

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
2.1.5 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

3.6	Dienstleistungskultur	85
3.7	Fallbeispiel: Dienstleistungsvision der NZZ Online <i>von 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 <i>von 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 Zurich Financial Services von <i>Julia Johnsen</i>	207
7	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
8	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