

**Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Manfred Bruhn**

Universität Basel (WWZ)  
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät  
Marketing und Unternehmensführung  
Peter Merian-Weg 6  
CH-4002 Basel  
Tel.: + 41 (78) 670 22 24  
E-Mail:  
[manfred.bruhn@unibas.ch](mailto: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  
E-Mail:  
[karsten.hadwich@uni-hohenheim.de](mailto:karsten.hadwich@uni-hohenheim.de)

Basel und Hohenheim, im Dezember 2023

**Call for Papers**

**„Digital Analytics im Dienstleistungsmanagement“**

**Forum Dienstleistungsmanagement**

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

Das Buch ist der 26. 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 wird ergänzt 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 Forumsbandes 2025**

Digital Analytics umfasst die Sammlung, Analyse und Interpretation von digitalen Daten, um Einblicke in das Verhalten von Nutzern im digitalen Raum zu gewinnen. Im Dienstleistungsmanagement zielt Digital Analytics darauf ab, datenbasierte Erkenntnisse zu nutzen, um die Qualität der angebotenen Dienstleistungen zu steigern, die Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit zu erhöhen und die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen in der digitalen Ära zu stärken. Mithilfe gewonnener Daten ermöglicht die Personalisierung von Dienstleistungen maßgeschneiderte Angebote, die Kundenpräferenzen und Verhaltensmuster berücksichtigen. Zudem unterstützt Digital Analytics die Optimierung interner Abläufe, verbessert die Effizienz von Serviceprozessen und ermöglicht durch die kontinuierliche Analyse von digitalen Daten eine agile Anpassung von Dienstleistungsangeboten an sich wandelnde Kundenanforderungen.

Die Herausforderungen von Digital Analytics im Dienstleistungsmanagement umfassen die Schwierigkeiten, die Komplexität der Dienstleistungen zu quantifizieren, da sie oft vielschichtig und subjektiv sind. Die nahtlose Integration verschiedener Datenquellen, die Notwendigkeit von Echtzeit-Analysen in dynamischen Umgebungen und die Berücksichtigung von nicht-digitalen Kundeninteraktionen sind weitere Herausforderungen.

Die Diskussion dieser Fragen steht im Fokus des nächsten Bandes der Buchreihe. Der Forumsband des Jahres 2025 trägt daher den Titel:

**„Digital Analytics im Dienstleistungsmanagement“**

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

Es werden aktuelle und originäre Beiträge in deutscher oder englischer Sprache zu allen relevanten Aspekten des Themas Digital Analytics im Dienstleistungsmanagement gesucht.

Dabei kann es sich sowohl um konzeptionelle als auch um empirisch ausgerichtete Arbeiten handeln, wie auch um Praxisbeispiele. Bevorzugt werden solche Themen, die für mehrere Branchen 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. Interdisziplinäre Beiträge sind besonders erwünscht.

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

- Analyse von Kundenverhalten und Präferenzen im digitalen Raum
- Anwendungen von Tools zur Analyse von digitalen Dienstleistungen
- Nutzung von Big Data-Analysen zur Verbesserung von Dienstleistungsangeboten
- Einsatz von digitalen Analysetools zur Optimierung von Entscheidungsprozessen im (kommerziellen, öffentlichen, Non-Profit-) Dienstleistungssektor
- Untersuchungen über die Verbesserung der digitalen Nutzererfahrung
- Einsatz von KI und maschinellem Lernen zur Analyse von Serviceinteraktionen
- Integration von digitalen und physischen Datenquellen zur umfassenden Abbildung von Kundeninteraktionen
- Innovative Ansätze in der Nutzung von Analytics-Plattformen
- Strategien zur Implementierung von Echtzeit-Analysen im Dienstleistungskontext
- Nutzung von Digital Analytics im Personalbereich
- Personalisierung von Dienstleistungen basierend auf digitalen Kundenprofilen
- Implementierung erfolgreicher Strategien zur Nutzung von Digital Analytics
- Standardisierung von Digital Analytics im Dienstleistungsmanagement
- Herausforderungen und Lösungsansätze im Umgang mit Kundendaten
- Qualifikations- und Schulungsbedarf bei Digital Analytics im Dienstleistungsbereich
- Ethische Aspekte von Digital Analytics im Dienstleistungsbereich
- Best Practices bei der Nutzung von Digital Analytics zur Messung und Optimierung der Leistung von Dienstleistungsprozessen
- Best Practices für den Schutz der Privatsphäre im Kontext von Digital Analytics
- u.a.m.

#### 4. Zeitplanung

Die Entscheidung über die Publikation erfolgt auf Basis der Einreichung eines ein- bis zweiseitigen **Abstracts**. Dieses ist bitte bis zum **25. Januar 2024** an einen der Herausgeber zu senden. Das Begutachtungsverfahren ist doppelt verdeckt.

Der **Abgabetermin** für das endgültige Manuskript ist der **15. August 2024**. Ein **Merkblatt** mit Hinweisen zur formalen Gestaltung wird den Autoren selbstverständlich zugesandt.

Über die Einreichung eines Abstracts freuen sich:

Manfred Bruhn (Basel) und Karsten Hadwich (Hohenheim)

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

- 2024 Sustainable Service Management (2 Bände)
- 2023 Gestaltung des Wandels im Dienstleistungsmanagement (2 Bände)
- 2022 Smart Services (3 Bände)
- 2021 Künstliche Intelligenz im Dienstleistungsmanagement (2 Bände)
  
- 2020 Automatisierung und Personalisierung von Dienstleistungen (2 Bände)
- 2019 Kooperative Dienstleistungen
- 2018 Service Business Development (2 Bände)
- 2017 Dienstleistungen 4.0 (2 Bände)
- 2016 Servicetransformation
- 2015 Interaktive Wertschöpfung
- 2014 Service Value als Werttreiber
- 2013 Dienstleistungsmanagement und Social Media
- 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