

Birgit Kuhnert / Iris Ramme

# So managen Sie Ihre Servicequalität

Messung und Umsetzung  
für erfolgreiche Dienstleister

**Jranffurter Jdlgcmeine Buch**

# Inhalt

## Vorwort

1. Deutschland - ein Land ohne Service? . . . . .	9
1.1 Situationsbeschreibung . . . . .	9
1.2 (Service-)Qualität als Erfolgsfaktor. . . . .	10
1.3 Plädoyer für die Profilierung durch Service. . . . .	14
2. Qualität in Dienstleistungsunternehmen . . . . .	17
2.1 Besonderheiten von Dienstleistungsunternehmen. . . . .	17
2.2 Qualitätsbegriff und -dimensionen . . . . .	22
2.3 Qualität und Zufriedenheit . . . . .	29
2.4 Begrenzung auf Servicequalität in Dienstleistungs- unternehmen. . . . .	35
3. Messung von Servicequalität . . . . .	39
3.1 Was kennzeichnet Servicequalität? . . . . .	39
3.2 Erhebungstechniken zur Ermittlung der Servicequalität. . . . .	51
3.3 Spezielle Meßansätze zur Erhebung von Servicequalität in Dienstleistungsunternehmen . . . . .	77
4. Möglichkeiten der Umsetzung von Servicequalität in Dienstleistungsunternehmen . . . . .	91
4.1 Kontaktpunkte: Hier beweist sich die Servicequalität . . . . .	91
4.2 Anwendungsbeispiele für Kundenzufriedenheitsmessungen . . . . .	96
4.3 Beschwerdemanagement . . . . .	107
4.4 Prävention - Aktion - Revitalisierung: Den Fokus auf Bestandskunden legen . . . . .	126

## 8 *Inhalt*

4.5	Voraussetzungen für ein »Bestandsmarketing« . . . . .	144
4.6	Implementierung unternehmensweiter Qualitätsstandards . . . . .	157
4.7	Qualitätsmanagement der DIN EN ISO 9000ff. und Quality Awards . . . . .	.170
4.8	Wieviel Servicequalität will ich bieten? . . . . .	.192
5.	Ganzheitliches Qualitätsmanagement: Empfehlungen für Dienstleistungsunternehmen . . . . .	203
5.1	Bausteine eines ganzheitlichen Qualitätsmanagements . . . . .	203
5.2	Leitbild und Strategie. . . . .	207
5.3	Struktur und Prozesse. . . . .	216
5.4	Unterstützende Funktionen: Führung und Controlling . . . . .	227
	Abbildungsverzeichnis. . . . .	243
	Tabellenverzeichnis. . . . .	244
	Literatur. . . . .	245
	Die Autorinnen. . . . .	252