

Kontakt zum Kunden

Sie sollten in den entwickelten Ländern die Zukunft der Arbeit und damit der Wirtschaft sein: Servicejobs. Doch von der früheren Euphorie ist nicht mehr viel zu spüren. Outsourcing und Offshoring, also die Vergabe von Aufträgen an billigere Anbieter im Inland wie im Ausland, führen zu Arbeitsplatzabbau. Eine von moderner Informationstechnik getriebene Automatisierung – bei der Schalterabfertigung, der Bestellannahme oder der Rechnungsstellung – verändert den Sektor rasant. Der große Trend zur Selbstbedienung, zum Beispiel über Online-Märkte im Internet, kostet klassische Anbieter Umsatz, ja verändert bei einigen Unternehmen die Geschäftsgrundlage total.

Es ist wohl nicht übertrieben, wenn der Autor unserer Titelgeschichte, Uday Karmarkar, von einer Revolution im Sektorsprache spricht, von einem radikalen Strukturwandel also. Der Verlust von Arbeitsplätzen in den entwickelten Ländern, so schmerzlich er für die Betroffenen ist, beschäftigt Karmarkar allerdings nur in zweiter Linie. Der Professor für Technologie und Strategie an der Universität von Kalifornien in Los Angeles sieht das eigentliche Problem im Verlust der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen. Dienstleister, so sein Credo, müssen sich der „Serviceindustrialisierung“ stellen. Das bedeutet, auf den Wandel zu reagieren: mit verbesserten Angeboten, einer optimierten Wertschöpfungskette und dem direkten Kontakt zum Kunden.

Karmarkar analysiert die Veränderungen im Sektorsprache und illustriert anhand von Beispielen, wie vorbildhafte Firmen mit den neuen Rahmenbedingungen zurechtkommen. Schließlich zeigt der Professor Strategien auf, mit denen sich Unternehmen im erbitterten Wettbewerb behaupten können. Keine Frage: Dienstleistern steht eine schwierige Zeit bevor. Doch zum erfolgreichen Wandel, so Karmarkar, gibt es keine Alternative. Unsere Titelgeschichte „Die Revolution im Sektorsprache“ lesen Sie ab Seite 22.



Christoph Seeger,
Chefredakteur

Christoph Seeger