

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Autorenverzeichnis	XV
A Grundlagen des Dienstleistungsmanagements.....	1
A.1 Dienstleistungen als Erkenntnisobjekt.....	7
<i>Martin Benkenstein</i> Leistungslehre und Dienstleistungsmanagement.....	9
<i>Karsten Hadwich und Manfred Bruhn</i> Dienstleistungstypologien.....	25
<i>Michael Kleinaltenkamp</i> Dienstleistungsmanagement und Service-dominant Logic	45
<i>Chris Horbel, Herbert Woratschek und Bastian Popp</i> Value Co-Creation	63
<i>Lucas Pfisterer</i> Nutzungsprozesse und Dienstleistungen.....	79
<i>Helge Löbler</i> Die Dienstleistung der Natur und die Natur der Dienstleistung	95
<i>Helge Löbler</i> Service-Systeme und Service-Ökosysteme aus systemtheoretischer Sicht	121
<i>Christian Stauf und Michael Hassemer</i> Geistiges Eigentum bei Dienstleistungen.....	139
A.2 Theoretische Perspektiven	155
<i>Silke Bartsch und Anton Meyer</i> Zwischen Generalisierung und Eigenständigkeit - Marketingtheoretische Betrachtung des Dienstleistungsmanagements.....	157

<i>Hans Corsten</i>	
Produktionstheoretische Betrachtung der Dienstleistungen	175
<i>Andreas Klein und Jost Adler</i>	
Institutionenökonomische Betrachtung des Dienstleistungsmanagements.....	189
<i>Katja Gelbrich</i>	
Interkulturelles Dienstleistungsmanagement.....	213
<i>Andrea Gröppel-Klein und Sarah Kobel</i>	
Vertrauen	233
B Strategisches Dienstleistungsmanagement.....	255
B.1 Strategische Orientierung	261
<i>Wolfgang Burr</i>	
Wettbewerbsstrategien im Dienstleistungssektor aus marktorientierter Perspektive	263
<i>Andreas Mann</i>	
Erfolgsfaktoren im Dienstleistungsbereich	283
<i>Manfred Bruhn und Karsten Hadwich</i>	
Customer Relationship Management als Grundkonzept des Dienstleistungsmanagements	313
<i>Daniel Geiger</i>	
Wissensmanagement in Dienstleistungsunternehmen - Von Datenfriedhöfen zu lebendigen Wissensgemeinschaften	335
B.2 Strategische Instrumente	349
<i>Christian Zagel und Freimut Bodendorf</i>	
Dienstleistungsinnovation.....	351
<i>Stefanie Paluch und Kathrin Hagenbucher</i>	
Standardisierung und Individualisierung von Dienstleistungen im Automobilbereich am Beispiel der Daimler AG	365
<i>Sebastian Wolf, Norbert Bach und Anja Geigenmüller</i>	
Modulare Dienstleistungsarchitekturen und Gestaltungsoptionen der Kundeninteraktion.....	385

<i>Inhaltsverzeichnis</i>	<i>IX</i>
<i>Hagen Salewski</i>	
Dienstleistungsmodularisierung	405
<i>Thomas Reutterer und Anke Schneider</i>	
Elektronische Dienstleistungen und technologischer Fortschritt.....	423
<i>Frank Jacob und Anna Kathrin Sebald</i>	
Mobile Dienstleistungen	445
<i>Dirk Totzek und Daniel Maar</i>	
Professionelle Dienstleistungen - Zentrale Charakteristika und Managementherausforderungen	461
<i>Marion Steven und Lisa Grandjean</i>	
Controlling hybrider Leistungsbündel.....	481
C Wertgenerierung	501
C.1 Wertschöpfungsstrukturen	505
<i>Bastian Popp, Chris Horbel und Herbert Woratschek</i>	
Wertkette, Wertshop und Wertnetzwerk	507
<i>Daniel Beverungen und Martin Matzner</i>	
Informationsmodellierung in Dienstleistungssystemen.....	519
<i>Tilo Böhmann und Andreas Zolnowski</i>	
Virtuelle Servicesysteme.....	537
<i>Gordon Müller-Seitz</i>	
Interorganisationale Netzwerke im Dienstleistungsbereich	551
<i>Michael Reiß</i>	
Konfliktmanagement in Dienstleistungsnetzwerken	565
<i>Stephan Zielke</i>	
Geschäftsmodelle im Onlinehandel	587
C.2 Wertschöpfungsinteraktionen	605
<i>Sabine Fließ und Stefan Dyck</i>	
Kundenintegration - Das Management von Kundenintegrationsprozessen.....	607

<i>Rolf Weiber</i>	
Anbieterintegration - Das Management der Wertkette des Konsumenten.....	631
<i>Werner Reinartz und Manuel Berkmann</i>	
Customer Engagement	659
D Preismanagement	681
D.1 Preisbildung	685
<i>Cornelia Schön</i>	
Perspectives on Pricing Services - State-of-the-Art and Challenges.....	687
<i>Wiebke Klingemann und Ju-Young Kim</i>	
Innovative Preisbildungsmechanismen	715
<i>Sabine Moser and Jan H. Schumann</i>	
Behavioral Pricing in Services	733
<i>Thomas Robbert</i>	
Preispräsentationstechniken	751
D.2 Preisdifferenzierung	769
<i>Hans Pechtl</i>	
Nicht-lineare Preisbildung	771
<i>Martin Fassnacht und Anna-Karina Schmitz</i>	
Leistungsbezogene Preisdifferenzierung bei Dienstleistungen	789
<i>Stefan Roth</i>	
Preisbündelung bei Dienstleistungen	809
E Leistungsgestaltung	835
E.1 Potentialebene	841
<i>Jochen Gönsch</i>	
Unsicherheiten im Revenue Management.....	843

Rainer Souren und Julia Witschel

Kapazitätsmanagement im Personenstraßenverkehr - Eine konzeptionelle
Analyse für integrative Leistungsarten..... 863

Isa von Hoesslin, Kerstin Schmidt und Thomas S. Spengler

Management von eCarsharing-Systemen..... 883

Margret Borchert

Strategische Personalentwicklung von Lösungsanbietern..... 903

Dorothea Alewell und Nina Katrin Hansen

Human Resource Management in Dienstleistungsunternehmen 925

Marion Büttgen und Laura Oesterle

Mitarbeiterführung im Dienstleistungsmanagement 945

Ralf Gössinger

Arbeitszeitmodelle im Dienstleistungsbereich..... 965

E.2 Prozessebene..... 991

Michael Gaitanides

Geschäftsprozesse als Fundament der Dienstleistungsproduktion 993

Jörg Becker, Steffen Höhenberger und Dennis M. Riehle

Software-Tools zur Prozessmodellierung..... 1007

Ralf Gössinger

Stochastische Netzwerke zur Modellierung von Dienstleistungen..... 1025

Volker Nissen und Thomas Müllerleile

Prozessakzeptanzforschung - Warum manche Prozesse gelebt und andere
umgangen werden 1049

Alexander Hübner

Management der Dienstleistungsproduktivität..... 1075

Anton Burger und Niels Ahlemeyer

Prozessqualität 1091

Birgit Friedl

Prozesskostenrechnung für das Kostenmanagement im Dienstleistungsbereich..... 1109

Andreas Schöler und Dominik van Aaken

Was verhindert ein effizientes Controlling von Beschwerdeinformationen?

Ein Überblick zu den Nutzungsbarrieren in Dienstleistungsunternehmen 1129

F Relationship Marketing 1147

F.1 Dienstleistungsqualität 1151

Matthias Gouthier

Modelle der Dienstleistungsqualität 1153

Silke Bartsch

Ereignisorientierte Ansätze der Qualitätsmessung 1175

Herbert Woratschek, Bastian Popp und Chris Horbel

Merkmalsorientierte Ansätze der Qualitätsmessung 1197

F.2 Kundenbeziehungen 1219

Stefan Roth und Kathrin Bösemer

Kundenzufriedenheit und Kundenbegeisterung 1221

Sebastian Hohenberg

Kundenbindung - Grundlagen und Implikationen für Dienstleistungsunternehmen 1245

Doreén Pick

Bedeutung, Ursachen, Arten und Prozesse der Kundenabwanderung 1265

Heiner Evanschitzky, Christian Brock, Markus Blut, and Joanna Pokorska

Stopping Relationships from Fading - The Concept of Restoration Efforts 1283

Gertrud Schmitz und Jennifer Lerch

Unterstützendes und dysfunktionales Kundenverhalten in direkten persönlichen Dienstleistungsinteraktionen 1299

Jens Hogreve und Mirjam Dobmeier

Dienstleistungsgarantien und Kundenrezensionen als Instrumente des Dienstleistungsmarketings 1331

Christian Brock, Maxi Bergel und Christopher Kaatz

Dienstleistungsmarken - Aktuelle Entwicklungen, spezifische Herausforderungen und Implikationen für die Markenführung 1345

Anton Meyer, Anja Meindl und Benjamin Brudler

Kommunikation für Dienstleistungen 1361