

1+1=3

(Personal-) Dienstleistung im Wandel der Zeit

Nicht erst seit dem Web 2.0 wissen wir, dass neue Produkte und Dienstleistungen oft durch den jahrelangen Gebrauch erst so richtig reifen können. Kinderkrankheiten werden ausgemerzt, Eigenschaften werden optimiert. In der Automobilindustrie zum Beispiel spricht man nach diesem Reifeprozess dann gerne davon, dass ein Modell „erwachsen“ geworden ist. Und auch dem Internet wurde allgemein hin bescheinigt, dass es eine neue Ebene erreicht habe – die Ebene 2.0 mit mehr Nutzwert für den User. Da stellt sich doch die Frage, wie es sich mit unserer Branche verhält. Ist die Event-Szene auch erwachsen geworden? Hat sie eine neue Ebene erreicht?

Stephan Schuschke ist geschäftsführender Gesellschafter eines der führenden Personaldienstleistungsunternehmen unserer Branche. Gemeinsam mit seinem Stellvertreter Roland Schmetz leitet er die Mise en Place Germany GmbH mit Stammsitz in Aachen. Im Gespräch mit mep beleuchten die gebürtigen Niederländer die (Personal-) Dienstleistung im Wandel der Zeit und sprechen über die immense Bedeutung dieses Segments für den Wachstumsmarkt der Live-Kommunikation.

mep: Herr Schuschke, was macht Mise en Place eigentlich genau?

Schuschke: Mise en Place ist von Hause aus ein Personal-Dienstleistungsunternehmen, das seit 1994 erfolgreich am Markt ist. Unser ursprüngliches Kerngeschäft ist die

Vermittlung von gastronomischen Fachkräften im Segment Event-Catering, von XXS- bis XXL, aber auch für den Einsatz in Restaurants, Hotels oder etwa im Banket- und Cateringbereich.

mep: Sie sprechen vom Kerngeschäft. Hat sich das verlagert?

Schuschke: Nun, natürlich haben wir die Wertschöpfungskette im Laufe der Jahre erweitert, das resultiert nicht zuletzt aus dem Wachstum der gesamten Branche. Dafür haben wir dann Tochter- und Schwesterunternehmen gegründet wie zum Beispiel die ELS – Event Logistic Solutions, die sich um Backoffice-Aktivitäten von Evnts kümmert, wie z.B. den Auf- und Abbau oder etwa den Rücklauf beim Event-Catering. Außerdem sind wir mit eigenständigen Konzepten im Gastronomie-Segment Hostessen, Köche, Payrolling und Personal-Leasing unterwegs.

mep: Was macht heute Ihr Kerngeschäft aus?

Schuschke: Mit Mise en Place konzentrieren wir uns auf unser Kerngeschäft, dennoch beschränken wir uns dabei nicht nur auf die reine Vermittlungstätigkeit alleine. Unser Firmencredo lautet ‚Enhancing your Hospitality‘, d.h. wir wollen die Dienstleistung der Gastronomen und Caterer zum Gast hin verlängern und dabei optimieren. Um es mal bildlich auszudrücken: Wir sind der verlängerte Arm des Gastronomen, der wiederum in der Dienstleistungskette der verlängerte Arm der Agentur bzw. des Endkunden ist. Als Glied in dieser Kette verstehen wir es als unsere Aufgabe, die Leistungen für- und den Service am Gast zu optimieren. Mit unserer Dienstleistung sind wir gewissermaßen das ‚letzte‘ Glied in der Kette und damit für den Gast, der im

Mittelpunkt der Bemühungen aller Dienstleistungspartner steht, am meisten greifbar. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben somit eine wichtige Schlüsselfunktion in der Erlebniswelt des Gastes. Dieser hohen Verantwortung werden wir mit unserem Credo ‚Enhancing your hospitality‘ gerecht, bei jedem Projekt aufs Neue.

mep: Was heißt das konkret, Herr Schmetz?

Schmetz: Das heißt, wir tragen mit unserer Arbeit zur Qualitätssteigerung des Gesamtproduktes ‚Live Kommunikation‘ bei. Viele Auftraggeber sahen einen Personaldienstleister in der Vergangenheit als beliebig austauschbare „Arbeitskraft-Vermittlung“. Mit unserem Dienstleistungsanspruch bieten wir jedoch wesentlich mehr. Wir optimieren die Leistungen unserer Auftraggeber in erheblichem Maße und genau das hat im Laufe der Jahre dazu geführt, dass wir uns vom reinen Auftragnehmer hin zum gleichwertigen Partner entwickelt haben.

mep: Wie setzen Sie das im Tagesgeschäft um?

Schmetz: Nun, das beginnt schon mal damit, dass unsere (festangestellten), erfahrenen Serviceleiter bei Projekt- Vorbesprechungen dabei sind. Durch die langjährige Erfahrung sind unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die verschiedenen Locations überregional bestens bekannt. Etwaige Unwägbarkeiten können in die Planungen mit einbezogen werden, das garantiert einen reibungslosen Ablauf der Veranstaltungen. Wir stehen mit Rat und Tat zur Seite. Das beginnt bei den Vorbereitungen und setzt sich während der Umsetzung bis hin zur Nacharbeit eines kulinarischen Projektes fort.

mep: Herr Schuschke, die World of Events feierte dieses Jahr ihren 10. Geburtstag. Die Messe spiegelt die Branche wieder - in der aktuellen Ausgabe der Messezeitung heißt es sogar, „World of Events und Eventbranche wachsen im Gleichschritt“. Welche Veränderungen sehen Sie in den vergangenen 10 Jahren und wie bewerten Sie diese?

Schuschke: Wir sehen vor allem in den letzten Jahren, dass Events immer kurzfristiger geplant werden. Damit diese kürzeren Vorlaufzeiten die Qualität unserer Arbeit nicht beeinflussen, bedarf es langfristig ausgerichteter Partnerschaften.

mep: Was unterscheidet Mise en Place von anderen Personaldienstleistern?

Schmetz: Wir beschränken uns nicht auf die reine Personalvermittlung. Mise en Place verfügt über anderthalb Jahrzehnte Erfahrungen im Dienstleistungssektor. Diese Erfahrung geben wir einerseits an unsere Mitarbeiter weiter, das geschieht in Trainings und Schulungen. Andererseits profitieren unsere Kunden von unserem Know-How. Wir pflegen außerdem internationale Netzwerke und schaffen so gewinnbringende Synergieeffekte, wir unterstützen wertvolle Branchenveranstaltungen und streben in der Wechselwirkung zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer langfristige Partnerschaften mit gegenseitiger Wertschöpfung an.

mep: Sie sagen, Ihre Kunden profitieren von Ihrem Know-How. Heißt das, Sie schulen Ihre Kunden?

Schuschke: Das heißt, wir schulen im Auftrag unserer Kunden.

mep: Herr Schuschke, bietet Mise en Place also auch Consulting-Leistungen an?

Schuschke: Wenn Sie so wollen ja – aber das müssen Sie schon differenzierter betrachten. Lassen Sie mich das mal an einem Beispiel fest machen. Das Motto der WM2006 in Deutschland lautete „Die Welt zu Gast bei Freunden“. Schon dieses Credo hat eindeutig gezeigt, wie wichtig der Sektor Hospitality im Veranstaltungsmarkt ist. Für die WM2010 in Afrika bekam die Match Hospitality AG aus der Schweiz den Zuschlag der FIFA, sich um die gastronomischen Dienstleistungen zu kümmern. Und eine Tochter der Mise en Place Group erhielt von der Match Hospitality AG den Auftrag, die Personaldienstleister vor Ort auszuwählen und diese dann entsprechend bestimmter Standards zu schulen.

mep: Klingt nach einer großen Herausforderung. Wie wollen Sie das personell in die Tat umsetzen?

Schmetz: Nach erfolgter Auswahl der Personaldienstleister vor Ort werden die dortigen Projektleiter von unseren Teamleitern geschult, das nennen wir bei Mise en Place das „train-the-trainer-Prinzip“. Das so erworbene Wissen geben diese geschulten Projektleiter dann an das dortige Servicepersonal weiter. Natürlich stehen den Projektleitern vor Ort während der gesamten WM2010 in Afrika entsprechende Ansprechpartner aus unserem Hause mit Rat und Tat zur Seite.

mep: Nach Ihrem eigenen Verständnis heißt das doch, Sie verlängern die Dienstleistungskette noch einmal?

Schmetz: Genau, so ist es. Und wir sorgen dafür, dass die verlängerten Glieder der Kette sich reibungslos in die Vorhandenen integrieren. Das meinen wir eben, wenn wir von ‚Enhancing your hospitality‘ sprechen.

mep: Normalerweise ist ein Personaldienstleister ja eher ein ‚Werkzeug‘, ein Tool also, dessen sich die Event-Caterer zur Umsetzung ihrer Aufgaben bedienen. Ihre Schilderungen vermitteln eindeutig den Eindruck einer gleichwertigen Partnerschaft. Ist das der Mehrwert, den Sie Ihren Kunden bieten?

Schuschke: Der bekannte Buchautor und Management-Coach Anthony Robbins stellte die Ungleichung auf ‚one plus one equals three‘. Aus dieser Ungleichung leitete er die These ab, dass partnerschaftliches Miteinander immer einen Mehrwert hat. 1+1 ist eben nicht zwei, sondern 1+1=3. Dieses Credo haben wir uns zum Leitbild gemacht. Partnership ist folgerichtig eines der Key-Wörter in der Mise en Place Philosophie. Wir wollen viel mehr sein, als nur ‚Arbeitnehmer‘. Wir wollen unsere Auftraggeber mit unserem Know-How und unseren Konzepten unterstützen. Denn damit können wir die Wertigkeit ihrer Arbeit steigern. Sehen Sie, man muss das Rad nicht immer neu erfinden. Fundiertes Fachwissen im Bereich der Personaldienstleistung gepaart mit einem nahezu unausschöpflichen Erfahrungsschatz, das ist der Mehrwert den wir von Mise en Place als Personal-Dienstleister entsprechend der These von Herrn Robbins im Event Business 2.0 beisteuern.

mep: Herr Schmetz, Ihr Geschäftspartner spricht das Event Business 2.0 an. Ist unsere Branche Ihrer Meinung nach also auch erwachsen geworden?

Schmetz: Ich würde sagen, unsere Branche hat sich entwickelt. Und sie entwickelt sich täglich weiter. Wir alle sind in ständiger Bewegung und es ist sicherlich spannend mal

abzuwägen, wo diese Branche in 10 Jahren sein wird.

mep: Sie sprechen die Entwicklung an – abschließende Frage: Welche nennenswerten Entwicklungen gibt es zurzeit in Ihrem Geschäft?

Schuschke: Wir freuen uns sehr, diesen letzten Schritt vom reinen Auftragnehmer hin zu gleichwertigen Partnerships mit unseren Auftraggebern vollzogen zu haben. Daraus resultieren Synergien in der Auswahl, im Training und in der Verwaltung von Personal. So haben wir maßgeschneiderte Zeiterfassungskonzepte und gemeinschaftliche Kleidungskonzepte für Servicepersonal entwickelt. Ein kombiniertes Qualitäts- und Führungsmanagement wurde dadurch ebenfalls erst möglich. Ja sogar ein gemeinsames Business Development ist so entstanden. Und durch das Verschmelzen dieser beiden Netzwerke werden künftig deutlich mehr Synergien entstehen, die zur Effizienzsteigerung in der gemeinsamen Arbeit wesentlich beitragen.

mep: Herr Schuschke, Herr Schmetz, vielen Dank für das Gespräch.