

Thomas Bieger

Dienstleistungs- Management

Einführung in Strategien und Prozesse
bei Dienstleistungen

4., überarbeitete Auflage

HOCHSCHULE
LIECHTENSTEIN
Bibliothek

Haupt Verlag
Bern • Stuttgart • Wien

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	XI
1 Einleitung.....	1
1.1 Dienstleistungsmanagement in der Forschung.....	1
1.2 Ziel und methodischer Ansatz des Buches.....	3
1.3 Dienstleistungsdefinition.....	8
2 Entwicklungstendenzen im Dienstleistungsbereich.....	19
2.1 Entwicklung in den wichtigsten Umfeldbereichen.....	19.
2.1.1 Technologische Entwicklung.....	20
2.1.2 Politische und rechtliche Entwicklung.....	23
2.1.3 Entwicklung im Bereich der natürlichen Umwelt.....	24
2.1.4 Gesellschaftliche Umwelt.....	25
2.T.5 Wirtschaft.....	27
2.2 Entwicklungstrends in der Nachfrage.....	30
2.3 Entwicklungstrends in der Produktion.....	37
2.4 Transformation von Branchen und Unternehmen.....	39
3 Dienstleistungsmanagement im Modell.....	45
3.1 Das Dienstleistungsunternehmen im Modell.....	45
3.1.1 Prozessmodell betrieblicher Aktivitäten.....	45
3.1.2 Von der Dienstleistungskette zum Service Blueprint.....	49
3.1.3 Die Unternehmungen im Wettbewerb.....	53
3.1.4 Die Unternehmung im Wechselbeispiel der Anspruchgruppen.....	57
3.2 Das Dienstleistungsmanagement Modell.....	61
3.3 Das Dienstleistungsprodukt im Modell.....	65
3.4 Inhalt des normativen Managements.....	67
3.5 Die Gestaltung des normativen Managements für Dienstleistungsunternehmen.....	72
3.5.1 Dienstleistungsvision.....	73
3.5.2 Dienstleistungsphilosophie.....	76
3.5.3 Unternehmenspolitik.....	77
3.5.4 Unternehmensverfassung.....	80
3.5.5 Unternehmenskultur.....	81

VIII

3.6	Dienstleistungskultur.....	85
3.7	Fallbeispiel: Dienstleistungsvision der NZZ Online von <i>Thomas Riklin</i>	87
4	Strategisches Dienstleistungsmanagement.....	91
4.1	Wettbewerbsvorteile und strategische Erfolgspositionen.....	91
4.2	Kundenwert als Orientierungsgrösse.....	95
4.3	Inhalt einer Strategie - Strategy Content.....	99
4.3.1	Kernstrategie.....	101
4.3.2	Dienstleistungskonzept - Markt-/ Leistungsstrategie.....	104
4.3.3	Wettbewerbsstrategie/ Kooperationsstrategie.....	110
4.3.4	Beispiel einer möglichen Unternehmensstrategie.....	117
4.4	Prozess einer Strategie - Strategy Process.....	118
5	Operatives Dienstleistungsmanagement - Gestaltung des Dienstleistungssystems.....	123
5.1	Grundlagen des operativen Dienstleistungsmanagements.....	123
5.1.1	Effizienz und Produktivität bei Dienstleistungen.....	123
5.1.2	Vier Phasen der Dienstleistungsproduktion.....	126
5.2	Prozessorientierung und Organisation.....	130
5.3	Prozessoptimierung.....	136
5.3.1	Anteil der persönlichen Interaktionen im Dienstleistungsprozess.....	138
5.3.2	Outsourcing.....	141
5.3.3	Einbezug des Kunden.....	145
5.3.4	Bildung von Communities.....	146
5.4	Steuerung der Auslastung.....	148
5.5	Fallbeispiel: New Technology Center der Weissen Arena Laax von <i>Bruno Hensler</i>	149
6	Qualitätsmanagement - Ausrichtung auf die Servicequalität.....	155
6.1	Konzept und Bedeutung der Servicequalität.....	155
6.1.1	Veränderte Bedeutung der Servicequalität.....	155
6.1.2	Qualität, Kosten und Ertrag.....	160
6.2	Definition der Dienstleistungsqualität.....	163
6.2.1	Entwicklung des Qualitätsbegriffes bei Dienstleistungen....	163
6.2.2	Qualitätsdimensionen.....	168

6.3	Management der Qualität und des Kundenwertes.....	172
6.4	Messung der Dienstleistungsqualität.....	176
6.4.1	Methoden der Qualitätsmessung.....	176
6.4.2	Praktische Beispiele für Qualitätsmessung.....	190
6.5	Qualitätsgrundsätze und -methoden.....	201
6.5.1	Qualitätsgrundsätze.....	201
6.5.2	Qualitätsmethoden und -modelle.....	203
6.6	Fallbeispiel: HelpPoints - Service Systeme der Zürich Financial Services von <i>Julia Johnsen</i>	207
Mensch und Führung im Dienstleistungsprozess.....		211
7.1	Bedeutung der menschlichen Interaktion im Dienstleistungsprozess.....	211
7.1.1	Funktionen der menschlichen Interaktion.....	211
7.1.2	Erklärungsansatz zum Wert der persönlichen Interaktion..	217
7.2	Zwischen menschlicher Interaktion und industrieller Automatisierung - Wie viel persönliche Dienstleistung ist notwendig?.....	220
7.3	Zwischen Enabling und Controlling - Welche Qualität der Führung ist in Dienstleistungsprozessen notwendig?.....	224
7.3.1	Mitarbeiterauswahl.....	229
7.3.2	Servicekultur.....	235
7.3.3	Ausbildung.....	235
7.3.4	Führung.....	237
7.3.5	Technische Hilfsmittel.....	241
7.3.6	Entschädigung.....	241
7.4	Fallbeispiel: Mitarbeiterführung im Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa von <i>Isabelle Engeler</i>	242
Abstimmung zwischen Angebot und Nachfrage.....		247
8.1	Das Grundproblem der Abstimmung zwischen Angebot und Nachfrage bei Dienstleistungen.....	247
8.2	Die Steuerung des Angebotes.....	252
8.2.1	Festlegung der Kapazitäten.....	252
8.2.2	Angebotsflexibilisierung.....	262
8.2.3	Nachfragespeicherung.....	265
8.3	Die Steuerung der Nachfrage.....	271

8.3.1	Visitor Management.....	272
8.3.2	Preissteuerung.....	275
8.3.3	Yield Management versus Preispositionierung.....	283
8.4	Fallbeispiel: Netzwerkmanagement bei Swiss International Airlines <i>von Dr. Andreas Wittmer</i>	290
9	Marketing von Dienstleistungen.....	295
9.1	Besonderheiten des Marketings von Dienstleistungen.....	295
9.2	Hauptaufgaben des Marketing.....	298
9.2.1	Marketingstrategie.....	298
9.2.2	Kundenbindung.....	305
9.2.3	Marke.....	308
9.3	Internes Marketing.....	311
9.4	Einsatz der Marketinginstrumente.....	313
9.5	Fallbeispiel: Jungfraubahnen - Marketingkonzept <i>von Thomas Riklin</i>	316
	Literaturverzeichnis.....	319
	Stichwortverzeichnis.....	339