



Kann man mit kostenfreien Dienstleistungen Geld verdienen?

Kann man mit kostenfreien Dienstleistungen Geld verdienen?

Kostenfreie Dienstleistungen, so genannte Free Services, spielen eine immer bedeutendere Rolle im Internet und machen einen großen Wachstumsmarkt aus. Für die Unternehmenspraxis als auch für die Forschung ergeben sich aus dieser Entwicklung neue Herausforderungen. Diesem Thema widmet sich die Broschüre "Kann man mit kostenfreien Dienstleistungen Geld verdienen? Produktivität kostenfreier E-Services" des Center for Leading Innovation & Cooperation (CLIC) an der HHL Leipzig Graduate School of Management. Kostenfrei kann die Broschüre unter <http://clicaresearch.org/produkte/> heruntergeladen werden.

Ausgehend von der Frage "Was können die E-Welt und die Real-Welt voneinander lernen?" befasst sich die Publikation mit theoretischen und praktischen Fragestellungen zum Thema kostenfreie Dienstleistungen. Unter anderem wird erörtert, ob und wie sich die "klassischen" Kriterien und Maßstäbe für die Produktivität von Dienstleistungen auf den Onlinebereich übertragen lassen. Zudem wird diskutiert, welche Anpassungen oder Erweiterungen in den Methoden und Werkzeugen der Produktivitäts- und Erfolgsmessung vorzunehmen sind. Dabei wird der Schwerpunkt auf erfolgreiche Geschäftsmodelle gelegt.

Kunden können sich an einen Preis von Null gewöhnen -
Unternehmen können durch kostenfreie Services im Internet gewinnen

Prof. Dr. Kathrin Möslein, CLIC-Direktorin und Mitherausgeberin der Broschüre, sagt: "Kostenfreie E-Services können sehr gut für die Szenarienentwicklung genutzt werden. Sie zeigen eindrucksvoll die ?Faszination der Null?, aber auch die damit verbundenen Gefahren - die Gefahr der Gewöhnung an einen Preis von Null und die Gefahr, bei kostenfreien Angeboten als Kunde immer etwas Böses zu wittern. Die Beispiele aus dem Internet können Unternehmen anregen, zu hinterfragen, was sie ?verschenken? und welchen Wert sie durch kostenfrei angebotene Dienstleistungen generieren beziehungsweise generieren können." Ihr Kollege aus dem Direktorium des Forschungszentrums CLIC, Prof. Dr. Dr. h.c. Ralf Reichwald, ergänzt: "Im Spannungsfeld zwischen Free Services in der Onlinewelt und neuen Preismodellen für Dienstleistungen in der Offlinewelt bewegen sich viele Unternehmen der Industrie und Dienstleistungswirtschaft. Für die betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis ergeben sich viele neue Fragen der Bewertung, beispielsweise der Messung und Entwicklung von Produktivität und Produktivitätspotential."

Die durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) und dem Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) geförderte Veröffentlichung wurde im Rahmen des Projektes "Forschungswerkstatt: Produktivität von Dienstleistungen (ServProd)" erstellt. ServProd entwickelt neue Konzepte zur Messung sowie praxisorientierte Managementmodelle zur Steigerung der Dienstleistungsproduktivität (FKZ: 01FL09008) .

Herausgeber der Publikation "Kann man mit kostenfreien Dienstleistungen Geld verdienen? Produktivität kostenfreier E-Services" sind Prof. Dr. Kathrin M. Möslein und Prof. Dr. Dr. h.c. Ralf Reichwald. Die Autoren sind Sebastian Ackermann, Eva Anderl, Armin März, Prof. Dr. Florian von Wangenheim und Prof. Dr. Jan Hendrik Schumann. Kostenfrei kann die Broschüre unter <http://clicaresearch.org/produkte/> heruntergeladen werden.

Center for Leading Innovation & Cooperation (CLIC)

Die Zukunft gehört Wertschöpfungsmodellen, die auf Innovation und Kooperation basieren. Ihr Management gehört zu den zentralen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts. Das Center for Leading Innovation & Cooperation (CLIC) unterstützt Unternehmen dabei, diese Herausforderungen zu meistern - durch die gemeinsame Gestaltung und Verbesserung maßgeschneiderter Erfolgsstrategien. In einer Welt, in der radikale Innovationen und grenzüberschreitende Kooperationen zunehmend zur Norm werden, ist die Zusammenarbeit von Wissenschaft und Praxis zwingend geboten. Sie trägt dazu bei, die Innovationsfähigkeit in Unternehmen und Märkten zu stärken. CLIC ist eine gemeinsame Initiative von Wissenschaftlern des Advanced Institute of Management Research (AIM), der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (FAU), der HHL Leipzig Graduate School of Management sowie der Technischen Universität München (TUM) mit Sitz an der HHL und einem weltweiten Partnernetzwerk aus Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft. Die Professoren Anne Sigismund Huff, Kathrin M. Möslein und Ralf Reichwald sowie Dr. Hagen Habicht bilden das Direktorium von CLIC. www.clicaresearch.org

HHL Leipzig Graduate School of Management

Die HHL ist eine universitäre Hochschule und zählt zu den führenden internationalen Business Schools. Ziel der ältesten betriebswirtschaftlichen Fakultät im deutschsprachigen Raum ist die Ausbildung leistungsfähiger, verantwortungsbewusster und unternehmerisch denkender Führungspersönlichkeiten. Neben der internationalen Ausrichtung spielt die Verknüpfung von Theorie und Praxis eine herausragende Rolle. Die HHL zeichnet sich aus durch exzellente Forschung, Lehre und Transfer sowie hervorragenden Service für ihre Studierenden. www.hhl.de

Pressekontakt

HHL gGmbH

Herr Volker Stößel
Jahnallee 59
04109 Leipzig

hhl.de
volker.stoessel@hhl.de

Firmenkontakt

HHL gGmbH

Herr Volker Stößel
Jahnallee 59
04109 Leipzig

hhl.de
volker.stoessel@hhl.de

HHL Leipzig Graduate School of Management

Die HHL ist eine universitäre Einrichtung und zählt zu den führenden internationalen Business Schools. Ziel der ältesten betriebswirtschaftlichen Hochschule im deutschsprachigen Raum ist die Ausbildung leistungsfähiger, verantwortungsbewusster und unternehmerisch denkender Führungspersönlichkeiten. Neben der internationalen Ausrichtung spielt die Verknüpfung von Theorie und Praxis eine herausragende Rolle. Die HHL zeichnet sich aus durch exzellente Lehre, klare Forschungsorientierung und praxisnahen Transfer sowie hervorragenden Service für ihre Studierenden.
www.hhl.de

Anlage: Bild

