



## Ressourcenfresser Boreout

Standard-Prozesse im Kundenkontakt senken Innovationskraft und Kundenorientierung

Darmstadt, 13.05.2013. Das ausschließliche Arbeiten in standardisierten Prozessen kann erhebliche negative Effekte auf die Innovationskraft und Kundenorientierung von Service-Mitarbeitern haben und zum Boreout-Syndrom führen. Das ist das Ergebnis von Studien der Darmstädter Wirtschaftswissenschaftlerin Prof. Dr. Ruth Stock-Homburg. Für ihre Studien, die zu den ersten wissenschaftlichen Arbeiten zum Thema Boreout gehören, wurde Stock-Homburg jüngst von der American Marketing Association ausgezeichnet.

Für ihre Studien zum Boreout-Syndrom hat Ruth Stock-Homburg, Professorin für Marketing und Personalmanagement an der TU Darmstadt, ein wissenschaftliches Modell entwickelt, das drei Dimensionen des Boreouts unterscheidet. Demnach messen die Betroffenen der von ihnen geleisteten Arbeit keine Bedeutung zu („crisis of meaning“), haben keine Lern- und Entwicklungsmöglichkeiten („lack of learning possibilities“) oder langweilen sich schlicht bei der Arbeit („job boredom“). Alle drei Faktoren können zu einem negativen Selbstbild der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und damit wiederum zu einem niedrigen Aktivierungsgrad (Boreout) führen.

### Bedeutungs- und Perspektivlosigkeit behindern innovatives Verhalten

Wie eine Befragung von 176 Service-Mitarbeitern ergab, verhindern vor allem Bedeutungs- und Perspektivlosigkeit am Arbeitsplatz, dass Mitarbeiter neue Ideen entwickeln und umsetzen. Diese Formen des Boreouts, unter denen in westlichen Ländern bis zu 20 Prozent der Service-Mitarbeiter leiden, führt die Ökonomin vor allem auf die zunehmend standardisierten Prozesse im Kundenkontakt zurück: „Service-Mitarbeiter können ihr Wissen nur dann optimal nutzbringend einsetzen, wenn sie gewisse Handlungsspielräume haben“, so Stock-Homburg. Ein Übermaß an Standardisierung erreiche letztlich das Gegenteil des eigentlichen Ziels: Es verschwende Ressourcen und könne die Mitarbeiter langfristig krank machen. „Unternehmen wären daher gut beraten, ihre Service-Mitarbeiter stärker als Wissensarbeiter zu begreifen und auch so zu behandeln, anstatt sie in ein Korsett standardisierter Prozesse zu stecken“, fordert Stock-Homburg.

Für ihr Paper „A Hidden Threat of Innovativeness: Service Employee Boreout“ ist Stock-Homburg auf der Winter Marketing Educators’

Kommunikation und Medien  
Corporate Communications

Karolinenplatz 5  
64289 Darmstadt

Ihre Ansprechpartnerin:  
Silke Paradowski  
Tel. 06151 16 - 32 29  
Fax 06151 16 - 41 28  
[paradowski.si@pvw.tu-darmstadt.de](mailto:paradowski.si@pvw.tu-darmstadt.de)

[www.tu-darmstadt.de/presse](http://www.tu-darmstadt.de/presse)  
[presse@tu-darmstadt.de](mailto:presse@tu-darmstadt.de)



TECHNISCHE  
UNIVERSITÄT  
DARMSTADT

Conference 2013 der American Marketing Association in Las Vegas mit dem Best Paper Award in der Kategorie „Service Research & Theory“ ausgezeichnet worden.

**Ansprechpartnerin:**

Prof. Dr. Ruth Stock-Homburg, Tel. 06151/16-7322,  
E-Mail: [RSH@stock-homburg.de](mailto:RSH@stock-homburg.de)

MI-Nr. 39/2013, csi