

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort .....</b>	<b>5</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>12</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>14</b>
<b>1      Definition und Bedeutung von Dienstleistungen aus interdisziplinärer Sicht .....</b>	<b>17</b>
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
<b>2 Theoretische Grundlagen zum Dienstleistungsmanagement .....</b>	<b>63</b>
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
<b>3 Theoretische Analyse der Innovation, Mass Customization und Standardisierung von Dienstleistungen .....</b>	<b>79</b>
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

<b>3.4</b>	<b>Der ressourcenorientierte Erklärungsansatz zur Mass Customization von Dienstleistungen .....</b>	<b>91</b>
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
<b>3.5</b>	<b>Standardisierung, Mass Customization und Innovation von Dienstleistungen als unterschiedliche Entwicklungspfade eines Dienstleistungsunternehmens .....</b>	<b>96</b>
<b>3.6</b>	<b>Dienstleistungsinnovation, Standardisierung und Mass Customization von Dienstleistungen aus marktorientierter Sicht .....</b>	<b>99</b>
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
<b>3.7</b>	<b>Notwendigkeit einer integrierten Ressourcen- und Marktsicht des Dienstleistungsmanagements .....</b>	<b>103</b>
<b>4</b>	<b>Innovationsmanagement in Dienstleistungsunternehmen .....</b>	<b>105</b>
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

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

## **5 Ansätze zur Messung und zum Management**

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

5.2.3	Problematik und Grenzen von Service Level Agreements .....	180
5.3	Modell der kontinuierlichen Verbesserung der Dienstleistungsqualität nach Zeithaml et al. ....	181
<b>6</b>	<b>Diversifikation in das industrielle Dienstleistungsgeschäft:</b>	
	<b>Wachstumspotenziale für Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes ..</b>	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
<b>Literatur</b>	.....	211
<b>Literatur aus dem Internet</b>	.....	221
<b>Stichwortverzeichnis</b>	.....	223