

Selbstwertbelastungen durch kritische Kundenkontakte

Silke Surma

Bergische Universität Wuppertal

ZUSAMMENFASSUNG

Mitarbeiter im Dienstleistungsbereich werden in ihrem Berufsalltag je nach Branche mehr oder weniger mit problematischem Kundenverhalten konfrontiert. Während bisherige Untersuchungen meist das Verhalten der Kunden als potentiellen Stressor thematisieren (u. a. Ben-Zur & Yagil, 2005; Grandey, Dickter & Sin, 2004; Dormann & Zapf, 2004; Walsh & Clarke, 2003; Bailey & McCollough, 2000), richtet sich die Perspektive bei der vorliegenden Studie auf das Belastungserleben, insbesondere von Selbstwertbelastungen, der betroffenen Mitarbeiter. Das qualitative Forschungsdesign ermöglichte es, Selbstwertquellen, Selbstwertbedrohungen sowie Strategien der Selbstwertregulation im Kontext kritischer Mitarbeiter-Kunden-Interaktionen zu identifizieren sowie Einflussfaktoren aus dem organisationalen und sozialen Kontext abzubilden.

Schlüsselwörter

Kritisches Kundenverhalten – Selbstwertverletzungen – Coping

ABSTRACT

Coworkers in the service sector are more or less confronted with problematic customer behavior in their daily work. While past investigations discuss usually the behavior of the customers as potential stressor (e. g. Ben-Zur & Yagil, 2005; Grandey, Dickter & Sin, 2004; Dormann & Zapf, 2004; Walsh & Clarke, 2003; Bailey & McCollough, 2000), the available study focused on the employees' experiences of stress, especially in case of self-esteem threats. The qualitative study design made it possible to identify the basis of threats to self-esteem, strategies of regulation and resources of self-esteem as well as factors of influence from the organizational and social setting.

Keywords

Problematic customer behavior – self-esteem threats – coping