

Seminarausschreibung

# Management von Dienstleistungsprozessen

## Virtuelles Seminar II

Dienstleistungsprozesse sind Bestandteil unseres Alltages als Konsumenten und des täglichen Geschäfts von Unternehmenskunden. Wir als Konsumenten gehen zum Bäcker und zum Friseur, schauen uns Filme im Kino an, besuchen Theatervorstellungen und Konzerte, nehmen an Sportkursen teil, essen im Restaurant und verbringen unseren Urlaub an schönen Orten, wo wir im Hotel übernachten oder Ausflüge buchen. Unternehmen beauftragen Dienstleister unterschiedlicher Art wie Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, Werbeagenturen, Marktforschungsfirmen, Ingenieurbüros oder IT-Dienstleister. Obwohl diese Dienstleistungen sehr unterschiedlich sind, ist ihnen allen gemeinsam, dass der Kunde am Dienstleistungsprozess mitwirken muss. Diese Mitwirkung eröffnet besondere Gestaltungsmöglichkeiten für den Anbieter. Die aktive Teilnahme des Kunden führt dazu, dass der Kunde Einblicke in das Geschäft des Anbieters erhält, ja sogar ein Teil dieses Geschäfts wird. Der Kunde erlebt den Dienstleistungsprozess hautnah, bewertet die Anbieterleistungen und nimmt als aktiv Mitwirkender Einfluss auf den Ablauf des Prozesses sowie die Qualität und die Kosten der Dienstleistungserstellung. Gerade die Mitwirkung des Kunden an der Erstellung der Dienstleistung stellt den Anbieter aber auch vor die Herausforderung, Prozesse auf die Teilnahme und aktive Mitwirkung abzustellen, den Prozess so zu gestalten, dass der Kunde ihn positiv erlebt, sich wohlfühlt und gerne engagiert, wobei der Anbieter gleichzeitig Qualität, Zeit und Kosten im Blick behalten muss.

Im Rahmen des Seminars werden wir uns ausgewählten Fragestellungen rund um das Management von Dienstleistungsprozessen widmen, die Besonderheiten diskutieren sowie Instrumente und Maßnahmen für die Gestaltung und Steuerung von Dienstleistungsprozessen kennenlernen.

Das Seminar ist als virtuelles Seminar konzipiert, d.h. es gibt keine Präsenzveranstaltung. Vielmehr werden wir gemeinsam zunächst im Flipped Classroom-Format – d.h. asynchrone Selbst- und Gruppenarbeitsphasen in der Moodle-Lernumgebung gefolgt von synchronen Online-Meetings in Adobe Connect – fünf verschiedene Themenblöcke erarbeiten. Zu jedem Themenblock gibt es zwei vorbereitende wissenschaftliche Artikel. Innerhalb von jeweils zwei Wochen bearbeiten Sie in der asynchronen Phase in Moodle verschiedene Aufgaben. Jeder Themenblock schließt mit einem synchronen 2-stündigen Online-Meeting in Adobe Connect, bei dem wir verschiedene Aspekte diskutieren, miteinander verknüpfen, Probleme kennenlernen und Ansatzpunkte für Lösungen erarbeiten werden. Je nach Thema werden wir mehr wissenschaftlich arbeiten oder unsere Kenntnisse auf Praxisprobleme anwenden. Über die inhaltliche Auseinandersetzung mit den Themen des Managements von Dienstleistungsprozessen hinaus erhalten Sie als Grundlage für die Anfertigung Ihrer Seminararbeit eine Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten.

Im Anschluss an die Flipped Classroom-Phase schreiben Sie eine 12-seitige Seminararbeit, die auf einem von uns vorgeschlagenen Thema basierend auf den bearbeiteten Themenblöcken beruht. Insgesamt stehen 12 Themen zur Auswahl, die im Zusammenhang mit den vorher behandelten Schwerpunkten stehen und ausgewählte Aspekte vertiefen. Während der Anfertigung der Seminararbeit werden Sie von den wissenschaftlichen Mitarbeiter\*innen betreut. Die Anfertigung eines

Exposés und die Wahrnehmung der Exposé-Besprechung sind obligatorisch. Ihre Themenpräferenzen, die wir versuchen, soweit wie möglich zu berücksichtigen, können Sie bis zum letzten Online-Meeting in Moodle abgeben.

Die Seminarleistung umfasst das Erarbeiten der von uns vorgegebenen Literatur, die Bearbeitung der Aufgaben in Moodle, die Teilnahme und aktive Beteiligung an den fünf Adobe-Connect-Sitzungen sowie die Anfertigung der 12-seitigen Seminararbeit.

## Themenblöcke

### 1. Das ServiceBlueprint als Grundlage der Gestaltung von Dienstleistungsprozessen

Das ServiceBlueprint ist ein Instrument, um Dienstleistungsprozesse zu analysieren, zu gestalten und zu steuern. Im Rahmen des Themenblocks werden wir uns mit der Entwicklung der ServiceBlueprint-Methode, der Struktur von ServiceBlueprints, den Zielen, Möglichkeiten und Grenzen ihres Einsatzes sowie praktischen Anwendungen beschäftigen.

#### Literatur

Kingman Brundage, Jane (1991): Technology, Design, and Service Quality, in: *International Journal of Service Industry Management*, Jg. 2, Nr. 3, S. 47-59.

Fließ, Sabine / Kleinaltenkamp, Michael (2004): Blueprinting the Service Company: Managing Service Processes Efficiently, in: *Journal of Business Research*, Jg. 57, Nr. 4, S. 392-404.

### 2. Die Gestaltung der Service Experience im Dienstleistungsprozess

Service Experience, also das Erfahren und Erleben von Dienstleistungen, ist in den letzten Jahren immer mehr in den Mittelpunkt von Forschung und Praxis gerückt. Wie Dienstleistungen vom Kunden erfahren und erlebt werden, was eine Service Experience, also ein Dienstleistungserlebnis ausmacht, wie es wissenschaftlich erfasst werden kann und welche Gestaltungsmöglichkeiten Anbieter haben, um die Service Experience des Kunden zu beeinflussen, ist Gegenstand dieses Themenblocks.

#### Literatur

Jaakkola, Elina / Helkkula, Anu / Aarikka-Stenroos, Leena (2015): Service Experience Co-creation: Conceptualization, Implications, and Future Research Directions, in: *Journal of Service Management*, Jg. 26, Nr. 2, S. 182-205.

Kranzbühler, Anne-Madeleine / Kleijnen, Mirella H. P. / Morgan, Robert E. / Teerling, Marije (2018): The Multilevel Nature of Customer Experience Research: An Integrative Review and Research Agenda, in: *International Journal of Management Reviews*, Jg. 20, Nr. 2, S. 433-456.

### 3. Die Gestaltung der Dienstleistungsumgebung (Servicescape)

Dienstleistungsprozesse finden in einer realen oder virtuellen Dienstleistungsumgebung (Servicescape) statt, die sowohl auf das Verhalten des Kunden als auch des Anbieters wirkt. Im Rahmen des Themenschwerpunktes werden wir erarbeiten, wie die Dienstleistungsumgebung auf Kunde und Anbieter wirkt, welche Probleme entstehen können, welche Gestaltungsmöglichkeiten dem Anbieter offenstehen und wie er diese einsetzen kann, um das Verhalten des Kunden zu beeinflussen.

## Literatur

Bitner, Mary Jo (1992), Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees, in: *Journal of Marketing*, Jg. 56, Nr. 2, S. 57–71.

Fließ, Sabine / Dyck, Stefan / Volkers, Maarten (2020): Calling for a Multisensory Perspective on Customer Service Co-Creation, in: Roth, S. / Horbel, C. / Popp, B. (Hrsg.), *Perspektiven des Dienstleistungsmanagements*, Wiesbaden, S. 77-104.

## 4. Emotionsarbeit und Burn-Out – Konsequenzen für Prozessgestaltung und -steuerung

Der Umgang mit zum Teil sehr unterschiedlichen Kunden, das Eingehen auf die jeweiligen Kundenwünsche sowie die stete Freundlichkeit gegenüber Kunden in allen Situationen stellt hohe Anforderungen an die Emotionsarbeit von Mitarbeitern, was im schlimmsten Fall zum Burn-Out führen kann. In diesem Themenschwerpunkt werden Einflussfaktoren der Emotionsarbeiten und des Burn-Out, Bewältigungsstrategien von Mitarbeitern sowie Möglichkeiten des Anbieters diskutiert werden, Emotionsarbeit zu unterstützen und Burn-Out zu verhindern.

## Literatur

Grandey, Alicia A. (2000): Emotion Regulation in the Workplace: A New Way to Conceptualize Emotional Labor, in: *Journal of Occupational Health Psychology*, Jg. 5, Nr. 1, S. 95-110.

Lings, Ian / Durden, Geoffrey / Lee, Nick / Cadogan, John W. (2014): Socio-emotional and Operational Demands on Service Employees, in: *Journal of Business Research*, Jg. 67, Nr. 10, S. 2132-2138.

## 5. Zeitmanagement in Dienstleistungsprozessen

In Dienstleistungsprozessen kann zwischen Transferzeiten (Weg zum Dienstleister und zurück), Abwicklungszeiten (Vor- und Nachbereitung der Dienstleistung), Transaktionszeiten (Leistungserstellung) und Wartezeiten unterschieden werden. Die Schwerpunkte bei der Gestaltung des Dienstleistungsprozesses variieren dabei je nach Dienstleistung, z.B. kurze Transaktionszeiten beim Pakettransport oder lange Transaktionszeiten bei Massagen, Minimierung von Wartezeiten etc., aber auch nach Kundentyp, z.B. Freizeitoptimierer. Von Kunden wird die objektive Zeit (z.B. Zeit in Minuten) subjektiv wahrgenommen; das Zeitempfinden kann sich daher von Kunde zu Kunde unterscheiden. Anbieter stehen somit vor der Herausforderung, neben objektiven Zeitgrößen auch das subjektive Zeitempfinden des Kunden bei der Gestaltung von Dienstleistungsprozessen zu berücksichtigen. Im Rahmen des Themenschwerpunktes werden die Aspekte Wartezeitempfinden und wahrgenommener Zeitdruck auf der Kundenseite betrachtet sowie Gestaltungsmöglichkeiten für den Anbieter erarbeitet.

## Literatur

Strombeck, Stephen D. / Wakefield, Kirk L. (2008): Situational influences on service quality evaluations, in: *Journal of Services Marketing*, Jg. 22, Nr. 5, S. 409–419.

Voorhees, Clay M. / Baker, Julie / Bourdeau, Brian L. / Brocato, E. Deanne / Cronin Jr., J. Joseph (2009): It Depends: Moderating the Relationships Among Perceived Waiting Time, Anger, and Regret, in: *Journal of Service Research*, Jg. 12, Nr. 2, S. 138-155.

## Teilnahmevoraussetzungen

- Allgemeine Teilnahmevoraussetzungen gemäß Prüfungsordnung
- Technisches Equipment (Headset mit Mikrofon sowie Webcam) für die Online-Meetings

## Leistungen

- Schriftliche Seminararbeit von 12 Seiten
- Durcharbeiten der angegebenen Literatur
- Bearbeitung der Aufgaben in Moodle
- Aktive Teilnahme an allen fünf Online-Meetings

## Bewertung

70% Seminararbeit;

30% Mitarbeit in Moodle und in Adobe Connect (Aufgabenbearbeitung, Literaturrecherche, Zusammenfassung der Aufsätze, Mündliche Mitarbeit in Adobe Connect)

## Termine

Flipped Classroom-Phase		
<b>0 Seminar Kick-off</b>		
1.10. – 5.10.2020	Einführung in das Seminar Vorstellungsrunde	Moodle
<b>1 Das ServiceBlueprint als Grundlage der Gestaltung von Dienstleistungsprozessen</b>		
6.10. – 20.10.2020	asynchrone Arbeitsphase	Moodle
21.10.2020, 16.30 – 18.30 Uhr	Online-Meeting	Adobe Connect
<b>2 Die Gestaltung der Service Experience im Dienstleistungsprozess</b>		
22.10 – 3.11.2020	asynchrone Arbeitsphase	Moodle
4.11.2020 16.30 – 18.30 Uhr	Online-Meeting	Adobe Connect
<b>3 Die Gestaltung der Dienstleistungsumgebung (Servicescape)</b>		
5.11. – 17.11.2020	asynchrone Arbeitsphase	Moodle
18.11.2020 16.30 – 18.30 Uhr	Online-Meeting	Adobe Connect
<b>4 Emotionsarbeit und Burn-Out – Konsequenzen für Prozessgestaltung und -steuerung</b>		
19.11. – 1.12.2020	asynchrone Arbeitsphase	Moodle
2.12.2020, 16.30 – 18.30 Uhr	Online-Meeting	Adobe Connect
<b>5 Zeitmanagement in Dienstleistungsprozessen</b>		
3.12. – 15.12.2020	asynchrone Arbeitsphase	Moodle
16.12.2020 16.30 – 18.30 Uhr	Online-Meeting	Adobe Connect

Seminararbeitsphase		
16.12.2020	Themenpräferenzen (zwei) angeben	Moodle
17.12.2020	Vergabe der Seminararbeitsthemen	Moodle
nach Vereinbarung	Individuelle Exposébesprechung	Adobe Connect
7.2.2021, 23.59 Uhr	Abgabe der Seminararbeit	Moodle
15.2.2021	Bekanntgabe der Seminarnoten	E-Mail
nach Vereinbarung	Feedbackgespräch	Adobe Connect

## **Ansprechpartner\*innen für Fragen**

### **Organisatorisch**

Katrin Heinemann / Stefanie Vogt  
 Tel. + 49 2331 987-2533  
 dlm@fernuni-hagen.de

### **Inhaltlich**

Maarten Volkers  
 Tel. + 49 2331 987-4395  
 maarten.volkers@fernuni-hagen.de