Buchrezensionen

Kernthesen

- Anforderungen an das Dienstleistungsmanagement erkennen
- Vermehrt reales Kundenverhalten erfassen
- Instrumentenbündel durch 4 Service-Ps ergänzen

Nutzen für die Praxis

Das Handeln von Servicemanagern sollte primär an realen Kundenbedürfnissen und -verhalten und weniger an abstrakten Zahlenwerten und Modellen als an realen Kundenbedürfnissen orientieren. Die Kundenbedürfnisse skizzierte Thomas Mann bereits Anfang des 20. Jahrhunderts präzise und detailliert in seinen Romanen und Novellen. Fazit: Ein einzigartiges Marketingbuch mit unbedingter Kaufempfehlung.

Abstract

Anhand kurzer Ausschnitte aus verschiedenen Werken von Thomas Mann, in denen unterschiedliche Dienstleistungssituationen beleuchtet werden, arbeitet Prof. Dr. Bernd Stauss Anforderungen an das Servicemanagement aus Sicht des Kunden aus. Stauss zeigt, wie Servicemanager durch die Beachtung wesentlicher Regeln ihre Kunden besser verstehen und effektiver auf deren Bedürfnisse eingehen können.

Der Autor bezieht sich vornehmlich auf die Werke „Tonio Kröger“, „Bekenntnisse des Hochstaplers Felix Krull“, „Mario und der Zauberer“ und „Der Zauberberg“. Jedem dieser Werke ist ein Kapitel gewidmet, in dem Stauss kurze Passagen aus den Originalwerken zitiert, selber als Dienstleistungsforscher interpretiert und mit bekannten Theorien des Dienstleistungsmanagements verknüpft.

Die ausgewählten Textpassagen verdeutlichen und erklären auf anschauliche Art und Weise zentrale Konzepte und Erkenntnisse des Dienstleistungsmanagements wie zum Beispiel das „Kompatibilitätsmanagement“ oder das „Prosoziale Dienstleisterverhalten“.

Anhand einer Passage aus „Das Eisenbahnunglück“ wird zum Beispiel die Besonderheit des „Erscheinungsbildes der Mitarbeiter als Schlüsselinformation“ treffend beschrieben. Auch widmet er sich in diesem Kapitel kritischen Themen hinsichtlich der „Problemkunden – Jaycustomers“ und beleuchtet die „negativen Effekte von Problemkunden auf Mitarbeiter“. Die Besonderheiten „interkultureller Dienstleistungskontakte“ werden hingegen am Werk „Mario und der Zauberer“ veranschaulicht. Im Epilog fordert Stauss, dass das herkömmliche Instrumentarium des Marketing-Mix, die „4 P“, durch ein weiteres Instrumentenbündel der „4 Service-P“ (Physical Evidence, Process, Participating customers und People) erweitert werden muss und es sich somit auch vom reinen Dienstleistungsmarketing zum ganzheitlichen Dienstleistungsmanagement weiterentwickelt. *Alexander Schagen*

Bernd Stauss

Wenn Thomas Mann Ihr Kunde wäre

Lektionen für Servicemanager

1. Auflage, Springer Gabler,

Wiesbaden 2012,

215 Seiten, 24,95 €,

ISBN: 978-3-8349-4030-8