

Servicequalität

Konzepte und Instrumente für eine perfekte Dienstleistung

von
Prof. Dr. Manfred Bruhn

Prof. Dr. Manfred Bruhn ist Inhaber des Lehrstuhls für Marketing und Unternehmensführung an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Basel und Honorarprofessor an der TU München.

1. Auflage

Servicequalität – Bruhn

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

Beck-Wirtschaftsberater im dtv



Verlag C.H. Beck München 2013

Verlag C.H. Beck im Internet:

www.beck.de

ISBN 978 3 406 64249 4

Beck-Wirtschaftsberater im dtv
Servicequalität

Beck–Wirtschaftsberater

Servicequalität

Konzepte und Instrumente für eine
perfekte Dienstleistung

Von Prof. Dr. Manfred Bruhn

Deutscher Taschenbuch Verlag

www.dtv.de
www.beck.de

Originalausgabe

Deutscher Taschenbuch Verlag GmbH & Co. KG,
Friedrichstraße 1a, 80801 München
© 2013. Redaktionelle Verantwortung: Verlag C.H. Beck oHG
Druck und Bindung: Druckerei C.H. Beck, Nördlingen
(Adresse der Druckerei: Wilhelmstraße 9, 80801 München)
Satz: ottomedien, Darmstadt
Umschlaggestaltung: Agentur 42, Bodenheim
ISBN 978-3-423-50932-9 (dtv)
ISBN 978-3-406-64249-4 (C. H. Beck)



9 783406 642494

Vorwort

Die Sicherstellung einer hohen Servicequalität ist für viele Unternehmen ein zentraler Erfolgsfaktor. Dies ist durch zahlreiche Studien über die Zusammenhänge zwischen Servicequalität und Profitabilität belegt. Dennoch scheuen sich viele Unternehmen, in Servicequalität zu investieren, weil diese Investitionen zunächst einmal mit Kosten verbunden sind und die Erlössteigerungen sich nicht kurzfristig und unmittelbar einstellen.

Ungeachtet dieser Barrieren hat sich der Bereich der Servicequalität in Wissenschaft und Praxis zu einem zentralen Thema in den letzten zwei Jahrzehnten entwickelt. Hier besteht für viele Unternehmen, neben Großkonzernen vor allem auch kleine und mittelständische Unternehmen, ein erheblicher Nachholbedarf.

Die Ausführungen basieren auf den Erfahrungen des Autors im Zusammenhang mit dem folgenden Buch:

Handbuch Qualitätsmanagement für Dienstleistungen. Grundlagen – Konzepte – Methoden, 9. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Springer-Gabler-Verlag, Wiesbaden.

Das vorliegende Buch möchte Anregungen für Unternehmen vermitteln, sich mit der Sicherstellung einer hohen Servicequalität professionell und systematisch zu beschäftigen. Dies kann verständlicherweise in einer Taschenbuchreihe nur sehr komprimiert erfolgen. Die tiefergehend Interessierten seien auf das erwähnte Buch verwiesen.

Im Vordergrund stehen dabei Überlegungen, die Servicequalität auch für kleine und mittelständische Unternehmen zu verbessern. Dies gilt sowohl für Serviceunternehmen wie z.B. Hotels, Autoniederlassungen, Handelsbetriebe u.a. als auch für Unternehmen mit produktbegleitenden Serviceelementen. Gleichermaßen werden vielfältige Anregungen auch für Nonprofit-Organisationen wie Theater, Museen, Krankenhäuser u.a.m. gegeben.

Das Buch ist primär für die Praxis geschrieben. Dabei wird versucht, eine Gratwanderung zwischen Wissenschaft und Praxis zu beschrei-

ten. Zahlreiche Konzepte und Methoden sind mit Praxisbeispielen versehen, damit ein Transfer zwischen Wissenschaft und Praxis stattfinden kann.

Dieses Buch ist mit Unterstützung von Herrn Dipl.-Kfm. *Alexander Maier* vom Lehrstuhl für Marketing und Unternehmensführung der Universität Basel entstanden, bei dem ich mich ganz besonders bedanken möchte.

Der Verfasser wünscht sich eine intensive Auseinandersetzung mit den vielfältigen Fragestellungen der Servicequalität und möchte mit diesem Buch die Hoffnung verbinden, dass es Anregungen enthält für Unternehmen, die sich intensiver mit dem Thema der Sicherstellung einer hohen Servicequalität beschäftigen möchten.

Basel, im April 2013

Manfred Bruhn

Inhaltsübersicht

| | |
|---|-----|
| Vorwort | V |
| Inhaltsverzeichnis | IX |
| 1. Kapitel | |
| Erfolgsfaktor Servicequalität | 1 |
| 2. Kapitel | |
| Verständnis von Dienstleistungen und Servicequalität | 17 |
| 3. Kapitel | |
| Bausteine eines Qualitätsmanagements | 33 |
| 4. Kapitel | |
| Analyse: Messung der Servicequalität | 57 |
| 5. Kapitel | |
| Planung: Maßnahmen zur Sicherstellung der Servicequalität | 123 |
| 6. Kapitel | |
| Umsetzung: Schaffung der internen Voraussetzungen | 191 |
| 7. Kapitel | |
| Kontrolle: Kontinuierliche Performance-Messungen | 241 |
| 8. Kapitel | |
| Service-Teil | 283 |
| Literaturverzeichnis | 300 |
| Sachverzeichnis | 307 |

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----------|
| Vorwort | V |
| Inhaltsübersicht..... | VII |
| | |
| 1. Kapitel | |
| Erfolgsfaktor Servicequalität | 1 |
| 1.1 Wettbewerbsvorteile für Dienstleistungsanbieter durch Servicequalität | 1 |
| | |
| 2. Kapitel | |
| Verständnis von Dienstleistungen und Servicequalität | 17 |
| 2.1 Begriff und Systematisierung von Dienstleistungen | 17 |
| 2.2 Begriff der Dienstleistungsqualität | 24 |
| 2.3 Einflussfaktoren der Dienstleistungsqualität | 27 |
| | |
| 3. Kapitel | |
| Bausteine eines Qualitätsmanagements | 33 |
| 3.1 Ebenen eines Qualitätsmanagements | 33 |
| 3.2 Total Quality Management als Führungsphilosophie | 35 |
| 3.3 Systeme des Qualitätsmanagements | 44 |
| 3.4 Instrumente des Qualitätsmanagements | 49 |
| 3.5 Prozess des Qualitätsmanagements | 51 |
| | |
| 4. Kapitel | |
| Analyse: Messung der Servicequalität | 57 |
| 4.1 Kundenorientierte Verfahren zur Messung der Servicequalität | 58 |
| 4.1.1 Objektive Messansätze | 60 |
| 4.1.2 Subjektive Messansätze | 68 |
| | IX |

| | |
|---|------------|
| 4.2 Unternehmensorientierte Verfahren zur Messung der Servicequalität | 106 |
| 5. Kapitel | |
| Planung: Maßnahmen zur Sicherstellung der Servicequalität | 123 |
| 5.1 Regelkreis des Qualitätsmanagements | 123 |
| 5.2 Instrumente der Qualitätsplanung | 125 |
| 5.3 Instrumente der Qualitätslenkung | 133 |
| 5.4 Instrumente der Qualitätsprüfung | 153 |
| 5.5 Instrumente der Qualitätsmanagementdarlegung | 170 |
| 5.6 Abstimmung der Phasen des Qualitätsmanagements | 182 |
| 5.7 Qualitätsplan als zentrales Ergebnis und Grundlage der operativen Qualitätssteuerung | 186 |
| 6. Kapitel | |
| Umsetzung: Schaffung der internen Voraussetzungen | 191 |
| 6.1 Interne Implementierungsaufgaben | 191 |
| 6.2 Zertifizierung des Qualitätsmanagements | 210 |
| 6.2.1 Bedeutung der Zertifizierung | 210 |
| 6.2.2 Ziele der Zertifizierung | 213 |
| 6.2.3 Prozess der Zertifizierung | 217 |
| 6.2.4 Problemfelder der Zertifizierung | 229 |
| 6.3 Nutzung von Qualitätspreisen | 231 |
| 7. Kapitel | |
| Kontrolle: Kontinuierliche Performance-Messungen | 241 |
| 7.1 Begriff und Aufgaben des Qualitätscontrolling | 241 |
| 7.2 Prozesskontrollen im Qualitätsmanagement | 248 |
| 7.3 Effektivitätskontrollen im Qualitätsmanagement | 251 |
| 7.4 Effizienzkontrollen im Qualitätsmanagement | 261 |

| | |
|--|-----|
| 8. Kapitel | |
| Service-Teil | 283 |
| 8.1 Statistiken und Datenbanken | 284 |
| Kundenbarometer wichtiger Nationen | 284 |
| Testinstitute im deutschsprachigen Raum | 284 |
| Statistische Ämter und Datenbanken – DGQ, SAQ | 285 |
| 8.2 Verbände | 286 |
| Gesamtüberblick über alle Dienstleistungsverbände im Internet | 287 |
| Ausgewählte Verbände | 287 |
| 8.3 Marktforschungsinstitute | 288 |
| Gesamtüberblick über alle Marktforschungsinstitute in Deutschland | 288 |
| Ausgewählte Marktforschungsinstitute | 288 |
| 8.4 Messen/Kongresse/Tagungen | 289 |
| Gesamtüberblick über alle Messen in D-A-CH-NL | 289 |
| Ausgewählte Messen | 290 |
| 8.5 Fachzeitschriften | 291 |
| Gesamtüberblick über alle Fachzeitschriften | 291 |
| Ausgewählte Fachzeitschriften | 292 |
| 8.6 Wissenschaftliche Zeitschriften | 294 |
| Ausgewählte nationale wissenschaftliche Zeitschriften | 294 |
| Ausgewählte internationale wissenschaftliche Zeitschriften ... | 295 |
| 8.7 Preise/Auszeichnungen/Zertifizierungen | 297 |
| Qualitätspreise im deutschsprachigen Raum | 297 |
| Internationale Qualitätspreise | 298 |
| Ausgewählte Adressen zur Zertifizierung | 299 |
| Literaturverzeichnis | 300 |
| Sachverzeichnis | 307 |