

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--------------|---|
| Vorwort..... | v |
|--------------|---|

Teil A: Wissenschaftliche Beiträge

| | |
|--|-----|
| <i>Manfred Bruhn und Karsten Hadwich</i> Automatisierung und Personalisierung als Zukunftsdisziplinen des Dienstleistungsmanagements | 3 |
| 1. Grundlagen und Konzepte der automatisierten Personalisierung | |
| <i>Rangina Ahmad, Simon Fischer, Christoph Lattemann und Susanne Robra-Bissantz</i> Automatisiert und trotzdem personalisiert – Die Dienstleistung der Zukunft..... | 47 |
| <i>Denise Joecks-Laß</i> Kundenintegration im Zeitalter der Digitalisierung – Eine Dienstleistungstypologie automatisierter Personalisierung zur Ableitung von Kundenrollen | 73 |
| <i>Johannes Winter</i> Dienstleistungsinnovationen im digitalen Zeitalter – Was sie bremst, was zu tun ist | 105 |
| <i>Anja Geigenmüller und Antonia Hoebbel</i> Privacy Concerns – Ursachen, Erscheinungsformen und Implikationen für das Kundenbeziehungsmanagement..... | 121 |
| <i>Manfred Bruhn</i> „Wo viel Licht ist, ist starker Schatten“ – Die zwei Seiten der Automatisierung und Personalisierung von Dienstleistungen | 141 |

2. Automatisierte personalisierte Kundeninteraktion

| | |
|---|-----|
| <i>Ricardo Guerrero, Lisa Lohrenz, Christoph Lattemann und Susanne Robra-Bissantz</i> Digitalisierung (und Automatisierung) personennaher Dienstleistungen – Eine bibliometrische Analyse | 173 |
| <i>Marah Blaurock</i> Service Encounter 1.0 Theories revisited – Development of an Evaluation Scheme to assess their explanatory Relevance in the Service Encounter 2.0 Environment..... | 199 |
| <i>Eva-Helen Krehl</i> How Technology is changing Employees' Roles in the Service Encounter – A Skill-based Analysis..... | 227 |
| <i>Stephan Olk und Dieter K. Tscheulin</i> Relevance of Authenticity in the World of Automated Service Encounters..... | 251 |
| <i>Stefanie Arz und Andreas Mann</i> Persönlichkeitsbasierte Personalisierung von Service-Apps..... | 267 |
| <i>Marija Radic und Dubravko Radic</i> Automatisierung von Dienstleistungen zur digital unterstützten Versorgung multimorbider Patienten – Eine qualitative Analyse der Nutzerakzeptanz | 295 |

3. Digitale Geschäftsmodelle

| | |
|--|-----|
| <i>Marlen Rimbeck, Hannes Reil, Jutta Stumpf-Wollersheim und Michael Leyer</i> IoT-Geschäftsmodelle für Dienstleistungen in KMU | 313 |
| <i>Christian Lerch und Cornelius Moll</i> Digitale Geschäftsmodelle im Mittelstand – Status Quo, Chancen, Herausforderungen und Perspektiven | 337 |
| <i>Stefan Roth, Anna Priester und Christopher Pütz</i> Personalisierte Preise für Dienstleistungen | 361 |
| <i>Christian van Husen und Abdul Rahman Abdel Razek</i> Vom Prozessmodell zum digital erlebbaren Prototypen – Pay-per-Use-Konzept für eine Verpackungsanlage | 389 |

4. Branchenspezifische Besonderheiten

| | |
|---|-----|
| <i>Matthias Hille und Freimut Bodendorf</i> | |
| Smart Services in der Baubranche | 417 |
| <i>Till Ackermann</i> | |
| Individualisierung des öffentlichen Verkehrs | 439 |
| <i>Maria Madlberger</i> | |
| Last Mile Logistics Reloaded – Automation and Personalization in Electronic Commerce Fulfillment | 465 |
| <i>Pietro Beritelli und Thomas Bieger</i> | |
| Automatisierung und Personalisierung von persönlichen Dienstleistungen im Tourismus – Zum Kundenwert der persönlichen Dienstleistung | 491 |

Teil B: Serviceteil

| | |
|---|-----|
| Ausgewählte Literatur zum Themengebiet „Automatisierung und Personalisierung von Dienstleistungen“ | 509 |
| Stichwortverzeichnis..... | 517 |