

HANSER



Leseprobe

Am Puls wirtschaftlicher Entwicklung - Dienstleistungstrends

Herausgegeben von Dieter Spath, Walter Ganz

ISBN: 978-3-446-42584-2

Weitere Informationen oder Bestellungen unter

<http://www.hanser.de/978-3-446-42584-2>

sowie im Buchhandel.

Einleitung

Dieter Spath, Walter Ganz,
Anne-Sophie Tombeil

■ 1 Am Puls wirtschaftlicher Entwicklung – Dienstleistungstrends

Seit gut drei Jahren beobachtet das Vorhaben »MARS – International Monitoring of Activities and Research in Services« Entwicklungen in der internationalen Dienstleistungsforschung.¹ Diskursive Befragungen von Experten aus Europa und den USA, aus Australien und aus dem asiatischen Raum erlauben es, einen Möglichkeitsraum künftig zu erwartender Entwicklungen in der Dienstleistungswirtschaft sowie der damit verbundenen Forschungsbedarfe aufzuspinnen.

Die erste Befragungswelle (2007) hat neben einem facettenreichen Bild der Vielfalt von Ansätzen, von Potenzialen, von Forschungs- und Entwicklungsbedarfen im Gegenstandsbereich Dienstleistungen auch erstmals eine klare inhaltliche Fokussierung der Experteneinschätzungen verdeutlicht²: eine Fokussierung auf die Herausforderungen der »Dienstleistungsinnovation«. Die zweite Befragungswelle 2009 zeigt eine bemerkenswerte Verstärkung dieser fokussierenden Entwicklung. Die Debatte in der internationalen Forschungscommunity verläuft lebendig, dynamisch und – in Teilen – kontrovers. Erste Konturen eines möglicherweise langfristig tragfähigen disziplinären Selbstverständnisses von Dienstleistungsforschung werden erkennbar. Themenfelder einer übergreifenden inhaltlichen Strukturierung zeichnen sich ab. Zentrale Aspekte beider Entwicklungen werden in den Kapiteln des vorliegenden Bands dargestellt. Dieser Blick

¹ Analysen des internationalen Forschungsstandes, die frühzeitige Entdeckung von thematischen Entwicklungen im Gegenstandsbereich Dienstleistungsforschung sowie die Formulierung künftiger Forschungs- und Handlungsbedarfe sind die Aufgaben des Vorhabens »MARS – International Monitoring of Activities and Research in Services«. Methodische Grundlage des von 2006 bis 2011 geförderten Projekts (Förderkennzeichen 01FD0637) ist ein Panel-Monitoring-Ansatz. Über die Laufzeit des Vorhabens werden in zwei Befragungswellen Expertenaussagen zu Forschungsbereichen und Forschungsthemen, Entwicklungen in der Dienstleistungswirtschaft sowie Entwicklungen in Theoriebildung, Institutionalisierung und Forschungsförderung über leitfadengestützte Intensivinterviews eingeholt. Die Befunde werden im Wissenschaftlerteam des Projektnehmers analysiert, mit sekundär-analytischen Recherchen abgeglichen, verdichtet und in deutscher und englischer Sprache publiziert. Der erste Band *Die Zukunft der Dienstleistungswirtschaft* erschien 2009.

² Vgl. hierzu die Beiträge in (Spath/Ganz 2009).

nach vorne soll dazu beitragen, plausible Vorstellungen über mögliche künftige Entwicklungen zu bilden und geeignete Handlungsoptionen abzuleiten.

■ 2 Konturen neuer Wertschöpfung – Impulse aus der Dienstleistungsforschung

Innovationen sind und bleiben zentrale Antriebskraft für wirtschaftliche Entwicklung. Dies ist an sich nicht neu. Das Ringen um neue Ideen, ihre zügige Umsetzung in begehrten Leistungen, ihre erfolgreiche Platzierung auf satten oder hungrigen Märkten und das stete Am-Puls-der-Zeit-Bleiben in immer rascheren Innovationszyklen, sind seit geraumer Zeit Leitmotiv wirtschaftlichen Handelns. Gerade in diesem Umfeld von »schneller, besser, mehr« kommt aus der aktuellen Debatte in der Dienstleistungsforschung eine Akzentsetzung, die dazu anregt, innezuhalten. Innezuhalten, um den Blick auf Wertschöpfung insgesamt neu oder zumindest anders einzustellen. Gefragt wird, wie Wertschöpfung in Zukunft stattfinden wird, durch wen und für wen. »Wenn sich die derzeitigen Trends bei Bevölkerungswachstum, Ressourcenverbrauch, Klimawandel, Terrorismus, organisierter Kriminalität und Krankheiten über die nächsten 50 bis 100 Jahre fortsetzen und zusammenwirken, kann man sich das Szenario einer instabilen Welt mit katastrophalen Auswirkungen leicht ausmalen. Wenn sich die derzeitigen Trends bei der Selbstorganisation via Internet, bei internationaler Kooperation, Materialwissenschaften, alternativen Energien, Kognitionsforschung, interreligiösem Dialog, synthetischer Biologie und Nanotechnologie über die nächsten 50 bis 100 Jahre fortsetzen und zusammenwirken, erscheint das Szenario einer Welt, die für jeden lebenswert ist, keine ferne Utopie« (2010 State of the Future, German Node des Millennium Project).

Auch ohne sich auf die übergreifende Ebene der erstarkenden, häufig sozial-visionären internationalen Zukunftsdiskurse zu begeben, kann doch festgestellt werden, dass immer häufiger darauf hingewiesen wird, Wachstum nicht nur in Geldgrößen zu bemessen.³ Der Anspruch auf nachhaltigen Wohlstand mahnt ein Umdenken von quantitati-

³ Das Bruttoinlandsprodukt als dominierende Größe der Messung von Wohlstand gerät zunehmend in die Kritik. So bemängelte beispielsweise der französische Präsident Nicolas Sarkozy 2008, dass die Wohlstandsmessung über den klassischen BIP-Indikator viele Aspekte wie Umweltschutz oder Sozialleistungen bisher nicht beinhaltet, und rief eine Kommission ins Leben, die Vorschläge für zeitgemäße und zukunftsorientierte neue oder zusätzliche Indikatoren machen sollte (vgl. Stiglitz/Sen/Fitoussi 2009). Auch die EU-Kommission (2009) kritisiert, dass das BIP als dominierender Maßstab für Wohlstand verwendet wird, und hebt dabei unter anderem darauf ab, dass nur Tätigkeiten umfasst werden, die einen Preis haben. Dies soll in Zukunft durch die Entwicklung ergänzender »Wohlstandsbarometer«, zu denen beispielsweise ein Umweltindex gehören soll, geändert werden. Auch das Statistische Bundesamt legt mit dem »Indikatorenbericht 2010« eine Anzahl zusätzlicher Messgrößen für den Wohlstand einer Volkswirtschaft vor (vgl. für viele andere Quellen zu dieser Thematik: Bastaroli/Auer 2010; Statistisches Bundesamt 2010).

vem zu qualitativem Wachstum an. Wachsen soll nicht nur materieller Wohlstand, sondern auch Lebensqualität und Lebenszufriedenheit. Gefragt sind Wertschöpfungswelten, die mehr Wert erzeugen und dabei weniger Ressourcen verbrauchen.

An dieser Stelle nun können neue thematische Entwicklungen aus der Dienstleistungsforschung zukunftsorientierte Impulse in der Debatte um wirtschaftliche Entwicklung setzen. Gerade in der durch Immaterialität geprägten Welt der Dienstleistungen sind Antworten auf die Fragen »Was oder wer schafft Wert?« und »Was ist etwas wert?« in besonderer Weise von Interesse. Aspekte möglicher Antworten werden dabei über die Dienstleistungen hinaus auch in die Sachgüterproduktion und Technologieentwicklung hineinreichen (vgl. hierzu unter anderem Vargo 2007, 2009; Vargo/Maglio/Akaka 2008; Grönroos 2008; Grönroos/Helle 2010; Grönroos/Ravald 2011).

Angestoßen durch den von Lusch und Vargo (2006) vorgelegten Band zur *Service-Dominant Logic of Marketing* und verstärkt durch die Schubkraft der von IBM angestoßenen Initiative »Service Science, Management and Engineering« für die Entwicklung einer eigenständigen Dienstleistungswissenschaft beobachten wir im internationalen Suchraum eine stärkere Hinwendung der mit ganz unterschiedlichen Aspekten der Dienstleistungsforschung befassten Disziplinen zu Versuchen übergreifender Theoriebildung und thematischer Profilierung großer Forschungsfelder.

Beide Entwicklungen werden, wie es für die Dienstleistungsforschung charakteristisch ist, von Beobachtungen der Realitäten in Unternehmen getrieben. Das Forschungshandeln ist an Beiträgen zu konkreten Problemlösungen interessiert und versucht, wissenschaftlich gesichertes und sozial robustes Wissen zu produzieren. Dabei gelingt es in bemerkenswerter Weise, den Blick über den Tellerrand einer eingeschränkten Fokussierung alleine auf Dienstleistungen hinaus auf größere Kontexte von Wertschöpfung und wirtschaftlicher Entwicklung zu richten. Dienstleistungen werden dann weniger als eine Kategorie von Marktangeboten verstanden, sondern Dienstleistungen stellen vielmehr eine zeitgemäße, ja zukunftsfähige Perspektive auf Wertschöpfung dar und begründen damit eine neue Logik der Unternehmensführung. Zentrales Element der Dienstleistungsperspektive als Unternehmenslogik ist die Betrachtung von Wertschöpfung als »Gebrauchs- und Nutzwertökonomie« (value-in-use).

Diese Sichtweise stellt gleichsam eine Rückbesinnung auf die Tatsache dar, dass der Wert einer Leistung – egal ob es sich um ein Sachgut oder eine Dienstleistung handelt – sich letztlich daran bemisst, ob sie eine Funktion hat (im Falle passiver Objekte) oder einen Zweck erfüllt (im Falle aktiven Handelns). »The value of an object is related to what individuals want objects to be and to do for them, i.e. which role they want goods, service activities and relationships to have in their lives«, formulieren Grönroos und Ravald in ihren jüngsten Gedanken zu Dienstleistungen als Unternehmenslogik (Grönroos/Ravald 2011, S. 10).

Im Mittelpunkt steht nicht mehr vordringlich der Tauschwert (value-in-exchange), der einem Produkt oder einer Dienstleistung durch einen klassischen, Mehrwert schaffenden Produktionsprozess beigegeben wird. Der Blick wird vielmehr gelenkt auf den Gebrauchs- und Nutzwert (value-in-use), den ein Leistungsangebot – als Produkt, als Dienstleistung oder als Kombination aus beidem – dann entfaltet, wenn es von einem Kunden im eigenen Handeln, sei es im privaten, sei es im unternehmerischen Kontext,

genutzt wird. »Goods and services may have exchange value in the short term, but in the long run no or low value-in-use means no or low value-in-exchange. Hence, value-in-use is the value concept to build upon, both theoretically and managerially« (Grönroos 2008, S. 303 f.).

Die aktuellen Impulse aus Dienstleistungssicht lassen sich zu den in BILD 0.1 dargestellten Konturen neuer Wertschöpfung verdichten.

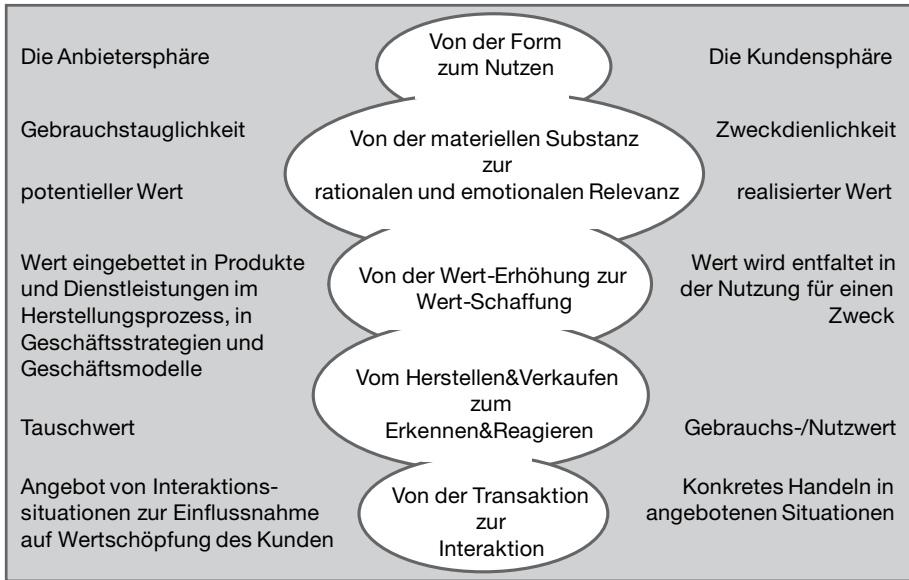


BILD 0.1 Impulse aus der Dienstleistungsforschung für Konturen neuer Wertschöpfung

Wir sehen Konturen neuer Wertschöpfung, die den Blick auf das Zusammenwirken der Anbietersphäre und der Kundensphäre lenken. In den Mittelpunkt des Interesses rückt neben der äußeren Form und der Gebrauchstauglichkeit von angebotenen Produkten und Dienstleistungen der ihnen innewohnende Nutzen, ihre Zweckdienlichkeit. Betrachtet wird nicht nur der in der Anbietersphäre in Herstellungsprozessen von Produkten bzw. Bereitstellungsprozessen und Umgebungsdesign von Dienstleistungen entstehende potenzielle Wert materieller Substanz. Betrachtet wird in Konturen neuer Wertschöpfung auch die rationale und emotionale Relevanz des in der Kundensphäre realisierten Wertes einer angebotenen Leistung. Der Wert von ökonomischen Leistungen entsteht in den sich abzeichnenden Annahmen einer neuen Wertschöpfung nicht mehr alleine durch das klassische Hinzufügen von Wert, also einer Werterhöhung in Produktionsprozessen. Vielmehr entfaltet Wert, der in Produkte und Dienstleistungen, in Geschäftsstrategien und Geschäftsmodelle eingebettet ist, seine Mehrwert schaffende Wirkung erst dann, wenn angebotene Güter und Dienstleistungen von Kunden zur Erreichung eines Zweckes genutzt werden. Zur Relevanz des Tauschwertes tritt die Relevanz des Nutzwertes. In neuen Wertschöpfungswelten wird neben der Gestaltung von Prozessen des Herstellens und Verkaufens die Kompetenz des Erkennens von Kundenbedarfen und des Reagierens auf Kundenbedarfe zum Erfolgsfaktor unternehmerischen

Handelns. Geschäftsbeziehungen erschöpfen sich nicht mehr in der Vorbereitung und Umsetzung von Transaktionen, sondern sie erhalten einen stärker interaktiven Charakter. In der Anbietersphäre gilt es, auch transaktionale Geschäftsbeziehungen so mit Interaktionssituationen zu bereichern, dass über den Tausch der Leistung hinaus Einfluss auf die Wertschöpfung des Kunden genommen werden kann. In der Kundensphäre gilt es, das eigene Handeln in angebotenen Interaktionssituationen so zu gestalten, dass sich der Wert einer Leistung für die eigenen Zwecke möglichst umfänglich entfaltet.

Dieser aus der Dienstleistungsforschung vorangetriebene Ansatz einer neuen Perspektive auf Wertschöpfung scheint uns ein vielversprechender und zukunftsweisender Schritt auf dem Weg zu nachhaltiger Innovationskraft. Seine besondere Qualität liegt darin, dass es sich um eine umfassend-integrative Herangehensweise handelt, die zentrale Elemente wirtschaftlicher Entwicklung thematisiert und nach neuen Lösungen sucht. Die Perspektive auf den Gebrauchs- und Nutzwert von Leistungen ist besonders gut geeignet, eine Brücke zwischen Sachgutproduktion und Dienstleistungserbringung zu schlagen. Sie kann Wege eröffnen für integrierte Innovationsstrategien, die ihre wirtschaftliche Kraft aus der Zusammenschau von Produkt-, Technologie- und Dienstleistungspotenzialen ziehen und auf die Kokreation von Anbietern und Kunden in der Wertschöpfung setzen.

■ 3 Dienstleistungstrends – Impulse für eine Forschungsagenda

Neben einer Hinwendung der Dienstleistungsforschung zur Weiterarbeit an Konzepten der theoretischen Fundierung weisen die Expertenaussagen des MARS-Vorhabens auf die Profilierung konkreter Forschungsthemen hin, die künftig erwartete Entwicklungen in der Dienstleistungswirtschaft spiegeln. Wie bereits aus der Befragung 2007 analysierbar, bildet Dienstleistungsinnovation einen gleichsam übergreifenden Orientierungspunkt für die Ausdifferenzierung von Forschungsgebieten und Forschungsthemen. Hervorzuheben ist dabei die von den MARS-Experten klar vertretene Einschätzung, dass künftige Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten sich das Ziel setzen sollten, eine integrierende Sichtweise auf Produkt- und Dienstleistungsinnovation voranzutreiben. Angenommen wird, dass künftiger wirtschaftlicher Erfolg nicht mehr alleine durch Wachstumsstrategien, die auf ein Immer-mehr fokussiert sind, bestimmt wird. Gefragt sind vielmehr Wertschöpfungsstrategien, die sich auf ein Immer-besser orientieren. Leistungen aus der Technologieentwicklung, aus der Produktion und aus dem Management soziotechnischer Dienstleistungssysteme werden dabei in neuartigen Wertschöpfungskonstellationen verknüpft.

An die Stelle eines traditionellen Entweder-oder mit eindeutiger Abgrenzung, Spezialisierung, dem Trennen, Teilen und Zerlegen von Leistungen und deren Produktion oder

Erstellung tritt ein integrierendes Sowohl-als-auch (vgl. hierzu den Rekurs von Minx auf Kandinsky in Minx 2009). In den Mittelpunkt rückt das Erkennen von Zusammenhängen, das Verbinden von der Form eines Angebots und der Entfaltung dessen Nutzens im Gebrauch als zukunftsorientierter Prozess. Sowohl-als-auch setzt auf Hybridität, d. h. das Zusammenbringen von Elementen, die jedes für sich genommen eine Funktion enthalten, aber erst im Zusammenwirken neuen, Mehrwert schaffenden Nutzen entfalten (vgl. Bienzeisler/Ganz 2010). Gleichzeitig fängt der Begriff der »Hybridität«, wie von Rammert treffend formuliert, neue Konstellationen verteilten Handelns ein. »Handeln ist dabei auf verschiedene Instanzen wie Menschen, Maschinen, Programme verteilt, die jeweils unterschiedliche Grade von Handlungsautonomie aufweisen und die jeweils in unterschiedlich balancierter Relation untereinander am Zustandekommen der Handlung beteiligt sein können« (Rammert 2007a, S. 17). Die Dienstleistungsforschung kann hier mit dem Konzept der Interaktivität als wichtiger Bestandteil neuer Wertschöpfung zukunftsweisende Beiträge leisten. Interaktivität im engeren Sinne wird dann verstanden als das Zusammenwirken von zwei oder mehreren Wertschöpfungspartnern, die im direkten oder technologisch vermittelten Kontakt zueinander stehen und deren jeweiliges Handeln in einem Leistungsprozess Einfluss nimmt auf die Prozesse und das Handeln der anderen beteiligten Partner in ihren Leistungsprozessen.

Innovationen sind und bleiben zentrale Antriebskraft für wirtschaftliche Entwicklung. Hybridität und Interaktivität als Impulse aus Dienstleistungsforschung und Dienstleistungswirtschaft werden zu Treibern für Innovationsfähigkeit in einer Wirtschaft, die ihre Wertschöpfung verstärkt am kollaborativ realisierten Gebrauchs- und Nutzwert von Leistungsangeboten orientiert. Ein Zusammenwachsen von produkt- und dienstleistungsorientierten Entwicklungspfaden mit neuen Rollenverteilungen zwischen Anbieter und Kunde setzt wichtige Impulse für künftige wirtschaftliche Entwicklung. Wichtig ist es gerade vor dem Hintergrund eines solchen integrierenden Ansatzes in der Unternehmensstrategie im operativen Bereich der Gestaltung und Umsetzung von Lösungen für die Unternehmenspraxis, den Blick für die Abgrenzungen und Unterschiede zwischen den verschiedenen Bereichen nicht zu verlieren. Sich erfolgreich in einer Wertschöpfungswelt mit multiplen Perspektiven zu bewegen setzt voraus, aus der jeweiligen Geschäftstätigkeit heraus die Entscheidungen für die Priorität, für den dominierenden Anteil in der eigenen Leistungskomponente richtig zu setzen. Das Setzen der jeweils prioritären Perspektive und die damit verbundene Entscheidung für die passenden Instrumente und Prozesse sind von entscheidender Bedeutung für erfolgreiches Management (vgl. Stauss 2005; auch Glushko 2010).

Vor diesem Hintergrund lassen sich aus den MARS-Expertenaussagen – neben dem übergreifenden, im vorangegangenen ausgeführten Thema »neue Wertschöpfung« – vier Fokusthemen verdichten, von denen erwartet werden kann, dass sie in der Dienstleistungsforschung und für die Dienstleistungswirtschaft zukunftsweisend sein werden und darüber hinaus Impulse für die Zukunft wirtschaftlicher Entwicklung setzen (BILD 0.2).

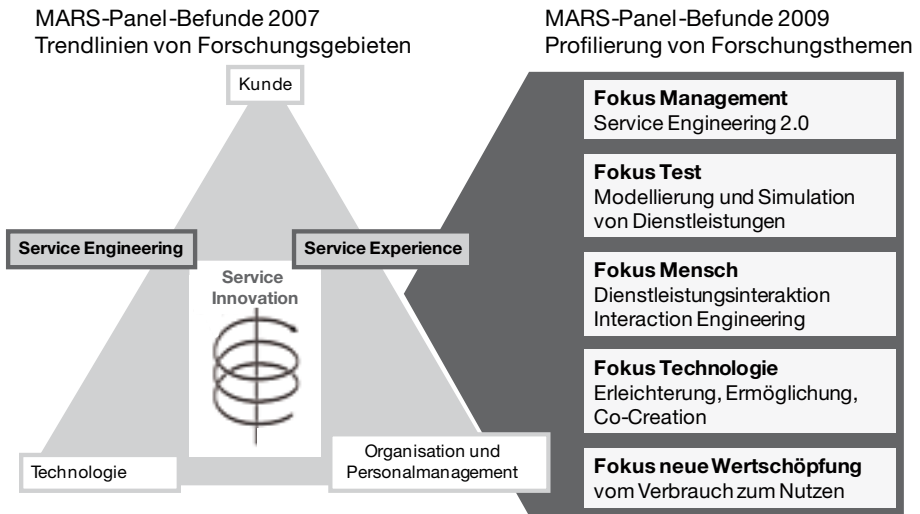


BILD 0.2 Impulse für eine Agenda der Dienstleistungsforschung

Fokus Management

Erfolgreiches Management von Dienstleistungen wird in Zukunft bedeuten, Dienstleistungen nicht nur als Wirtschaftsgut, sondern als Perspektive auf Wertschöpfungsprozesse bei Anbietern und Kunden gleichermaßen zu begreifen. Gefragt ist Managementkompetenz, die sowohl die strategische Gestaltung als auch die operative Erbringung von Dienstleistungen in den Blick nimmt und Antworten gibt auf die Frage: »Welche Fähigkeiten einer Organisation können mit welchen Leistungen einen entfaltbaren Nutzen anbieten?« Unter dem Leitmotiv »Service Engineering 2.0« kann ein Managementansatz weiterentwickelt werden, der Strukturen, Prozesse, Instrumente und Kompetenzen für systematische Dienstleistungsinnovation und produktive Dienstleistungserbringung in den Mittelpunkt stellt. Topzukunfts Themen sind nach Einschätzung der MARS-Experten die Kollaboration in innovativen Wertschöpfungskonstellationen, die Kundenintegration in der Entwicklung neuer und bei der Erbringung bestehender Dienstleistungen sowie Methoden und Instrumente zum Management von weichen – beispielsweise kommunikativen und emotionalen – Aspekten der Interaktion in dienstleistenden Wertschöpfungsprozessen.

Fokus Test

Damit das Management von Dienstleistungen als Wirtschaftsgut und als Wertschöpfungsperspektive gelingen kann, muss es in Zukunft möglich werden, die Schaffung belastbarer Modelle zur Planung, zur Simulation, aber auch zur Kontrolle der dienstleistenden Komponenten von Wertschöpfung voranzutreiben. Nach Einschätzung der MARS-Experten fehlt es in der Dienstleistungsforschung und daher auch in der Dienstleistungspraxis an jeder Form von Modellbildungen: systemischen Modellen zur Repräsentation des Wesens der Dienstleistung, Erklärungsmodellen zur Abbildung zentraler

Wechselwirkungen in Dienstleistungssystemen sowie mathematischen Modellen zur Planung und Kontrolle. Unter dem Leitmotiv »Modellierung und Simulation von Dienstleistungen« gilt es richtungweisende Beiträge zu Modellbildungen, die dann Simulationen erlauben, zu leisten. Eine besondere Herausforderung liegt dabei in der Frage, wie menschliches Verhalten, Kommunikation und Emotionen in der Dienstleistungsinteraktion angemessen abgebildet und hilfreich simuliert werden können.

Fokus Mensch

Der Mensch mit seiner Arbeitskraft, mit seinem Konsumverhalten, mit seinen Kompetenzen, Fertigkeiten und Fähigkeiten, mit seinen Bedarfen und seinen Emotionen ist und bleibt ein zentraler Gegenstand der Dienstleistungsforschung. Das Management von Leistungsfähigkeit, Leistungsbereitschaft und Leistungswahrnehmung von Menschen – und zwar sowohl in ihrer Rolle als Leistungsanbieter (Mitarbeiter) als auch in ihrer Rolle als kokreierende Kunden – gehört nach Einschätzung unserer Experten auf die Agenda aktueller und künftiger Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten. Unter dem Leitmotiv »Dienstleistungsinteraktion – Interaction Engineering« ist die Schaffung von Lösungen für die professionelle Gestaltung der – direkten und technologievermittelten – Interaktion zwischen Mitarbeitern, Kollaborationspartnern außerhalb des Unternehmens und Kunden als Akteuren in soziotechnischen Netzwerken der Leistungserbringung von besonderem Interesse. Betrachtungsgebiete sind dabei sowohl hochkomplexe wissensintensive, häufig unternehmensnahe oder Business-to-Business-Dienstleistungen als auch sogenannte personenbezogene oder Business-to-Consumer-Dienstleistungen und Dienstleistungsarbeit auf niedrigerem Qualifikationsniveau, von einem der MARS-Panelisten auch »less noble services« genannt.

Fokus Technologie

Auf der Suche nach neuen Möglichkeiten wertschöpfender Leistungsentwicklung geht der Blick auch aus Richtung der Dienstleistungen verstärkt zum Erkennen, Adaptieren und Nutzen technologischer Innovationen. Das frühzeitige Zusammendenken von Chancen der Technologieinnovation und Chancen der Dienstleistungsinnovation sowie Überlegungen zur Potenzialausschöpfung der wechselseitigen Verstärkung beider Innovationsbewegungen nehmen zunehmend breiten Raum ein. Der Forschungs- und Entwicklungsbedarf wird künftig nach Einschätzung der MARS-Experten trotz ihres nach wie vor sehr hohen Gewichts über die Betrachtung der Rolle der Informations- und Kommunikationstechnologien in ihrer Wechselwirkung mit Dienstleistungsinnovationen hinausgehen. Unter dem Leitmotiv »Erleichterung, Ermöglichung, Kokreation« wird künftig der Blick verstärkt darauf zu lenken sein, wie naturwissenschaftlich orientierte Forschungszweige wie beispielsweise Bionik, Genomik oder Neurowissenschaften Dienstleistungsinnovationen beeinflussen können, und umgekehrt, welche (Dienst-)Leistungsbedarfe neue Entwicklungen insbesondere durch Grenzinnovationen an den Schnittstellen der verschiedenen Forschungsgebiete beflügeln können. Zu den Topzukunftsthemen gehören die Betrachtung nutzenorientierter Innovationspfade, die Orientierung auf Aspekte der Technologieadaption sowie das Engagement für die Entwicklung einer inte-

grierenden Innovationstheorie, die Aspekte der technologischen Innovation und der Dienstleistungsinnovation gleichermaßen berücksichtigt.

■ 4 Ein Blick in Möglichkeitsräume

Der vorliegende Band fasst die Analysen der zentralen Aussagen aus der internationalen MARS-Expertenbefragung 2009 in jedem der fünf aufgezeigten Themenfelder zusammen, stellt diese jeweils in den Kontext zentraler fachlicher Entwicklungen und formuliert vordringliche Trends. Ergänzt werden die Beiträge aus dem reichen Reservoir der Experteneinschätzungen durch einen Gastbeitrag zu jedem Themenfeld.

Bo Edvardsson, Anders Gustafsson und Lars Witell veranschaulichen in ihrem Beitrag die Relevanz von Kundenintegration in die Dienstleistungsentwicklung. Es wird aufgezeigt, welche neue Rolle Kunden in der Entwicklung neuer Leistungen einnehmen. Ein Verständnis für die Alltagsprobleme von Kunden und die kontinuierliche Aufnahme und Verarbeitung dieser Informationen in den Strukturen und Prozessen einer Unternehmensorganisation werden zum kritischen Erfolgsfaktor. Aufgabe von Forschung und Management ist es dann, vielfältige Instrumente zu entwickeln, bereitzustellen und wie aus einem gut bestückten Werkzeugkoffer einzusetzen, die es ermöglichen, Kundenwissen zu erzeugen und zu nutzen.

Martin Böttcher erlaubt mit seinem Beitrag zu einem möglichen Ansatz der Modellierung von Dienstleistungssystemen einen Einblick in Herausforderungen und Chancen des noch wenig bearbeiteten Forschungs- und Entwicklungsthemas der Modellierung und Simulation zum Test von Dienstleistungsangeboten. Es wird aufgezeigt, wie wichtig die Modellierung als eine präzise Beschreibung für die Entwicklung neuer Dienstleistungen ist, will man dort die aus Effizienz-, aber auch aus Effektivitätsgründen wünschenswerten Fortschritte bei einer geplanten und strukturierten Entwicklung erreichen. Vorgestellt wird ein Metamodell zur Dienstleistungsmodellierung, das sich seinerseits aus einem Komponentenmodell, einem Ressourcenmodell, einem Produktmodell und einem Prozessmodell zusammensetzt. Das Komponentenmodell erlaubt die exakte Spezifikation von funktionalen und nicht funktionalen Eigenschaften, das Ressourcenmodell dient der Spezifikation von klassifizierenden und individuellen Eigenschaften notwendiger oder resultierender Ressourcen, das Produktmodell erlaubt die Abbildung der kundenindividuellen Konfiguration von Gesamtangeboten und das Prozessmodell schließlich schlägt eine deklarative Abhängigkeitsbeschreibung von Dienstleistungskomponenten vor. Das vorgestellte Metamodell zeigt einen möglichen Einstieg zur übersichtlichen und ganzheitlichen Dienstleistungsmodellierung. Für eine verbreitete Anwendung und Nutzung bedarf es der Weiterarbeit zur Bereitstellung softwaretechnischer Unterstützungswerkzeuge.

Margret Borchert diskutiert in ihrem Beitrag die Rolle des Managements von Humanressourcen in Dienstleistungsprozessen im Allgemeinen sowie in der Dienstleistungsin-

novation im Besonderen. Im Zentrum des Beitrags steht der Ansatz eines »integrierten Human Resource Management«. Aufgezeigt wird die Notwendigkeit für erfolgreiche Dienstleistungsinnovation, dem Management des Humanvermögens nicht nur strategische Bedeutung zuzumessen, sondern eine Verknüpfung des Human Resource Management (HRM) in Unternehmen mit den anderen relevanten Entscheidungsfeldern der Unternehmensführung zu ermöglichen. Aufbauend auf einer Analyse des Standes der Forschung zum HRM für Dienstleistungsinnovation werden Merkmale, Anforderungen und Überlegungen zur Umsetzung eines integrierten Human Resource Management für Dienstleistungsinnovation dargestellt und drängende Forschungsbedarfe benannt.

Anette Weisbecker veranschaulicht in ihrem Beitrag die vielfältigen Berührungspunkte von Technologien und Dienstleistungen. Am Beispiel des Cloud Computing und des Internets der Dinge wird aufgezeigt, dass Innovationsgewinne durch ein frühzeitiges Zusammendenken von Entwicklungschancen in beiden Bereichen erzielt werden können. Neben die Relevanz der technologischen Innovationsfähigkeit tritt die Bedeutung der kundenorientierten und kundenintegrierenden Innovationsleistung. Zum wichtigen Erfolgsfaktor werden dabei auch neue Geschäftsmodelle, die geeignet sind, das technologisch Machbare in marktfähig Nützliches zu übersetzen, um wettbewerbsfähig neue Märkte zu gestalten und auf diesen zu bestehen.

Stephen L. Vargo, Robert F. Lusch, Chris Horbel und Heiko Wieland runden das Ensemble der Gastbeiträge mit einem Kapitel ab, das einen ganz neuen Blick auf die Zukunft der Wertschöpfung im Sinne des Schaffens von handelbarem Nutz- oder Gebrauchswert wirft. Eine scharfe Analyse des vorherrschenden ökonomischen Paradigmas einer sachgutdominierten Logik führt in letzter Konsequenz zur Auflösung der getrennten Wahrnehmung von Produkten und Dienstleistungen. Vorgestellt wird mit der servicedominierten Logik ein Ansatz, der den sich im relevanten Umfeld eines Kunden durch Gebrauch entfaltenden Nutz- oder Gebrauchswert eines Leistungsangebots als Kernelement wirtschaftlicher Austauschprozesse auffasst. Der große Gewinn dieser neuen paradigmatischen Perspektive auf Wertschöpfung liegt nach Ansicht der Autoren darin, dass sie den Blick für wesentlich größere Innovationsräume zur Schaffung völlig neuer Märkte öffnen kann.

Wir können nicht wissen, was die Zukunft bringen wird. Jede Vorhersage, die sich auf die Entwicklung künftiger Zustände bezieht, egal ob sie die Form einer Erzählung, eines Bildes oder mathematischer Berechnungen annimmt, bleibt – mal mehr, mal weniger – unsicher. Wir können aber Wissen sammeln und interpretieren, Möglichkeitsräume aufspannen und Handlungsvarianten überlegen. Im Sinne des Leitsatzes von Sir Karl R. Popper »It is better to be vaguely right than to be precisely wrong« können die in diesem Band versammelten Blicke in die nähere Zukunft wirtschaftlicher Entwicklung keine Sicherheit anbieten. Sie können aber zur Zuversicht beitragen, mehr darüber zu wissen, wie wir entscheiden und handeln können.

■ 5 Literatur

- Ariely, D. (2009): »The End of Rational Economics«. In: *Harvard Business Review*, 01.07.2009.
- Bammé, A. (1998): »Technologische Zivilisation«. In: Haberl, H.; Kotzmann, E.; Weisz, H. (Hrsg.): *Technologische Zivilisation und Kolonisierung von Natur*. Wien: Springer-Verlag.
- Bastaroli, S.; Auer, M. (2010): »Eine Formel für Wohlstand«. In: *Die Presse*, Print-Ausgabe, 19.08.2010; http://www.stiglitz-sen-fitoussi.fr/documents/rapport_anglais.pdf, abgerufen am 30.08.2010.
- BDI – Bundesverband der Deutschen Industrie e. V. (2008): »Systemkopf Deutschland Plus: Die Zukunft der Wertschöpfung am Standort Deutschland. Management Summary«. Meckenheim: Druckcenter.
- Beinhocker, E. D. (2007): *Die Entstehung des Wohlstands: Wie Evolution die Wirtschaft antreibt*. Landsberg am Lech: mi-Fachverlag.
- Bienzeisler, B.; Ganz, W. (2010): »Management hybrider Wertschöpfung: Einführung in die Problemstellung«. In: Bienzeisler, B.; Ganz, W. (Hrsg.): *Management hybrider Wertschöpfung*. Stuttgart: Fraunhofer IAO.
- Bitner, M. J.; Brown, S. W. (2007): »Forthcoming Business Horizons 50th Anniversary Issue. The Service Imperative«. 04.06.2007.
- Bryson, A. (2009): »Hybride Wertschöpfung – Produkte verändern ihren Charakter«. In: *Manufacturing Now* 01.11.2009, S. 24–27.
- Bundesministerium für Bildung und Forschung (2009): *Zukunft gestalten mit Dienstleistungen. Aktionsplan DL 2020*. Rheinbach: Druckpartner Moser.
- Center for Services Leadership (2010): »Research Priorities for the Science of Service«. *CSL Business Report*.
- Chase, R. B.; Dasu, S. (2007): »Psychology of the Experience: The Missing Link in Service Science«. Cambridge Service Science, Management and Engineering Symposium. Cambridge: Møller Centre, Churchill College.
- Cuhls, K.; Ganz, W.; Warnke, P. (2009): *Der BMBF-Foresight-Prozess. Bericht: Zukunftsfelder neuen Zuschnitts*. Karlsruhe/Stuttgart: Fraunhofer ISI/Fraunhofer IAO.
- Djellal, F.; Gallouj, F. (2008): »Innovation in services and entrepreneurship: beyond industrialist and technologist concepts of sustainable development«. XVIII RESER International Conference.
- Edvardsson, B. (2007): »Understanding the nature of services – a prerequisite for successful innovations«. Präsentation in Helsinki, 13.11.2007 im CTF-Service Research Center, Karlstad University.
- EU-Kommission (2009): Mitteilung der Kommission an den Rat und das Europäische Parlament; Das BIP und mehr. Die Messung des Fortschritts in einer Welt im Wandel; Brüssel, 28.08.2009, KOM (2009) 433 endgültig; <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2009:0433:FIN:DE:PDF>; zuletzt abgerufen 10.12.2010
- Ernst, G. (2010): »Interaktionsarbeit als zentrales Element der Dienstleistungsinnovation«. Publikation auf DL2100.de, 23.02.2010.
- Fueglistaller, U. (2008): *Dienstleistungscompetenz: Strategische Differenzierung durch konsequente Kundenorientierung*. Zürich: Versus Verlag.
- Gaddis, P. O. (2000): »Book Review: Adaptive Enterprise – Creating and Leading Sense-and-Respond Organizations«. In: *Long Range Planning* 33(2).

- Ganz, W.; Bienzeisler, B. (2010): *Management hybrider Wertschöpfung: Potenziale, Perspektiven und praxisorientierte Beispiele*. Stuttgart: Fraunhofer Verlag.
- German Node des Millennium Project: 2010 State of the Future; Executive Summary, http://stateofthefuture.de/media/SOF2010_Executive_Summary_GERMAN.pdf; letzter Abruf 10.12.2010
- Glushko, R. J. (2010): »Seven Contexts for Service System Design«. In: Maglio, P. P.; Kieliszewski, C. A.; Spohrer, J. C. (Hrsg.): *Handbook of Service Science*. New York: Springer-Verlag.
- Grönroos, Ch. (2008): »Service logic revisited: who creates value? And who co-creates?« In: *European Business Review* 20(4), S. 298–314.
- Grönroos, Ch. (2010): »Reciprocal Value Creation Trough Service. From an Inside-Out To an Outside-In Approach«. Karlstad University: Frontiers in Service Conference, 10.–13.06.2010.
- Grönroos, Ch.; Helle, P. (2010): »Adopting a Service Logic in Manufacturing: Conceptual Foundation and Metrics for Mutual Value Creation«. In: *Journal of Service Management* 21(5).
- Grönroos, Ch.; Ravald, A. (2011): »Service as Business Logic: Implications for Value Creation and Marketing«. In: *Journal of Service Management* 22(1).
- Hackel, S. H. (2004): »Peripheral Vision: Sensing and Acting on Weak Signals: Making Meaning out of Apparent Noise: The Need for a New Managerial Framework«. In: *Long Range Planning* 37(2), S. 181–189.
- Hareli, S.; Rafaeli, A.; Parkinson, B. (2008): »Emotions as social entities: interpersonal functions and effects of emotion in organizations«. In: Ashkanasy, N. M.; Cooper, C. L. (Hrsg.): *Research Companion to Emotion in Organizations*. Edward Elgar Publishing.
- Homburg, Ch. (2009): »Management von Dienstleistungen: Stand, Perspektiven und Implikationen für die betriebswirtschaftliche Forschung«. Erlangen-Nürnberg: Vortrag auf der 71. Jahrestagung an der Friedrich-Alexander-Universität, 04.06.2009.
- Jackson, T. (2009): *Prosperity without Growth: Economics for a finite planet*. London: Earthscan Publications, 30.11.2009.
- Kinkel, S. et al. (2008): *Arbeiten in der Zukunft. Strukturen und Trends der Industriearbeit*. Berlin: Paperback Edition Sigma.
- Kippenberger, T.: (1997): »Do Value Constellations Supersede Value Chains?« In: *The Antidote* 2(5), S. 29–32.
- Leberecht, T. (2009): »A New Era of Meaning. An introduction«. In: *design mind*, 18.09.2009.
- Lusch, Robert F. und Stephen L. Vargo (2006): The Service-Dominant Mindset. URL: <http://www.almaden.ibm.com/asr/summit/papers/arinalusch.pdf> Abruf am 07.10.2006
- Lünendonk, T.; Hossenfelder, J. (2009): *Dienstleistungen Vision 2020: Herkunft und Zukunft wichtiger Service-Branchen in Deutschland*. Leipzig: Messedruck Leipzig.
- Minx, E. (2009): »Zukunft: Was es zu bedenken gilt«. In: *vdw magazin*, 02.2009.
- Minx, E.; Preissler, H. (2005): »Zukunft denken und gestalten: Vom Weg abkommen oder auf der Strecke bleiben«. In: *Internationale Politik*, 06.2005.
- Norman, R.; Ramírez, R. (1993): »From Value Chain to Value Constellation: Designing Interactive Strategy«. In: *Harvard Business Review* 71(4), S. 65–77.
- Opaschowski, H. W. (2009): »Was ist Wohlstand im 21. Jahrhundert?« Berlin: Vortrag zur Konferenz des Denkwerks Zukunft, 30.11.2009.
- Ostrom, A. L. et al. (2010): »Moving Forward and Making a Difference: Research Priorities for the Science of Service«. In: *Journal of Service Research* 20(10), S. 1–33.
- Rammert, W. (2007a): »Technologie trifft Theorie: Forschungsperspektiven einer Soziologie der Technik«. Working Paper 01.2007. Bestell-Nr.: TUTS-WP-1-2007.

- Rammert, W. (2007b): »Die Techniken der Gesellschaft: in Aktion, in Interaktivität und in hybriden Konstellationen«. Working Paper 04.2007. Bestell-Nr.: TUTS-WP-4-2007.
- Satzger, G.; Ganz, W.; Kremer, A. (2008): *Service Science: Hype or Cornerstone for Future Success? – A Five-Step Roadmap to Clarity*. Stuttgart: RESER.
- Spath, D.; Ganz, W. (Hrsg.) (2009): *Die Zukunft der Dienstleistungswirtschaft*. München: Hanser Verlag.
- Statistisches Bundesamt (2010): »Nachhaltige Entwicklung in Deutschland: Indikatorenbericht 2010«.
- Stauss, B. (2005): »A Pyrrhic victory: The implications of an unlimited broadening of the concept of services«. In: *Managing Service Quality* 15(3), S. 219–229.
- Stiglitz, J. E.; Sen, A.; Fitoussi, J.-P. (2009): »Report by the commission on the measurement of economic performance and social progress«. CMEPSP, 14.09.2009.
- Vargo, S.L. (2007): From Goods to Service(s): A Trail of Two Logics. Präsentation für das Service Science Seminar; Univerity of California, Berkely; 30.01.2007
- Vargo, S.L. (2009): Service-Dominant Logic. An Introduction. Präsentation an der Universität Bayreuth; 10.06.2009)
- Vargo, S. L.; Akaka, M. A. (2009): »Service-Dominant Logic as a Foundation for Service Science: Clarifications«. In: *Service Science* 1(1), S. 32–41.
- Vargo, S. L.; Maglio, P. P.; Akaka, M. A. (2008): »On value and value co-creation: A service systems and service logic perspective«. In: *European Management Journal* 26(3), S. 145–152.
- Viitamo, E. (2007): »Productivity of Business Services – Towards A New Taxonomy«. In: *Tutkimusraportti-Research Report* 188.
- Viitamo, E. (2008): »On Service Productivity – Strategic Management Perspectives«. In: *Tutkimusraportti-Research Report* 205.