

Die Schnittstelle Organisation – Markt: Dienstleistungen

Kapitel 30 **Dienstleistungstätigkeiten – 629**

Friedemann W. Nerdinger

Kapitel 31 **Dienstleistungsqualität und Kundenzufriedenheit – 649**

Friedemann W. Nerdinger

Kapitel 32 **Steuerung der Dienstleistungsqualität – 667**

Friedemann W. Nerdinger

Organisationen können als offene Systeme betrachtet werden. Das wesentliche Merkmal solcher Systeme ist der Austausch mit ihrer Umwelt. Im Zentrum dieses Austausches stehen die Mitarbeiter, die mit der Umwelt – vor allem vertreten durch ihre Kunden – in Kontakt treten. Diese Mitarbeiter werden auch als Kundenkontaktpersonal bezeichnet, sie bilden die entscheidende Schnittstelle zum Markt: Mitarbeiter mit Kundenkontakt vertreten die Organisation und wirken auf die Umwelt ein, nehmen den Einfluss der Umwelt auf und vermitteln ihn in der Organisation. Diesen Mitarbeitern und ihrem Erleben und Verhalten in Organisationen widmet sich der letzte Abschnitt dieses Lehrbuches.

Die Tätigkeit des Kundenkontaktpersonals kann im weitesten Sinne als Dienstleistung bezeichnet werden: Die Mitarbeiter treten mit Kunden in Kontakt mit dem Ziel, Probleme der Kunden zu lösen. Die wichtigsten Merkmale von Dienstleistungen und den dabei verrichteten Tätigkeiten werden in ► Kap. 30 dargestellt. Dabei zeigt sich, dass den Kern der meisten Dienstleistungen – arbeitspsychologisch analysiert – letztlich die Interaktion zwischen Mitarbeiter und Kunde bildet. Dies stellt die Arbeits- und Organisationspsychologie vor ganz besondere Aufgaben, die in den folgenden Kapiteln beschrieben werden.

Mittelbar muss es das Ziel von Unternehmen sein, ihre Kunden zufriedenzustellen: Unternehmen können nur dann überleben, wenn ihre Kunden mit den Angeboten hinreichend zufrieden sind und deshalb nicht zur Konkurrenz wechseln. Zufrieden werden die Kunden sein, wenn sie die Qualität der Dienstleistung positiv einschätzen und daher weiterhin die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens kaufen bzw. sie sogar anderen Menschen empfehlen. Darüber hinaus liegt in der Befriedigung menschlicher Bedürfnisse ein wesentlicher Grund für das Bestehen von Organisationen – die Kundenzufriedenheit wird damit zu einem zentralen Ziel von Unternehmen. Kunden sind zufrieden mit Unternehmen, wenn sie von der angebotenen Qualität der Produkte und Dienstleistungen überzeugt sind. Die Qualität von Dienstleistungen einzuschätzen ist aber sehr viel schwieriger als die von Produkten. In ► Kap. 31 werden daher die Grundlagen der Kundenzufriedenheit und der Dienstleistungsqualität etwas genauer dargestellt und im abschließenden ► Kap. 32 die psychologisch wichtigen Ansatzpunkte zur Steuerung der Dienstleistungsqualität diskutiert.