

# Stets zu Diensten, Kunde!



Der Butler ist der Inbegriff des Dienenden. Doch jeder, der in der Dienstleistung arbeiten will, muss Kundenservice mögen. FOTO: DPA

**Immer mehr Firmen lagern interne Serviceanbieter aus. Wichtig für den Erfolg: die richtige Nische im Markt.**

**Manuela Keil**

In der Hansestadt ist Dienstleistung der Jobmotor Nummer eins. Jeder zweite Existenzgründer ist Dienstleister. Über 53 Prozent der Wertschöpfung der Hamburger Wirtschaft werden von Dienstleistern erbracht, so der Unternehmensverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistung. Damit liegt Hamburg vier Prozent über dem Bundesdurchschnitt. 2006 waren insgesamt rund 586 000 Menschen im Dienstleistungssektor beschäftigt. Zu den Boombranchen gehören insbesondere die Zeitarbeit und der Gesundheitssektor. Außerdem sei es seit einigen Jahren der Trend, sagt Dirck Süß von der Handelskammer, eine Dienstleistung, die vorher im Unternehmen war, als eigenständigen Service zu etablieren, wie beispielsweise Beratungsleistungen.

Süß: „Der Trend geht zum Outsourcing und zu Spezialisierungen.“

So hat sich Lischke Consulting auf Changemanagement spezialisiert und betreut seit 15 Jahren Firmen bei der Umsetzungsberatung. Zu den Kunden zählen MAN, VW, o2/Telefonika aber auch Kliniken, Landeskirchen und Gerichte. Unabhängige Berufsgruppen wie Ärzte, Richter und Pfarrer zu Veränderungen zu bewegen, sei eine besonders anspruchsvolle Aufgabe. „Unsere Berater müssen sehr gut zuhören können, um genau zu verstehen woher der Widerstand der Kundenmitarbeiter zu der einzelnen Veränderung kommt“, sagt Inhaber Christian Lischke. In seinem 30köpfigen Team, das bundesweit tätig ist, arbeiten Naturwissenschaftler, Betriebswirte und Physiker – jedoch keine Psychologen. Lischke: „Wir bilden die neuen Mitarbeiter für unsere Anforderungen mit viel Energie aus.“ Denn auch das Durchsetzen von Erkenntnissen ist beim Kunden wichtig. Lischke: „Die Berater müssen teamfähig sein, Themen verdich-

ten und analysieren aber sich auch selbst zurücknehmen können, um dann, wenn es die Situation verlangt, gezielt vorzupreschen.“

Eine spezielle Dienstleistung bietet Doris Andresen-Zöphel an. Nach 20 Jahren Erfahrung als angestellte Controllerrin und Leiterin des Controllings machte sie sich 2000 mit der planvoll controllingberatung selbstständig und begleitet ihre Kunden – überwiegend aus dem kleineren Mittelstand – als externe Controllerrin. Sie betreut zeitgleich zehn bis 15 Kunden. Manchmal führt sie in der Kundenfirma auch eine Controllingsoftware ein. Außerdem berät und begleitet sie Gründer. Ihr Job verlangt einen Vertrauensvorschluss. Bereits im Erstgespräch mit den Geschäftsführern muss sie überzeugen und Sympathie wecken. „Dabei kommt mir meine Berufs- und Lebenserfahrung sehr zugute“, sagt die 55-Jährige.

Ebenfalls um einen Vertrauensvorschluss geht es bei den Kunden von



**Florian Dahl,**  
Geschäftsführer  
Bengel & Engel.



**Doris Andresen-Zöphel,**  
planvoll  
controlling.



**Christian Lischke**  
von Lischke  
Consulting.

Florian Dahl und seiner Frau, Erfinder und Inhaber des 2003 gegründeten Kinderhotels mit Kita Bengel & Engel. „Unsere Dienstleistung kann man nicht anfassen“, sagt Dahl. Wir müssen Eltern, die uns ihre Kinder beispielsweise während eines Musicalbesuchs anvertrauen wollen, die Angst nehmen.“ Dabei helfen ein klares Konzept, professionelle Mitarbeiter und genaue Spielregeln für die Kinder. Dahl: „Bei uns gibt es feste Essenzeiten, denn Kinder brauchen Orientierung.“ Das sorgsam ausgewählte Team besteht aus (Sozial-) Pädagogen. Die meisten von ihnen haben studiert. Das durchstrukturierte Konzept umfasst auch eine ausgeklügelte Corporate Identity einschließlich „Language“ und „Fashion“. „Dazu gehört, dass wir unsere Mitarbeiter nicht duzen und für die Eltern sofort erkennbar ist, wer vor ihnen steht. Das gibt Sicherheit.“ Dass die Pädagogen außer Professionalität auch viel Einfühlungsvermögen mitbringen müssen, sei selbstverständlich, betont der Inhaber.