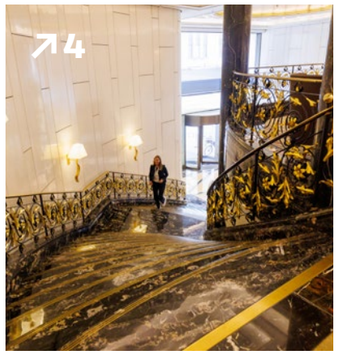
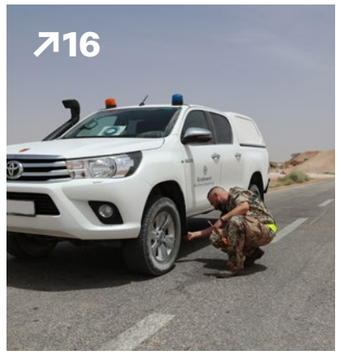
Ausgabe #32
10/23

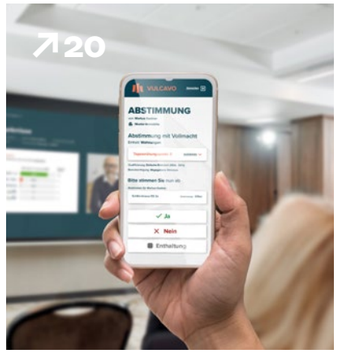
Lebens raum

Das Magazin der **PANDION AG**

THEMA
IN BESTEN HÄNDEN







Inhalt

4
ZEIT FÜR SERVICE
Gedanken zur perfekten Dienstleistung im renommierten Hotel Breidenbacher Hof

12
DAS LÄCHELN IM GESICHT
Drei, die bei uns Kundenservice leben

16
AUS VOLLER ÜBERZEUGUNG
Für diese Menschen ist das Dienen Beruf und Berufung zugleich

20
IN BESTEN HÄNDEN
sind Sie bei dieser Immobilienverwaltung

22
BUNTE SERVICEWELT
Personal Shopper, Golfballtaucher*in, Liebesbriefschreiber*in – diese Jobs gibt's wirklich

24
GEFRAGT, GESAGT
Für welche Services geben diese Menschen Geld aus?

26
AUS DEM INNENLEBEN
Nachrichten und Berichte über PANDION

Editorial

Hand aufs Herz: Wann haben Sie zum letzten Mal perfekten Service erlebt? Dort, wo man es am ehesten erwartet, in der Gastronomie oder im Hotel? Oder eher in einer Alltagssituation, in der Sie vielleicht gar nicht damit gerechnet hätten? Gute Dienstleistungen sind vorrangig durch das persönliche Interesse gekennzeichnet, das einem entgegengebracht wird. Anders gesagt: Guter Service ist nichts, was man tut, sondern vornehmlich eine Einstellung.

In der neuen Ausgabe unseres Magazins gehen wir der Frage nach, wann man sich als Kundin oder Kunde in besten Händen fühlt. Dazu sind wir in eines der renommiertesten Hotels Deutschlands gegangen – bekannt für seinen perfekten Service – und haben mit einer Professorin für Dienstleistungsmanagement gesprochen. Außerdem stellen wir Ihnen Menschen vor, die auf unterschiedliche Weise dienen. Wir wollten wissen, was sie antreibt und warum sie ihre Servicehaltung zum Beruf gemacht haben. Wir schauen dabei ins eigene Unternehmen und auch über den Tellerrand.

Genießen Sie den Streifzug durch unser Unternehmensmagazin und haben Sie viel Spaß beim Lesen!

Herzlichst Ihr Reinhold Knodel
Vorstandsvorsitzender der PANDION AG

„Wow, genau das wollte ich!“

DEM SERVICE AUF DER SPUR – IM LUXUSHOTEL BREIDENBACHER HOF

Tief beeindruckt stehen wir in dem goldglänzenden Entree des namhaften Breidenbacher Hofs an der Königsallee in Düsseldorf. Die ehrwürdige Fassade, die Vorfahrt fürs Valet Parking, der Teppich mit Samtkordelband und ein livrierter Doorman – fast fühlen wir uns ein wenig wie Mick Jagger oder Udo Lindenberg, wie Lady Gaga oder Pink oder einer der vielen anderen Stars, die hier ein- und ausgingen und -gehen. Sie alle finden in dem renommierten 5-Sterne-Haus nicht nur eine luxuriöse Unterkunft, sie finden ein vorübergehendes Zuhause.

Denn sobald man den Doorman Achmed Abdou Emam Abdou mit seinem herzlichen Lächeln passiert hat, tritt man durch die Drehtüre und befindet sich in einer anderen Welt. Eine Welt mit watteweichen Teppichen, weißem Marmor, edlen Hölzern – und unglaublich freundlichen Menschen, die nur darauf warten, jeden ihrer Gäste mit bestem Service zu umsorgen. Wo also, wenn nicht hier, kann man sich stilvoll über Service unterhalten? Wir treffen dazu auf eine wahre Expertin für exzellente Dienstleistung, die Stuttgarter Professorin Dr. Nicole Klein. Sie erläutert, was guten Service ausmacht und wie er sich in der digitalisierten Welt verändert.

Wo haben Sie zum letzten Mal guten Service erlebt, und wo schlechten?

In diesem Hotel lacht einen praktisch von jeder Seite der gute Service an. Nach der herzlichen Begrüßung durch Herrn Funke aus dem Hotelmarketing, der mich mit Namen begrüßte, hat man mir eben an der Rezeption spontan ein italienisches Restaurant für heute Abend empfohlen. Sehr aufmerksam. Schlechten Service habe ich vor Kurzem bei meiner Bank erlebt – oder besser erlitten. Dort legte mir eine Mitarbeiterin nach einer Dreiviertelstunde Wartezeit ein iPad hin und bat mich, mein Anliegen doch bitte online selbst zu erledigen.

Was störte Sie dabei am meisten?

Eindeutig der respektlose Umgang mit meiner Zeit. Dieser unnötige Termin kostete mich fast eine Stunde Lebenszeit plus Anfahrt. Ich erwarte einfach von guten Dienstleister*innen einen respektvollen Umgang mit den Ressourcen des Gegenübers. Hier kam dann noch Unfreundlichkeit gepaart mit Unwissen dazu, eine echte Serviceenttäuschung. Und das, obwohl ich als Kundin – was der Traum einer jeden Bank sein müsste – persönlich zum Gespräch vorbeikam.

Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck.

Fällt es Ihnen leicht, auf schlechten Service hinzuweisen oder guten zu loben?

Guten Service lobe ich immer, weil es mir Freude bereitet und ich die Wertschätzung, die ich erfahren habe, gern zurückgebe. Kritik, auf der anderen Seite, kann ich mir manchmal nicht verkneifen; ehrlich, aber konstruktiv und diplomatisch, am besten mit einem spezifischen Verbesserungsvorschlag.

Was sind Merkmale von gutem Service und einer perfekten Dienstleistung?

Verbindlichkeit, Empathie, Professionalität und Qualität. Und gutes Zuhören. Leider hören wir viel zu wenig zu und sind immer gleich mit einer Lösung zur Stelle. Dadurch fehlt der Kundin oder dem Kunden das Gefühl: „Die haben mich und mein Anliegen verstanden."

Es fehlt dem Dienstleistenden dann also Information?

Ja, professionelle Dienstleistung ist einzig und allein an den Kund*innen orientiert. Ich muss zuhören und herausfinden: Was will mein Gegenüber, worin liegt das individuelle Bedürfnis? Eine Art Informationsholschuld für diejenigen, die Dienste leisten. Gute Verkäufer*innen haben geradezu Spaß daran herauszufinden, wie sie ihre Kund*innen glücklich machen können.

Ist es das, was manche das Service-Gen nennen?

Ja, es gibt schon so etwas, eine innere Haltung, die manche von vornherein mitbringen. Es ist ein entsprechend ausgerichtetes Mindset, eine Kundenservicementalität. Wer die hat, erbringt besseren Service. Das kann dann auch mal bedeuten, etwas nicht zu verkaufen beziehungsweise nicht anzubieten oder jemanden zur Konkurrenz zu schicken, wenn es zur vollständigen Befriedigung der Kundenbedürfnisse beiträgt.

DAS IST NICOLE KLEIN

Nicole Klein ist Professorin an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) in Stuttgart, leitet an dieser den Studiengang Consulting & Sales am Studienzentrum Dienstleistungsmanagement und lehrt in den Bereichen Marketing und Sales. Prof. Klein studierte BWL in Tübingen, wo sie im Jahr 2004 zum Thema „Customer Care im Internet" promovierte. Die Schwäbin hat Lehraufträge an unterschiedlichen Hochschulen und blickt auf zahlreiche berufliche Stationen in renommierten Unternehmen zurück.

Was macht es denn mit Menschen, wenn sie wie hier im Hotel überall auf perfekten Service treffen?

Es macht sie sehr wahrscheinlich vollkommen zufrieden. Und das ist eine hohe Kunst. Wir kennen in der Wissenschaft das sogenannte Kano-Modell der Kundenzufriedenheit. Kund*innen vergleichen: Was erwarte ich von Produkt und Anbieter und was bekomme ich?

Max Gerst arbeitet an der Rezeption des traditionsreichen Hotels und ist Trouble Shooter, Stadtführer, Übersetzer – und noch vieles mehr. Am Front Office besticht er mit Freundlichkeit und Gelassenheit.

Zu gutem Service gehört gute Kommunikation. Und gutes Zuhören.

Je nachdem, bis zu welchem Grad die Erwartungen erfüllt werden, ergibt sich das Maß der Zufriedenheit. Dabei existieren Basismerkmale, die von jedem Kunden, jeder Kundin erwartet werden, also etwa, dass in einem Hotel ein Bett vorhanden ist. Dann die Leistungsmerkmale, etwa, dass dieses Bett mit einer besonders komfortablen Boxspring-Matratze ausgestattet ist. Ganz wichtig für die Kundenzufriedenheit aber sind die Begeisterungsmerkmale, also wenn auf dem Kopfkissen ein edles Konfekt liegt, auf dem mein Name aufgedruckt ist. Solche kleinen, individuellen Faktoren, mit denen man nicht unbedingt rechnet, die aber leicht begeistern können, ergeben den begehrten Wow-Effekt.

Sprechen solche Aufmerksamkeiten jeden Menschen in gleicher Weise an?

Meistens funktioniert das ganz gut. Aber nicht jedes Produkt- oder Servicemerkmal erreicht die gleiche Zufriedenheitsebene. Einige Erwartungen können perfekt erfüllt werden, ohne dass jemand deshalb zufriedener ist. Zum Beispiel kann eine überraschende Übererfüllung von Bedürfnissen durchaus zur Begeisterung führen und Kund*innen sogar zu Fans und Multiplikator*innen machen. Eine Nichterfüllung macht, da gar nicht erwartet, aber auch nicht weniger zufrieden.

Spielt so etwas auch im Verkauf von Immobilien eine Rolle?

Durchaus, nur ist die Situation viel komplexer. Der Immobilienkauf ist keine spontane Entscheidung, sondern oft genug eine einmalige. Es kommt sehr darauf an, wer mir im Verkauf gegenübersteht und welche Art der Ansprache dieser Mensch wählt.

Vereinfacht gesagt, überzeugt man dominante Personen anders als initiative. Dominante wollen Ergebnisse sehen, Renditen oder Nutzen erkennen. Initiative möchten eine begeisternde Geschichte hören, die Emotionen weckt. Typ B überzeugt also das Bild, wie er in seiner zukünftigen Wohnung sitzt und die Sonne ihn morgens wach kitzelt. Typ A interessiert eher, wie viel Heizkosten er durch die Sonneneinstrahlung einspart. Das Erkennen der individuellen Bedürfnisse und das Storytelling sind in diesem Fall die (Dienst-)Leistung des Verkäufers oder der Verkäuferin.

Wie hat sich nach Ihrer Wahrnehmung die Verkaufslandschaft insgesamt verändert? Und wie die Kund*innen?

Die heutige Customer Journey hat durch die Digitalisierung viel mehr Kontaktpunkte als früher. Schnelle Rezensionen, Bewertungen und Vergleiche bieten der Kundschaft deutlich bessere Vorkenntnisse, bevor der eigentliche Kontakt zum Verkaufsteam entsteht. Bei der ersten Begegnung sind oft 80 Prozent der Kaufentscheidung bereits getroffen. Das Feedback nach Kaufentscheidung folgt unmittelbar, die Kundin oder der Kunde rückt also näher. Erst einmal eine Riesenchance.

Ich kann erst dann zeigen, was ich kann, wenn der Gast einen Sonderwunsch hat.

DAS IST DER BREIDENBACHER HOF

Das im Jahr 1812 erstmals eröffnete Hotel im Herzen Düsseldorfs blickt auf eine bewegte Historie mit zahlreichen Besitzerwechseln und großen Umbauten zurück. Mit 106 Gästezimmern und Suiten gehört es zum exklusiven Kreis der Small Luxury Hotels of the World. Der Breidenbacher Hof zeichnet sich durch besonders freundliches und serviceorientiertes Personal aus. Der „Living Room“ mit seinen Personal Assistants verkörpert ein in Deutschland einzigartiges Servicekonzept. Die Architektur des Hauses ist eine bewusste Reminiszenz an die klassischen Stile europäischer Grandhotels. Elemente des Art déco und des Empire-Stils prägen das Innendesign und stehen für zeitlose Eleganz.

Aber die Bewertungskultur heute kann auch gnadenlos sein.

Absolut, sie spielt eine nicht zu unterschätzende Rolle in der Kundenbeziehung. Eine positive Bewertung ist zu einer Art Währung geworden und prägt das Standing einer Marke langfristig. Empfehlungen sind Vertrauensvorschüsse, die Orientierung bieten. In der Vielzahl von Produkten und Dienstleistungen sind solche Entscheidungshilfen essenziell.

Muss ich mich bei diesen wichtigen Faktoren hinter der Kaufentscheidung auf die Serviceorientierung meines Teams verlassen? Oder kann ich als Unternehmer*in mehr tun?

Ohne Zweifel: Wenn ich Mitarbeiter*innen habe, die das Funkeln in den Augen haben – dann ist das unbezahlbar. Aber Unternehmen und Institutionen sollten sich nicht ausschließlich auf diese Intuition ihrer Leute verlassen. Sie müssen Richtlinien setzen.

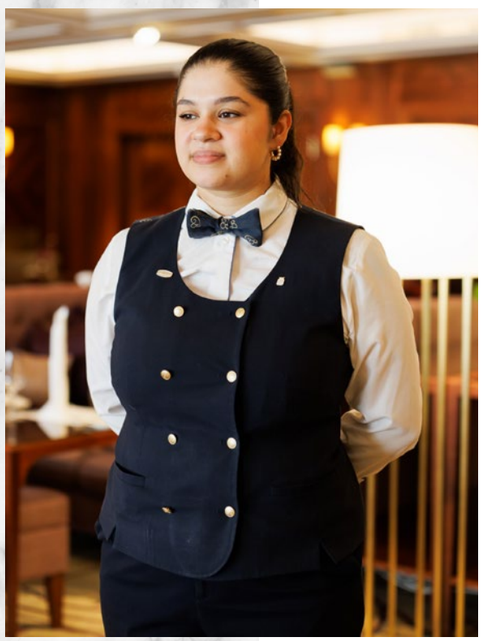
Gute Dienstleistung bedeutet, Zeit zu investieren.

Welche können das sein?

Vorausgesetzt, das Produkt ist gut, dann sind es oft vermeintlich kleine Details, die zur Regel werden sollten. Zum Beispiel, gleich zu Beginn nach dem Namen zu fragen, Zeit fürs Zuhören und die Bedarfsermittlung zu nehmen. Ein interner Leitfaden zur Servicekultur und Kundenbindung erfasst so etwas am besten. Diese Instrumente ermöglichen es, Servicepotenziale tatsächlich weiterzuentwickeln und zu nutzen. Übrigens gefällt mir „Beratung“ besser als „Verkauf“ – das mindert den Druck und ändert das Mindset in der Beratungssituation. Hat man einen schlechten Tag, kann es besser sein, ein anderes Teammitglied ins Beratungsgespräch zu schicken.

Und beugt so eventuellen Beschwerden vor?

Es mag paradox klingen, aber für mich ist eine Beschwerde ein Geschenk. Denn dann habe ich ja die Gelegenheit, etwas wiedergutzumachen und zu zeigen, was ich kann. Es geht vor allem um einen anderen Blickwinkel. Erfolgreiche Firmen nutzen die Informationen aus den Feedbacks ihrer Kund*innen, um ihre Leistungen systematisch zu verbessern.



Kann man im Verkauf mit psychologischen Tricks eigentlich etwas nachhelfen?

Ich würde zwischen Verkaufstipps und Verkaufstricks unterscheiden. Tipps erleichtern die Kaufentscheidung, Tricks, wie Vertragsänderungen im letzten Moment, schaden der Kundenbeziehung und sind einfach ärgerlich. Das Ziel muss sein, dass die Kundin oder der Kunde am Ende sagt: „Wow, genau das wollte ich!“

Man muss Menschen mögen, damit man in dieser Branche richtig ist.

Die Belohnung ist ein Lächeln

Auch wenn bei uns die Eigentumswohnung als klassisches Produkt zum Verkauf steht, bleibt der Erwerb einer Immobilie eine außergewöhnliche und langfristige Entscheidung. Eine Entscheidung, die bei uns von gründlicher Beratung und umfassender Kundenbetreuung begleitet wird. Drei, die sich bei PANDION bestens damit auskennen, sind Mandy Göb, Simone Laurentius und Thomas Bernhard. Sie stehen in den unterschiedlichsten Bereichen täglich im direkten Kontakt mit Kund*innen. Sie sind erste Ansprechpartner*innen – ob im Verkaufsprozess, während der Bauphase oder später in der Verwaltung.

So unterschiedlich ihre Aufgabenbereiche sein mögen, Mandy, Simone und Thomas sind absolute Dienstleistungsprofis und beherrschen das große Service-Einmaleins: hier die Basics, also freundliches Auftreten, Verbindlichkeit oder kurze Reaktionszeiten – da die Kür, individuell auf das Gegenüber einzugehen und jeder bzw. jedem das Gefühl zu geben, wirklich verstanden zu werden.

Simone Laurentius

„Für das Erstgespräch nach dem Kauf der Immobilie nehmen wir uns viel Zeit. Egal, ob Kapitalanleger*in oder die junge Familie, die vielleicht nur einmal im Leben eine Wohnung kauft, alle Erwerber*innen sind uns wichtig und bekommen die gleiche kompetente Beratung. Da gibt es keine Unterschiede."

Mandy Göb

„Natürlich gibt es Interessent*innen, die haben eine gewisse Vorerfahrung, für die sind Gespräche über Zinsentwicklung, Details der Bauausführung oder notarielle Verträge total geläufig. Meine Aufgabe ist es zu erkennen, auf welchem Level sich mein Gegenüber befindet, und mich dann auf die Menschen einzustellen."

DAS IST MANDY GÖB

Als langjähriges Mitglied des Vertriebsteams berät sie mit Leidenschaft beim Kauf unserer Eigentumswohnungen vom Standort Köln aus.

Kund*innen wollen hier wie dort durch einen Prozess geführt werden. Im Vertrieb, für den Mandy Göb verantwortlich ist, findet der erste Kontakt mit unseren Erwerber*innen statt. Das Objekt, die Lage und alle Planungen werden detailliert präsentiert und es kann auf individuelle Bedürfnisse eingegangen werden.

Thomas Bernhard

„Nicht selten erlebe ich, dass ehemalige Mieter*innen, denen ich selbst vor Jahre eine Wohnung vermietet habe, nun selbst zu Eigentümer*innen werden. Das freut mich immer sehr, denn dann müssen wir auch in der Verwaltung einiges richtig gemacht haben."

Simone Laurentius weiß, dass mit der Auswahl der Ausstattung oder Änderungen im Wohnungsgrundriss ihre Berührungspunkte mit den Kund*innen längst nicht erschöpft sind. Sie bleibt auch während der Bauphase Ansprechpartnerin und muss deshalb immer auch im Kontakt mit den Projektleiter*innen stehen. Thomas Bernhard verkauft und vermietet im Auftrag der PANDION SERVICE und betreut seine Kund*innen nach der Wohnungsübergabe oft viele Jahre als Hausverwalter.

Simone Laurentius

„Wenn ich transparent erkläre, warum wir manche Wünsche umsetzen können und andere nicht, dann bin ich noch nie auf Unverständnis gestoßen. Das Vertrauen auf Markenprodukte in der Ausstattung ist uns sehr wichtig, die Produkte müssen viele Jahre halten und sollten deshalb von guter Qualität sein."

Musterwohnungen, Showrooms oder auch die eigenen Büros lassen viel vom typischen PANDION Style erahnen, auf den Erwerber*innen dann später auch in ihren Wohnanlagen treffen und für den die Kölner Kreativschmiede Studio ASH verantwortlich ist. Eine angenehme Verkaufsumgebung hilft dabei, als Dienstleister*in gut zu performen – viel wichtiger aber ist der individuelle Verkaufsstil.

Mandy Göb

„Mein fester Anspruch ist es, jede bzw. jeden dort abzuholen, wo er oder sie gerade steht. Dabei hilft es mir, dass ich mich sehr gut in unterschiedliche Menschen hineinversetzen kann."

Simone Laurentius

„Manchmal erzählen Kund*innen auch von sich selbst und wie sehr sie zum Beispiel der Wechsel vom großen Einfamilienhaus, das sie selbst gebaut haben, in die kleinere Eigentumswohnung beschäftigt. Da habe ich ein offenes Ohr, höre zu und bestärke die Kund*innen in ihrer Entscheidung."

Thomas Bernhard

„Ich bin immer für meine Kund*innen da – allerdings nicht rund um die Uhr. Es ist wichtig, auch mal Abstand zu gewinnen und Grenzen setzen zu können. Als Hausverwalter*in benötigt man definitiv eine gewisse Widerstandsfähigkeit, da die steigenden Preise für Kauf und Miete auch höhere Erwartungen mit sich bringen. Doch mit dem richtigen Fingerspitzengefühl gelingt es meist, alles gut zu managen."

DAS IST THOMAS BERNHARD

Mit viel Hingabe trägt er die Verantwortung für die Sondereigentumsverwaltung und Vermieterservices in unseren Berliner Objekten und engagiert sich darüber hinaus im Bereich Vermietung und Verkauf.

DAS IST SIMONE LAURENTIUS

Innenarchitektin, Vermittlerin zwischen den Welten und erste Ansprechpartnerin für unsere Kund*innen während der Bauphase – mit viel Klarheit und Kompetenz hat sie die Abteilung Erwerbermanagement vor zehn Jahren mit aufgebaut.

Wer Tag für Tag in vorderster Linie bestmöglichen Service bieten will, der hat natürlich auch selbst, im Privatleben, eine Vorstellung davon, wodurch eine gute Dienstleistung gekennzeichnet ist.

Simone Laurentius

„Ich mag es, wenn man mich individuell und vor allem kompetent berät. Und finde es super, wenn mir im Restaurant ein neuer Weißwein angeboten wird. Oder im Bekleidungsgeschäft die Verkäuferin sagt: ‚Ich habe da noch was ganz Besonderes für Sie.'"

Mandy Göb

„Ich habe das in Amerika erlebt: Da gucken mich die Verkäufer*innen an und sagen: Ich weiß, was Ihnen passt und Ihnen steht, ich suche Ihnen mal was zusammen. Und dann bekomme ich ein komplettes Outfit, typgerecht, in der richtigen Größe. Und ich sage: Ja mega, nehme ich alles mit, genau so. Einpacken, bezahlen, fertig. "

Simone Laurentius

„Wenn Kund*innen am Ende unseres Termins ein Lächeln im Gesicht haben, dann sind wir im Team zufrieden und haben ein gutes Gefühl. Dann haben wir dazu beigetragen, dass unsere Kund*innen mit der getroffenen Entscheidung glücklich sind."

Schließlich empfinden die Service-Profis von PANDION Spaß und eine tiefe Befriedigung in ihrer täglichen Arbeit und freuen sich über die positiven Rückmeldungen ihrer Kund*innen.

Thomas Bernhard

„Ich sag's mal so: Wenn meine Kund*innen am Ende zufrieden sind, dann kann PANDION zufrieden sein. Und ich persönlich bin dann oberzufrieden und freue mich, am nächsten Tag wiederzukommen."

Mandy Göb

„Ich glaube, man merkt uns auch an, dass wir uns in hohem Maße mit PANDION identifizieren. Wir spiegeln wider, wie es hier bei uns in der Firma zugeht. Und auch deshalb begeistern wir uns tagtäglich für die Projekte und geben unser Bestes!"

„Das Gefühl, gern zu dienen, muss man in sich haben.“

Dreiviertel aller Arbeitsplätze in Deutschland sind im Dienstleistungssektor angesiedelt. Mit anderen Worten: Knapp 35 Millionen Menschen arbeiten dort – vier von ihnen stellen wir vor.

Auto gefahren ist Adriana Tudor-Ovcar schon immer für ihr Leben gern. Mit 19 im Ruhrgebiet, wo sie aufgewachsen ist, war es ein Opel Kadett, heute, mehr als 900.000 Kilometer später, fährt sie einen Mercedes EQS. Der Elektro-Benz neuesten Baujahrs ist Adrianas Arbeitsplatz, denn sie ist Leiterin Shuttleservice und Mitinhaberin der Stuttgarter Agentur Die Legion, die neben Events und Incentives eben auch Fahrdienstleistungen im Premiumbereich bietet. Die 43-Jährige hat die Leidenschaft fürs Autofahren zu ihrem Beruf gemacht und chauffiert ihre Klientel, fast ausschließlich Geschäftskund*innen, durch Baden-Württemberg, Deutschland und manchmal auch ins europäische Ausland. „Für mich ist Fahren Freiheit, und jemanden sicher und geborgen von A nach B zu bringen, die berufliche Erfüllung“.

„Wenn ein Fahrgast in meinem Auto sitzt, schraube ich meine Persönlichkeit total zurück. Dann achte ich nur noch darauf, dass sich mein Kunde oder meine Kundin wohlfühlt.“

Adriana Tudor-Ovcar

Diese Art der Erfüllung empfindet Thomas Höyng auch – aber anders. Denn bei den Menschen, denen er seine Dienstleistung entgegenbringt, ist der Leidensdruck höher. Sie sind Patient*innen und nehmen Höyng als Physiotherapeuten in Anspruch – nach Operationen oder bei Sportverletzungen, viele mit Rückenschmerzen. „Ich sehe mich als Behandler, oft aber auch als eine wichtige soziale Kontaktperson.“ Der Kontakt mit Menschen und die unmittelbare Reaktion auf seine Arbeit waren Höyngs Motivation, mit 38 Jahren einen recht radikalen Schnitt in seinem Leben zu wagen. Er verließ seinen erlernten Beruf als Bäcker und begann eine Physiotherapieausbildung. Kein leichter Weg, während der dreijährigen Ausbildung jobbte er am Wochenende weiter in der Bäckerei. Heute ist der 57-Jährige beruflich angekommen: „So gern ich das Handwerk hatte, der Umgang mit Patient*innen macht mich einfach viel glücklicher.“

„Für unseren Heilberuf gibt es keinen hippokratischen Eid. Trotzdem fühle ich mich jeden Tag der Gesundheit und dem Wohlergehen meiner Patient*innen verpflichtet.“

Thomas Höyng

Der Wille zu dienen, ist auch bei René Bartella ein wichtiger Antrieb – er hat sogar einen Eid darauf geschworen. Denn Bartella ist Zeitsoldat bei der Luftwaffe und hat als ausgebildeter Industriemeister Luftfahrttechnik seinem Land von April bis August erstmals im Ausland gedient. Einsatzort war Jordanien, wo Bartella im Rahmen der internationalen Anti-Terror-Allianz für den sicheren Flugbetrieb auf einem Lufttransportstützpunkt in der Nähe der Hauptstadt Amman verantwortlich war. „Dass ich mit meiner Arbeit in der Heimat, aber auch im Ausland Menschen helfe und der Gesellschaft etwas zurückgeben kann, macht mich stolz", sagt Bartella. Insbesondere, seit er selbst Vater zweier Kinder ist, hat sich seine Perspektive auf Sicherheit nicht nur in Bezug auf sein direktes berufliches Umfeld geändert. „Wir alle sind Mütter, Väter, haben Familie, Freund*innen und irgendwo auch die gleichen Sorgen. Das wird mir jetzt häufiger bewusst und gibt mir eine zusätzliche Motivation."

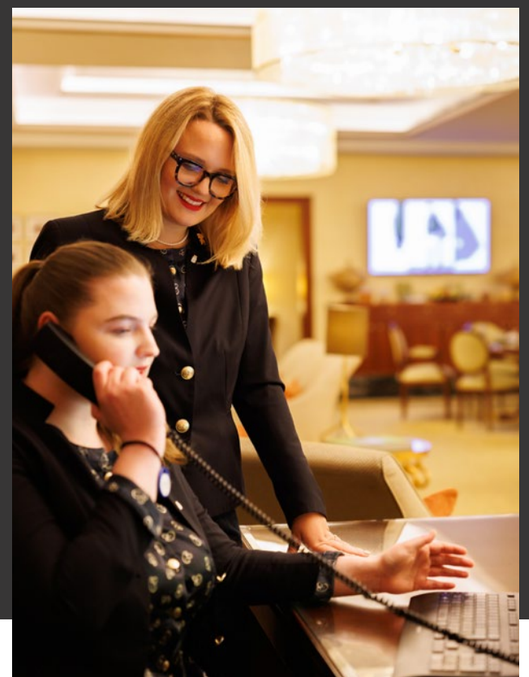
„Die Motivation, Soldat zu werden und seinem Land zu dienen, war schon früh da. Das ist kein Job wie jeder andere und man wird gleichermaßen gefordert und gefördert."

René Bartella

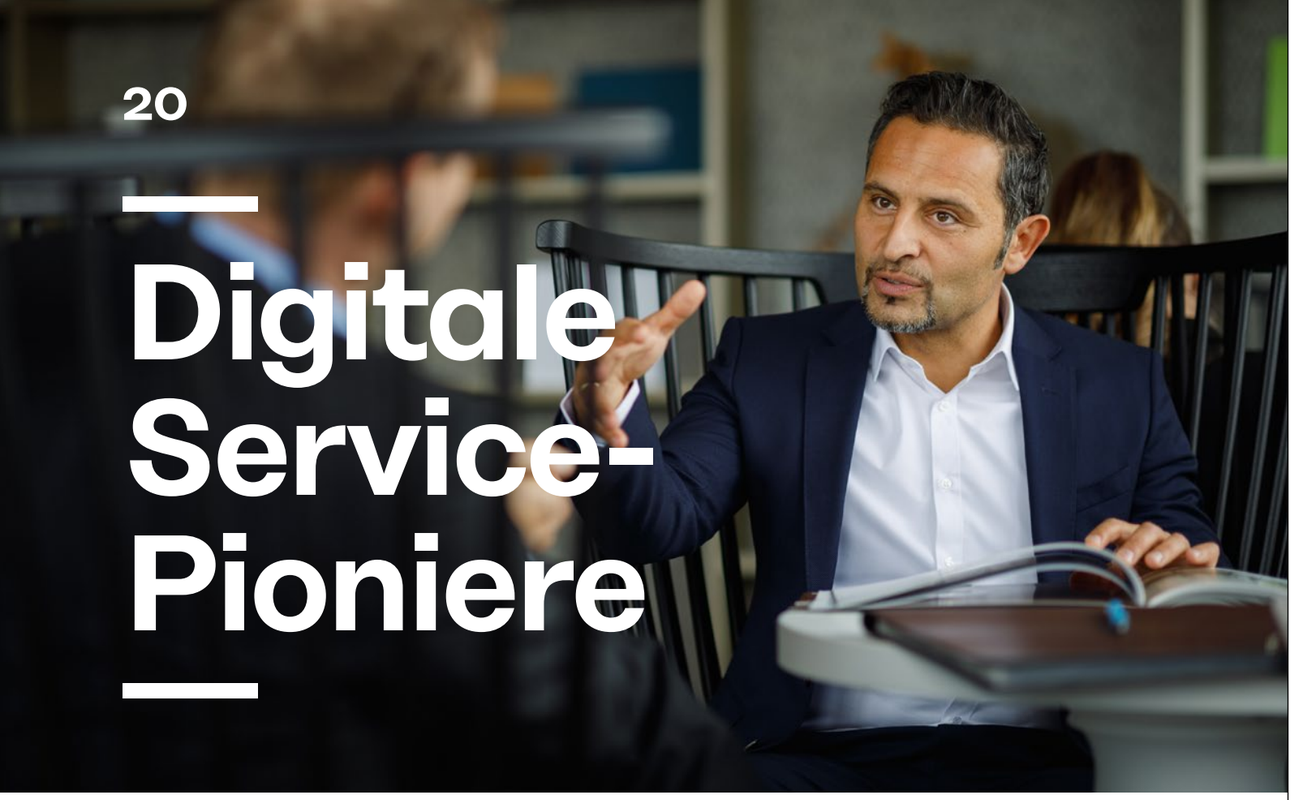
Eine innere Befriedigung erlebt auch Shannon Gilbert gern und oft. Dann nämlich, wenn es ihr gelingt, einem ihr anvertrauten Menschen ein Erlebnis zu verschaffen, einen Wunsch zu erfüllen oder eine Erledigung abzunehmen. Gilbert ist die Teamleiterin der fünf Personal Assistants im Düsseldorfer 5-Sterne-Hotel Breidenbacher Hof. An sieben Tagen die Woche, von frühmorgens bis spätabends, sind sie dazu da, dem Gast den Aufenthalt so angenehm wie möglich zu machen. Das beginnt mit dem sogenannten Pre-Arrival-Call, mit dem man schon im Vorfeld erfasst, welche Aufgaben sich ergeben könnten: einen Friseurtermin am Sonntag zu organisieren, ein Unterhaltungsprogramm für die Kinder aufzusetzen oder Tickets fürs eigentlich ausverkaufte Konzert zu besorgen. „Je mehr wir über den Gast wissen, desto persönlicher können wir unseren Service gestalten", sagt Gilbert.

„Es ist mir ein inneres Bedürfnis, jemandem ein tolles Erlebnis zu verschaffen und mit Herzlichkeit und Wärme positive Emotionen hervorzurufen."

Shannon Gilbert



Informationen über Kund*innen, Patient*innen oder Gäste zu haben, hilft, eine perfekte Dienstleistung zu erbringen. Das gilt für Adriana, wenn sie die Anschlusstermine ihrer Fahrgäste kennt. „Da kann ich proaktiv eingreifen, wenn ich beispielsweise in einen Stau gerate." Auch Thomas kennt viele seiner Patient*innen und weiß, „wem es darauf ankommt, von sich zu erzählen, oder wer auch gern etwas von mir hört." Bleibt noch die Frage nach dem persönlichen Service-Gen. Shannon sagt, dass sie schon in frühester Jugend unheimlich gern Gastgeberin war; Adriana ist sicher, „dass man das Gefühl, gern zu dienen, in sich haben muss und es nicht lernen kann." Soldat René dient Deutschland „aus vollster Überzeugung" und Thomas hat es noch keinen einzigen Tag bereut, dem Bäckerhandwerk den Rücken gekehrt zu haben.



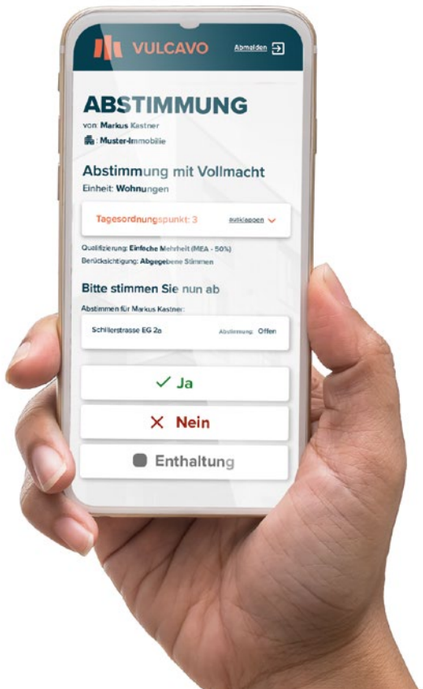
Digitale Service-Pioniere

Eine längere Anfahrt, langwierige Stimmauszählungen und oft endlose Abende – so kannte man klassische Eigentümerversammlungen.

Bis im Dezember 2020 das neue Wohnungseigentumsgesetz in Kraft trat und hybride WEG-Versammlungen ermöglichte, mit Präsenz- und virtueller Teilnahme. Doch noch fehlte die geeignete Software. Zu der Zeit arbeitete der IT-Entwickler Vulcavo bereits daran, die Stimmauszählung zu automatisieren. In Zusammenarbeit mit PANDION SERVICE entstand eine Abstimmungsapp, die schnell zur digitalen Lösung für hybride Versammlungen wurde. Und die Geschäftsführer Toni Altindagoglu schon früh selbst einsetzen konnte.

Mittlerweile existiert vom Anbieter ein digitales Komplettpaket inklusive der Videokonferenztechnik. Bei PANDION SERVICE ersetzen Smartphone und PC somit Stimmzettel und Handzeichen zu 95 Prozent. Die Nachbereitung mit allen Ergebnissen geht dann praktisch auf Knopfdruck.

Etwa 50 Prozent der Stimmberechtigten sind im Durchschnitt online zugeschaltet. „Die Versammlungen laufen viel effizienter ab und unsere Verwalter*innen werden aktiv unterstützt", erklärt Altindagoglu. Allerdings berichtet der Verband der Immobilienverwalter Deutschlands (VDIV), dass zwei



Jahre nach der Gesetzesnovelle lediglich 30,4 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen hybride/Online-Versammlungen durchführen. Die Hemmschwelle im Markt scheint hoch zu sein.

Dabei will man bei PANDION SERVICE die digitalen Dienste nicht mehr missen und leistet auch in anderen Bereichen Pionierarbeit, vor allem bei den Themen vernetzte Verwaltung und smartes Vermietungsmanagement. „Hier arbeiten wir ebenso mit intelligenter Unterstützung, um das Leben unserer Kund*innen leichter zu machen", betont Toni Altindagoglu. Seine Eigentümer*innen nutzen das Kundenportal Casavi, auch mobil über die zugehörige App. Der Vermietungsprozess wurde vollständig digitalisiert, von der Anzeige bis zur Unterschrift unter den Mietvertrag. „Dafür bekommen wir beste Kundenbewertungen", freut sich Toni Altindagoglu, der schon wieder neue Serviceideen verfolgt.

Die sechs Servicebereiche

PANDION SERVICE in Zahlen

2006
gegründet

4.000
Wohneinheiten in Verwaltung

440
Wohneinheiten je Verwalter

25
Mitarbeitende

4
Standorte

3
Azubis und Studierende

2015
übernahm Toni Altindagoglu die Geschäftsführung.

15 %
Drittobjekte in Verwaltung

90 %
Wiederbestellungsquote

KOMMT DAS GESETZ ZUR ONLINE-VERSAMMLUNG?

Künftig sollen Versammlungen auch vollständig online möglich sein – wenn Wohnungseigentümer*innen dies mit Dreiviertelmehrheit beschließen. So sieht es eine geplante Änderung des Wohnungseigentumsgesetzes vor. Die Entscheidung soll auf drei Jahre begrenzt sein.
(Stand: August 2023)

Bunte Servicewelt

Dem Land dienen

181.596

Menschen leisten in Deutschland aktuell Dienst an der Waffe.

36.255

Menschen sind im Bundesfreiwilligendienst engagiert.

Couch-potatoes

20 Mio. Deutsche bestellen **mindestens einmal im Monat** beim Lieferdienst.

Künstliche Intelligenz als Dienstleister*in

LR

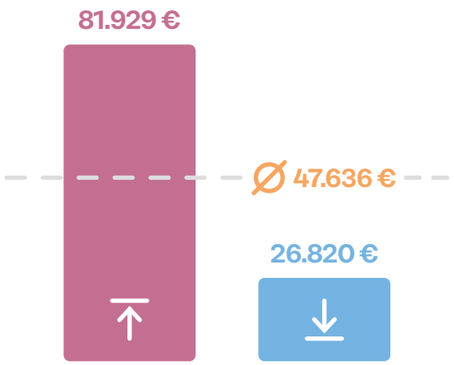
Wie Servicedienstleistungen auch via KI (künstliche Intelligenz) funktionieren können, zeigt der Chatbot ChatGPT des Unternehmens Open AI. Dieser beantwortet u. a. Fragen, versteht und übersetzt Texte und fasst diese auf Befehl zusammen. Wir haben die KI gebeten, uns einen Witz zum Thema Dienstleistung zu erzählen – und das auf Deutsch. Zahlreiche Versuche zeigten, dass sie mit deutschsprachigem Humor noch nicht überzeugen kann. Und auf Englisch?

Why did the server at the restaurant lose his job? Because he always just said, "404 - service not found!"

Liebe KI, schade, dass das Witzeerzählen noch nicht auf Deutsch funktioniert. Wir finden auch: Dein Humor ist noch ausbaufähig.

Money, money, money

Das **Durchschnittsgehalt** von 24 Branchen im Dienstleistungssektor beträgt 47.636 Euro pro Jahr oder 24.43 Euro pro Stunde. Das höchste Bruttojahreseinkommen gibt es für **Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen** (81.929 Euro), am wenigsten verdient man im **Gastgewerbe** (26.820 Euro).



Quelle: de.talent.com

Nicht mehr wegzudenken

Hier einige digitale Dienstleistungen, auf die wir nicht mehr verzichten wollen – obwohl es sie vor einigen Jahren noch nicht gab:

- Wohnungs- und Hausvermittler wie **AirBnB**
- Food-Lieferdienste wie **Lieferando, Gorillas & Co.**
- **Apps fürs Traden** (Aktien) **und Daten** (Tinder & Co.)
- Streamingdienste wie **Netflix, Spotify & Co.**
- **Gymondo** und andere Fitnessdienste für zu Hause
- **ChatGPT** – und andere KI-Chatbots

„Für welche Art von Service bist du bereit, Geld auszugeben? “

DANIEL MERTES

IT-UNTERNEHMENSARCHITEKT, KÖLN

Als wir in unserem Eigenheim Umbaumaßnahmen vorgenommen haben, war die Beauftragung professioneller Handwerker Gold wert. Ich würde zwar behaupten, dass ich handwerklich sehr begabt bin, aber man sieht doch deutliche Unterschiede, wenn ein gelernter Schreiner, Tischler oder Fensterbauer am Werk war. Denn die wissen nicht nur besser, was zu beachten ist, sie können einen im Voraus auch gut beraten. Nachdem ich einmal im Keller selbst Parkett verlegt habe und mich heute noch über das Endergebnis ärgere, werde ich bei größeren Vorhaben auch in Zukunft lieber direkt die Profis beauftragen – und wenn es auch ein bisschen was kostet.

SVENJA FRICK

NIEDERLASSUNGSASSISTENTIN, STUTTGART

Für mich gehören regelmäßige Thermenbesuche als Ausgleich zum Alltag einfach dazu. Daher mache ich zwei- bis dreimal im Jahr Wellness-Wochenenden, am liebsten in der guten Gesellschaft meiner Freundinnen. Ich habe schon verschiedene Thermen und Wellness-Hotels getestet und gehe am liebsten ins Badeparadies Schwarzwald, das direkt an einem See gelegen ist. Worauf ich mich dabei immer besonders freue, ist eine Ganzkörper-Massage! Das kostet zwar jedes Mal einen ordentlichen Aufpreis, lohnt sich aber definitiv. Nach der einstündigen Behandlung sind alle Verspannungen gelöst und ich fühle mich jedes Mal wie neugeboren.

PANDION INTERN

FLORIAN KOCH

PROJEKTENTWICKLER, BERLIN

Über einen Flyer im Briefkasten wurde ich auf eine mobile Fahrradwerkstatt aufmerksam. Da sich die Öffnungszeiten der meisten Werkstätten mit meinen Arbeitszeiten überschneiden, habe ich dieses Angebot kürzlich ausprobiert. Zum online vereinbarten Termin kam dann ein freundlicher und kompetenter Herr mit entsprechendem Equipment bei mir zu Hause vorbei und brachte mein Rad und auch das meiner Frau im Handumdrehen wieder auf Vordermann. Da wir uns durch dieses Angebot jede Menge Zeit gespart haben und mit dem Ergebnis sehr zufrieden waren, gab es neben dem Stunden- und Materialaufwand natürlich auch noch ein Trinkgeld.

JANINA WICKEL

PR-MANAGERIN, KÖLN

Da ich sehr dickes, langes Haar mit Naturkrause habe, ist ein Friseurbesuch bei mir immer ein besonderes Erlebnis – für das ich auch bereit bin, etwas mehr Geld auszugeben. Das komplette Programm mit Färben, Waschen, Schneiden, Föhnen und Stylen beansprucht rund vier bis fünf Stunden. Und egal, in welchem Salon ich dabei bin – jedes Mal staunen die Friseur*innen über meine „Mähne“ und sind auch schon mal ein wenig neidisch. Oft wird zum Föhnen und Glätten sogar eine zweite Person benötigt, weil es alleine einfach zu lange dauern würde. Das Ergebnis würde ich selbst nie so hinbekommen – und ist mir ein- bis zweimal im Jahr das kleine Vermögen wert.

Into the Soul!

Die hohe Aufenthaltsqualität aus dem Wohnbereich in die Bürowelt zu übertragen, ist der Anspruch der Büromarke PANDION OFFICEHOME. Wie gut uns das gelingt, davon können sich in knapp einem Jahr rund 1.350 Mitarbeiter des Deutschen Patent- und Markenamtes (DPMA) überzeugen: Sie werden dann in unser Objekt OFFICEHOME Soul im Münchener Werksviertel einziehen. Im Juni feierten wir hier die Fertigstellung des Rohbaus und das Richtfest. Das OFFICEHOME Soul ist der größte gewerbliche Bau in der Geschichte der PANDION AG. Auf seinen über 44.000 Quadratmetern Bruttogrundfläche beherbergt er nicht nur die Arbeitsplätze der DPMA-Mitarbeitenden, auch eine hauseigene Kindertagesstätte, ein Mitarbeiterrestaurant, eine geräumige Tiefgarage sowie zahlreiche Fahrradstellplätze gehören zum Ensemble. Die Architektur des Gebäudes erinnert an die industrielle Vorgeschichte des Gesamtareals, auf dem so renommierte Unternehmen wie Pfanni oder Zündapp deutsche Industriegeschichte schrieben. Der Entwurf stammt vom Frankfurter Büro holger meyer architektur, ein Blickfang ist die ans Gebäude angrenzende Promenade, die das OFFICEHOME Soul mit dem Schwesterprojekt OFFICEHOME Beat verbindet. Das Richtfest mit zahlreichen Gästen und Partner*innen stand unter dem Motto „Into the Soul!“

Kunst trifft Architektur

Eines der spannendsten Highlights des Düsseldorfer Kultursommers ist seit mehr als zehn Jahren das asphalt Festival. Unter dem Namen „34OST“ hat das renommierte Festival der Künste für die Spielzeiten 2023 und 2024 einen neuen Spielort in unserem Bestandsgebäude in der Oststraße 34 gefunden. Dort, wo ab 2025 ein neues PANDION OFFICEHOME entsteht, stellen wir rund 2.000 Quadratmeter im Erd- und Untergeschoss kostenlos zur künstlerischen und kulturellen Zwischennutzung zur Verfügung. Diesen Sommer verwandelte sich das „34OST“ bereits in ein pulsierendes Zentrum für Kunst und Kultur mit Theaterproduktionen, Ausstellungen und Konzerten.

Freudig blicken wir auch auf die Zeit danach. Denn HPP Architekten aus Düsseldorf sind die Gewinner des Architekturwettbewerbs für die Oststraße 34. Nach ihrem Entwurf wird auf den 12.500 Quadratmetern Bruttogrundfläche ein repräsentatives Bürogebäude mit 850 hochmodernen Arbeitsplätzen realisiert. Die Lage ist ideal – Hauptbahnhof, Königsallee und Hofgarten sind fußläufig erreichbar. „Mit diesem Projekt stellen wir uns der Herausforderung einer dringend notwendigen Stadtreparatur in prägnanter Innenstadtlage von Düsseldorf“, so Klaus Küppers, unser Niederlassungsleiter NRW.

PANDION INTERN

Gottfried Böhm zu Ehren

Gemeinsam mit der Stadt Köln und anderen Förder*innen aus Kultur und Wirtschaft unterstützen wir das neue Gottfried-Böhm-Stipendium für Post-Master-Architekt*innen aus der ganzen Welt. Das Stipendium, das alle zwei Jahre vergeben wird, ermöglicht dem frisch graduierten Nachwuchs, ein Jahr lang ein kreatives und visionäres städtebauliches Projekt für Köln und die Region zu entwickeln. Das Stipendium wurde zu Ehren des 2021 verstorbenen Pritzker-Preisträgers Gottfried Böhm aufgelegt, der nicht nur in der Domstadt zahlreiche Spuren seiner überragenden Baukunst hinterlassen hat. Es sichert den Geförderten eine kostenlose Unterkunft, eine Anstellung in einem kreativen Umfeld sowie eine Unterstützung von 2.500 Euro im Monat. Kölns Oberbürgermeisterin Henriette Reker ist Schirmherrin und freut sich, „dass Architekt*innen einer neuen Generation sich ein Jahr lang kreativ und visionär mit der Stadt Köln auseinandersetzen können.“

Danke, Joachim Plesser!

Nach zwölf Jahren an der Spitze des Aufsichtsrats der PANDION AG hat Joachim Plesser den Vorsitz des Kontrollgremiums niedergelegt und an Stefan Ermisch übergeben. Auf der jüngsten Hauptversammlung der AG wurde der Wechsel vollzogen. Der langjährige Vorstand und Aufsichtsrat führender Immobilienbanken hatte den Aufsichtsratsvorsitz im Mai 2011 übernommen und seitdem eine entscheidende Rolle bei der strategischen Ausrichtung und Professionalisierung der PANDION Gruppe gespielt. „Ich bedanke mich herzlich bei Joachim Plesser für sein hohes Engagement und seine stets pointierten Beiträge. Während seiner langjährigen Tätigkeit war er für mich ein wertvoller Wegbegleiter“, so Reinhold Knodel, Inhaber und CEO der PANDION AG.

Nachfolger von Plesser und neuer Aufsichtsratsvorsitzender wird Stefan Ermisch. Der 57-Jährige blickt auf eine langjährige Karriere als Vorstand in deutschen und europäischen Großbanken zurück und arbeitete zuletzt als Senior Advisor im Bereich Private Equity und Unternehmensberatung. Ihm zur Seite steht neben den beiden bisherigen Aufsichtsratsmitgliedern Klaus Verhufen und Friedhelm Keck künftig auch Tina Kleingarn. Die 49-jährige Investmentbankerin und Corporate-Finance-Expertin erweitert das Kontrollgremium und fungiert künftig als stellvertretende Vorsitzende. „Ich freue mich“, so Reinhold Knodel, „dass unser Aufsichtsrat künftig nicht nur mit erstklassigem Fach- und Branchenwissen, sondern auch mit herausragenden Führungspersönlichkeiten besetzt ist.“

Impressum

↗ LEBENSRAUM

Das Magazin der PANDION AG

Ausgabe 32, Oktober 2023

↗ HERAUSGEBERIN

PANDION AG, Im Mediapark 8, 50670 Köln

www.pandion.de

lebensraum@pandion.de

↗ V. I. S. D. P.

Reinhold Knodel

↗ GESAMTLEITUNG

Unternehmenskommunikation

↗ KONZEPTION / REDAKTION

K1 GmbH, Köln

↗ GESTALTUNG

GOODWILLRUN GmbH, Köln

↗ FOTOS

Simon Büttner: Titel, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 19, 20, 24, 25, 27

privat, Eva Nieweboer: 14

Marc Kemper: 15

Die Legion GmbH: 16, 17

privat, Gunter Ortlieb: 17

Bundeswehr / Kevin Kügele: 2, 18

Vulcavo: 20

iStock: 23

Klaus Heymach: 25

Edzard Probst: 26

Ralf Puder / asphalt festival: 26

Heike Fischer / Gottfried Böhm Stiftung: 27

PANDION
Partner für Lebensräume

klimaneutral
natureOffice.com | BE-556-904366
gedruckt

FSC
www.fsc.org
MIX
Aus verantwortungs-
vollen Quellen
FSC® C006748