



USE CASE

CPQ bei RSP: Angebote in Minuten statt Stunden

RSP ist ein inhabergeführter Spezialist für ventilator- und vakuumbasierte Saugsysteme und Saugbagger. Kernkompetenz ist die Herstellung von stationären und mobilen Anlagen zum zerstörungsfreien Materialtransport mittels Luftstroms. Damit der Vertrieb genauso präzise arbeitet wie die Technik, hat RSP die CPQ-Lösung von camos eingeführt.

Ziele

- Automatische Prüfung jeder Produktkonfiguration, um fehlerfreie und umsetzbare Angebote sicherzustellen.
- Europaweite Vereinheitlichung des Angebotsprozesses sowie Standardisierung über alle Vertriebs- und Partnerkanäle hinweg.
- Realitätsnahes Erleben des Fahrzeugs bereits im Angebotsprozess als Grundlage für präzisere Entscheidungen.

Ergebnisse

- Angebote werden heute in wenigen Minuten erstellt, automatisch geprüft und vollständig validiert.
- Alle Beteiligten arbeiten auf einer zentralen Datenbasis mit einheitlichen Preislogiken und Angebotslayouts.
- Die 3D-Visualisierung zeigt das konfigurierte Fahrzeug fotorealistisch und macht technische Inhalte und Funktionen unmittelbar verständlich.

Unternehmen

RSP GmbH

Standort

Saalfeld (Hauptsitz)

Portfolio

Industrielle Spezialsaugbagger

Internet

www.rsp.com/de



Präzision in Technik und Vertrieb

Mit ihren Saugbaggern ist RSP technologischer Vorreiter in der industriellen Spezialsaugtechnik. Die Fahrzeuge kommen überall zum Einsatz, wo klassisches Baggern an seine Grenzen stößt: auf engen, innerstädtischen Baustellen, bei der Freilegung empfindlicher Leitungen oder in der ökologischen Baumpflege. Der Luftstrom ermöglicht es, Materialien zerstörungsfrei abzutragen und Ressourcen zu schonen. Diese technische Präzision prägt auch den Anspruch an den Vertrieb: maßgeschneiderte Fahrzeuge, komplexe Konfigurationen und individuelle Anforderungen in unterschiedlichen Märkten. Doch die Vielfalt der Produkte machte die Angebotserstellung zunehmend aufwendig. Unterschiedliche Chassis, Ausstattungen und länderspezifische Vorschriften führten zu langen Abstimmungen zwischen Vertrieb und Konstruktion. Um diesen Prozess zu vereinheitlichen, zu beschleunigen und technisch abzusichern, hat sich RSP für den Einsatz von camos CPQ entschieden – und damit die Basis für einen modernen, digitalen Angebotsprozess geschaffen.

Wenn Varianten zur Herausforderung werden

RSP-Fahrzeuge sind Unikate: Mehr als 200 Konfigurationsoptionen, bis zu 14 Fahrgestelltypen und zahlreiche abhängige Kombinationen machen jedes Projekt zu einer individuellen Konfiguration. Manche

Kunden liefern ihr eigenes Chassis, andere wählen aus den von RSP empfohlenen Modellen von Mercedes-Benz, Renault oder Scania – jedes mit eigenen technischen Vorgaben, Bauräumen und Anbaupunkten. Bislang wurde dieser Variantenreichtum mit einer Kombination aus ERP-System, Excel und Word bewältigt. Ohne zentrale Regelprüfung und garantierte technische Validität. „Es gab keine automatische Kontrolle, ob eine Kombination überhaupt baubar war“, beschreibt Robert Hohl, Projektmanager Sales bei RSP, die Ausgangslage. „Jedes Angebot musste oft mehrfach von der Konstruktion überprüft werden.“

Unterschiedliche Systeme, individuelle Arbeitsprozesse und lange Kommunikationswege zwischen Vertrieb, Technik und Partnern – sowohl Verbundunternehmen der RSP-Gruppe als auch externe Händler – führten zu Fehlern und Verzögerungen. „Wenn ein Kunde kurzfristig Anpassungen wollte, begann der Prozess oft von vorn“, erinnert sich Hohl. „Ein Angebot konnte dann schnell ein bis zwei Tage dauern – und es blieb immer das Risiko, dass eine kleine technische Abweichung übersehen wurde, die uns am Ende viel Geld kostete.“ Diese Herausforderungen waren der Auslöser für die Einführung einer Lösung, die Produktwissen digital abbildet, technische Logik integriert und Variantenbeherrschung systematisch sicherstellt. So wurde aus einem manuellen, fehleranfälligen Prozess dank camos CPQ ein durchgängig strukturierter und nachvollziehbarer Workflow.



CPQ als Kern der Digitalstrategie „Digitale Wertschöpfungskette“

Mit camos CPQ bildet RSP seine Produktlogik für die Saugbagger schrittweise in einer zentralen Plattform ab. Aktuell sind drei Saugbaggermodelle vollständig integriert – weitere folgen sukzessive. Das System macht die technische Komplexität der Fahrzeuge beherrschbar und prüft jede Auswahl automatisch auf Plausibilität. So können Vertriebsmitarbeitende Angebote erstellen, die nicht nur vollständig, sondern auch technisch realisierbar sind. Nach wenigen Klicks liegt ein fertiges, valides Angebot vor. Inklusive Preis, Ausstattung und 3D-Visualisierung. RSP profitiert vor allem von der

nahtlosen Integration in die bestehende Systemlandschaft. Sämtliche Konfigurationsdaten werden automatisch an das ERP-System proAlpha und das PLM-System Windchill übergeben. Aufträge, Stücklisten und technische Dokumente entstehen ohne manuelle Nacharbeit, wodurch ein durchgängiger Informationsfluss vom Kundenwunsch bis zur Fertigung entsteht. Der Angebotsprozess ist damit heute ein zentraler Bestandteil der unternehmensweiten Digitalstrategie „Digitale Wertschöpfungskette“, mit der RSP Vertrieb, Projektmanagement und Konstruktion vernetzt.



“

Was früher Stunden gedauert hat, erledigen wir heute in Minuten – und können uns endlich auf den Kunden konzentrieren.

Robert Hohl, Projektmanager Sales, RSP GmbH

3D-Visualisierung: Den Saugbagger verstehen, bevor er entsteht

Die 3D-Visualisierung ist heute ein zentrales Element im CPQ-Prozess von RSP. Gemeinsam mit einem externen Partner wurde eine cloudbasierte Schnittstelle entwickelt, über die der Konfigurator 3D-Modelle des Fahrzeugs schnell und zuverlässig lädt. Auf dieser Basis entsteht für den Kunden ein klarer Mehrwert: Er sieht sofort, wie sein Saugbagger aussehen wird – inklusive Farbgestaltung, Designvarianten und individueller Ausstattungsmerkmale. Selbst außergewöhnliche Farbkombinationen oder kundenspezifische Branding-Ideen lassen sich darstellen.

Die 3D-Visualisierung unterstützt sowohl Kunden als auch den Vertrieb: Sie zeigt auf einen Blick, wo Staufächer liegen, wie Schlauchleitungen verlegt werden können oder welche Varianten sinnvoll sind. „Der Kunde erkennt sofort, ob das Fahrzeug zu seinen Anforderungen passt“, beschreibt Robert Hohl den Effekt. Durch die visuelle Darstellung können Vertriebsmitarbeitende Kundenwünsche leichter herausarbeiten und individuelle Anforderungen schneller konkretisieren.

Auch emotional zeigt die Lösung Wirkung: Angebote werden durch den frühen Visualisierungseinsatz im Verkaufsprozess zu einem Einkaufserlebnis, das sich vom Wettbewerb deutlich abhebt.

Das Vertriebsteam berichtet von sehr positivem Kundenfeedback zur 3D-Visualisierung und der spürbaren Professionalisierung der Angebotsunterlagen.

Mehr Effizienz und schnellere Angebote

Seit dem Go-Live 2024 hat sich die tägliche Arbeit im Vertrieb deutlich verändert. Angebote für die Saugbagger entstehen heute deutlich schneller und die Zahl der Rückfragen an die Konstruktion hat sich drastisch reduziert. Rund 20 Vertriebsmitarbeitende und mehrere internationale Partner nutzen die Lösung regelmäßig – und das mit spürbarer Entlastung. Insgesamt erstellt RSP inzwischen rund 1.000 Angebote pro Jahr mit dem System. Ein Standardangebot, das früher zwei Stunden benötigte, ist heute in rund zehn Minuten erstellt – technisch geprüft und vollständig validiert. Die gewonnene Zeit fließt in die persönliche Kundenberatung und komplexe Projektanfragen. „Die Arbeit ist heute deutlich konzentrierter“, sagt Robert Hohl. „Wir verbringen keine unnötige Zeit mehr mit Abstimmungen oder Fehlerkorrekturen, sondern mit dem, was den Kunden wirklich weiterbringt.“



Höhere Qualität und starke Akzeptanz im Team

Neben der Geschwindigkeit ist auch die Qualität der Angebote gestiegen: Sie sind konsistenter, nachvollziehbarer und bieten Kunden mehr Sicherheit in der Entscheidung. Neue Mitarbeitende profitieren davon, dass das Wissen über Varianten, Regeln und Preislogiken im System hinterlegt ist. Schulungen dauern kürzer, Fehlerquellen sind nahezu ausgeschlossen. Die hohe Akzeptanz im Team erklärt sich auch aus der intuitiven Bedienbarkeit der Lösung. Viele Abläufe sind selbsterklärend, und selbst komplexe Produktstrukturen lassen sich einfach handhaben. „Der Nutzen ist so deutlich, dass niemand im Team zurück zum alten System möchte“, fasst Hohl zusammen. „camos CPQ ist schneller, sicherer und einfach klarer.“



Strukturierte Umsetzung in agiler Zusammenarbeit

Gemeinsam mit camos nahm RSP alle relevanten Prozesse auf – von der Preisbildung über Freigabewege bis zur Integration in die Systemlandschaft. Das Projekt wurde agil umgesetzt: Anforderungen konnten jederzeit ergänzt, getestet und angepasst werden. „Die Zusammenarbeit war sehr strukturiert und gleichzeitig flexibel“, beschreibt Hohl. „Wenn etwas geändert werden musste, wurde es direkt umgesetzt. Das war entscheidend für die Qualität des Ergebnisses.“ Durch diese enge Abstimmung entstand nicht nur eine passgenaue Lösung, sondern auch ein klarer Rahmen für kommende Digitalisierungsschritte. RSP hat gelernt, komplexe Vertriebsprozesse systematisch zu modellieren. Eine Kompetenz, die künftig auch in anderen Unternehmensbereichen genutzt werden soll.

Der nächste Schritt: Konfiguration rund um die Uhr

RSP plant, den digitalen Vertrieb weiter auszubauen. In Zukunft sollen Interessenten ihre Fahrzeuge direkt über die Website konfigurieren können – mit Guided-Selling-Funktionen und einem 24/7-Angebotszugang. „Ein Kunde soll sich abends informieren, sein Fahrzeug zusammenstellen und am nächsten Tag mit unserem Vertrieb sprechen können“, sagt Robert Hohl. Damit führt RSP den eingeschlagenen Weg fort: ein durchgängiger, digital gesteuerter Angebotsprozess – vom ersten Klick bis zum fertigen Fahrzeug.

camos CPQ – weil alle Beteiligten profitieren

- Kunde:**
- Ausrichtung auf seine individuellen Anforderungen
 - Klare Vorstellung von der Beschaffenheit seines Produktes
 - Informationen ad hoc verfügbar – Angebote nahezu in Echtzeit
- Vertrieb:**
- Angebotsprozess schneller – Erfolgsquote höher
 - Cross- und Up-Selling-Optionen über das System
 - Steigerung des Gewinns – Regeln für die Einhaltung von Rabattlimits
 - Zentral verwaltetes Wissen – Verkauf ohne technisches Know-How

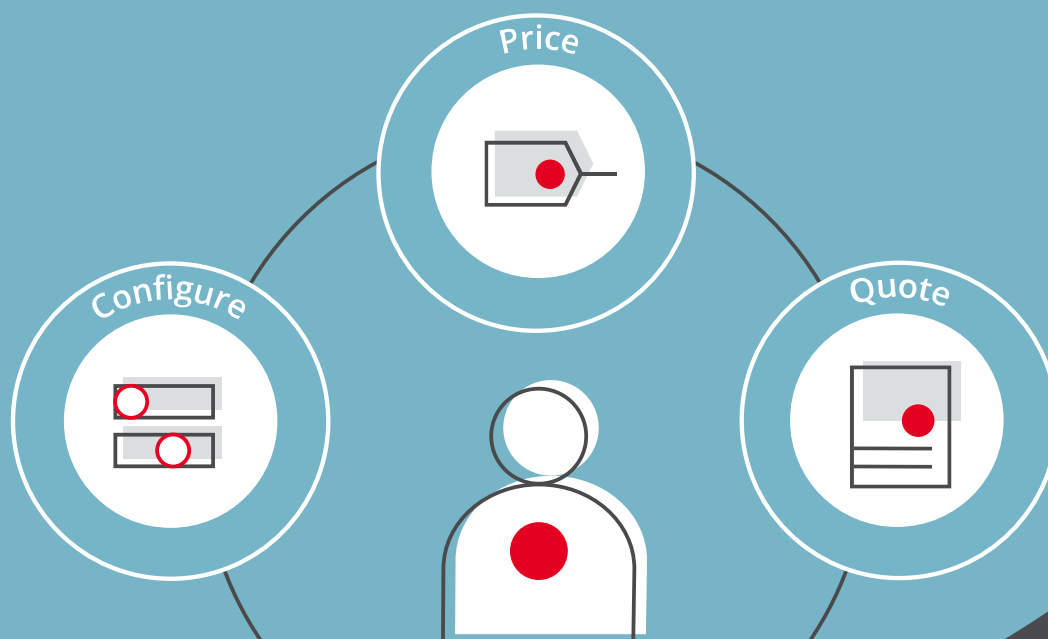


Ca. **18 %** weniger
Abstimmung mit
anderen Abteilungen



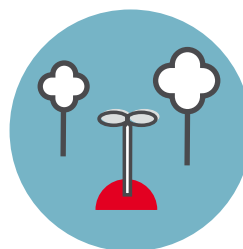
Ca. **33 %** kürzere
Durchlaufzeiten für die
Angebotserstellung

- Marketing:**
- Intelligente Auswertungen der Vertriebs-Daten
 - Daten zu Markt- und Produkttrends
 - User Interfaces und Angebotsvorlagen im Corporate Design
- Produktion:**
- Nur technisch korrekte und vollständige Spezifikationen
 - Skaleneffekte durch Produktmodularisierung reduzieren Kosten
- IT-Abteilung:**
- Weniger Systembrüche – durchgängiges Konfigurations-, Kalkulations- und Vertriebstool



Das spricht für camos

- 200 erfolgreiche CPQ-Projekte: führender Anbieter in Europa
- Seit 15 Jahren eine der führenden CPQ-Lösungen für den B2B-Markt
- Namhafte Kunden mit technisch komplexen Produkten wie Siemens, KONE, KSB oder MAN nutzen die Software weltweit
- camos berät seine Kunden in Projekten zur Digitalisierung des Vertriebs als strategischer Partner und bietet ein komplettes Dienstleistungsportfolio zur Einführung und kundenspezifischen Anpassung der CPQ-Lösung an



Kontaktieren Sie uns für eine Demo



Daniel Kaiser
+49 711 78066-12
d.kaiser@camos.de



camos Software und Beratung GmbH
Friedrichstraße 14
70174 Stuttgart, Germany
www.camos.de