

## Wie die Service-Zukunft aussieht

Die Dienstleistungsgesellschaft ist kein Märchen. Seit Jahren steigt der Anteil der Dienstleistungen an der Gesamtwertschöpfung kontinuierlich. Aber was noch wichtiger ist: Die Koordinaten unserer Lebenswelt sind heftig in Bewegung geraten. Arbeit und Freizeit verschmelzen. Mobilität und Flexibilität prägen den Alltag. So entstehen neue Bedürfnisse. Die Kategorie Zeit ist dabei von zentraler Bedeutung. Der kreative und befriedigende Umgang mit der uns zur Verfügung stehenden Lebenszeit wird zum alles entscheidenden »Konsumprodukt«.

Andreas Steinle



**I**m Manifest »Zeit ist Leben« der *Deutschen Gesellschaft für Zeitpolitik* plädieren Sozialforscher für die flächendeckende Einführung von flexiblen Lebensarbeitszeit-Konten. Und sie plädieren für die Entzerrung der »Rushhour of life«, die Zeit zwischen 25 und 45 Jahren, in der Beruf, Familiengründung und finanzielle Absicherung mitunter heftig aufeinander prallen. Mit Manifesten hat sich bislang wenig in der Realität verändern lassen. Aber tatsächlich definieren wir immer mehr von dem, was uns wirklich wichtig ist, über Zeit. Zeitwohlstand beginnt den herkömmlichen Güterwohlstand abzulösen. Wem es gelingt, uns mehr von dem edlen Gut Zeit zu verschaffen, gehört zu den Gewinnern von morgen.

Die Neuen Dienstleister kreisen genau um die Frage des Zeitwohlstands. Denn sie helfen uns in der Regel dabei, den »Alltag outzusourcen«. Sie versprechen uns die Entpflichtung von unangenehmen Tätigkeiten und lassen uns zu dem kommen, was uns wirklich wichtig ist. Die Neuen Dienstleister begreifen Service als Arbeit an der Lebensqualität des Einzelnen und Dienstleistung als Luxusgut mit Renditegarantie in der nahen Zukunft.

Natürlich ist der allgemein empfundene Zeitnotstand als Trend nicht einfach vom Himmel gefallen. Wie die meisten relevanten Trends ist er das Ergebnis von Veränderungsprozessen. Um nur einige Beispiele für wichtige Veränderungen

.....  
**Andreas Steinle** ist Trend-Consultant und verantwortet als Leiter der Zukunftsakademie die Lehrangebote des *Zukunfts-instituts* in Kelkheim. Seine Beratungsschwerpunkte sind strategische Markenführung und Innovations-Management.

zu nennen, die gegenwärtig unser Leben bestimmen:

- :: Erwerbsarbeit wird für Männer und Frauen zum selbstverständlichen Teil des eigenen Lebensentwurfs. Dadurch verändert sich die Gestaltung von Familie und Privatleben.
- :: Die Rollenerosion zwischen den Geschlechtern wiederum verlangt nach neuen Modellen, wie Beziehungen und Intimität künftig gelebt werden können.
- :: Die Globalisierung der Wirtschaft verlangt von uns flexibles Engagement und ein hohes Maß an Mobilität. Dadurch verändern sich unsere Beziehungen zur Mitwelt, unser Berufsalltag usw. usf.

Klar ist in jedem Fall: Aus diesen Lebensknappheiten helfen uns keine noch so schönen Produkte heraus. Was wir brauchen, sind Unterstützungsdienstleistungen, die es uns erlauben, der neuen Realität zwischen Familie und Beruf gerecht zu werden. Und diese Ausgangssituation wird in den nächsten Jahren einen neuen Markt der Dienstleistungen kreieren. Die Neuen Dienstleister kommen, und das heißt: Unsere Wirtschaft wird in den nächsten Jahren einen substanziellen Perspektivwechsel vollziehen müssen.

#### Vier neue Chancen-Märkte

Dienstleistungen, Service und Hilfestellungen zwischen Kind und Karriere, Beziehung und Beförderung werden sich in den nächsten Jahren noch stärker zu einer Unterstützungs-ökonomie formieren. Die neuen Dienstleister versprechen Outsourcing des Alltags. Ihr oberstes Ziel ist es, ihren Kunden beim Zeitsparen zu helfen. Wohlstand wird künftig von vielen von uns als Zeitwohlstand »eingekauft«. Neue Märkte entstehen: Lösungen statt Produkte, individuelle Hilfestellung statt Massenkonsum. Hier die vier wichtigsten Chancen-Märkte von morgen:

##### 1. Familien-Services: Kinderinseln und Süßigkeiten-Kontrolleure

Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf war zu keiner Zeit ein größeres Thema als momentan. Die Service-Zukunft wird dabei zu neuen Beziehungsverhältnissen führen: Gefragt sind neben kooperativen Vätern und familienfreundlichen Arbeitgebern auch Angebote, die den Alltag mit Kindern erleichtern:

- :: Bis zu einer Woche wissen Geschäftsreisende ihren bis 14 Jahre alten Nachwuchs in der *Kinderinsel* versorgt. Die Kunden kommen aus aller Welt – 12 Sprachen werden im »Business-Baby-Hotel« gesprochen. ([www.kinderinsel.de](http://www.kinderinsel.de))
- :: *MealPay* ermöglicht Eltern zu kontrollieren, ob ihre Kids in der Schule Gemüse oder Schokolade essen. Eine Prepaid-Kreditkarte listet

auf, was und wie viel das Kind gekauft hat. ([www.mealpay.com](http://www.mealpay.com))

- :: *Vamos Reisen* hat sich ganz dem Eltern-Kind-Urlaub verschrieben. Hübsche kleine Landhäuser und individuelle Hotels ziehen junge Familien an. Die Destinationen sind nicht nur kindgerecht gelegen, sondern haben fast immer auch eine Betreuung des Nachwuchses im Programm. ([www.vamos-reisen.de](http://www.vamos-reisen.de))

##### 2. Health-Services: Medical Resorts und Wohlfühltempel

Konfrontiert mit Wohlstandskrankheiten wie Übergewicht oder Burn-out-Syndrom erleben Gesundheits-Angebote und -Spezialisten eine starke Nachfrage. Doch Gesundheit wird nicht länger nur als die Abwesenheit von Krankheit verstanden. Zum Komplex Gesundheit gehören zudem Schönheit, Wohlbefinden und Ausgeglichenheit.

- :: »Vital, innovativ und präventiv« ist das Motto des Vip3-Medical Resort des *Hotel Almesberger* in Österreich. Das ganzheitliche Angebot umfasst Fitness-, Ernährungs-, Anti-Aging- und Wellnessprogramme. Neben durchaus seriösen alternativmedizinischen Therapien (etwa Yoga oder Ayurveda) bietet *Almesberger* auch Verfahren wie Iono Care, Vacustylor oder Faltenunterspritzung mit natürlichen Materialien an. ([www.almesberger.at](http://www.almesberger.at))

- :: »Allianz Unfall 60 aktiv« garantiert allen ab 60 Jahren Hilfe und Pflege im Falle eines Unfalls. So werden nicht nur Notwendigkeiten wie Putzen, Einkaufen oder Schneeräumen erledigt, sondern auch im Krankheitsfall ein zu pflegender Angehöriger mitversorgt. ([www.allianz.de](http://www.allianz.de))

- :: An der Binnenalster hat Deutschlands erster urbaner Wohlfühltempel eines großen deutschen Pharmaherstellers aufgemacht. Das Nivea Haus in Hamburg versteht sich als Day Spa und Tempel für Lebensqualität. Dort geht es nicht vorrangig darum, Nivea-Artikel zu verkaufen, sondern »eine Vielzahl an Wohlfühlanwendungen, d. h. Dienstleistungen wie Kosmetik, Make-up, Styling und Massage, anzubieten und zu zelebrieren«. ([www.nivea.de](http://www.nivea.de))

##### 3. Everyday-Services: Kümmer-Dienstleister und Aufräum-Genies

Es gibt viele kleine Dinge, die das Leben erschweren, Kraft kosten und Zeit »stehlen«. Zum Glück gibt es neuerdings auch hier kreative Unternehmen, die den Alltag wieder in Ordnung bringen:

- :: *Agent CS* will kein Butler-Service sein, sondern Retter in der »(Zeit-)Not«. Der Concierge-Service bucht für Unternehmen wie auch Privat-

leute Mietwagen, gießt Blumen und organisiert Einladungen für wichtige Veranstaltungen. Auf Wunsch werden natürlich auch Butler vermittelt. ([www.agentcs.de](http://www.agentcs.de))

:: Die *plus Zahnärzte* sind vor allem eines: Dienstleister. Nahezu rund um die Uhr sind die 23 Zahnärzte mit unterschiedlichen Spezialgebieten da, auch an Wochenenden und Feiertagen – ob für Plomben, Kinderkaries, Zahnhygiene oder Oralchirurgie. ([www.die-zahnaerzte.com](http://www.die-zahnaerzte.com))

:: Die Etikette-Trainerin Lis Droste bietet Seminare gegen Fettnäpfchenfallen wie Tischkultur oder moderne Umgangsformen und berät außerdem Damen wie Herren in Farb- und Stilfragen – auch bei der Wahl der Geschäftskleidung. Früh übt sich: Lis Droste bietet Kurse für Kinder an, außerdem auch Firmenseminare – sogar auf Englisch. ([www.lisdroste.de](http://www.lisdroste.de))

#### **4. Die neuen Genuss-Services: Cappuccino-Bank und Buchladen-Restaurants**

Vielschichtige Formen des Genusses haben längst »mein Haus, mein Auto, mein Boot« als neuen Luxus abgelöst. Wer zukünftig nach Luxus verlangt, tut das weniger mit dem Hintergedanken des Prestiges und Protzes, sondern um sich persönlich etwas Gutes zu tun. Es zeigt sich: Genuss ist elementar geworden.

:: *Schöne Orte* ist eine Plattform für außergewöhnliche Angebote. Vorgestellt werden Urlaubs-, Genuss-, Kreativ-, Kultur-, Natur- sowie Erlebnisorte, die sich fernab des Normalen und Erwartbaren durch eine Besonderheit hervortun – etwa Authentizität, Originalität oder Ursprünglichkeit. ([www.schoene-orte.net](http://www.schoene-orte.net))

:: Beim Geldabheben einen Kaffee in der stylischen Lounge trinken, während des Krawattenkaufs die Konten überprüfen, beim Kreditaushandeln die Kinder in der Kid's Corner betreuen lassen – *Q110* heißt dieses Bankenmodell, das die Zukunft bei der Deutschen Bank eingeläutet hat. ([www.q110.de](http://www.q110.de))

:: The best smelling shop in the world: Während sich im vorderen Teil des Buchladens *Books for Cooks* im hippen Londoner Stadtteil Notting Hill Kochbuch an Kochbuch reiht, befindet sich dahinter eine Testküche, in der Rezepte aus den Büchern nachgekocht und neue Ideen getestet werden. Kunden können die Tests im Café kosten oder auch einen der Workshops besuchen. ([www.booksforcooks.com](http://www.booksforcooks.com)) ■