



STEFAN ALTENHOFER

LIEBE WIRTSCHAFTSINGENIEUR-LESER

Dem Bestsellerautor John Naisbitt zufolge sind Megatrends politische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Strömungen, die unsere Zukunft nachhaltig gestalten. Kann man Dienstleistungen tatsächlich in diese Kategorie einordnen?

Glaubt man den unzähligen Wirtschaftspropheten, so scheint es keinen Zweifel zu geben. Schlagwörter wie postindustrielle Gesellschaft, Informationsgesellschaft, Dienstleistungsrevolution usw. sind allerorts zu vernehmen.

Die These von der Entwicklung hin zur postindustriellen Gesellschaft - von Daniel Bell geprägt und heute vielfach hochstilisiert - birgt viel Attraktivität in sich, wird sie doch gleichgesetzt mit sauberen Fabriken, sanften Energien, einer intakten Umwelt, humanen Arbeitsplätzen, uneingeschränktem Freizeitvergnügen - sozusagen einer Neuauflage des „goldenen Zeitalters“.

Der Trend zur zunehmenden Bedeutung von Dienstleistungen läßt sich tatsächlich nicht wegdiskutieren:

- Steigender Wohlstand führt zu steigender Nachfrage nach privaten Dienstleistungen - Stichwort: Freizeitgesellschaft.
- Dienstleistung gewinnt als differenzierendes Qualitätsmerkmal industrieller Produkte enormes Gewicht.
- Konzentration auf Kernkompetenzen führt zu einem immer größer werdenden Markt für externe Dienstleister. Das virtuelle Unternehmen als die Extremform des Outsourcing geistert in den Köpfen visionär denkender Zeitgenossen herum.
- Technologische Entwicklungen ermöglichen viele Dienstleistung erst bzw. führen in der Produktion zu immer stärkerer Automation sowie Verlagerung von Sachleistungen.
- Steigende Komplexität in Unternehmen bedingt erhöhten Know-how-Bedarf. Der Boom des Beratergewerbes unterstreicht das.

Und doch müssen kritische Fragen erlaubt sein, etwa ob der Markt für private Dienstleistungen ohne funktionierende Industrie aufrechtzuerhalten ist, oder ob nicht gerade eine florierende Industrie der Motor für das Wachstum des Dienstleistungssektors ist, ob Outsourcing interner Leistungen tatsächlich direkt in die postindustrielle Gesellschaft führt, oder ob es sich dabei nicht nur um eine scheinbare Verlagerung handelt.

Dienstleistungsgesellschaft kann jedenfalls nicht nur bedeuten, daß wir im mitternachtsblauen Anzug (oder Kostüm), mit Handy und Time-Manager vom Golfplatz aus unsere virtuellen Unternehmen managen, während irgendwo im fernen Osten oder Süden unterbezahlte „Sachleister“ unser Cabrio fertigen.

Wenn aber darunter zu verstehen ist, daß Kundenorientierung nicht mehr nur ein Schlagwort bleibt, sondern von jedem gelebt wird, sei es nun in der Industrie, in der Verwaltung, im Tourismus, bis hin zum Privatbereich, dann „Auf in die Dienstleistungsgesellschaft!“

Auf dem Weg dorthin dürfen wir Ihnen einen „Wirtschaftsingenieur“ anbieten, der freilich nicht die ganze Breite des Dienstleistungssektors abdecken kann, Ihnen, lieber Leser, aber hoffentlich ein interessanter Begleiter ist!

Stefan Altenhofer