

EDITORS

Martin Benkenstein

Manfred Bruhn

Marion Büttgen

Christiane Hipp

Martin Matzner

Friedemann W.
Nerdinger

Digital Transformation in Service Management

*Martin Matzner, Marion Büttgen, Haluk Demirkan,
Jim Spohrer, Steven Alter, Albrecht Fritzsche, Irene
C. L. Ng, Julia M. Jonas, Veronica Martinez, Kathrin
M. Möslin and Andy Neely*

Mixed Effects of Company-Initiated Customer Engagement on Customer Loyalty: The Contingency Role of Service Category Involvement

Lena Steinhoff, Carina Witte and Andreas Eggert

How to Manage Person-Role Conflicts: Differential Effects of Transformational Leadership Dimensions and the Moderating Role of Individual Cultural Orientation

*Veronika L. Selzer, Jan H. Schumann, Marion
Büttgen, Zelal Ates, Marcin Komor and Julian Volz*

The Impact of Psychological Ownership on Value in Use and Relational Outcomes

*Michael Kleinaltenkamp, Franziska Storck, Patrick
Gumprecht and Jingshu Li*

Volume 2

2/2018

C.H.BECK · Vahlen · Munich

www.journal-smr.de



Q650201802

Vom Produzenten zum produzierenden Dienstleister.

Die aktuellen Entwicklungen

vom Produzenten zum produzierenden Dienstleister haben Auswirkungen auf das Produkt- und Servicemanagement. Neben der Gestaltung des Leistungsangebots, der Entwicklung innovativer Lösungen sowie der dynamischen Anpassung der Geschäftsmodelle rückt der Kunde als strategischer Erfolgsfaktor bei der Leistungsentwicklung zunehmend in den Mittelpunkt. Deshalb gewinnt das kundenorientierte Management von Produkten und Dienstleistungen für Unternehmen an Bedeutung. Das Buch gibt einen umfassenden Überblick über die Grundlagen eines effektiven und effizienten Einsatzes des Produkt- und Servicemanagements für Unternehmen. Dabei werden folgende Schwerpunkte gelegt:

- Konzeptionelle und theoretische Grundlagen
- Strategische Ausrichtung und operative Umsetzung
- Implementierung und Kontrolle
- Aktuelle Entwicklungen und Zukunftsperspektiven

Studierende finden in dem Buch einen State-of-the-Art des Produkt- und Servicemanagements, Praktiker erhalten einen detaillierten Überblick über den Managementprozess und zahlreiche Erfolgsbeispiele sowie die wichtigsten Zukunftstendenzen und Herausforderungen des Produkt- und Servicemanagements. Die aktuelle Entwicklung von Produktherstellern zu Dienstleistungsanbietern wird ebenfalls thematisiert.



Bruhn/Hadwisch

Produkt- und Servicemanagement

2. Auflage. 2017. XVIII, 455 Seiten.

Gebunden € 44,90

ISBN 978-3-8006-5359-1

Portofrei geliefert:

[vahlen.de/17488828](https://www.vahlen.de/17488828)

Managing Editor

Martin Benkenstein, University of Rostock/Germany

Editorial Board

Manfred Bruhn, University of Basel/Switzerland

Marion Büttgen, University of Hohenheim/Germany

Christiane Hipp, Brandenburg University of Technology/Germany

Martin Matzner, Friedrich-Alexander University Erlangen-Nürnberg/Germany

Friedemann W. Nerdinger, University of Rostock/Germany

Advisory Board

Jörg Finsterwalder, University of Canterbury/New Zealand

Dwayne Gremler, Bowling Green State University/USA

Joachim Hüffmeier, TU Dortmund University/Germany

Michael Kleinaltenkamp, FU Berlin/Germany

Werner H. Kunz, University of Massachusetts Boston/USA

Peter Magnusson, Karlstad University/Sweden

Kathrin Möslin, Friedrich-Alexander University Erlangen-Nürnberg/Germany

Andy Neely, University of Cambridge/UK

Frank Piller, RWTH Aachen/Germany

Anat Rafaeli, Technion Haifa/Israel

Sven Tuzovic, QUT Business School/Australia

Florian von Wangenheim, ETH Zürich/Switzerland

Jochen Wirtz, NUS Business School/Singapore

CONTENT

Editorial	2
Digital Transformation in Service Management <i>By Martin Matzner, Marion Büttgen, Haluk Demirkan, Jim Spohrer, Steven Alter, Albrecht Fritzsche, Irene C. L. Ng, Julia M. Jonas, Veronica Martinez, Kathrin M. Möslin, and Andy Neely</i>	3
Mixed Effects of Company-Initiated Customer Engagement on Customer Loyalty: The Contingency Role of Service Category Involvement <i>By Lena Steinhoff, Carina Witte, and Andreas Eggert</i>	22
How to Manage Person-Role Conflicts: Differential Effects of Transformational Leadership Dimensions and the Moderating Role of Individual Cultural Orientation <i>By Veronika L. Selzer, Jan H. Schumann, Marion Büttgen, Zelal Ates, Marcin Komor, and Julian Volz</i>	36
The Impact of Psychological Ownership on Value in Use and Relational Outcomes <i>By Michael Kleinaltenkamp, Franziska Storck, Patrick Gumprecht, and Jingshu Li</i>	50
Imprint	21