



1. Aufl. 2017, X, 212 S. 19 Abb.

Printed book

Softcover

[¹]64,99 € (D) | 66,81 € (A) | CHF 72,00

eBook

[²]49,99 € (D) | 49,99 € (A) | CHF 57,50

Available from your library or
springer.com/shop

Marion Büttgen (Ed.)

Beiträge zur Dienstleistungsforschung 2016

Series: Fokus Dienstleistungsmarketing

- [Neue Erkenntnisse der Dienstleistungsforschung](#)
- [Aktuelle Fragestellungen der Dienstleistungsforschung](#)
- [Aktuelle Einblicke in den Stand der Dienstleistungsforschung](#)

Die Beiträge des vorliegenden Sammelbandes zeigen das breite Spektrum der aktuellen Dienstleistungsforschung auf. Besonderheiten des Leistungsprozesses wie Lock-In Situationen werden ebenso betrachtet wie die Integration des Kunden in Online Communities und in E-Mobility Services. Zudem werden neuartige Forschungsbereiche im Service-Kontext wie Mitarbeiterführung oder Nachhaltigkeit beleuchtet. Die Ergebnisse basieren sowohl auf konzeptionellen Arbeiten als auch auf umfassenden empirischen Studien. Der Sammelband bietet daher sowohl für Forscher als auch für Praktiker aktuelle Einblicke in den Stand der Dienstleistungsforschung. Er umfasst 9 Beiträge zum 19. Workshop Dienstleistungsmarketing, der im Jahr 2016 vom Lehrstuhl für Unternehmensführung an der Universität Hohenheim durchgeführt wurde.

Order online at springer.com / or for the Americas call (toll free) 1-800-SPRINGER / or email us at: customerservice@springernature.com. / For outside the Americas call +49 (0) 6221-345-4301 / or email us at: customerservice@springernature.com.

The first € price and the £ and \$ price are net prices, subject to local VAT. Prices indicated with [1] include VAT for books; the €(D) includes 7% for Germany, the €(A) includes 10% for Austria. Prices indicated with [2] include VAT for electronic products; 19% for Germany, 20% for Austria. All prices exclusive of carriage charges. Prices and other details are subject to change without notice. All errors and omissions excepted. [3] No discount for MyCopy.

