

## Seminarausschreibung

### **Virtuelles Seminar: Management von Service Co-Creation Prozessen**

Dienstleistungen (Services) sind Bestandteil unseres Alltages als Konsumenten und des täglichen Geschäfts von Unternehmenskunden. Wir als Konsumenten gehen zum Bäcker und zum Friseur, schauen uns Filme im Kino an, besuchen Theatervorstellungen, essen im Restaurant und verbringen unseren Urlaub an schönen Orten, wo wir im Hotel übernachten oder Ausflüge buchen. Unternehmen beauftragen Dienstleister unterschiedlicher Art wie Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, Werbeagenturen, Ingenieurbüros oder IT-Dienstleister. Obwohl diese Dienstleistungen sehr unterschiedlich sind, ist ihnen allen gemeinsam, dass es sich um Abfolgen von Aktivitäten – also Prozesse – handelt, bei denen der Kunde beteiligt ist. Er wirkt also in Zusammenarbeit mit dem Anbieter aktiv während der Erbringung der Dienstleistung – dem Service Co-Creation Prozess – mit. Die aktive Beteiligung des Kunden führt dazu, dass der Kunde Einblicke in das Geschäft des Anbieters erhält, ja sogar ein Teil dessen wird und eröffnet dem Anbieter besondere Gestaltungsmöglichkeiten. Der Kunde erlebt den Service Co-Creation Prozess hautnah, nimmt als aktiv Mitwirkender Einfluss auf den Ablauf des Prozesses und bewertet ihn. Gleichzeitig stellt dies den Anbieter vor die Herausforderung, den Service Co-Creation Prozess auf die aktive Mitwirkung des Kunden abzustimmen und ihn so zu gestalten, dass der Kunde ihn positiv erlebt, sich wohlfühlt und sich gerne engagiert. Gleichzeitig muss der Anbieter den Ablauf in inhaltlicher, zeitlicher und organisatorischer Sicht im Blick behalten.

Im Rahmen des Seminars werden wir uns ausgewählten Fragestellungen rund um das Management von Service Co-Creation Prozessen widmen, die Besonderheiten diskutieren sowie Instrumente und Maßnahmen für ihre Gestaltung und Steuerung kennenlernen.

Das Seminar ist als virtuelles Seminar konzipiert, d.h. es gibt keine Präsenzveranstaltung. Es besteht aus zwei Phasen. Die erste Phase umfasst die Erstellung einer Seminararbeit, die die Grundlage der zweiten Phase bildet. Hierzu erhalten Sie eine Einführung in die Seminarthemen sowie in das wissenschaftliche Arbeiten und die Literaturrecherche. Bei der Literatur handelt es sich im Wesentlichen um englischsprachige wissenschaftliche Aufsätze. Die vier Themen werden vierfach vergeben. Sie können Präferenzen für die Themen angeben und bei dem Ihnen zugewiesenen Thema einen Schwerpunkt setzen. Nach Abgabe der Seminararbeit findet die virtuelle Phase im Flipped Classroom-Format statt, d. h. asynchrone Selbst- und Gruppenarbeitsphasen in der Moodle-Lernumgebung wechseln sich mit synchronen Online-Meetings ab. Während des Flipped Classroom-Formats bearbeiten Sie auf der Basis der Seminararbeiten und/oder ausgewählter wissenschaftlicher Beiträge allein oder in Gruppen Fragestellungen zu jedem der vier Themenblöcke und posten die Ergebnisse in Moodle. In den Online-Meetings werden wir den Inhalt des jeweiligen Themenblocks im Plenum und in Gruppenarbeiten weiter vertiefen. Die Seminarleistung umfasst die Anfertigung der Seminararbeit mit einem Umfang von ca. 4.200 Wörtern (ca. 15 Seiten), das Erarbeiten der von uns vorgegebenen Literatur, die Bearbeitung der Aufgaben in Moodle sowie die Teilnahme und aktive Beteiligung an den vier Online-Meetings.

## **Seminararbeitsthemen**

### **1. Das ServiceBlueprint – Aufbau, Weiterentwicklungen und Anwendungsmöglichkeiten**

Das ServiceBlueprint ist ein Instrument, um Service Co-Creation Prozesse zu analysieren, zu gestalten und zu steuern. Im Rahmen des Themenblocks werden wir verschiedene Formen und Weiterentwicklungen des ServiceBlueprints kennenlernen, das ServiceBlueprint auf ein Beispiel anwenden und die Einsatzmöglichkeiten und Grenzen der Methode diskutieren. Im Rahmen der Seminararbeit ist ein Überblick über die Entwicklung des ServiceBlueprints zu geben und Anwendungsmöglichkeiten und -grenzen – ggf. anhand eines einfachen praktischen Beispiels – kritisch zu diskutieren.

### **2. Der Einfluss anderer Kunden auf das Kundenverhalten – eine Analyse des Social Servicescapes**

Service Co-Creation Prozesse finden in einer realen oder virtuellen Dienstleistungsumgebung (Servicescape) statt, in der in der Regel auch andere Kunden anwesend und somit Teil der Service Co-Creation sind. In diesem Zusammenhang wird auch vom Social Servicescape gesprochen. Es wurden in den letzten zehn Jahren vermehrt Studien zum Einfluss der Anwesenheit oder des Verhaltens anderer Kunden auf das Kundenverhalten veröffentlicht. Im Rahmen der Seminararbeit soll herausgearbeitet werden, wie das Social Servicescape die Wahrnehmung und das Verhalten von Kunden beeinflusst und welche Gestaltungsoptionen sich daraus für den Anbieter ableiten lassen. Es kann dabei ein Schwerpunkt gesetzt werden.

### **3. Service Experience Management – eine systematisch-kritische Betrachtung der Gestaltung des Kundenerlebnisses im Service Co-Creation Prozess**

Service Experience und deren Management ist in den letzten Jahren immer mehr in den Mittelpunkt der Forschung und Praxis gerückt. Was die Service Experience, also das Dienstleistungserlebnis, ausmacht, wie also Dienstleistungen vom Kunden erfahren und erlebt werden und welche Gestaltungsmöglichkeiten Anbieter haben, um die Service Experience des Kunden zu beeinflussen, ist Gegenstand des Service Experience Managements. Im Rahmen der Seminararbeit soll ein systematischer Überblick über existierende Aspekte und Elemente zur Gestaltung des Dienstleistungserlebnisses gegeben werden und kritisch vor dem Hintergrund eines konzeptionellen Verständnisses von Service Co-Creation Prozessen und Service Experience diskutiert werden. Es kann dabei ein Schwerpunkt gesetzt werden.

### **4. Die Wahrnehmung von Wartezeit – eine kritische Betrachtung der Auswirkungen auf den Kunden**

Wartezeit entsteht z. B. durch Störungen im Prozessablauf und können sich in ihrer objektiven Länge, aber auch in der subjektiven Wahrnehmung durch den Kunden unterscheiden. Die Wahrnehmung eines Kunden von Wartezeit hat Auswirkungen auf sein Fühlen, Denken und Handeln. Im Rahmen des Themenblocks werden wir auf Basis von Literatur aber auch anhand eines praktischen Beispiels betrachten, wie Kunden Wartezeiten empfinden und daraus Gestaltungsmöglichkeiten für Dienstleistungsanbieter erarbeiten. Im Rahmen der Seminararbeit soll aufgearbeitet und kritisch reflektiert werden, wie Kunden auf wahrgenommene Wartezeiten im Service Co-Creation Prozess reagieren. Dabei kann ein Schwerpunkt gesetzt werden.

## Einführungsliteratur

Oertzen, Anna-Sophie / Odekerken-Schröder, Gaby / Brax, Saara. A. / Mager, Birgit (2018): Co-creating services – conceptual clarification, forms and outcomes, in: Journal of Service Management, Jg. 29, Nr. 4, S. 641-679, <https://doi.org/10.1108/JOSM-03-2017-0067>.

## Teilnahmevoraussetzungen

- Einschreibung in einem der folgenden wirtschaftswissenschaftlichen Studiengänge: Bachelor o. Master Wirtschaftswissenschaft, Master Wirtschaftswissenschaft für Ingenieur\*innen und Naturwissenschaftler\*innen
- Allgemeine Teilnahmevoraussetzungen gemäß Prüfungsordnung
- Abschluss eines unserer DLM-Module (31561, 32691, 32791)
- Funktionsfähiges, technisches Equipment für die Online-Meetings: stabile Internetverbindung, Computer mit aktuellem Webbrowser, Headset mit Mikrofon oder Kopfhörer und externes Mikrofon (keine integrierten Mikrofone in mobilen Endgeräten)

## Leistungen

- Anfertigung der Seminararbeit mit einem Umfang von 4.200 Wörtern  $\pm$  10 % (ca. 15 Seiten)
- Erarbeiten der Inhalte zu jedem Themenblock (Flipped Classroom-Phase)
- Bearbeitung der Aufgaben in Moodle zu jedem der vier Themenblöcke (Flipped Classroom-Phase)
- Teilnahme und aktive Beteiligung an allen Online-Meetings (Einführung in das Seminar und Online-Schulung zur Literaturrecherche in der Seminararbeitsphase sowie Online-Meetings zu den vier Themenblöcken in der Flipped Classroom-Phase)

## Bewertung

- 70% Seminararbeit,
- 30% sonstige Mitarbeit (Aufgabenbearbeitung in Moodle, mündliche Mitarbeit in den Online-Meetings)

## Ansprechpartner\*innen für Fragen

organisatorisch

**Stefanie Vogt**

Tel. + 49 2331 987-2533  
[d1m@feu.de](mailto:d1m@feu.de)

inhaltlich

**Sarina Nenninger**

Tel.: +49 2331 987-2536  
[sarina.nenninger@feu.de](mailto:sarina.nenninger@feu.de)

**Stefan Dyck**

Tel.: +49 2331 987-4452  
[stefan.dyck@feu.de](mailto:stefan.dyck@feu.de)

## Terminüberblick

Seminar Kick-off		
01.10.-09.10.2023	Vorstellungsrunde mittels selbsterstellter Videos	Moodle
Seminararbeitsphase		
09.10.2023, 16.30 – 18.30 Uhr	Online-Meeting: Einführung in das Seminar und das wissenschaftliche Arbeiten	Zoom
18.10.2023, 18.00 – 20.00 Uhr	Online-Schulung: Literaturrecherche (mit Achim Baecker, Fachreferent Wiwi der UB)	Zoom
23.10. – 27.10.2023	Individuelle Exposébesprechung (individuelle Terminvereinbarung mit der*dem Betreuer*in)	MS Teams, Zoom o. Telefon
10.12.2023, 23.59 Uhr	digitale Abgabe der Seminararbeit	Moodle
bis 20.12.2023	Bekanntgabe Bestehen/Nicht-Bestehen	E-Mail
Flipped Classroom-Phase		
<b>1 ServiceBlueprinting – Grundlagen der Gestaltung von Service Co-Creation Prozessen</b>		
20.12.2023 – 10.01.2024	asynchrone Arbeitsphase	Moodle
10.01.2024, 16.30 – 18.30 Uhr	Online-Meeting	Zoom
<b>2 Social Servicescape – andere Kunden in der Dienstleistungsumgebung als Teil des Service Co-Creation Prozesses</b>		
11.01. – 24.01.2024	asynchrone Arbeitsphase	Moodle
24.01.2024, 16.30 – 18.30 Uhr	Online-Meeting	Zoom
<b>3 Management der Service Experience im Service Co-Creation Prozess</b>		
25.01. – 07.02.2024	asynchrone Arbeitsphase	Moodle
07.02.2024, 16.30 – 18.30 Uhr	Online-Meeting	Zoom
<b>4 Wartezeitmanagement in Service Co-Creation Prozessen</b>		
08.02. – 21.02.2024	asynchrone Arbeitsphase	Moodle
21.02.2024, 16.30 – 18.30 Uhr	Online-Meeting	Zoom
22.02.2024	Bekanntgabe der Seminarnoten	E-Mail
nach Vereinbarung	Individuelles Feedbackgespräch (freiwillig)	MS Teams, Zoom o. Telefon

Alle genannten Termine sind, sofern nicht anders herausgestellt, verpflichtend!