Trendinterview

Thomas Seiler/SKDV zur «maintenance Schweiz 2026», 26. bis 27. August 2026, Messe Zürich:

Zitat1:

«Ohne Service und Instandhaltung keine Nachhaltigkeit.»

Zitat 2:

«Der Mensch ist und bleibt zentral.»

Zitat 3:

«Servicetechniker:innen haben eine grosse Zukunft.»

Zitat 4:

«KI ist ein Hebel, kein Risiko.»

Der Schweizer Service Verband (SKDV) gilt als das führende Schweizer Netzwerk für Fach- und Führungskräfte im technischen Kundendienst. Mit rund 200 Mitgliedern in der Schweiz und starken internationalen Partnerschaften – darunter die Swissmem Academy, die Technische Kundendienst Kammer TKK, die ZHAW, der deutsche KVD sowie der österreichische KVA – setzt sich der

Verband für Servicequalität, Innovation und praxisnahe Weiterbildung ein. An der «maintenance Schweiz 2026» vom 26. bis 27. August in der Messe Zürich ist der SKDV erneut als Verbandspartner präsent. Im Trendinterview spricht Präsident Thomas Seiler über die grossen Trends im Schweizer Serviceumfeld, die Rolle von künstlicher Intelligenz, den Wert des Aftersales in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten und die Frage, ob «ServicetechnikerIn» ein Beruf mit Zukunft ist.

Reinach/Zürich, 04.06.2026

Herr Seiler, der SKDV verbindet seit Jahren Fach- und Führungskräfte im technischen Kundendienst. Was sind heute die zentralen Kernaufgaben des Verbands?

Thomas Seiler: Wir verstehen uns als branchenübergreifendes Verbindungsglied im technischen Kundendienst – ein Ort, an dem man sich branchenübergreifend offen austauschen kann. Was mich immer wieder fasziniert: Kundendienst und Service stellen in jeder Branche die gleichen Grundfragen. Ob Industrie, Medizintechnik oder Gebäudetechnik – die Themen sind vergleichbar, die Herausforderungen ähneln sich. Das ist der eigentliche Mehrwert unseres Netzwerks. Natürlich sind wir auch direkt für unsere Mitglieder da und unterstützen sie in allen Verbandsfragen – von der Weiterbildung über den Erfahrungsaustausch bis hin zur Interessenvertretung gegenüber der Branche.

Welche Neuigkeiten oder strategischen Weiterentwicklungen dürfen die SKDV-Mitglieder und die Servicebranche 2026 erwarten – und was sollten auch Instandhaltungs- und Servicedienstleister kennen?

Das prägende Thema ist zweifellos die künstliche Intelligenz. KI hat einen gewaltigen Einfluss auch auf unsere Branche, was bei manchen durchaus auch Unsicherheit auslöst. Strategisch sehen wir es als unsere Aufgabe, KI nicht als Bedrohung, sondern klar als leistungsfähiges Werkzeug zu positionieren. Wer KI als Assistenten begreift, kann damit schneller, präziser und effizienter im Service und in der Instandhaltung werden. Gerade in der Instandhaltung zählt Geschwindigkeit: Je rascher eine Maschine wieder läuft, desto besser ist das für den

Produzenten oder Betreiber. Unsere Botschaft an die Branche lautet deshalb: Nutzt KI aktiv, macht euch damit vertraut – sie ist ein Hebel, kein Risiko.

Wie kommt KI konkret in der Weiterbildung zum Tragen?

KI ist in der Aus- und Weiterbildung ein ausserordentlich wertvolles Hilfsmittel, aber man muss es richtig einsetzen. Der Lerntransfer ist dann herausfordernd, wenn KI gleichzeitig auf der Seite der Lernenden und der Anbieter steht. Nehmen wir unser Beispiel: den neu lancierten Lehrgang für Leiterinnen und Leiter Technischer Kundendienst. Dort arbeiten wir heute fast ausschliesslich mit Simulationen. Wir bilden reale Situationen mit Unterstützung von KI aus dem Berufsalltag nach und machen diese für die Teilnehmenden unmittelbar erlebbar. Es geht darum, die Lernenden bestmöglich auf das vorzubereiten, was sie draussen in der Praxis erwartet. Kompetenzen sind gefragt wissen ist abrufbar und steht nicht mehr im Fokus der Bildung.

KI ist darüber hinaus ein fester Bestandteil der höheren Fachprüfung «Leiter:in Technischer Kundendienst mit eidgenössischem Diplom», oder?

Absolut. Das beginnt bei der digitalen Ausbildung und Kompetenzförderung: Wie gehen wir in der eigenen Organisation mit KI um? Welche Daten dürfen wir herausgeben, welche nicht? Das sind zentrale Fragen, die wir gemeinsam mit unseren Teilnehmenden erarbeiten. Gleichzeitig setzen wir KI didaktisch ein, um die Ausbildung selbst zu verbessern und lebensnaher zu gestalten. Beides gehört untrennbar zusammen.

Haben Sie dazu ein konkretes Praxisbeispiel?

Sehr gerne. Ich bringe eines aus meinem eigenen Alltag. Ich rief meinen Telekomanbieter an, weil die Wiedergabe meines Fernsehers immer wieder stockte. Am Telefon meldete sich ein KI-Bot, der freundlich nach dem Problem fragte. Ich schilderte das Bildruckeln – und die Antwort kam prompt: «Super, schalten Sie einfach die Lautstärke lauter, dann wird es wieder funktionieren.» Danach wurde aufgehängt… Das ist ein Extrembeispiel, aber es zeigt pointiert, worum es geht: KI muss so eingesetzt werden, dass sie Kunden wirklich weiterhilft und nicht verärgert. Der Mensch bleibt zentral. Sinnvoll und bereits weitverbreitet ist KI heute im Bereich der Erstdiagnose am Telefon, in der Einsatzplanung und Disposition von Servicetechnikern, in der internen Ausbildung sowie im Wissensmanagement: Wenn

technische Dokumentationen, Maschinendaten und Bauteillisten auf verschiedenen Plattformen verteilt sind, kann KI diese zusammenführen und dem Techniker direkt im Feld die passende Antwort liefern. Das funktioniert in zahlreichen grossen Unternehmen bereits heute.

Weiterbildung ist ein Kernanliegen der Mitglieder des Schweizer Service Verbands. Mit dem revidierten modularen Lehrgang zur höheren Fachprüfung «Leiter:in Technischer Kundendienst mit eidgenössischem Diplom» haben Sie an der «maintenance Schweiz 2025» ein eindeutiges Signal gesetzt. Wie wird dieses Angebot von der Branche aufgenommen?

Der Weiterbildungsdschungel ist gross – und gerade deshalb ist diese Spezialisierung so bedeutend. Wir erleben in zahlreichen Unternehmen, dass der Service an Bedeutung gewinnt und sich der Aftersales zur strategischen Priorität entwickelt. Aber die Führungskräfte darin sind zumeist langjährige Mitarbeitende, die vom Servicetechniker in die Leitungsfunktion aufgestiegen sind – ohne eine formale betriebswirtschaftliche oder Führungsausbildung absolviert zu haben. Das schliessen wir mit diesem Lehrgang. Wer unter Druck liefern, wirtschaftliche Entscheidungen treffen und ein Team führen muss, braucht fundiertes Know-how. Hinzu kommt die Nachfolgethematik: Erfahrene Serviceleiterinnen und Serviceleiter gehen in Pension und ihre Nachfolgerinnen und Nachfolger müssen rasch auf dieses Niveau gebracht werden. Unser modular aufgebauter Lehrgang ist flexibel einstiegsfähig. Genau das braucht die Praxis.

Service wird zunehmend digital: Field-Service-Management, IoT, KI-/datengestützte Diagnose, Remote Support, Smart Maintenance. Wie gelingt es dem SKDV, die Brücke zwischen Industrie, Technologie und IT/KI für seine Mitglieder praxisnah zu bauen?

Wir haben uns diese Frage selbst gestellt und unser Veranstaltungsformat daraufhin grundlegend neu definiert. Was wir heute anbieten, folgt einem klaren Bild: dem Baum. Die Wurzeln stehen für die Kernkompetenzen, die jede Fach- und Führungskraft im technischen Kundendienst braucht – sei es im Bereich KI, in den Soft Skills, in der Betriebswirtschaft oder in der Förderung der Mitarbeitenden. Wir stellen nicht mehr Best-Practice-Beispiele auf die Bühne, die am nächsten Tag für die Mehrzahl der Teilnehmenden nicht übertragbar sind. Unser Ziel ist ein anderes: Bei jeder Veranstaltung nehmen die Teilnehmenden einen direkt

anwendbaren Impuls mit – ein konkretes Blatt dieses Baums, das sie sofort in ihrem eigenen Unternehmen einsetzen können. Weg vom Zuschauen, hin zum Anwenden.

«Service ist Verkauf.» Dieser Satz klingt einfach, setzt aber ein Umdenken in zahlreichen Unternehmen voraus. Wie kann der technische Kundendienst aktiv zur Umsatzsteigerung beitragen?

Es braucht dafür Fachleute im Kundendienst, die betriebswirtschaftlich denken und Business-Cases im Service konsequent entwickeln können. Das führt uns erneut direkt zur Aus- und Weiterbildung. Aber lassen Sie mich den Gedanken «Service ist Verkauf» weiterentwickeln: Wir sprechen heute immer öfter von Aftersales also alle Interaktionen mit den Kunden nach dem Verkaufsabschluss. Das heisst, nach dem Erstverkauf betreut der Service die Anlage von der Inbetriebnahme bis zum End-of-Life und verkauft anschliessend das nächste Gerät. Ein Sprichwort mit Weisheit: «Die erste Anlage verkauft der Vertrieb, die zweite und dritte verkauft der Service» weil es über Jahre hinweg die Beziehung zum Kunden gepflogen hat. Diese Beziehungsstärke ist der entscheidende Faktor. Und wirtschaftlich ist Service ohnehin in der Regel attraktiver als der Erstverkauf: Im Service lässt sich in der Regel eine höhere Marge erzielen – wenn man es richtig anstellt.

In wirtschaftlich herausfordernden Zeiten gerät der Aftersales-Bereich regelmässig unter Druck oder wird plötzlich zur strategischen Priorität. Was beobachten Sie gerade in der Schweizer Industrie und was ratet ihr euren Mitgliedern?

Das Muster kennt das Management grundsätzlich: Wenn der Verkauf stockt, springt der Aftersales ein. Der Service läuft, denn er liefert konstant Ertrag, während das Neugeschäft schwächelt und Anlagen beziehungsweise Systeme länger betrieben werden als geplant. Also ist in der «Krise» der Kundendienst oft derjenige Bereich, der das Unternehmen über Wasser hält. Die aktuelle wirtschaftliche Lage ist in diesem Zusammenhang nicht pauschal zu beschreiben: Es gibt Branchen, die stark unter Druck stehen, und andere in der Schweiz, die davon kaum etwas spüren. Meine eindeutige Überzeugung ist: Man sollte den Service nicht erst dann stärken, wenn die Krise schon da ist. Wer den Aftersales in guten Zeiten konsequent aufbaut – profitabel, skalierbar und mit einem starken Stellenwert in der Unternehmensführung – ist in schwierigen Zeiten schlicht widerstandsfähiger. Genau dabei begleitet der SKDV seine Mitglieder.

Hat der Beruf «Servicetechniker:in» Zukunft? Oder verändert er sich so grundlegend durch Digitalisierung und KI, dass wir eigentlich über einen neuen Beruf sprechen müssen?

Ich bin überzeugt: Das Berufsbild Servicetechniker:in hat eine grosse und erfolgreiche Zukunft. Er ist der Allrounder schlechthin: mechanisch, elektrisch, pneumatisch, hydraulisch, IT-seitig und Botschafter der Marke beim Kunden. Er ist derjenige, der beim Kunden vor Ort ist, wenn es nicht läuft, präsentiert Lösungen und beruhigt Kunden. Und gerade weil immer mehr automatisiert und digitalisiert wird, werden immer mehr Fachkräfte benötigt, die dieses Feld verstehen und beherrschen. Was mich nachdenklich stimmt, ist ein anderes Phänomen: Das 360-Grad-Denken – das ganzheitliche, systemübergreifende Verständnis – nimmt tendenziell ab. Immer mehr Menschen fokussieren ausschliesslich auf ihr Spezialgebiet, was den Service langfristig noch weiter herausfordert. Ich sehe jedoch einen Gegentrend: Die Branche erkennt, dass sie den/die Servicetechniker:in wieder breiter aufstellen muss – als empathischen Generalisten mit Tiefenwissen. Dies unterstützen wir mit Aus- und Weiterbildungsangeboten gemeinsam mit unseren Partnern.

Der SKDV pflegt enge Partnerschaften – national mit Swissmem, der TKK und weiteren, international mit dem KVD in Deutschland und dem KVA in Österreich. Was bringt dieses Netzwerk der Servicebranche konkret?

Unsere Partnerschaften verfolgen ein eindeutiges Ziel: Wir fördern die bedarfsgerechten Aus- und Weiterbildungen gemeinsam mit unseren Partnern, um unseren Mitgliedern heute und in Zukunft motivierte Fachkräfte zu stellen und gemeinsam mit dem Netzwerk den exzellenten Service zu stärken. Der Begriff «ServicetechnikerIn» ist heutzutage ein Oberbegriff – darunter gibt es eine Vielzahl von Spezialisierungen, von der Weisswarebranche über Heizung und Klima bis hin zu Aufzügen oder Tür-und-Tor-Systemen. Wir unterstützen diese Entwicklung aktiv. Was mich allerdings beschäftigt, ist die Frage der Geschwindigkeit: Die Wirtschaft entwickelt sich rasend schnell, aber Lehrplanentwicklungen dauern in der Schweiz in der Regel mehrere Jahre. Wir brauchen mehr Agilität in der Bildungsentwicklung, damit die Ausbildung nicht hinter den Marktanforderungen herläuft. Das ist ein Thema, das uns gemeinsam mit unseren Partnern intensiv beschäftigt.

Die Nachwuchsförderung gilt branchenübergreifend als Dauerthema. Wie gelingt es, junge Menschen für den technischen Kundendienst zu begeistern?

In enger Zusammenarbeit mit unseren Mitgliedern und dem Bildungsinstitut Fachschule für Technischen Kundendienst fstkd.ch wurde ein Weiterbildungslehrgang «Servicetechniker mit Verbands-Diplom» erarbeitet – branchenunabhängig, modular und offen für alle Fachgebiete. Man kann den Beruf «Servicetechniker» in der Schweiz heute zwar nicht als Erstausbildung erlernen, aber man kann sich auf dem Feld weiterentwickeln, statt zwangsläufig ins Büro zu wechseln. Wir setzen in diesem Zusammenhang stark auf Soft Skills: Im Service hat man immer mit Menschen zu tun – beim Kunden vor Ort, wenn die Anlage steht und der Kunde verärgert ist. Man muss sich klar ausdrücken, Vertrauen aufbauen, unter Druck ruhig bleiben und sich selbst organisieren können. Das müssen wir trainieren. Darüber hinaus bietet der Aussendienst für junge Menschen eine echte Attraktivität: Man ist selbstständig unterwegs, löst jeden Tag andere Probleme, ohne den Vorgesetzten direkt im Nacken. Diese Freiheit ist ein echtes Argument, und das sollten wir als Branche selbstbewusster nach aussen kommunizieren.

Vom 26. bis 27. August 2026 ist der SKDV an der «maintenance Schweiz» in Zürich erneut als Verbandspartner dabei. Was dürfen Besucherinnen und Besucher vom SKDV erwarten und warum lohnt sich der Weg nach Zürich?

Ich möchte noch nicht zu viel verraten, aber kommen sie vorbei, es lohnt sich. Konkret werden wir das Programm der «maintenance Talks» aktiv mitgestalten – gemeinsam mit starken Partnern wie der ZHAW und weiteren Hochschulen. Unser Motto: Gemeinsam den Service von morgen gestalten: Wir bringen aktuelles Hochschulwissen direkt auf die Messebühne, verknüpft mit konkreten Praxisbeispielen, die zeigen, wie Theorie in Unternehmen wirklich funktioniert. Von der Hochschule zur gelebten Praxis – das ist unser Anspruch. Und wer beim SKDV-Stand vorbeischaut, trifft Serviceprofis, die sich mit Leidenschaft austauschen. Bei einem guten Gespräch – und vielleicht auch einer Stärkung – entstehen in aller Regel die besten Impulse für den Arbeitsalltag.

Was ist Ihr persönliches Highlight, wenn Sie an die «maintenance Schweiz 2025» zurückdenken?

Was mich immer wieder begeistert, sind die Menschen. An der «maintenance Schweiz» treffen sich keine Laien, sondern echte Fachleute – Instandhaltungsprofis, die von der Praxis kommen und wissen, wovon sie reden. Genau diese Qualität des Austauschs ist es, die diese Fachmesse besonders macht. An der letzten Ausgabe verging keine einzige Minute ohne ein spannendes Gespräch. Das ist für mich das Herzstück dieser Veranstaltung – und genau dieser Austausch auf Augenhöhe, von Profis zu Profis, ist auch das, was der SKDV in seinem Kern täglich leben möchte.

Treffen Sie Thomas Seiler und den SKDV an der maintenance Schweiz vom 26. – 27. August 2026 in der Messe Zürich. Sichern Sie sich noch heute ein kostenloses Ticket mit dem Einladungscode 1410 auf der Webseite: www.maintenance-schweiz.ch

(15'187 Zeichen inkl. Leerzeichen)

Das Interview mit Thomas Seiler führte Markus Frutig im Namen von Easyfairs Switzerland GmbH.

Informationen über Easyfairs

Easyfairs organisiert und veranstaltet Events, die Communities unter dem Motto «Visit the future» zusammenbringen.

Wir organisieren derzeit 110 marktführende Events in 16 Ländern (Algerien, Österreich, Belgien, Dänemark, Finnland, Frankreich, Deutschland, Italien, Norwegen, die Niederlande, Portugal, Spanien, Schweden, die Schweiz, Grossbritannien und die Vereinigten Staaten) und betreiben acht eigene Fachmessegelände in Belgien, den Niederlanden und Schweden (Antwerpen, Gent, Mechelen-Brüssel Nord, Namur, Gorinchem, Hardenberg, Malmö und Stockholm).

In der DACHI-Region organisiert Easyfairs u.a. die all about automation, die KPA Kunststoff Produkte Aktuell, Kuteno, AQUA Suisse, die EMPACK, die FMB, die LOGISTICS & AUTOMATION, die SEAQUIP, die maintenance, die PUMPS & VALVES, die RECYCLING-TECHNIK und die SOLIDS, die COILTECH sowie die EPHJ.

Unser Ziel ist es, das Geschäftsleben unserer Kunden zu vereinfachen und den Return on Investment für professionelle Communities durch unsere All-in-Formate, fortschrittliche Technologien und einen kundenzentrierten Ansatz zu erhöhen.

Unsere digitalen Formate und Initiativen bieten unseren Communities hervorragende Möglichkeiten, sich effektiv zu vernetzen und das ganze Jahr über Geschäfte zu machen. Wir hören auf unsere Communities, um überzeugende Online-Formate zu schaffen, die zu ihren sich ständig weiterentwickelnden Bedürfnissen passen.

Die Easyfairs Gruppe beschäftigt 870 hochengagierte Talente, setzt die besten Marketing- und Technologie-Tools ein und entwickelt Marken mit einer starken Anziehungskraft für unsere Stakeholder.

Deloitte hat Easyfairs 2025 zum siebten Mal in Folge den Status «Best Managed Company» verliehen.

«Visit the future» gemeinsam mit Easyfairs und erfahren Sie mehr auf www.easyfairs.com

Kontakt Easyfairs Switzerland
Sarah Tschopp
Communication Manager

Kontakt INOVERIS
Markus Frutig
Geschäftsführer INOVERIS

Kägenstrasse 17 • 4153 Reinach • Schweiz • T +41 (0)61 228 10 00 • F +41 (0)61 228 10 09 • www.easyfairs.com

Kägenstrasse 17
CH-4153 Reinach
+41 (0)61 228 10 25
sarah.tschopp@easyfairs.com

Bernstrasse 55
CH-8952 Schlieren
+41 (0)44 552 43 00
m.frutig@inoveris.ch