

# Inhaltsverzeichnis

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 1     | Einleitung   | 15 |
| 2     | Theoretische Grundlagen und Definitionen   | 19 |
| 2.1   | Kontext Dienstleistung/Service/Wirtschaftsgut  | 19 |
| 2.2   | Dimensionen und konstitutive Merkmale von Dienstleistungen                                       | 20 |
| 2.3   | Definition von „Dienstleistungen“  | 23 |
| 2.4   | Grundlagen des Dienstleistungsmanagements  | 24 |
| 2.4.1 | Dienstleistungsmanagement als angewandte Wissenschaft – Forschungsbereiche und Forschungsansätze | 24 |
| 2.4.2 | Begriffe und Perspektiven des Dienstleistungsmanagements   | 27 |
| 2.4.3 | Besonderheiten des Dienstleistungsmanagements und Kundenintegration                              | 33 |
| 2.4.4 | Aufgaben / Managementaufgaben des Dienstleistungsmanagements                                     | 34 |
| 2.5   | Begriff Dienstleistungsmarketing   | 36 |
| 2.6   | Begriff Service Engineering  | 37 |
| 3     | Entwicklungen und Herausforderungen im Dienstleistungsbereich                                    | 38 |
| 3.1   | Besondere Herausforderungen des DL-Sektors   | 38 |
| 3.1.1 | Besonderheiten des Dienstleistungssektors  | 38 |
| 3.1.2 | Integration des externen Faktors   | 38 |
| 3.1.3 | Die Immaterialität der Dienstleistung  | 44 |
| 3.1.4 | Variabilität der Preisbildung  | 45 |
| 3.1.5 | Make or Buy  | 47 |
| 3.2   | Industrie 4.0 / Smart Services / Service 4.0   | 47 |
| 3.2.1 | Entwicklung des Internets und Web 1.0 bis Web 3.0  | 47 |
| 3.2.2 | Social Media und Internetaktivitäten   | 48 |
| 3.2.3 | Industrie 4.0  | 51 |
| 3.2.4 | Smart Services   | 53 |
| 3.2.5 | Service-Plattformen  | 55 |
| 3.2.6 | Service 4.0  | 56 |
| 3.2.7 | Ansätze und Trends von Service 4.0   | 59 |
| 3.3   | Technologien im Rahmen der DL-Erbringung   | 60 |
| 3.3.1 | Technologien und Technischer Fortschritt im DL-Bereich   | 60 |
| 3.3.2 | Bedeutung der Selbstbedienung  | 61 |
| 3.3.3 | Kontaktformen  | 62 |
| 3.3.4 | Elektronische Dienstleistungen (E-Services)  | 64 |
| 3.4   | Entwicklungstendenzen der Umfeldbereiche des Dienstleistungsbereichs                             | 69 |
| 3.4.1 | Einfluss der Entwicklungstendenzen der Umfeldbereiche auf das Dienstleistungsmanagement          | 69 |
| 3.4.2 | Technologische Entwicklung   | 70 |
| 3.4.3 | Politische und rechtliche Entwicklung  | 71 |

|       |  |     |
|-------|--|-----|
| 3.4.4 | Entwicklung im Bereich der natürlichen Umwelt  | 72  |
| 3.4.5 | Gesellschaftliche Umwelt   | 73  |
| 3.4.6 | Entwicklung der Wirtschaft   | 75  |
| 3.5   | Entwicklung der Dienstleistungsbranche   | 77  |
| 3.5.1 | Entwicklung und Tertiarisierung  | 77  |
| 3.5.2 | Wirtschaftsgüter als Leistungsbündel   | 80  |
| 3.5.3 | Elektronische Dienstleistungen   | 82  |
| 3.6   | Entwicklung des Dienstleistungsmarktes   | 83  |
| 3.6.1 | Markt/Dienstleistungsmarkt   | 83  |
| 3.6.2 | Dienstleistung und Dienstleistungsmarkt im<br>prozessualen Kontext                       | 88  |
| 3.6.3 | Entwicklung und Beurteilung des<br>Dienstleistungsmarktes in Deutschland                 | 91  |
| 4     | Abgrenzung/Typisierung und Eigenschaften<br>von Dienstleistungen                         | 102 |
| 4.1   | Eigenschaften und Unterschiede von Produkten<br>und Dienstleistungen                     | 102 |
| 4.1.1 | Abgrenzung von Produkten und Dienstleistungen  | 102 |
| 4.1.2 | Besonderheiten von Dienstleistungen und Folgen   | 104 |
| 4.1.3 | Leistungsfähigkeit des DL-Anbieters  | 107 |
| 4.1.4 | Integration des externen Faktors   | 108 |
| 4.1.5 | Immaterialität   | 108 |
| 4.2   | Typisierung von Dienstleistungen   | 108 |
| 4.2.1 | Typologisierungsvarianten  | 108 |
| 4.2.2 | Abgrenzungsaspekt Immaterialität   | 109 |
| 4.2.3 | Leistungstypologie nach Leistungsergebnis-<br>und Leistungserstellungsprozess            | 112 |
| 4.2.4 | Aspekt Integration des externen Faktors  | 114 |
| 4.2.5 | Eindimensionale Typologisierung  | 115 |
| 4.2.6 | Kriterium „fehlende Eigentumsübertragung“  | 117 |
| 5     | Wertschöpfung in Dienstleistungsunternehmen  | 120 |
| 5.1   | Wertschöpfung (Brutto- und Nettowertschöpfung)   | 120 |
| 5.2   | Voraussetzungen der Wertschöpfung  | 121 |
| 5.3   | Wertkette  | 122 |
| 5.4   | Wert-Shop  | 128 |
| 5.5   | Wertnetzwerk   | 131 |
| 6     | Grundlagen der Führung von Dienstleistungsunternehmen                                    | 133 |
| 6.1   | Entwicklung der Führung von<br>Dienstleistungsunternehmen                                | 133 |
| 6.1.1 | Historie der Unternehmensführung   | 133 |
| 6.1.2 | Künftige Anforderungen an die<br>Unternehmensführung Führungspersonen<br>und Mitarbeiter | 135 |
| 6.2   | Unternehmensführung – Management – Leadership  | 138 |
| 6.3   | Besonderheiten und Herausforderungen der<br>Führung von Dienstleistungsunternehmen       | 153 |
| 6.4   | Aufgaben und Perspektiven des<br>Dienstleistungsmanagements                              | 159 |

|   |     |
|---|-----|
| 7 Operatives Dienstleistungsmanagement  | 162 |
| 7.1 Planung und Umsetzung von Dienstleistungen  | 166 |
| 7.2 Personal und Zeitmanagement in der Dienstleistung                                       | 192 |
| 7.3 Dienstleistungsqualität und Methoden zu deren<br>Messbarkeit                            | 199 |
| 7.3.1 Dienstleistungsqualität und Qualitätsmanagement                                       | 199 |
| 7.3.2 Messung der Dienstleistungsqualität   | 213 |
| 7.4 Verbesserung/Optimierung von Dienstleistungen   | 216 |
| 7.5 Kundenmanagement  | 222 |
| 8 Strategisches Dienstleistungsmanagement   | 226 |
| 8.1 Dienstleistungsstrategien   | 226 |
| 8.2 Integration des Kunden in die Dienstleistungserstellung                                 | 230 |
| 8.3 Dienstleistungsmarketing  | 233 |
| 8.3.1 Grundlagen und Entwicklungen des<br>Dienstleistungsmarketing                          | 233 |
| 8.3.2 Instrumente des Dienstleistungsmarketing  | 239 |
| 8.3.2.1 Leistungspolitik (Produktpolitik)   | 245 |
| 8.3.2.2 Preispolitik  | 250 |
| 8.3.2.3 Distributionspolitik  | 256 |
| 8.3.2.4 Kommunikationspolitik   | 263 |
| 8.3.2.5 Personalpolitik   | 266 |
| 8.3.3 Zukunftsperspektiven  | 269 |
| 9 Internationalisierung   | 270 |
| 9.1 Dienstleistungsimport und -export   | 270 |
| 9.2 Bestimmungsfaktoren der Internationalisierung   | 277 |
| 9.3 Strategien für internationale Marktauswahl<br>und Marktaustritt                         | 280 |
| 9.4 Internationale Wettbewerbsstrategien  | 285 |
| 9.4.1 Internationale Marktauswahl /<br>Internationaler Marktaustritt                        | 285 |
| 9.4.2 Wettbewerbsstrategien der internationalen<br>DL-Unternehmen                           | 287 |
| 9.5 Internationalisierungstrends  | 291 |
| 10 Evaluation / Monitoring / Controlling  | 293 |
| 10.1 Grundlagen der Evaluation  | 293 |
| 10.1.1 Begriff Evaluation   | 293 |
| 10.1.2 Zweck und Ziele der Evaluation   | 293 |
| 10.1.3 Aufgaben der Evaluation  | 295 |
| 10.2 Interne und externe Evaluation   | 297 |
| 10.3 Monitoring und Controlling   | 298 |
| 10.4 Paradigmen und Standards der Evaluation  | 301 |
| 10.5 Instrumente und Methoden der Evaluation<br>im Dienstleistungsbereich                   | 306 |
| 10.6 Qualitätscontrolling im Dienstleistungsbereich<br>Kennzahlen des Qualitätscontrollings | 316 |
| 11 Literaturverzeichnis   | 320 |