

## 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).