

# Handbuch Dienstleistungsmanagement

Bearbeitet von  
Prof. Dr. Hans Corsten, Prof. Dr. Stefan Roth

1. Auflage 2016. Buch. XX, 1381 S. Gebunden  
ISBN 978 3 8006 5242 6  
Format (B x L): 16,0 x 24,0 cm

[Wirtschaft > Dienstleistungssektor & Branchen](#)

Zu [Leseprobe](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](#) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Autorenverzeichnis .....	XV
<b>A Grundlagen des Dienstleistungsmanagements.....</b>	<b>1</b>
<b>A.1 Dienstleistungen als Erkenntnisobjekt.....</b>	<b>7</b>
<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
<b>A.2 Theoretische Perspektiven .....</b>	<b>155</b>
<i>Silke Bartsch und Anton Meyer</i> Zwischen Generalisierung und Eigenständigkeit - Marketingtheoretische Betrachtung des Dienstleistungsmanagements.....	157

*Hans Corsten*

Produktionstheoretische Betrachtung der Dienstleistungen ..... 175

*Andreas Klein und Jost Adler*

Institutionenökonomische Betrachtung des Dienstleistungsmanagements..... 189

*Katja Gelbrich*

Interkulturelles Dienstleistungsmanagement..... 213

*Andrea Gröppel-Klein und Sarah Kobel*

Vertrauen ..... 233

## **B Strategisches Dienstleistungsmanagement..... 255**

### **B.1 Strategische Orientierung ..... 261**

*Wolfgang Burr*

Wettbewerbsstrategien im Dienstleistungssektor aus marktorientierter Perspektive ..... 263

*Andreas Mann*

Erfolgsfaktoren im Dienstleistungsbereich ..... 283

*Manfred Bruhn und Karsten Hadwich*

Customer Relationship Management als Grundkonzept des  
Dienstleistungsmanagements ..... 313

*Daniel Geiger*

Wissensmanagement in Dienstleistungsunternehmen - Von Datenfriedhöfen  
zu lebendigen Wissensgemeinschaften ..... 335

### **B.2 Strategische Instrumente ..... 349**

*Christian Zagel und Freimut Bodendorf*

Dienstleistungsinnovation..... 351

*Stefanie Paluch und Kathrin Hagenbucher*

Standardisierung und Individualisierung von Dienstleistungen im  
Automobilbereich am Beispiel der Daimler AG ..... 365

*Sebastian Wolf, Norbert Bach und Anja Geigenmüller*

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
<b>C Wertgenerierung .....</b>	<b>501</b>
<b>C.1 Wertschöpfungsstrukturen .....</b>	<b>505</b>
<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
<b>C.2 Wertschöpfungsinteraktionen .....</b>	<b>605</b>
<i>Sabine Fließ und Stefan Dyck</i>	
Kundenintegration - Das Management von Kundenintegrationsprozessen .....	607

*Rolf Weiber*

Anbieterintegration - Das Management der Wertkette des Konsumenten..... 631

*Werner Reinartz und Manuel Berkmann*

Customer Engagement ..... 659

**D Preismanagement ..... 681****D.1 Preisbildung ..... 685***Cornelia Schön*

Perspectives on Pricing Services - State-of-the-Art and Challenges ..... 687

*Wiebke Klingemann und Ju-Young Kim*

Innovative Preisbildungsmechanismen ..... 715

*Sabine Moser and Jan H. Schumann*

Behavioral Pricing in Services ..... 733

*Thomas Robbert*

Preispräsentationstechniken ..... 751

**D.2 Preisdifferenzierung ..... 769***Hans Pechtl*

Nicht-lineare Preisbildung ..... 771

*Martin Fassnacht und Anna-Karina Schmitz*

Leistungsbezogene Preisdifferenzierung bei Dienstleistungen ..... 789

*Stefan Roth*

Preisbündelung bei Dienstleistungen ..... 809

**E Leistungsgestaltung..... 835****E.1 Potentialebene ..... 841***Jochen Gönsch*

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 Bösenner*

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