

Wolfgang Burr  
Michael Stephan

# **Dienstleistungsmanagement**

**Innovative Wertschöpfungskonzepte  
im Dienstleistungssektor**

Verlag W. Kohlhammer

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	5
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	12
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	14
<b>1 Definition und Bedeutung von Dienstleistungen</b>	
<b>aus interdisziplinärer Sicht</b> .....	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 Fourastie</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>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>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

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
	<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

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
<b>5</b>	<b>Ansätze zur Messung und zum Management von Dienstleistungsqualität . . . . .</b>	<b>175</b>
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
<b>6</b>	<b>Diversifikation in das industrielle Dienstleistungsgeschäft: Wachstumspotenziale für Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes ..</b>	<b>185</b>
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> . . . . .	<b>211</b>
	<b>Literatur aus dem Internet</b> . . . . .	<b>221</b>
	<b>Stichwortverzeichnis</b> . . . . .	<b>223</b>