

ter der Firma – derzeit 12.000 – begeben sich als Kunden getarnt in Hotels, Geschäfte, Banken & Co, um den Service zu testen. Das Konzept stammt, wie könnte es auch anders sein, aus Amerika und ist in Österreich seit etwa zehn Jahren am Markt.

„Anfangs haben wir bei unseren Kunden noch Aufklärungsarbeit leisten müssen, weil Mystery Shopping eben etwas Neues ist, aber heute fühlen wir uns sehr wohl in unserer Nische“, berichtet die 34-Jährige. Mittlerweile sind zahlreiche Unternehmen aus allen Bereichen von der neuartigen Methode überzeugt, denn nur so können auch sie ihre Produkte und Dienstleistungen mit den Augen ihrer Kunden sehen. Und das ist heutzutage wichtiger denn je. Da der Konsument immer anspruchsvoller und wählerischer wird, ist persönlicher Service und kompetente Beratung besonders wichtig. „Der Kunde von heute weiß, was er will, und fordert diese Leistung auch selbstbewusst ein. Das bedeutet, dass der Service einfach perfekt sein muss“, erklärt die Linzerin.

**Kids bringen Kunden.** Einen weiteren Trend unserer Zeit hat Katrin Schleinzer für sich genutzt. Die diplomierte Kindereventmanagerin beschäftigt sich mit den Bedürfnissen der ganz Kleinen. Mit ihrer „Spaßfabrik“ hat die junge Burgenländerin nicht nur selber Spaß, sondern auch einen Markt entdeckt, nach dem verstärkt Nachfrage besteht: Egal ob auf Messeveranstaltungen, Hochzeiten oder Firmenevents, die junge Burgenländerin sorgt für die ideale Betreuung der Kinder. „Die Kinderfreizeitgestaltung ist ein wichtiges Thema für viele Leute“, weiß die 26-Jährige, „wenn auf einer Messe oder bei einem Event für die Betreuung der Kinder gesorgt ist, erweitert sich die Frequenz der Kunden, denn dann kommen auch Leute mit Nachwuchs!“

## KINDEREVENTMANAGERIN

**KATRIN SCHLEINZER, 26**

■ **EIN KINDERSPIEL.** Nach einem zweisemestrigen Lehrgang für Kindereventmanagement in Wien hat sich die zweifache Mutter im Mai 2007 mit der „Spaßfabrik“ selbständig gemacht. Dort werden Kinderevents jeglicher Art angeboten – Kindergeburtstage, Betreuung von Kindern auf Hochzeiten, Stadtfesten oder Messen. Mit Schminken, Kasperltheater, Rätselrallye, Actionspielen oder Basteln hat Schleinzer für jedes Kind etwas dabei.

■ **TREND.** Die hohen Ansprüche im Berufs- sowie Privatleben führen dazu, dass berufstätige Mütter verstärkt Unterstützung in der Kinderbetreuung in Anspruch nehmen.



**ELISABETH ZEHETNER**  
Bundesgeschäftsführerin WKÖ

»Frauen haben heute als Unternehmerinnen große Chancen – aber setzen Sie auf die richtigen Nischen!«



Der Bedarf in sogenannten „Unterstützungsmärkten“ ist groß, denn Frauen, die Beruf und Familie unter einen Hut bringen wollen, nehmen gerne Hilfe in Anspruch. Für sie plant und organisiert Schleinzer etwa Kindergeburtstage und andere zeitaufwendige Aktionen rund um die Kleinen.

Katrin Schleinzer ist davon überzeugt, dass ihr Konzept noch größeres Potenzial hat – und ist mit ganzem Herzen bei der Arbeit: „Ich habe meine Leidenschaft zum Beruf gemacht, und das ist immer das Beste, was man tun kann.“

**Auf der Überholspur.** „Das Geheimnis des Erfolges liegt

in der Spezialisierung“, erklärt Achim Feige, 39, Trendforscher aus dem Team von Matthias Horx: „In den Märkten des Überflusses gewinnt der Spezialist!“

Die Branche der Coaches und Lebensberater etwa boomt wie nie zuvor, und deshalb ist es besonders in diesem Marktsegment wichtig, sich von seinen Mitbewerbern zu unterscheiden. „Die Spezialisierung ist essenziell, denn Berater, die alles können, sind nicht glaubwürdig und verlieren über die Zeit ihr Ansehen“, bringt ▶