am Anfang überhaupt zu träumen gewagt haben. Und das fängt schon bei den Menschen an, sie ticken wirklich extrem ähnlich auf beiden Seiten.

Christoph Hartel: Aus Kundensicht konnte etwas Besseres gar nicht passieren, weil das Zusammenspiel dieser beiden Produktportfolios eine herausragende Rolle im Field-Service-Management-Markt in Zukunft spielen wird. Wir können unsere Entwicklungspower bündeln, Zukunftsthemen wie KI gemeinsam angehen.

Michael Braun: Und es gibt ja weitere starke Partner in der Gruppe...

Christoph Hartel: Das ist richtig, gerade wenn Sie auch an Logistik und Supply Chain denken, wo mit den jüngsten Zukäufen wie mit Städler und Opheo schon ein sehr starkes Offering entstanden ist. Doch für viele Kunden, die sozusagen sowohl im Service als auch in der Logistik unterwegs sind, wird sich ein noch größerer Mehrwert ergeben. Ziel ist es, mit der Gruppe die Bedürfnisse der Kunden in diesem Feld ganzheitlich abzudecken. Und wir freuen uns sehr, uns jetzt im Field Service Segment, dem Startpunkt der Gruppe, deutlich verstärkt zu haben.

Michael Braun: Im Prinzip wäre es doch auch eine Option gewesen, die Bausteine, die jetzt durch mobileX hinzugefügt worden sind, selbst zu entwickeln. Wo sehen Sie Synergien bei dem jetzt eingeschlagenen Weg?

Christoph Hartel: Eine spannende Frage. Blicken wir auf unsere Philosophie: Unser Anspruch ist es, dass sich die Gruppe ausschließlich aus Unternehmen zusammensetzt, die einen ganz klaren Anspruch haben, Qualitätsführer in ihrem jeweiligen Markt zu sein. Und im Service-Markt haben in den letzten Jahren sehr viele Anbieter ver-

sucht, in diesem Markt mitzuspielen, auch viele große Plattformen. Aber was die mobileX auszeichnet ist, dass sie genau in diesem wichtigen Markt über Jahrzehnte Erfahrung gesammelt hat. ‚Was brauchen die Kunden, damit sie richtig gut arbeiten können?‘ Das ist eine Leitfrage, die die Portfolio-Gestaltung meiner Ansicht nach geprägt hat – der sehr starke, durchdigitalisierte Service-Prozess mit einer wirklich guten mobilen Lösung und allem, was dazu gehört – wie die starke Integrationsfähigkeit oder die Unterstützung beim Lösen von Herausforderungen. Felder also, die nicht so einfach kopierbar sind. Man benötigt extrem gutes Branchen-Know-how, aber auch sehr viel Forschungs- und Entwicklungskompetenz. Insofern war die Entscheidung an der Stelle sehr klar, dass es nicht möglich sein würde, auch nur annähernd eine so ausgereifte professionelle Lösung auf den Markt zu bringen wie mobileX sie entwickelt hat.

Hannes Heckner: Das gilt übrigens auch umgekehrt – es ist vor allem die Geschwindigkeit in Sachen Entwicklung: Wenn man selber baut, dauert es immer länger und es ist nicht automatisch besser. Und deswegen ist die Kombination von FLS und mobileX auch so spannend und so sinnvoll. FLS und mobileX sind lange Jahre Akteure im Field Service – und ich habe von meiner Seite aus schon immer gesagt, dass man in Sachen Touren-Optimierung nichts Besseres finden wird als FLS. Ich kann ganz ehrlich sagen, dass wenn wir in einem Pitch waren, wir immer großen Respekt vor FLS hatten.



Hannes Heckner, mobileX GmbH

Michael Braun: *Werden denn beide Namen weiter im Markt präsent bleiben? Man könnte ja beide Profile weiter schärfen.*

Christoph Hartel: Genau das ist die Idee: Beide Firmennamen stehen für ihre jeweilige Kompetenz im Markt, das werden wir weiter leben. Ich möchte noch nicht zu viel verraten an der Stelle, aber natürlich wird sich in den nächsten Jahren auch noch einiges tun, was wir Richtung Optimierung und Portfolio-Entwicklung planen. Aber: Beide Marken werden auf jeden Fall weiterhin ihre Bedeutung haben. Wir entscheiden uns also ganz bewusst, nicht alles unter der Dachmarke direkt als Produkte anzubieten. Die Gruppe bildet die starke Klammer, aber für die einzelnen Felder sind wir weiter mit den jeweiligen Produkt-Marken präsent, positioniert mit unterschiedlichen Schwerpunkten.

Michael Braun: *Herr Heckner, ist das dann für Sie auch ein emotionales Thema gewesen? Sie sind ja auch Mitgründer von mobileX, Sie haben das Unternehmen zusammen mit Partnern aufgebaut, so dass man sich schon vorstellen kann, dass neben den reinen sachlichen Themen auch emotionale Aspekte eine Rolle gespielt haben.*

Hannes Heckner: Das haben Sie schon sehr gut angesprochen. Natürlich ist das ein emotionales Thema. Wäre komisch, wenn es nicht so wäre, aber ich sehe das aus dieser Perspektive: mobileX ist das Baby, das jetzt groß geworden ist und erwachsen wird. Und jetzt ist es das Beste für das Baby, dass es sozusagen in eine Familie kommt, die sehr erfolgreich ist und wo es gut aufgehoben sein wird. Aber klar, das Herzblut hängt da dran. Und das merken die Kunden übrigens auch – eben dass es nicht nur einfach eine Firma ist. Und das lebt in der neuen Gemeinschaft weiter.

Michael Braun: *Wenn wir auf diese Gemeinschaft schauen, wie kann man sich das Zusammenleben jetzt konkret vorstellen? Wie arbeiten Sie zusammen?*

Christoph Hartel: Wir sind jetzt schon dabei, einiges umzusetzen. Zum Beispiel führen wir die Produktentwick-

lung sehr stark zusammen, eben aus den verschiedenen Stärken, um ein voll integriertes, sehr nahtloses Gesamtportfolio entstehen zu lassen, das Ganze entsprechend auch in der Vermarktung. Die Stärke liegt ja gerade darin, eben nicht verschiedene Einzelteile zu haben, sondern eine voll integrierte Gesamtlösung aus einer Hand.

Und man merkt auch schon: Es mischt sich sehr zwischen beiden Unternehmen. Man stellt fest, dass sich beide kulturell sehr nahe sind. Die Menschen bei FLS und mobileX zeigen von sich aus sehr stark eine Tendenz, zusammenarbeiten zu wollen, weil sie sich sowohl für das Thema und für ihre jeweiligen Kompetenzen begeistern, aber eben auch dieses gemeinsame Bild sehen, was jetzt entstehen soll.

Michael Braun: *Zumindest räumlich gibt es ja eine Distanz – mit FLS oben im Norden und mobileX im Süden. Wenn wir jetzt auf das Thema Fachkräftemangel schauen, das ja jeden bewegt, sind dann diese beiden weit entfernten Standorte in der Synergie auch ein Vorteil?*

Christoph Hartel: Definitiv! Fachkräftemangel ist für uns als Gruppe und für alle Unternehmen in der Gruppe seit Jahren ein ganz großes Thema. Wir verfügen inzwischen über zehn Standorte in Europa und sind da tatsächlich auch sehr durchlässig. Uns geht es um Menschen, die sehr gut sind in dem, was sie tun, die aber auch kulturell in unsere Gruppe passen. An welchem der Standorte sie am Ende sitzen – auch einfach im Home Office oder in einer Hybrid-Lösung – da sind wir tatsächlich sehr flexibel und damit auch sehr erfolgreich. Und aus FLS-Sicht kann man sagen: Mit München als mobileX-Heimat kommt natürlich ein sehr attraktiver Standort hinzu.

Michael Braun: *Das Thema Personal samt der Art und Weise, wie wir arbeiten, ist auch im KVD ein wichtiges Thema. Wir betrachten das im Kontext der Dienstleistungswende, wo es zudem um Themen geht wie Nachhaltigkeit, neue Geschäftsmodelle, Kundenorientierung und Digitalisierung. Wie blicken Sie auf das Thema Nachhaltigkeit, auch gerade in dem sozia-*



Christoph R. Hartel, Solvares Group

len Schwerpunkt?

Hannes Heckner: Für viele unserer Kunden ist das ein ganz großes Thema: Wie schaffe ich es, in einem wachsenden Geschäft mit immer mehr Aufträgen immer mehr Bedarfe meiner Kunden zu bedienen, wenn ich es gleichzeitig nicht mehr schaffe, in der gleichen Geschwindigkeit Personal zu rekrutieren, wie ich es eigentlich bräuchte. Eine Antwort darauf ist, die Effizienz zu steigern, und dann eben auch die Mitarbeiterbindung stark zu bedienen. Ich möchte meine Mitarbeiter motivieren, das Arbeitsumfeld so angenehm und so positiv wie möglich zu gestalten – und darauf zahlt im technischen Service eine gute Field Service Lösung ja auch sehr stark ein, gerade beim Planungsprozess mit Blick auf Service-Einsätze. Wie schaffe ich es zum Beispiel, möglichst wenig Zeit zu verschwenden mit sinnlosen Fahrten, Staus oder der Suche nach Dokumentation? Nachhaltigkeit und Mitarbeiterbindung, das sind alles Themen, die uns selbst schon länger begleiten, aber auch erkennbar immer noch relevanter werden für unsere Kunden.

Christoph Hartel: An diesen Themen werden wir arbeiten, und das wird man auch an der spannenden, zeitnahen Weiterentwicklung des Portfolios sehen können.



TITELTHEMA