

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Abkürzungsverzeichnis	12
Abbildungsverzeichnis	14
1 Definition und Bedeutung von Dienstleistungen aus interdisziplinärer Sicht	17
1.1 Einleitung	17
1.2 Der Dienstleistungsbegriff	17
1.2.1 Der Dienstleistungsbegriff in der ökonomischen Theorie	18
1.2.1.1 Die Negativdefinition	18
1.2.1.2 Die enumerative Definition	18
1.2.1.3 Die Definition über konstitutive Merkmale	19
1.2.1.4 Die Definition der Dienstleistung über Leistungsbündel	23
1.2.1.5 Die Betrachtungsweise der Dienstleistung als Gut mit unscharf definierten Property Rights	24
1.2.1.6 Zwischenfazit	25
1.2.2 Der Dienstleistungsbegriff in der Soziologie	25
1.2.3 Der Dienstleistungsbegriff in der Rechtswissenschaft	27
1.2.3.1 Allgemeines zur Dienstleistungsfreiheit	27
1.2.3.2 Der Begriff der Dienstleistung in Art. 50 EGV	28
1.2.4 Ein Vergleich der Dienstleistungsbegriffe	30
1.2.5 Zum Begriff des Dienstleistungsmanagements	31
1.3 Der Wandel zur Dienstleistungsgesellschaft	32
1.3.1 Der Umfang und Wandel des deutschen Dienstleistungssektors aus statistischer Sicht	32
1.3.2 Erklärungsansätze der ökonomischen Theorie	35
1.3.2.1 <i>Jean Fourastié</i> – Drei-Sektoren-Theorie	35
1.3.2.2 <i>Nikolai Dimitriewitsch Kondratieff</i> – Theorie der Kondratieff-Wellen	38
1.3.3 Erklärungsansätze der soziologischen Theorie	41
1.3.3.1 <i>Daniel Bell</i> – Die postindustrielle Gesellschaft	41
1.3.3.2 <i>Jonathan Gershuny</i> – Die Selbstbedienungsgesellschaft	44

1.3.4	Ein Vergleich der Erklärungsansätze	45
1.4	Abschließende Bemerkungen zum Dienstleistungsbegriff und zum Wandel zur Dienstleistungsgesellschaft.	46
1.5	Formen von Dienstleistungen.	47
1.5.1	Investive und konsumtive Dienstleistungen	47
1.5.2	Investive und industrielle Dienstleistungen	48
1.5.3	Merkmale und Formen industrieller Dienstleistungen	48
1.6	Formen der Dienstleistungserbringung: Grundlagen zur Dienstleistungsinnovation, zur Dienstleistungsstandardisierung und zur Mass Customization von Dienstleistungen.	52
1.6.1	Formen der Dienstleistungsinnovation	52
1.6.2	Ansatzpunkte zur Dienstleistungsstandardisierung	58
1.6.3	Das Grundkonzept der Mass Customization im Dienstleistungsbereich	60
2	Theoretische Grundlagen zum Dienstleistungsmanagement	63
2.1	Der Resource Based View of the Firm	63
2.1.1	Der Ressourcenbegriff und die Ressourcenkategorien im Resource Based View of the Firm	64
2.1.2	Ziel unternehmerischen Handelns: Aufbau verteidigungsfähiger Wettbewerbsvorteile	70
2.2	Die Branchenstrukturanalyse (Market Based View) und ihre Anwendung auf Dienstleistungsbranchen	72
2.3	Notwendigkeit einer integrierten Ressourcen- und Marktsicht des strategischen Managements	78
3	Theoretische Analyse der Innovation, Mass Customization und Standardisierung von Dienstleistungen	79
3.1	Der ressourcenorientierte Erklärungsansatz zur Dienstleistungsinnovation	82
3.1.1	Für Dienstleistungsinnovationen erforderliche Ressourcen i. e. S.	82
3.1.2	Innovationskompetenz eines Dienstleistungsanbieters	84
3.1.3	Zur organisatorischen Umsetzung von Dienstleistungsinnovationen	85
3.2	Der ressourcenorientierte Erklärungsansatz zur Dienstleistungsstandardisierung	87
3.2.1	Für die Dienstleistungsstandardisierung erforderliche Ressourcen i. e. S.	87
3.2.2	Standardisierungskompetenz eines Dienstleistungsanbieters	89
3.3	Zum Zusammenhang von Dienstleistungsinnovation und Dienstleistungsstandardisierung: Der Dienstleistungslebenszyklus ...	90

3.4	Der ressourcenorientierte Erklärungsansatz zur Mass Customization von Dienstleistungen	91
3.4.1	Ressourcen i. e. S. für die Mass Customization von Dienstleistungen	91
3.4.2	Zur Mass Customization-Kompetenz eines Dienstleistungsanbieters	93
3.4.3	Zur organisatorischen Umsetzung von Mass Customization im Dienstleistungssektor	94
3.5	Standardisierung, Mass Customization und Innovation von Dienstleistungen als unterschiedliche Entwicklungspfade eines Dienstleistungsunternehmens	96
3.6	Dienstleistungsinnovation, Standardisierung und Mass Customization von Dienstleistungen aus marktorientierter Sicht	99
3.6.1	Dienstleistungsinnovation aus Sicht des marktorientierten Ansatzes der Unternehmensführung	101
3.6.2	Dienstleistungsstandardisierung aus Sicht des marktorientierten Ansatzes der Unternehmensführung	102
3.6.3	Mass Customization von Dienstleistungen aus Sicht des marktorientierten Ansatzes der Unternehmensführung ...	103
3.7	Notwendigkeit einer integrierten Ressourcen- und Marktsicht des Dienstleistungsmanagements	103
4	Innovationsmanagement in Dienstleistungsunternehmen	105
4.1	Grundlagen zum Management von Dienstleistungsinnovationen	107
4.1.1	Grundlegendes zu Dienstleistungsinnovationen	107
4.1.1.1	Innovation und Innovationsmanagement	107
4.1.1.2	Innovationsmanagement, F&E-Management und Technologiemanagement.	108
4.1.1.3	Besonderheiten von Dienstleistungsinnovationen ...	110
4.1.2	Klassifikation und Formen von Dienstleistungsinnovationen .	111
4.1.2.1	Klassifikation nach dem Betrachter und den Adressaten der Innovation	112
4.1.2.2	Klassifikation nach der Herkunft der Innovation	114
4.1.3	Der Diffusionsprozess einer Dienstleistungsinnovation	116
4.2	Bedeutung von Innovationen in Dienstleistungsunternehmen	117
4.2.1	Probleme der statistischen Erfassung von Dienstleistungsinnovationen	117
4.2.2	Gesamtwirtschaftliche Bedeutung von Dienstleistungsinnovationen	120
4.2.3	Sektorale Innovationsschwerpunkte in der Dienstleistungswirtschaft: Die Rolle der wissensintensiven Dienstleistungen ..	122
4.2.4	Empirische Befunde zum Innovationsmanagement bei Dienstleistungsunternehmen	123

4.3	Management von Dienstleistungsinnovationen	126
4.3.1	Dienstleistungsentwicklung: Der strukturierte Prozess von der Idee bis zur marktfähigen Dienstleistung	129
4.3.1.1	Ideengewinnung, -bewertung und -selektion	130
4.3.1.2	Aufnahme der Anforderungen	134
4.3.1.3	Gestaltung des Dienstleistungskonzepts (Design) ...	135
4.3.1.4	Implementierung	137
4.3.1.5	Zwischenfazit	138
4.3.2	Organisationskonzepte zur Umsetzung der Innovationsaufgabe	139
4.3.2.1	Instrumente des Projektmanagements	140
4.3.2.2	Funktionsübergreifender Wissensaustausch	141
4.3.3	Kundenintegration und Marketing von Dienstleistungsinnovationen	142
4.3.3.1	Kunden- und Innovationsorientierung durch interaktive und dialogorientierte Kommunikation ..	143
4.3.3.2	Formen und Instrumente zur Integration von Kunden in den Innovationsprozess	147
4.3.3.3	Das Lead User-Konzept	154
4.3.3.4	Organisation der Kundenintegration	155
4.4	Intellectual Property Management im Dienstleistungssektor	159
4.4.1	Allgemeines zu Schutzstrategien und Schutzrechten	160
4.4.2	Übersicht über die formellen Schutzrechte	162
4.4.2.1	Patente	162
4.4.2.2	Gebrauchs- und Geschmacksmuster (Designschutz)	164
4.4.2.3	Marken (Warenzeichen)	165
4.4.2.4	Urheberrechte (Copyrights)	166
4.4.3	Schutzmöglichkeiten für Dienstleistungsinnovationen	166
4.4.3.1	Schutz von Dienstleistungsinnovationen durch Marken	167
4.4.3.2	Urheberrechte zum Schutz von Dienstleistungsinnovationen	170
4.4.3.3	Patente zum Schutz von Dienstleistungsinnovationen: Softwarepatente.	170

5	Ansätze zur Messung und zum Management von Dienstleistungsqualität	175
5.1	Die SERVQUAL-Methode nach Zeithaml et al. (1990, 1992)	175
5.2	Service Level Agreements zur Messung von Dienstleistungsqualität ..	178
5.2.1	Definition und wesentliche Elemente von Service Level Agreements	178
5.2.2	Kategorien von Service Level Agreements	179

5.2.3	Problematik und Grenzen von Service Level Agreements	180
5.3	Modell der kontinuierlichen Verbesserung der Dienstleistungsqualität nach Zeithaml et al.	181
6	Diversifikation in das industrielle Dienstleistungsgeschäft:	
	Wachstumspotenziale für Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes ..	185
6.1	Marktorientierte Sicht der Diversifikation in das industrielle Dienstleistungsgeschäft.	188
6.2	Ressourcenorientierte Sicht der Diversifikation in das industrielle Dienstleistungsgeschäft.	191
6.2.1	Erklärungsansätze zur verbundenen Produktdiversifikation ..	191
6.2.2	Ressourcenbasierter Ansatz der Diversifikation in das Servicegeschäft: Dynamische Verbundvorteile	194
6.2.3	Von der sachgebundenen zur sachungebundenen Diversifikation: Die Transformation zum Dienstleistungsunternehmen	201
6.2.4	Die Berücksichtigung des externen Faktors »Kunde« bei der Diversifikation in das industrielle Servicegeschäft	204
6.2.5	Transformationspfad vom Industrie- zum Dienstleistungsunternehmen	205
6.3	Organisatorische Einbindung industrieller Dienstleistungen	207
	Literatur	211
	Literatur aus dem Internet	221
	Stichwortverzeichnis	223