

## Schriftenverzeichnis (Auszug)

Prof. Dr. Karsten Hadwich

---

### 1. Monographien

- Handbuch Dienstleistungsmarketing. Planung, Umsetzung, Kontrolle, 2. Auflage, Wiesbaden 2019 (gemeinsam mit H. Meffert und M. Bruhn)
- Dienstleistungsmarketing. Grundlagen, Konzepte, Methoden, 9. Auflage, Wiesbaden 2018 (gemeinsam mit H. Meffert und M. Bruhn)
- Produkt- und Servicemanagement. Konzepte, Methoden, Prozesse, 2. Auflage, Wiesbaden 2017 (gemeinsam mit M. Bruhn)
- Internationales Dienstleistungsmarketing, Strategien, Instrumente, Methoden. Mit Best- Practice-Fallstudien, Stuttgart 2016 (gemeinsam mit M. Bruhn)
- Beziehungsqualität im Relationship Marketing. Konzeption und empirische Analyse eines Wirkungsmodells, Wiesbaden 2003.
- Integrierte Kundenorientierung. Implementierung einer kundenorientierten Unternehmensführung, Wiesbaden 2002 (gemeinsam mit M. Bruhn, A. Frommeyer, M. Richter und S. Tuzovic)

### 2. Zeitschriftenaufsätze

- A Duality Based Perspective on Successful Servitization – Conceptualization a Dual Transformation Structure and Transformation Paths, in: Journal of Service Management Research, Vol. 6, No. 3 (2022), S. 181-203 (gemeinsam mit B. Bürkin und M. Bruhn)
- Customer service well-being: scale development and validation, The Service Industries Journal, Vol. 40, No. 1-2 (2020), S. 181-202 (gemeinsam mit M. Falter)
- Delightful Service Innovations in the Context of Technology-Based Self-Services – Scale Development and Validation in: SMR – Journal of Service Management Research, Vol. 3, No. 2 (2019), S. 66-81 (gemeinsam mit F. Becker und S. Bothe)
- Service-oriented Leadership – Scale Development and Validation, in: Die Unternehmung – Swiss Journal of Business Research and Practice, Vol. 73, No. 3 (2019), S. 213-228 (gemeinsam mit M. Popp)
- Erfolgsfaktoren von Dienstleistungsnetzwerken im Kontext der Servicetransformation – Eine qualitative Analyse, in: Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, Vol. 21, No. 169 (2019), S. 1-43 (gemeinsam mit S. Weigel)
- Examining the Effects of Employees' Behaviour by Transferring a Leadership Contingency Theory to the Service Context, in: Journal of Service Management Research, Vol. 2, No. 3 (2018), S. 44-62 (gemeinsam mit M. Popp)
- Success Factors of Service Networks in the Context of Servitization – Development and Verification of an Impact Model, in: Industrial Marketing Management, Vol. 74, No. 3 (2018), S. 254-275 (gemeinsam mit S. Weigel)
- Employee Customer Equity Orientation: An Empirical Analysis of its Determinants and Consequences, in: Die Unternehmung, 71. Jg., Nr. 1 (2017), S. 3-29 (gemeinsam mit S. Munk, C. Braun und S. Bothe)
-

- 
- Complexity of internal services: Scale development and validation, in: Journal of Business Research, Vol. 69, No. 9 (2016), S. 3508-3522 (gemeinsam mit C. Braun)
- Differentiating Customer Engaging Behavior by Targeted Benefits – An Empirical Study, in: Journal of Consumer Marketing, Vol. 33, No. 7 (2016), S. 528-538 (gemeinsam mit C. Braun, V. Batt und M. Bruhn)
- Vom Produkthersteller zum Serviceanbieter: Geschäftsmodellansätze der Servicetransformation, in: Marketing Review St. Gallen, 32. Jg., Nr. 1 (2015), S. 56-67 (gemeinsam mit M. Bruhn und M. Hepp)
- Interne Servicequalität in Unternehmen: Eine empirische Untersuchung der Einflussfaktoren und Auswirkungen, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 67. Jg., Nr. 2 (2015), S. 170-205 (gemeinsam mit C. Keller)
- Umsetzung der Systemlösungsorientierung im Vertrieb, in: Die Unternehmung, 68. Jg., Nr. 4 (2014), S. 281-298 (gemeinsam mit H. Vogel)
- Perceived Quality of e-Health Services: A Conceptual and Empirical Study of e-Health Service Quality Based on the C-OAR-SE Approach, in: International Journal of Pharma & Healthcare Marketing, Vol. 4, No. 2 (2010), S. 112-136 (gemeinsam mit S. Tuzovic, D. Georgi, M. Bruhn, J. Büttner)
- Messung der Qualität in Dienstleistungszentren am Beispiel eines Flughafens, in: ZfB – Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 80. Jg., Nr. 4 (2010), S. 351-382 (gemeinsam mit M. Bruhn, V. Batt, und S. Meldau)
- Kommunikationsqualität in Kundeninteraktionen – Bestandsaufnahme und empirische Befunde im Private Banking, in: Kredit und Kapital, 43. Jg., Nr. 1 (2010), S. 3-37 (gemeinsam mit M. Bruhn und A. Frommeyer)
- Customer Equity Management as a Formative Second-Order Construct, in: Journal of Business Research, Vol. 61, No. 12 (2008), S. 1292-1301 (gemeinsam mit M. Bruhn und D. Georgi)
- Dimensions and Implementation Drivers of Customer Equity Management (CEM) – Theoretical Framework, Qualitative Evidence and Preliminary Results of a Quantitative Study, in: Journal of Relationship Marketing, Vol. 5, No. 1 (2006), S. 21-38 (gemeinsam mit M. Bruhn und D. Georgi)

### **3. Herausgeberschaften**

- Smart Services. Band 1: Konzepte – Methoden – Prozesse. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2022 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Smart Services. Band 2: Geschäftsmodelle – Erlösmodelle – Kooperationsmodelle. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2022 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Smart Services. Band 3: Kundenperspektive – Mitarbeiterperspektive – Rechtsperspektive. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2022 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Künstliche Intelligenz im Dienstleistungsmanagement. Band 1: Geschäftsmodelle – Serviceinnovationen – Implementierung. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2021 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Künstliche Intelligenz im Dienstleistungsmanagement. Band 2: Einsatzfelder – Akzeptanz – Kundeninteraktionen. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2021 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Automatisierung und Personalisierung von Dienstleistungen. Band 1. Konzepte – Kundeninteraktionen – Geschäftsmodelle. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2020 (gemeinsam mit M. Bruhn).
-

- Automatisierung und Personalisierung von Dienstleistungen. Band 2. Methoden – Potenziale – Einsatzfelder. Forum Dienstleistungsmanagement Wiesbaden 2020 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Kooperative Dienstleistungen. Spannungsfelder zwischen Service Cooperation und Service Coopetition. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2019 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Service Business Development. Band 1. Strategien – Innovationen – Geschäftsmodelle. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2018 (gemeinsam mit M. Bruhn)
- Service Business Development. Band 2. Methoden – Erlösmodelle – Marketinginstrumente. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2018 (gemeinsam mit M. Bruhn)
- Dienstleistungen 4.0. Band 1. Konzepte, Methoden, Instrumente. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2017 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Dienstleistungen 4.0. Band 2. Geschäftsmodelle, Wertschöpfung, Transformation. Forum Dienstleistungsmanagement, Band 2, Wiesbaden 2017 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Servicetransformation. Entwicklung vom Produktanbieter zum Dienstleistungsunternehmen. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2016 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Interaktive Wertschöpfung durch Dienstleistungen. Strategische Ausrichtung von Kundeninteraktionen, Geschäftsmodellen und sozialen Netzwerken. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2015 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Service Value als Werttreiber. Konzepte, Messung und Steuerung, Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2014 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Dienstleistungsmanagement und Social Media. Potenziale, Strategien und Instrumente. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2013 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Customer Experience. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2012 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Dienstleistungsproduktivität. Band 1. Management, Prozessgestaltung, Kundenperspektive. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2011 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Dienstleistungsproduktivität. Band 2. Innovationsentwicklung, Internationalität, Mitarbeiterperspektive. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2011 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Management von Kundenbeziehungen. Perspektiven, Analysen, Strategien, Instrumente, Wiesbaden 2010 (gemeinsam mit D. Georgi)

## 5. Aufsätze in Sammelbänden

- Kundenorientierung, Kundenzentrierung und Customer-Dominant Logic – Welche Beiträge leisten die Konzepte für die kundenorientierte Unternehmensführung?, in: Marketing und Innovation in disruptiven Zeiten, Hrsg.: Kleinaltenkamp, M. et al., Wiesbaden 2023, S. 109-145 (gemeinsam mit M. Bruhn und M. Saleschus).
- Smart Services im Dienstleistungsmanagement – Erscheinungsformen, Gestaltungsoptionen und Innovationspotenziale, in: Smart Services. Band 1: Konzepte – Methoden – Prozesse. Band 2: Geschäftsmodelle – Erlösmodelle – Kooperationsmodelle. Band 3: Kundenperspektive – Mitarbeiterperspektive – Rechtsperspektive. Forum Dienstleistungsmanagement, Hrsg.: Bruhn, M./Hadwich, K., Wiesbaden 2022, S. 3-59 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Customer-Dominant Logic zur Gestaltung von Smart Services – Philosophie, Konzept und Umsetzung, in: Smart Services. Band 1: Konzepte – Methoden – Prozesse. Forum Dienstleistungsmanagement, Hrsg.: Bruhn, M./Hadwich, K., Wiesbaden 2022, S. 103-181 (gemeinsam mit M. Bruhn und M. Saleschus).

- 
- Künstliche Intelligenz im Dienstleistungsmanagement – Anwendungen, Einsatzbereiche und Herangehensweisen, in: Künstliche Intelligenz im Dienstleistungsmanagement. Band 1: Geschäftsmodelle – Serviceinnovationen – Implementierung, Forum Dienstleistungsmanagement, Hrsg.: Bruhn, M./Hadwich, K., Wiesbaden 2021, S. 3-50 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Künstliche Intelligenz im Dienstleistungsmanagement – Anwendungen, Einsatzbereiche und Herangehensweisen, in: Künstliche Intelligenz im Dienstleistungsmanagement. Band 2: Einsatzfelder – Akzeptanz – Kundeninteraktionen, Forum Dienstleistungsmanagement, Hrsg.: Bruhn, M./Hadwich, K., Wiesbaden 2021, S. 3-50 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Dienstleistungsmarketing Weiterdenken, in: Bruhn, M./Burmans, C./Kirchgeorg, M. (Hrsg.): Marketing Weiterdenken, 2. Aufl., Wiesbaden 2020, S. 163-181.
- Automatisierung und Personalisierung als Zukunftsdisziplinen des Dienstleistungsmanagements, in: Automatisierung und Personalisierung von Dienstleistungen. Band 1. Konzepte – Kundeninteraktionen – Geschäftsmodelle, Forum Dienstleistungsmanagement, Hrsg.: Bruhn, M./Hadwich, K., Wiesbaden 2020, S. 3-44 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Automatisierung und Personalisierung als Zukunftsdisziplinen des Dienstleistungsmanagements, in: Automatisierung und Personalisierung von Dienstleistungen. Band 2. Methoden – Potenziale – Einsatzfelder, Forum Dienstleistungsmanagement, Hrsg.: Bruhn, M./Hadwich, K., Wiesbaden 2020, S. 3-44 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Service Coopetition – Dienstleistungen im Spannungsfeld von Wettbewerb und Kooperation, in: Kooperative Dienstleistungen. Spannungsfelder zwischen Service Cooperation und Service Coopetition, Forum Dienstleistungsmanagement, Hrsg.: Bruhn, M./Hadwich, K., Wiesbaden 2019, S. 3-35 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Ausprägungen der Digitalisierung im Arbeitsumfeld und deren Auswirkungen auf das Mitarbeiterwohlbefinden, in: Arnold, C./Knödler, H. (Hrsg.): Die informatisierte Service-Ökonomie – Veränderungen im privaten und öffentlichen Sektor, Wiesbaden (2018), S. 65-92 (gemeinsam mit M. Falter und B. Bürkin)
- Erfolgsfaktoren der Integration wissensintensiver Dienstleistungen im Rahmen der Servicetransformation, in: Bruhn, M./Hadwich, K. (Hrsg.) (2018): Service Business Development. Methoden, Erlösmodelle, Marketinginstrumente, Band 2, Wiesbaden 2017, S. 133-158 (gemeinsam mit A. Krebs und M. Hepp)
- Service Business Development. Entwicklung und Durchsetzung serviceorientierter Geschäftsmodelle, in: Service Business Development. Band 1. Strategien – Innovationen – Geschäftsmodelle, Hrsg.: Bruhn, M./Hadwich, K., Wiesbaden 2018, S. 3-27, und Service Business Development. Band 2. Methoden – Erlösmodelle – Marketinginstrumente, Forum Dienstleistungsmanagement, Hrsg.: Bruhn, M./Hadwich, K., Wiesbaden 2018, S. 3-37 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Steuerung und Kontrolle der Servicequalität von Messen, in: Handbuch Messemanagement, Hrsg.: Kirchgeorg, M./Dornscheidt, W.M./Stoek, N., Wiesbaden 2017, S. 815-845 (erschieden auch in englischer Übersetzung) (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Dienstleistungen 4.0 – Erscheinungsformen, Transformationsprozesse und Managementimplikationen, in: Dienstleistungen 4.0. Band 1. Konzepte, Methoden, Instrumente, Hrsg.: Bruhn, M./Hadwich, K., Wiesbaden 2017, S. 3-42, und Dienstleistungen 4.0. Band 2. Geschäftsmodelle, Wertschöpfung, Transformation, Forum Dienstleistungsmanagement, Hrsg.: Bruhn, M./Hadwich, K., Wiesbaden 2017, S. 3-42 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Kundenwert als Steuerungsgröße des Kundenbindungsmanagements, in: Handbuch Kundenbindungsmanagement. Strategien und Instrumente für ein erfolgreiches CRM, Hrsg.: Bruhn, M./Homburg, 9., überarbeitete Auflage, Wiesbaden 2017, S. 583-605 (gemeinsam mit M. Bruhn und D. Georgi).
- Dienstleistungstypologien, in: Handbuch Dienstleistungsmanagement, Hrsg.: Corsten, H./Roth, St., München 2017, S. 25-44 (gemeinsam mit M. Bruhn)
-

- 
- Customer Relationship Management als Grundkonzept des Dienstleistungsmanagements, in: Handbuch Dienstleistungsmanagement, Hrsg.: Corsten, H./Roth, St., München 2017, S. 313-333 (gemeinsam mit M. Bruhn)
- Understanding the transformation from products to services – a literature review and research agenda, in: Bruhn, M./Hadwich, K. (Hrsg.): Servicetransformation, Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2016, S. 79-108 (gemeinsam mit C. Braun und M. Falter)
- Rolle der Kundenintegration im Servicetransformationsprozess, in: Bruhn, M./Hadwich, K. (Hrsg.): Servicetransformation, Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2016, S. 451-480 (gemeinsam mit C. F. Koof, M. Hepp und M. Büttgen)
- Servicetransformation – Eine Einführung in die theoretischen und praktischen Problemstellungen, in: Servicetransformation. Entwicklung vom Produktanbieter zum Dienstleistungsunternehmen. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2016, S. 3-22 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Interaktive Wertschöpfung durch Dienstleistungen – Eine Einführung in die theoretischen und praktischen Probleme, in: Interaktive Wertschöpfung durch Dienstleistungen. Strategische Ausrichtung von Kundeninteraktionen, Geschäftsmodellen und sozialen Netzwerken. Forum Dienstleistungsmanagement, Hrsg.: Bruhn, M./Hadwich, K., Wiesbaden 2015, S. 3-29 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Vom Produkthersteller zum Serviceanbieter: Geschäftsmodellansätze der Servicetransformation, in: Bruhn, M./Hadwich, K. (Hrsg.): Interaktive Wertschöpfung, Strategische Ausrichtung von Kundeninteraktionen, Geschäftsmodellen und sozialen Netzwerken, Wiesbaden 2015, S. 133-146 (gemeinsam mit M. Bruhn und M. Hepp)
- Formen des Customer Engagement – Entwicklung einer Typologie, in: Interaktive Wertschöpfung durch Dienstleistungen. Strategische Ausrichtung von Kundeninteraktionen, Geschäftsmodellen und sozialen Netzwerken. Forum Dienstleistungsmanagement, Hrsg.: Bruhn, M./Hadwich, K., Wiesbaden 2015, S. 83-109 (gemeinsam mit C. Keller und Verena Batt).
- Kundenseitige Bereitschaft zum Customer Engagement: Entwicklung einer eigenschaftsbasierten Messskala, in: Bruhn, M./Hadwich, K. (Hrsg.): Interaktive Wertschöpfung, Strategische Ausrichtung von Kundeninteraktionen, Geschäftsmodellen und sozialen Netzwerken, Wiesbaden, 2015, S. 345-370 (gemeinsam mit C. Keller)
- Service Value – Eine Einführung in die theoretischen und praktischen Problemstellungen, in: Service Value als Werttreiber. Konzepte, Messung und Steuerung. Forum Dienstleistungsmanagement, Hrsg.: Bruhn, M./Hadwich, K., Wiesbaden 2014, S. 3-31 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Komplexität interner Dienstleistungen als Treiber des internen Service Value, in: Bruhn, M./Hadwich, K. (Hrsg.): Service Value als Werttreiber. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2014, S. 351-373 (gemeinsam mit C. Keller)
- Social Media Service Value – Konzeptualisierung und Operationalisierung eines Messansatzes, in: Bruhn, M./Hadwich, K. (Hrsg.): Service Value als Werttreiber. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2014, S. 161-180 (gemeinsam mit M. Wendt)
- Dienstleistungsmanagement und Social Media – Eine Einführung in die theoretischen und praktischen Problemstellungen, in: Dienstleistungsmanagement und Social Media. Potenziale, Strategien und Instrumente. Forum Dienstleistungsmanagement, Hrsg.: Bruhn, M./Hadwich, K., Wiesbaden 2013, S. 3-40 (gemeinsam mit M. Bruhn).
- Überwindung von Beschwerdebarrieren durch innovative Technologien – Eine empirische Untersuchung am Beispiel iFeedback, in: Bruhn, M./Hadwich, K. (Hrsg.): Dienstleistungsmanagement und Social Media. Forum Dienstleistungsmanagement 2013, Wiesbaden, S. 565-591 (gemeinsam mit F. Becker)
- Einflussfaktoren und Auswirkungen der Beschwerdezufriedenheit im Social Media-Bereich: Eine empirische Untersuchung, in: Bruhn, M./Hadwich, K. (Hrsg.): Dienstleistungsmanagement und Social
-

---

Media. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden 2013, S. 541-564 (gemeinsam mit C. Keller)

Brand Relationship Quality – Conceptualization and Measurement: Results of a Cross-Industry Study in the German Consumer Market, in: Fetscherin, M./Fournier, S./Breazeale, M./Melewar, T.C. (Hrsg.): Consumer-Brand Relationships: Insights for Theory and Practice, 2012, S. 167-185 (gemeinsam mit M. Bruhn, F. Eichen und S. Tuzovic)

Implementierung der internen Serviceorientierung in internationalen Unternehmen – Barrieren und Lösungsansätze, in: Bruhn, M./Stauss, B. (Hrsg.): Forum Dienstleistungsmanagement, Serviceorientierung im Unternehmen, Wiesbaden 2010, S. 443-467 (gemeinsam mit S. Bothe)

Einsatz und Auswirkungen von Technologien in Kundenbeziehungen, in: Georgi, D./Hadwich, K. (Hrsg.): Management von Kundenbeziehungen. Perspektiven, Analysen, Strategien, Instrumente, Wiesbaden 2010, S. 387-405 (gemeinsam mit S. Munk)

Qualität von E-Health-Services in der Beziehung zwischen Leistungserbringer und -empfänger, in: Bruhn, M./Stauss, B. (Hrsg.): Forum Dienstleistungsmanagement. Kundenintegration, Wiesbaden 2009, S. 493-524 (gemeinsam mit M. Bruhn und J. Büttner)

---