

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. Gleichmaßen 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

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