

Manfred Bruhn · Karsten Hadwich
(Hrsg.)

Service Business Development

**Methoden – Erlösmodelle –
Marketinginstrumente**

Band 2

Springer Gabler

Inhaltsverzeichnis

Vorwort V

Teil A: Wissenschaftliche Beiträge

Manfred Bruhn und Karsten Hadwich

Service Business Development – Entwicklung und Durchsetzung
serviceorientierter Geschäftsmodelle 3

1. Methoden des Service Business Development

Andre Schneider und Thomas Borchert

Entwicklung innovativer Services mittels Crowdsourcing 41

Angela Roth und Julia M. Jonas

Dienstleistungsentwicklung im offenen Innovationslabor – Ein Blick durch die
Unternehmensbrille 65

*Beke Redlich, Felix Becker, Dominik Siemon, Susanne Robra-Bissantz
und Christoph Lattemann*

Nutzerzentrierte Dienstleistungsinnovation durch digitales Design Thinking –
Herausforderung und Potenziale für Wissenschaft und Praxis 83

Christian van Husen, Saed Imran und Dieter Häberle

Design-Parameter – Ein systematischer Weg der Serviceentwicklung 103

Silke Bartsch, Kathrin Lührs und Christoph Schmitz

Technology as Driver of Service Business Development and the Case of Sharing
Economy 121

Margret Borchert, Anna Weiße und Sebastian Frone

Service Navigator zur Umsetzung eines Crowdsourcing Ladedienstes für
Elektromobilität als innovatives Geschäftsmodell 141

2. Erlösmodelle im Service Business Development

<i>Nicole Koschate-Fischer und Jessica Ochmann</i> Erlösmodelle für datenzentrische Dienstleistungen	169
<i>Thomas Robbert, Anna Priester und Stefan Roth</i> Micropayments im Erlösmodell digitaler Serviceleistungen	187
<i>Gerhard Wagner, Sascha Steinmann, Frank Halsig und Hanna Schramm-Klein</i> Akzeptanz von In-Store Mobile Payment – Ergebnisse einer Kundensegmentierung im stationären Einzelhandel	211
<i>Sebastian Danckwerts, Helena Maria Lischka und Peter Kenning</i> Freemium Service Business Models – Eine empirische Analyse der Akzeptanz von kostenpflichtigen Musik-Streaming-Diensten	235

3. Marketinginstrumente im Service Business Development

<i>Christian Arnold, Hermann Knödler und Martin Reckenfelderbäumer</i> Zur Relevanz von Permissions für smarte E-Services	265
<i>Jan Breitsohl, Holger Roschk und Christina Feyertag</i> Consumer Brand Bullying Behaviour in Online Communities of Service Firms	289
<i>Manfred Schubert und Sebastian Uhrich</i> De-Marketing als Instrument des Business Development in Dienstleistungsunternehmen – Probleme der Selektion und Exklusion von Kundengruppen	313

4. Implementierung des Service Business Development

<i>Alexander Schwarz-Musch und Michael Knapp</i> Rolle von Netzwerken bei der Besetzung von Business Development-Positionen in Dienstleistungsunternehmen	341
<i>Sascha Alavi, Jan Wieseke, Lukas Isenberg und Meryem Bayrak</i> The Role of Service Engineering and Sales-Cooperation – The Ambivalent Impact of Cooperation Quality in Developing Customized Solutions	357

Inhaltsverzeichnis	IX
--------------------	----

<i>Daniel Beverungen, Verena Wolf und Christian Bartelheimer</i> Digitale Transformation von Dienstleistungssystemen	395
---	-----

<i>Gernot Mödritscher und Friederike Wall</i> Steuerung von servicebasierten Geschäftsmodellen	425
---	-----

5. Branchenspezifische Besonderheiten des Service Business Development

<i>Norbert Bach, Anja Geigenmüller und Sven Lindig</i> Service Business Development in der Intralogistik – Strategische und organisatorische Maßnahmen bei LINDIG Fördertechnik	449
--	-----

<i>Harald Pechlaner, Hannes Thees, Christian Eckert und Daniel Zacher</i> Vom Entrepreneurship Ecosystem zur Entrepreneurial Destination – Perspektiven einer Standortentwicklung am Beispiel der Freizeitszene München	477
--	-----

<i>Gertrud Schmitz, Jennifer Hendricks und Severine Peche</i> Zielgruppenspezifische Wettbewerbsprofilierung durch Elektromobilitätslösungen im Automobilhandel – Eine vergleichende empirische Analyse	509
--	-----

<i>Klaus-Peter Wiedemann, Gerald-Alexander Beese, Steffen Schmidt, Sascha Langner und Michael Schiessl</i> Measuring and Analyzing the Acceptance of Relevant Service Innovations as a Cornerstone of Planning Service Business Development in the Automotive Industry	541
---	-----

<i>Matthias H.J. Gouthier und Carina Nennstiel</i> Neue Mobilitätskonzepte – Eine konzeptionelle Analyse	567
---	-----

Teil B: Serviceteil

Ausgewählte Literatur zum Themengebiet „Service Business Development“	593
---	-----

Stichwortverzeichnis	603
----------------------	-----