

Inhaltsverzeichnis

Vorwort..... V

Teil A: Wissenschaftliche Beiträge

Manfred Bruhn und Karsten Hadwich
Smart Services im Dienstleistungsmanagement – Erscheinungsformen,
Gestaltungsoptionen und Innovationspotenziale..... 3

1. Smart Services aus der Kundenperspektive

Ulrich Gnewuch und Alexander Maedche
Hybride Mensch-KI Service-Agenten..... 63

Manuel Geiger, Rangina Ahmad, Elisa Neumann und Susanne Robra-Bissantz
Smart Services – Gestaltung wertvoller Interaktionen mit
persönlichkeitsadaptiven Conversational Agents..... 79

Rolf Weiber und Mi Nguyen
Social Robot Experience – Ein Konzept der Smart Service Experience mit
sozialen Service-Robotern 105

Maria Madlberger
State of the Art of Smart Services Research – Applications and Customer
Acceptance..... 139

Jennifer Schietzel-Kalkbrenner und Claudia Fantapié Altobelli
Persönlicher Austausch statt Servicepersonal – Treiber der Kundenakzeptanz von
digitalen Unterkunftsplattformen am Beispiel Airbnb 167

Kassian Kenner und Mischa Seiter
Kundenakzeptanz von Subscription Models – Akzeptanzhürden und
Lösungsansätze 197

Eva Pieringer und Dirk Totzek

Treiber der Adoption smarter Solutions im Business-to-Business-Kontext 219

Nicola Bilstein, Kira Marie Heimann und Dirk Schauerte

May I Come In and Drop Off Your Parcel? An Innovation Resistance Theory
Perspective on the Influence of Payment Modalities on Adoption Barriers 241

2. Smart Services aus der Mitarbeiterperspektive

Hannes Reil, Tanja Sophie Gesk und Michael Leyer

Auswirkungen von Smart Services auf Mitarbeitende 269

Caroline Ruiner und Matthias Klumpp

Arbeitsbeziehungen bei plattformbasierten Dienstleistungen in der Logistik..... 293

*Lena Ahner, Nicole Gladilov, Jens Neuhüttler, Maximilian Ge, Imogen Cleaver
und Florian Urmetzer*

Wissenstransfer für Smart Services – Bedarf, Transferformate und
Erfolgsmessung 321

*Andreas Greve, Marleen Voß, Mark Hoebertz, Frank Schomburg, André Sobieraj
und Jens Pöppelbuß*

Digitale Transformation braucht soziokulturellen Wandel – Mitarbeiterakzeptanz
beim Einsatz personalisierter digitaler Assistenzsysteme 345

3. Smart Services aus der Rechtsperspektive

Nancy V. Wunderlich und Stefanie Paluch

Risikofaktor Smart Service? Analyse und Verortung von Risikowahrnehmungen
und -strategien bei Geschäftskunden 371

Doreén Pick

Smart Services und Datenschutz – Status und Konsequenzen von
Datenschutzbedenken für digitale Sprachassistenten..... 393

Kenneth Hädecke und Cornelia Zanger

Perceived Usefulness of Smart Services – The Role of Transparency and Privacy
on Initial Trust 419

<i>André Schneider, Mandy Risch-Kerst und Claudia Scholz</i> Rechtliche, organisatorische und technische Verantwortlichkeiten beim Einsatz von Smart Services	447
---	-----

<i>Marija Radic, Philipp Herrmann, Julian Heinrich und Dubravko Radic</i> Smart Services und Datensouveränität – Herausforderungen und Erfolgsfaktoren	465
--	-----

4. Branchenspezifische Besonderheiten von Smart Services

<i>Johannes Winter</i> Smart Data, Smart Products, Smart Services – Innovationen und neue Leistungsversprechen in Industrie, Dienstleistung und Handel	489
--	-----

<i>Till Ackermann</i> Smart Services im öffentlichen Verkehr	515
---	-----

<i>Semra Ersöz and Hendrik Schröder</i> Presenting OTC Drugs on Digital Signage – Effects on the Perceived Purchase Risk	529
--	-----

Teil B: Serviceteil

Ausgewählte Literatur zum Themengebiet „Smart Services“	559
Stichwortverzeichnis	571