

HARVARD BUSINESS manager 4/1998

ANDRÉ PAPMEHL(Hrsg.)
Absolute Customer Care, Wie
Topunternehmen Kunden als Partner
gewinnen, Wien; Signum Verlag 1998,
Hardcover, 347 Seiten, 54 Mark.

Seinem Sammelband hat der Verfasser
den Leitspruch des Hotels Ritz Carlton
in Hawaii vorangestellt: „We are Ladies
and Gentlemen serving Ladies and
Gentlemen“ Damit ist klar, in welchem
Geiste die 22 Beiträge verfasst wurden,
mit denen die Autoren aus
Wissenschaft, Politik, Wirtschaft und
Consulting Wege beschreiben, auf
denen Unternehmen heute mit großem
Erfolg Kundenorientierung
praktizieren.

Nachgelesen werden kann hier, was
einige sehr namhafte Dienstleistungs-
und Industrieunternehmen bereits tun,
um ihre Kunden zufriedenzustellen;
darunter sind Swissair, Deutsche Bank,
Deutsche Telekom, Bosch und Siemens,
Herausgeber Pappmehl sieht in der
kundenorientierten Organisation ein
Dienstleistungsunternehmen, das für
seine Kunden immer komplexere
Servicekonzepte bereithält. Dabei sei
der nächste Schritt schon in Sicht:
Kundengeschäftsorientierung. Über die
Kundenbetreuung vor, bei und nach
dem Kauf sowie über Schulungen,
Garantien und Kulanzverhalten hinaus
wird das Unternehmen dann auch die
Kunden seiner Kunden „verstehen, um
neue Wertschöpfungsmöglichkeiten zu
finden“ (Seite 308).