



Newsletter Service Engineering

Februar 2003

Herausgeber und Kontakt

Fraunhofer IAO

Marktstrategie Team Service Engineering
Nobelstraße 12
70569 Stuttgart

Ansprechpartner: Dipl.-Kfm. Peter Schreiner
Telefon: +49(0)7 11/9 70-51 21
Fax: +49(0)7 11/9 70-24 01
service@iao.fhg.de
www.service.iao.fhg.de

Hinweis

Der Newsletter Service Engineering erscheint viermal im Jahr und kann im Internet unter <http://www.service.iao.fhg.de/newsletter> kostenlos abonniert werden. Über diese Seite können auch alle bereits veröffentlichten Ausgaben abgerufen werden.

Inhalt

Fokusthema:

Dienstleistungsforschung heute

Referenzprojekt:

RWTÜV Systems GmbH

Serie:

Dienstleistungsentwickler des 21. Jahrhunderts:
Prof. Raymond Fisk

Veranstaltungsberichte:

DL '02 und Service Engineering 2002,
1. Baden-Württembergischer Dienstleistungstag

Veranstaltungstipp:

Innovationsnetzwerk – neue Dienstleistungen

Literaturtipps

Termine

Fokusthema:

Dienstleistungsforschung heute

Eine, in das vom BMBF geförderte Verbundvorhaben »Fit for Service« eingebundene, Studie von Fraunhofer IAO legt den State of the Art und neue Entwicklungen der internationalen Dienstleistungsforschung dar. Dabei wurde die Situation in Deutschland besonders berücksichtigt.

Aufbauend auf der Analyse internationaler Fachjournale, Konferenzen und Internet-Communities wurden 25 international anerkannte Experten zu ihren Einschätzungen zukünftiger Forschungsaktivitäten befragt.

Aus den Gesprächen und weiterführenden Untersuchungen wurde ersichtlich, dass Deutschland als Forschungsstandort in der internationalen Dienstleistungsforschung nur schwach wahrgenommen wird. Engagement, Aktivitäten und Ergebnisse der Dienstleistungsforschung in Deutschland spielen international nur eine untergeordnete Rolle. Dominiert wird die Dienstleistungsforschung weiterhin durch die US-amerikanische Perspektive.

Zweifelsohne muss hier die Position Deutschlands durch internationale Kooperationen, die Präsenz auf internationalen Tagungen und Veröffentlichungen in internationalen Fachjournalen gestärkt werden.

Weitere Ergebnisse der Studie bilden die Identifikation der wichtigsten Informationsquellen der internationalen Dienstleistungsforschung. Im Bereich der Fachzeitschriften sind dies das »Journal of Service Research« und das »International Journal of Service Industry Management«. Konferenzen bilden für die Forschungscommunity die wichtigsten Plattformen zum persönlichen Austausch, wobei hier die »International Conference on Frontiers in Services« sowie die »International Research Conference on Service Quality QUIS« als wichtigste Konferenzen genannt wurden.

Neben den strukturellen Aspekten der internationalen Dienstleistungsforschung lag der zweite Schwerpunkt der Experteninterviews in der Exploration des Forschungsstands und des zukünftigen Forschungsbedarfs.

Die Ausrichtung dieser inhaltlichen Abfrage umfasste die Themenfelder »theoretisch-methodische Grundfragen«, »praktisch-methodische Anwendungsfelder«, »Mega-Trends« und »relevante Wachstumsfelder«.

Theoretisch-methodische Grundfragen

In den Einschätzungen der Experten werden grundlagenorientierten Forschungsfragestellungen in Zukunft eine wachsende Relevanz beigemessen, wobei momentan ein nicht unerhebliches Maß an Unsicherheit besteht, was Richtung, Realisierbarkeit und Nutzen dieser Fragestellungen anbelangt.

Praktisch-methodische Anwendungsfelder und Mega-Trends

In diesem Themenkomplex werden drei Aspekte sehr hoch eingeschätzt: »Service Innovation«, »Internationalisierung der Dienstleistungswirtschaft« und »Service Management«. Vor allem in den USA wird derzeit im »Service Management« das Teilgebiet der Dienstleistungsqualität neu diskutiert. Hier wird eine Erweiterung der Perspektive für erforderlich gesehen.

Relevante Wachstumsfelder

Der deutlichste Zuwachs von Forschungsbedarf wurde für die Wachstumsfelder »Business Services«, »Informationsdienstleistungen« und »Tertiarisierung der Produktion« gesehen. Zudem herrscht weltweiter Konsens über die weiterhin bestehende Wichtigkeit von Business to Business-Services.

Die internationale Dienstleistungsforschung befindet sich offensichtlich in einer Phase des Wandels und der Neuorientierung. Alte Themenstellungen, die bereits für »abgeforscht« gehalten wurden, haben weiterhin eine hohe Relevanz und werden nur langsam von neuen Themengebieten abgelöst. Im Zuge einer sich weiterentwickelnden Internationalisierung der Dienstleistungswirtschaft werden viele Themenstellungen, die sich mit der Exportfähigkeit von Dienstleistungen beschäftigen, in zunehmenden Maße an Relevanz gewinnen. Welche Rolle Deutschland innerhalb dieser skizzierten Entwicklungen einnehmen wird, ist dabei stark davon abhängig, inwieweit es gelingt, eine unabhängige, jedoch in der internationalen Community akzeptierte und beachtete Position einzunehmen.

Referenzprojekt:

RWTÜV Systems GmbH

Mit der Methode »Learning History« Service Engineering-Kompetenzen bei RWTÜV Systems GmbH ausbauen

RWTÜV Systems GmbH ist ein dienstleistendes Unternehmen, das sich u. a. auf die Auditierung und Zertifizierung von Managementsystemen, z. B. ISO 9001, spezialisiert hat. Da sich zum einen die Rahmenbedingungen für solche Managementsysteme regelmäßig ändern, z. B. inhaltliche Anpassungen zum anderen neue Anforderungen von Kunden gestellt werden, ist RWTÜV Systems GmbH immer wieder aufgefordert, seine Dienstleistungsangebote weiterzuentwickeln.

Die zentrale Zielsetzung des Betriebsprojekts, das im Rahmen des Verbundprojekts »Vom Kunden zur Dienstleistung« in Kooperation mit Fraunhofer IAO und der Universität Stuttgart bearbeitet wird, ist es, bei RWTÜV Systems GmbH einen übergreifenden Dienstleistungsentwicklungsprozess zu implementieren. In einem ersten Schritt wurden dazu ausgewählte Service Engineering-Projekte näher untersucht. Während das TÜV CERT Excellence Audit (TCEA) in Form einer Fallstudie betrachtet wurde, fand bei zwei weiteren Dienstleistungen die Methode »Learning History« ihren Einsatz.

Die Methode »Learning History« wurde Mitte der neunziger Jahre von Unternehmern, Wissenschaftlern und Journalisten entwickelt. Das Ziel war, dass ein erfolgreich verlaufenes Entwicklungsprojekt untersucht und die positiven sowie kritischen Ereignisse im Unternehmen kommuniziert werden sollten. Die Erfahrungen der Projektbeteiligten standen dabei im Vordergrund.

Auch bei RWTÜV Systems GmbH wurden Learning Histories eingesetzt, um aus abgeschlossenen Dienstleistungsentwicklungsprojekten zu lernen und Service Engineering-Kompetenzen auszubauen. Der Ablauf unterteilte sich dabei in vier Phasen. In der Planungsphase wurde das Projektziel definiert, die zu untersuchenden Dienstleistungen identifiziert, das Team gebildet und ein Zeitplan erstellt. In der Interviewphase führten die Mitarbeiter der wissenschaftlichen Institute mit den Beteiligten der ausgewählten Dienstleistungsentwicklungsprojekte Gespräche. Dabei wurden nicht nur die objektiven Fakten ermittelt, sondern auch subjektive Einstellungen und Erfahrungen. In der Schreibphase wurden die Gesprächsprotokolle ausgewertet und zu einem Gesamtbild zusammengeführt. Die Gesprächspartner hatten dabei die Gelegenheit, die fertigen Texte gegenzulesen. Im Anschluss wurden die Texte von Kommentatoren – Experten zum Thema Service Engineering – um hilfreiche Anmerkungen, Empfehlungen oder Fragen ergänzt. In der Kommunikationsphase erhielten alle involvierten Personen die fertigen Learning Histories. In einem abschließenden Workshop wurden die Ergebnisse intensiv diskutiert und die wesentlichen Erkenntnisse aus den Learning Histories festgehalten.

Ein Ergebnis beim Einsatz der Methode »Learning History« war das fertige Dokument. Dieser Text hat einen den Learning Histories eigenen Aufbau. Ein anregender Titel und ein erster Informationsteil, der die Rahmenbedingungen zu den betrachteten Projekten darstellt, bildet den Kopfteil. Der weitere Text ist zweispaltig. In der breiten rechten Spalte sind die Erfahrungen der interviewten Personen enthalten; die schmalere linke Spalte beinhaltet die Anmerkungen der Kommentatoren. Durch diese Art der Textgestaltung soll das Dokument zum Lesen einladen und Anregungen für die Veränderung von etablierten Mindsets geben.

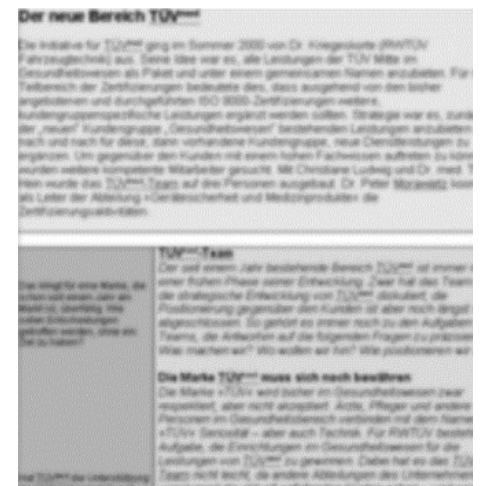


Abbildung:
Aufbau eines Learning
History-Dokuments

Das in dem Learning History-Projekt aufgedeckte Wissen wird in den weiteren Projektarbeiten bei RWTÜV Systems genutzt, um Dienstleistungsentwicklungsprozesse zu optimieren. Auf diese Weise unterstützen die Learning Histories beim Ausbau von Service Engineering-Kompetenzen.

Serie:

**»Dienstleistungs-Entwickler des
21. Jahrhunderts«:
Professor Raymond P. Fisk**



Professor Fisk ist einer der führenden Forscher auf dem Gebiet des Service-Marketing und -Management und lehrt momentan am College of Business der University of New Orleans. Er hat in allen relevanten internationalen Fachjournals sowie auf zahlreichen internationalen Dienstleistungskongressen veröffentlicht. Seine momentanen Forschungsinteressen liegen in der Betrachtung von Services als Dramen, Service-Technologien und in der Weiterentwicklung der Dienstleistungsforschung.

Das Interview* wurde im Rahmen des »1st International Symposium on Service Engineering and Management« am 26. November 2002 in Stuttgart geführt, an dem Professor Fisk als Referent teilgenommen hat.

Für die Zukunft erwarten Sie eine sich fortsetzende Globalisierung. Inwieweit können sich Dienstleistungsunternehmen auf den Handel von Dienstleistungen auf internationaler Ebene vorbereiten?

Der wichtigste Punkt ist die Schulung der Mitarbeiter. Diese müssen zukünftig in der Lage sein, mit Kunden aus aller Welt umzugehen. Hierzu werden Mitarbeiter benötigt, die sowohl international erfahren sind, als auch Expertenwissen über lokale Märkte und Kunden haben. Kunden sind zwar weltweit ähnlich, jedoch gilt es bei Dienstleistungen umso mehr, die lokalen Unterschiede zu berücksichtigen.

Sie stehen auf dem Standpunkt, dass Engineering und Marketing viel miteinander gemein haben. Können Sie uns dies ein wenig näher erläutern?

Wichtig ist die »Communality«, sprich die Kombination von Engineering und Marketing, um Produkte an die Märkte bringen. Das Engineering steht dabei für die Funktionalität und die Form der Erbringung aus Unternehmenssicht, während das Marketing sich um die Kundenwünsche kümmert und diese Erkenntnisse in das Design der Leistung einbringt. Man kann ein noch so gutes Produkt anbieten, wenn es nicht den Kundenerwartungen und -bedürfnissen entspricht, wird es der Kunde nicht kaufen. Nur die Kombination eines guten Produkts und den entsprechenden Kunden ist erfolgreich und führt dazu, dass Kunden wiederkommen.

Dem Kunden zu dienen ist Ihrer Meinung nach im 21. Jahrhundert der zentrale Faktor, um Kunden zufrieden zu stellen. Sind Sie der Meinung, dass der Kunde auch die Zahlungsbereitschaft für dieses »Mehr« an Service aufweist?

Ich denke, dass Kunden erwarten, gut bedient und behandelt zu werden. Man muss den Preis verlangen, den der Kunde als gerechtfertigt empfindet und er ist dann begeistert, wenn er das »Mehr« an Service als Bonus empfindet. Deswegen ist es unmöglich zusätzliche Gebühren zu verlangen mit dem Versprechen, den Kunden zu begeistern. Sie werden sofort mehr erwarten als wir in der Lage sind zu leisten. Um Kunden zu begeistern, darf man keine Versprechungen machen, sonder muss die Idee, mit der man ihn begeistern möchte, solange für sich behalten, bis er begeistert ist.

Das beste Negativbeispiel hierfür ist »Malaysian Airlines«, die versprechen, die Erwartungen ihrer Kunden zu übertreffen. Dabei handelt es sich um ein dummes Versprechen, weil jeder die Leistung mit dem Wissen darüber, wie es seiner Meinung nach besser gemacht werden könnte, bewertet. Die Idee ist einfach, mehr zu leisten als man verspricht und schon hat der Kunde den Eindruck, einen Bonus zu erhalten.

* Interview übersetzt aus dem Englischen

Welches sind also, aus der Sicht des Marketing, die Kernkompetenzen, um zukünftig erfolgreich Dienstleistungen zu verkaufen?

Aus der Marketing-Perspektive heraus würde ich sagen, dass sich die Kernkompetenzen um das System und die Menschen, die darin involviert sind, befinden. Dabei beinhaltet das System bestimmte Technologien, die man einsetzen muss und die für einen arbeiten. Auf der anderen Seite stehen die Menschen, insbesondere die Mitarbeiter, die mit dem Glauben an die Sache und an ihr Unternehmen, jedoch mit der Einstellung für jeden einzelnen Kunden zu arbeiten, den Service erbringen.

Letzte Frage: Sie haben die Dienstleistungserbringung damit verglichen auf der Bühne zu stehen und ein Stück zu spielen. Können Sie uns dieses Bild etwas näher erläutern?

Das Schöne daran, auf der Bühne zu stehen, ist doch, die Zuschauer mit seiner Kunst zu begeistern. Es ist doch offensichtlich, dass beispielsweise in einem Hotel oder bei einer Fluggesellschaft dramaturgische Bestandteile zu finden sind. Selbst bei einem noch so kleinen Handwerksbetrieb lassen sich diese Aspekte finden. Der Schlüssel ist dabei die Erfahrung und das Können, mit dem die Künstler oder die Mitarbeiter ihre Leistung erbringen. Schauspieler bringen einen zum Lachen oder stimmen einen traurig, wenn sie es wollen. Viele Geschäftsleute hingegen können dies nicht. Sie haben keine Ahnung, wie sie ihre Kunden glücklich machen können. Ich glaube, dass diese Ideen eine große Relevanz für Dienstleistungsorganisationen haben.

Vielen Dank für das Interview.

Veranstaltungsberichte:

DL `02 und Service Engineering 2002



1. Baden-Württembergischer Dienstleistungstag

DL `02 und Service Engineering 2002

Vom 26. bis 28. November 2002 richtete Fraunhofer IAO in Kooperation mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) die Dienstleistungstagung »DL `02« aus. An den drei Veranstaltungstagen informierten sich mehr als 150 Teilnehmer über aktuelle Entwicklungen in der Dienstleistungsforschung und -praxis.

Das in englischer Sprache geführte »1st International Symposium on Service Engineering and Management« bildete am ersten Veranstaltungstag den Auftakt. Internationale Experten wie Professor Raymond Fisk, Professor Robert Johnston und Dr. Rohit Ramaswamy stellten aktuelle Ergebnisse ihrer Forschungsarbeiten vor.

Die sich anschließenden zwei Tage der »Service Engineering 2002« wurden von Professor Hans-Jörg Bullinger, Präsident der Fraunhofer-Gesellschaft, mit seinem Vortrag »Dienstleistung heute und morgen: Bilanzierung, Herausforderungen und Entwicklungspfade« eröffnet. Ab dem Nachmittag des zweiten Tages konnten die Teilnehmer zwischen den Foren »Service Engineering« und »Managing Services« wählen. Im Mittelpunkt der diesjährigen Service Engineering, die bereits zum fünften Mal in Folge ausgerichtet wurde, standen die Themen Preis- und Kostengestaltung von Dienstleistungen sowie Kundenintegration.

Rückblickend war die dreitägige Veranstaltung ein großer Erfolg. Das Interesse an den behandelten Themen motiviert Fraunhofer IAO, auch in den Folgejahren Veranstaltungen zum Management und Engineering von Dienstleistungen zu organisieren.

Hinweis: Ein Großteil der Vorträge steht unter <http://www.DL2100.de> zum Download zur Verfügung.

1. Baden-Württembergischer Dienstleistungstag

Am 7. Dezember 2002 fand in Stuttgart der 1. Baden-Württembergische Dienstleistungstag statt. Veranstalter waren das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg sowie das Landesgewerbeamt. Die Teilnehmer konnten sich über aktuelle Trends einzelner Dienstleistungsbranchen und erfolgreiche Best-Practices aus den Bereichen Gesundheit, Freizeit- und Erlebniswirtschaft, Business Service sowie haushaltsnahe Dienstleistungen informieren. Das Marktstrategie Team Service Engineering von Fraunhofer IAO hat das Themenmodul »Service Engineering« gestaltet. Die beiden Beiträge »Profit mit neuen Dienstleistungen – Mit Service Engineering Dienstleistungsinnovationen systematisch umsetzen« und »Dienstleistungen und Prozesse erfolgreich entwickeln – Beispiele aus der Praxis der academis GmbH« können im Internet unter <http://newcome.de/dienstleistungsportal/dienstleistungstag.php> nachgelesen werden. Der Dienstleistungstag wird voraussichtlich Ende 2003 erneut stattfinden.

Veranstaltungstipps:

»Innovationsnetzwerk – neue Dienstleistungen«

Das Marktstrategie Team Service Engineering von Fraunhofer IAO plant für die erste Jahreshälfte 2003 das »Innovationsnetzwerk – neue Dienstleistungen«. Motivation war die Feststellung, dass Praktiker ein Interesse an einem unternehmensübergreifenden Erfahrungsaustausch zum Thema Dienstleistungsentwicklung und -management haben. An fünf Veranstaltungsterminen werden ausgewählte Themen behandelt sowie aktuelle Fragestellungen der teilnehmenden Unternehmen bearbeitet. Detaillierte Informationen zum Innovationsnetzwerk erhalten Sie im Internet unter <http://www.service.iao.fhg.de>.

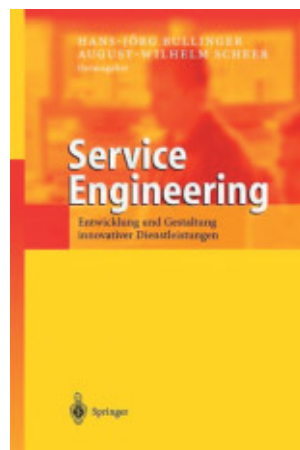
Ansprechpartner: Marc Opitz,
Telefon +49 (0) 7 11/9 70-51 29,
E-Mail: Marc.Opitz@iao.fhg.de

Literaturtipps / Internet:

*Bullinger, H.-J. und Scheer, A.-W. (Hrsg.):
Service Engineering – Entwicklung und Gestaltung innovativer Dienstleistungen*

Die schnelle und effiziente Realisierung innovativer Dienstleistungen stellt zunehmend einen Erfolgsfaktor für die Wettbewerbsfähigkeit von Dienstleistungsunternehmen dar. Ziel des Herausgeberbandes »Service Engineering – Entwicklung und Gestaltung innovativer Dienstleistungen« ist es, Wissenschaftlern und Praktikern gleichermaßen einen Überblick über den aktuellen Kenntnisstand zum Service Engineering zu geben. Namhafte Wissenschaftler zeigen hierin Grundlagen und aktuelle Tendenzen auf. Praktiker aus unterschiedlichen Branchen stellen ihre Erfahrungen aus aktuellen Service-Engineering-Projekten vor.

Berlin: Springer, 2003
804 Seiten, EUR 89,95



*Ganz, W. und Meiren, T. (Hrsg.):
Service research today and tomorrow
Spotlights on international activities (in engl. Sprache)*

Ziel der Studie ist es, eine Standortbestimmung Deutschlands innerhalb des noch relativ jungen Gebiets der Dienstleistungsforschung vorzunehmen. Auf der Basis von 25 Interviews mit internationalen Experten auf dem Gebiet der Dienstleistungsforschung sowie durch ergänzende Untersuchungen werden zentrale Erkenntnisse herausgearbeitet und längerfristig wirksame Trends identifiziert. Den daraus resultierenden Handlungsbedarf stellt die Studie zur Diskussion und gibt Anregungen für zukünftige Arbeiten auf dem Gebiet der Dienstleistungsforschung.

Stuttgart: IRB Verlag, 2002
52 Seiten, EUR 25,00



Deutsches Institut für Normung e.V. (Hrsg.): Standardisierung in der deutschen Dienstleistungswirtschaft – Potenziale und Handlungsbedarf. DIN-Fachbericht 116

Der Fachbericht wurde im Rahmen des Verbundprojekts »Dienstleistungs-Standards für globale Märkte« erarbeitet und legt den Handlungsbedarf bei der Entwicklung einheitlicher Dienstleistungs-Standards dar. Neben einer Analyse der vorhandenen Normungsaktivitäten werden die Ergebnisse einer allgemeinen Bedarfserhebung und ein Referenzmodell zur Entwicklung von Dienstleistungs-Standards vorgestellt. Weitere Schwerpunktthemen sind: E-Commerce, Infrastrukturdienstleistungen, berufliche Weiterbildung und öffentliche Dienstleister.

Berlin: Beuth, 2002
 220 Seiten, EUR 69,00



DIN Deutsches Institut für Normung e.V. (Hrsg.): Grundstruktur für die Beschreibung von Dienstleistungen in der Ausschreibungsphase. PAS 1018

Berlin: Beuth, 2002
 26 Seiten, EUR 53,40



DIN Deutsches Institut für Normung e.V. (Hrsg.): Strukturmodell und Kriterien für die Auswahl und Bewertung investiver Dienstleistungen. PAS 1019

Berlin: Beuth, 2002
 22 Seiten, EUR 48,70



Termine:

Februar bis August 2003
Innovationsnetzwerk neue Dienstleistungen
 Ort der Kick Off-Veranstaltung:
 Institutszentrum Stuttgart,
 Nobelstraße 12, 70569 Stuttgart
 Ansprechpartner: Marc Opitz,
 Telefon +49 (0) 7 1 1/9 70-51 29,
 Marc.Opitz@iao.fhg.de

12. – 14. Juni 2003
AMA SERVSIG Services Research Conference 2003

Ort: Reims Management School,
 Frankreich
 Informationen zu dieser Veranstaltung
 sind im Internet unter
<http://www.conference-reims.com>
 verfügbar.

Service Engineering 2003

Ort: Stuttgart
 Der endgültige Termin steht zu
 Redaktionsschluss noch nicht fest.
 Aktuelle Informationen hierzu unter
<http://www.iao.fraunhofer.de/d/veranstaltungen/monat5.hbs>.
 Ansprechpartner: Peter Schreiner,
 Thomas Meiren
 Telefon: +49 (0) 7 1 1/9 70-51 21, -51 16
 E-Mail: Peter.Schreiner@iao.fhg.de,
 Thomas.Meiren@iao.fhg.de

23. – 26. Oktober 2003
12th Annual AMA Frontiers in Services Conference

Ort: Washington, DC., USA
 Informationen zu dieser Veranstaltung
 sind im Internet unter
<http://www.rhsmith.umd.edu/ces/~/FrontiersConference.htm> verfügbar.