

## **Prof. Dr. Manfred Bruhn**

Universität Basel (WWZ)  
Lehrstuhl für Marketing und  
Unternehmensführung  
Peter Merian-Weg 6  
CH-4002 Basel  
Tel.: + 41 (61) 267 32 22  
Fax: + 41 (61) 267 28 38  
eMail: manfred.bruhn@unibas.ch

## **Prof. Dr. Karsten Hadwich**

Universität Hohenheim  
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät  
Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement  
Wollgrasweg 23  
D-70593 Stuttgart  
Tel.: + 49 (711) 459 24461  
Fax: + 49 (711) 459 24462  
eMail: karsten.hadwich@uni-hohenheim.de

Basel und Hohenheim, im Januar 2012

### **Call for Papers**

## **„Dienstleistungsmanagement und Social Media“**

### **Forum Dienstleistungsmanagement**

#### **1. Zur Positionierung der Reihe „Forum Dienstleistungsmanagement“**

Das Buch ist der zwölfte Band in der Reihe „Forum Dienstleistungsmanagement“. Diese Reihe ist folgendermaßen positioniert:

- Jeder Sammelband informiert umfassend über neue Erkenntnisse zu einem wissenschaftlich und praktisch besonders relevanten **Schwerpunktthema des Dienstleistungsmanagements**.
- Er gibt vornehmlich einen Einblick in die aktuelle **wissenschaftliche Diskussion** des Schwerpunktthemas. Dies kann aber ergänzt werden durch **Praxisbeispiele**, in denen Dienstleistungsunternehmen ihre praktischen Erfahrungen mit innovativen Managementmethoden vorstellen.
- In einem **Literaturservice** wird auf wichtige Veröffentlichungen zum jeweiligen Themengebiet hingewiesen.

#### **2. Inhaltlicher Schwerpunkt des Bandes**

Die Verbreitung von Social Media, wie z. B. sozialen Netzwerken, Microblogs und Wikis, erfolgte in den vergangenen Jahren in einem rasantem Tempo. Social Media-Anwendungen ermöglichen als online-basierte Plattformen die Kommunikation und Interaktion zwischen Unternehmen und Social Media-Nutzern sowie deren Vernetzung untereinander. Die wesentlichen Vorteile von Social Media bestehen im gegenseitigen Austausch von Informationen, Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen sowie der Mitwirkung an der Erstellung von unternehmensrelevanten Inhalten und Dienstleistungen. Dabei stellen sich die wissenschaftlich und praktisch relevanten Fragen, wie die Potenziale der Social Media im Dienstleistungsmanagement genutzt werden können.

Die Diskussion dieser Fragen steht im Fokus des nächsten Bandes der Buchreihe. Der Forums-Band des Jahres 2013 trägt daher den Titel:

**„Dienstleistungsmanagement und Social Media“**

### **3. Profil und thematisches Spektrum der Beiträge**

Es werden aktuelle und originäre Beiträge in deutscher oder englischer Sprache zu allen Aspekten von Dienstleistungsmanagement und Social Media gesucht.

Dabei kann es sich sowohl um konzeptionelle als auch um empirisch ausgerichtete Arbeiten handeln. Bevorzugt werden solche Themen, die für mehrere Dienstleistungsbranchen interessant sind, da sich das Buch an eine breite Zielgruppe richtet, die an generellen wissenschaftlichen Ergebnissen zum Dienstleistungsmanagement interessiert ist. Aus diesem Grund sollte eine Themenstellung vermieden werden, die ausschließlich für Spezialisten innerhalb der Disziplin interessant erscheint. Erwünscht sind Arbeiten sowohl aus der Wissenschaft als auch aus der Praxis.

Inhaltlich gibt die folgende Auflistung Beispiele für relevante Aspekte, ohne dass damit der Kreis möglicher Fragestellungen begrenzt werden soll:

- Erscheinungsformen und Merkmale von Social Media im Dienstleistungskontext
- Besonderheiten von Social Media im Dienstleistungsmanagement
- Zielgruppenausrichtung von Social Media im Dienstleistungsmanagement
- Social Media-Strategien im Dienstleistungsmanagement
- Social Media als Instrument zur Entwicklung von Dienstleistungsinnovationen
- Kundenintegration durch Social Media
- Social Media als Kommunikationsinstrument für Dienstleistungsunternehmen
- Einsatz von Social Media im Kundenbindungsmanagement
- Social Media und Beschwerdemanagement
- Qualität von Social Media-Anwendungen im Dienstleistungskontext
- Social Media als Marktforschungsinstrument im Dienstleistungskontext
- Social Media im Personalmanagement von Dienstleistungsunternehmen
- Social Media und Dienstleistungsproduktivität
- Erfolgsfaktoren von Social Media im Dienstleistungsmanagement
- Branchenspezifische Besonderheiten von Social Media im Dienstleistungskontext
- Best Practices zum Einsatz von Social Media im Dienstleistungsmanagement
- Entwicklungstendenzen von Social Media im Dienstleistungsmanagement
- u.a.m.

#### 4. Zeitplanung

Die Entscheidung über die Publikation erfolgt auf Basis der Einreichung eines drei- bis fünfseitigen **Abstracts**. Dieses ist bitte bis zum **29. Februar 2012** an einen der Herausgeber zu senden.

Der Abgabetermin für das endgültige **Manuskript** ist der **1. September 2012**. Es ist ein doppelt verdecktes Begutachtungsverfahren vorgesehen. Der Sammelband erscheint im Gabler-Verlag Anfang 2013.

Ein **Merkblatt mit Hinweisen zur formalen Gestaltung** wird den Autoren selbstverständlich zugesandt.

Über eine Einreichung eines Abstracts freuen sich:

Manfred Bruhn (Basel) und Karsten Hadwich (Hohenheim)

Die **Themen der bisherigen Bände von „Forum Dienstleistungsmanagement“**, alle erschienen im Gabler Verlag, Wiesbaden (2000 - 2010 in der Herausgeberschaft von Manfred Bruhn und Bernd Stauss):

- 2012 Customer Experience
- 2011 Dienstleistungsproduktivität (2 Bände)
- 2010 Serviceorientierung im Unternehmen
- 2009 Kundenintegration
- 2008 Dienstleistungsmarken
- 2007 Wertschöpfungsprozesse bei Dienstleistungen
- 2006 Dienstleistungscontrolling
- 2005 Internationalisierung von Dienstleistungen
- 2004 Dienstleistungsinnovationen
- 2003 Dienstleistungsnetzwerke
- 2002 Electronic Services
- 2001 Interaktionen im Dienstleistungsbereich
- 2000 Kundenbeziehungen im Dienstleistungsbereich