

Inhaltsverzeichnis

Vorwort..... V

Teil A: Wissenschaftliche Beiträge

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

1. Konzepte für Smart Services aus Marketingsicht

Helge Löbler and Stefan Hielscher
Meaning Making and Market shaping – Creating Markets in Smart Service
Business 63

Dennis Schendzielarz and Sascha Alavi
The Marketing of Smartness - An Investigation of the Interplay Between
Smartness, Consumer Perceptions, and Marketing Communication 87

Manfred Bruhn, Karsten Hadwich und Maxim Saleschus
Customer-Dominant Logic zur Gestaltung von Smart Services – Philosophie,
Konzept und Umsetzung..... 103

2. Methoden zur Entwicklung und Gestaltung von Smart Services

Fabian Göpel und Volker Nissen
Eine Methode zur Bestimmung der Self-Service-Eignung von Leistungen der
Unternehmensberatung 185

<i>Frank Bensberg, Christian Czarnecki und Heinz Lothar Grob</i> Wirtschaftlichkeitsbewertung von Smart Services mit vollständigen Finanzplänen ..	225
<i>Simon L. Schmidt, Barbara Langes, Mahei M. Li, Christoph Peters, Tobias Kämpf, Jan M. Leimeister und Andreas Boes</i> Mit LabTeams KI gestalten – Eine neue Methode für die menschenzentrierte Gestaltung von KI-basierten IT-Support-Services	253
<i>Elisa Landmann, Florian U. Siems, Nils Hafner und Marie-Christin Papen</i> Die Value-Irritant-Matrix als mögliches Instrument zur empirischen Klassifikation von Potenzialen und Grenzen von Smart Services – Ein Anwendungsversuch mit kritischer Diskussion	273
<i>Ronny Baierl und Mattis Stiebitz</i> Potenziale des Digitalen Zwillinges im Produktlebenszyklus	291
<i>Sascha Julian Oks, Martin Schymanietz, Max Jalowski, Tim Posselt und Angela Roth</i> Integrierte Entwicklung smarter Produkt-Service-Systeme	309

3. Smart Services und Innovationsprozesse

<i>Katharina Blöcher and Rainer Alt</i> The Potentials of Personal Data Management for Smart Service Innovation	335
<i>Armin Töpfer und Georg Brabänder</i> Smart Services in der Medizin und ihr Potenzial für eine Patient Centricity	365
<i>Wolfgang Maaß</i> Smart Services in der Datenökonomie zur Monetarisierung von Fertigungsdaten	417
<i>Philipp zur Heiden, Jennifer Priefer und Daniel Beverungen</i> Smart Service für die prädiktive Instandhaltung zentraler Komponenten des Mittelspannungs-Netzes	435
<i>Marlen Rimbeck, Justus Wähling und Jutta Stumpf-Wollersheim</i> Anwendung von Human Activity Recognition im Unternehmenskontext – Ein Konzept für die Zukunft?	459

4. Smart Services und Qualitätsprozesse

Christian van Husen, Katja Gutsche und Abdul Rahman Abdel Razeq

Smart Tools für Smart Services – Digitalisierte Serviceentwicklung für mehr Qualität.....	481
---	-----

Anne-Sophie Tombeil, Jens Neuhüttler und Walter Ganz

Neue Wertschöpfung braucht ein erweitertes Qualitätsverständnis zur Gestaltung von Smart Service-Systemen	505
---	-----

Jennifer Schietzel-Kalkbrenner und Claudia Fantapié Altobelli

Sharing Economy im Tourismus – Messung der wahrgenommenen Dienstleistungsqualität bei digitalen Unterkunftsvermittlern.....	529
---	-----

Teil B: Serviceteil

Ausgewählte Literatur zum Themengebiet „Smart Services“	559
Stichwortverzeichnis.....	569