

Wandel von Dienstleistungen durch das Web: marktförmige Selbstbedienung und kollektive Nutzer-Beratung

Heidemarie Hanekop
SOFI Göttingen

Beiträge der sozialwissenschaftlichen Dienstleistungsforschung
zur Analyse des sozialen Wandels
2. 3sR-Tagung, München, 27./28.03.2014

Wandel von Dienstleistungen durch das Web: marktförmige Selbstbedienung + kollektive Nutzer-Beratung

- Ausweitung des Online-Vertriebs seit Ende der 90er Jahre
 - radikale Form der Selbstbedienung, marktförmig
- Ausweitung von Serviceangeboten von Unternehmen seit 2005 die durch Nutzercommunities erstellt werden,
 - kollektive persönliche Beratung durch Kunden, nicht marktförmig

Kontrastierende Fallanalysen:

- Reiseberatung und Kundensupport bei Navigationsgeräten

Fragen:

- Was geschieht auf diesen Webplattformen?
- Welchen Zusammenhang gibt es zwischen marktförmigem und nicht-marktförmigen/kollektiven Services?
- Implikationen für Dienstleistungen und – DL-beziehungen?

Wandel von Dienstleistungen durch das Web

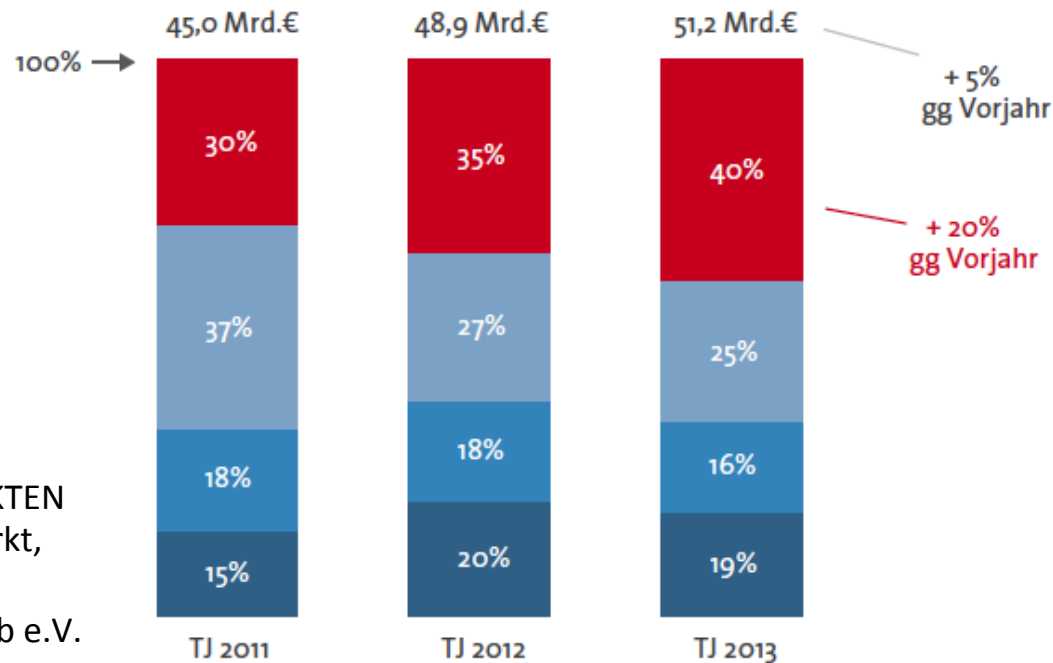
seit ca. 15 Jahren: Online-Handel, Buchung, Banking, andere Services;
hohe Verbreitung, substitutiv

Beispielhaft: Online-Buchungen 2011-2013

TJ 2012/2013: Vorabgebuchte Leistungen nach Buchungsweg

(Basis: Anzahl Reisen mit vorabgebuchten Leistungen in Tsd.) Basis: 74,4 Mio. Personen ab 0 Jahre

GfK TravelScope 2.0: GfK Urlaubsreisemarkt + sonstiger Freizeitreisemarkt; Alle privaten Reisen ab 2 Tagen Dauer mit mindestens einer vorabgebuchten Leistung.



Quelle: DATEN & FAKTEN
zum Online Reisemarkt,
2014, S. 46; Verband
Internet Reisevertrieb e.V.

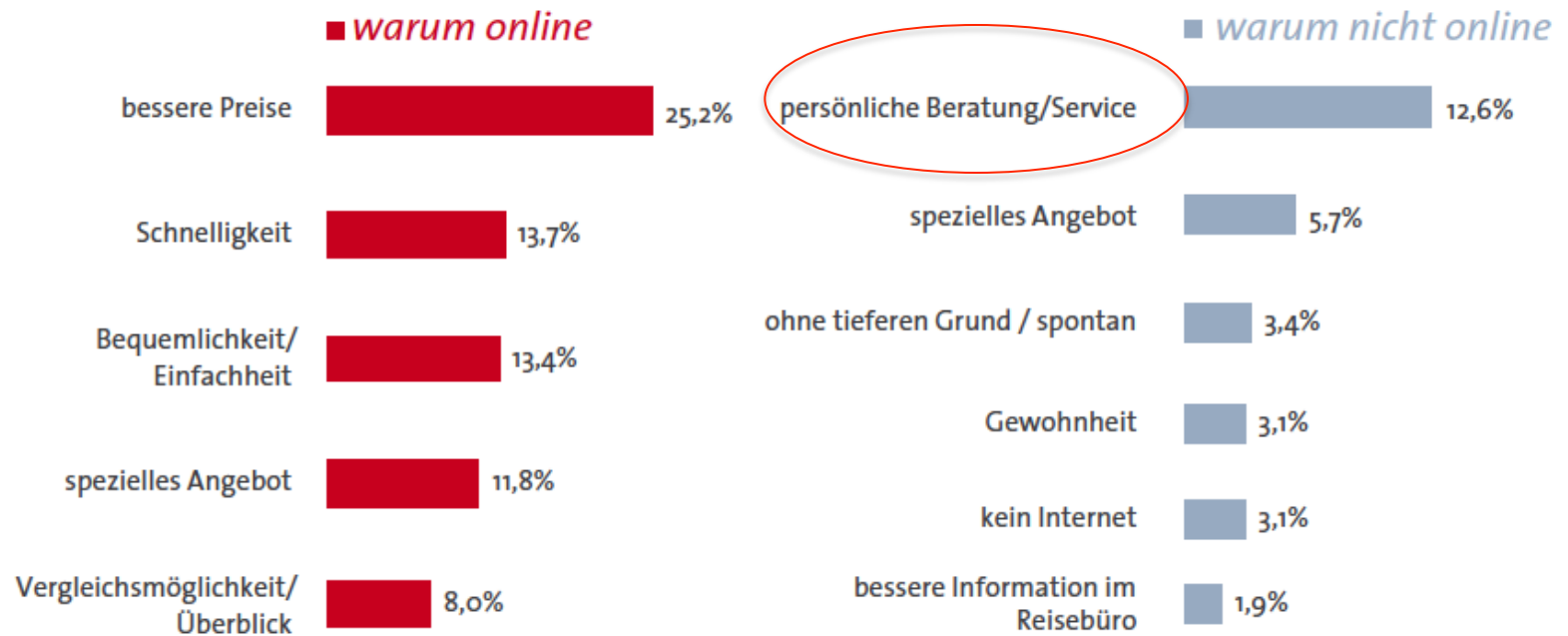
Buchungsart Online Offline Buchungsstelle persönlich aufgesucht Telefon/Fax/Email Sonstige

Marktförmige Selbstbedienung im Web:

Online Beratungslücke

Top 5 Gründe warum eine Last-Minute-Reise online bzw. nicht online gebucht wurde

Quelle: Ulysses – Web-Tourismus - Last-Minute-Reisen 2013



Quelle: DATEN & FAKTEN zum Online Reisemarkt, 2014, S. 43; Verband Internet Reisevertrieb e.V.

Wandel von Dienstleistungen durch das Web

- seit ca. 15 Jahren: Online-Handel, Buchung, Banking, andere Services; hohe Verbreitung, substitutiv, wachsend
- seit Mitte der 2000er: Userforen, Beratungs- und Bewertungsplattformen, Web 2.0

Fallanalysen von zwei unterschiedlichen Konstellationen:

Reisedienstleistungen im Web

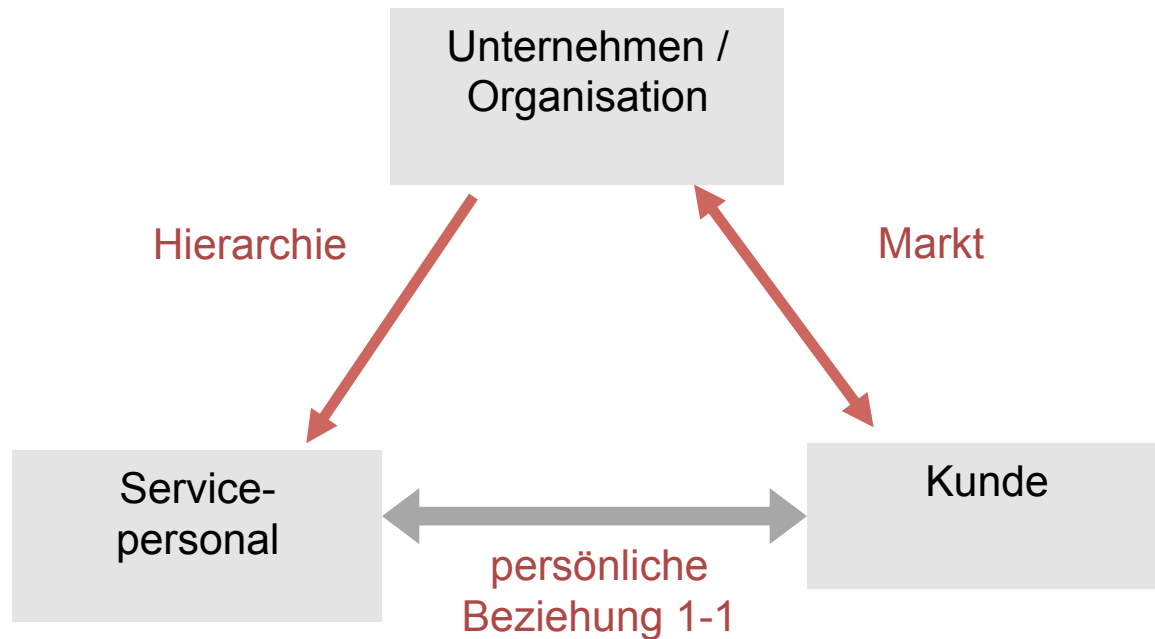
- community-basierte Empfehlungen durch Kunden
- neue Intermediäre im Web

Vertrieb und Support für Navigationsgeräte im Web

- community-basierter Support durch Userforen
- direkter Service durch Hersteller

Wandel von Dienstleistungen durch das Web

Ausgangspunkt I: klassische Service Triade

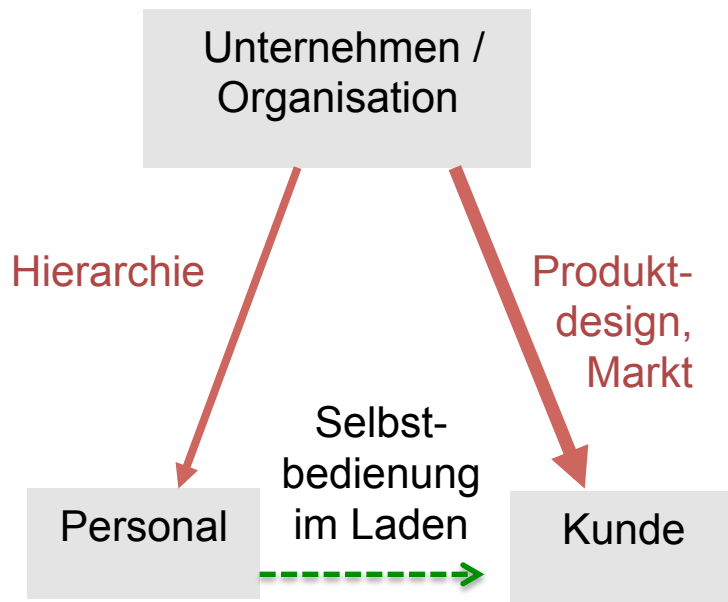


- persönlich erbrachte Dienstleistung durch Personal
- Ko-Produktion des Kunden
- Aushandlung der Leistung an der Kundenschnittstelle
- Kunde-UN: marktförmig; UN-Personal: hierarchisch

Wandel von Dienstleistungen durch das Web

Ausgangspunkt II: Selbstbedienung

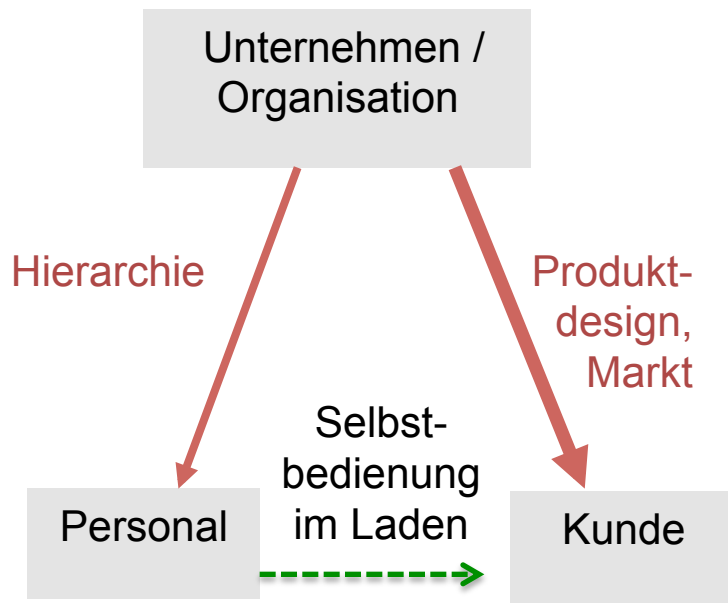
Selbstbedienung im Laden



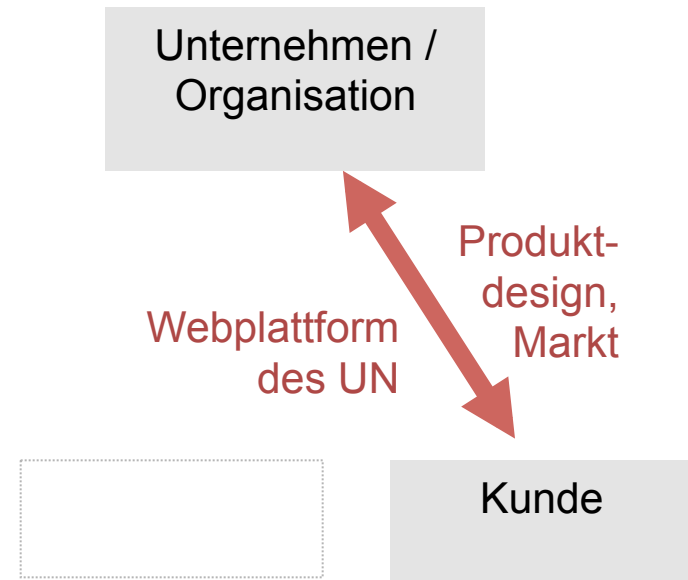
Wandel von Dienstleistungen durch das Web

Ausgangspunkt II: Selbstbedienung

Selbstbedienung im Laden



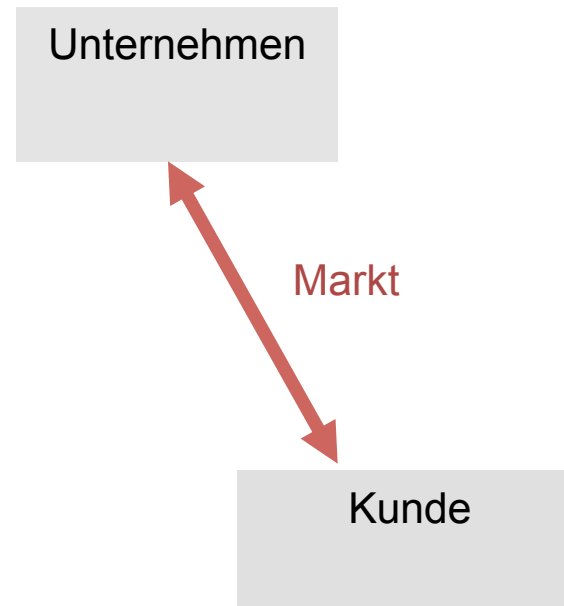
Online – Selbstbedienung



Wandel von Dienstleistungen im Web

These: marktförmige Selbstbedienung + kollektive Nutzer-Beratung

marktförmige
Selbstbedienung der Kunden

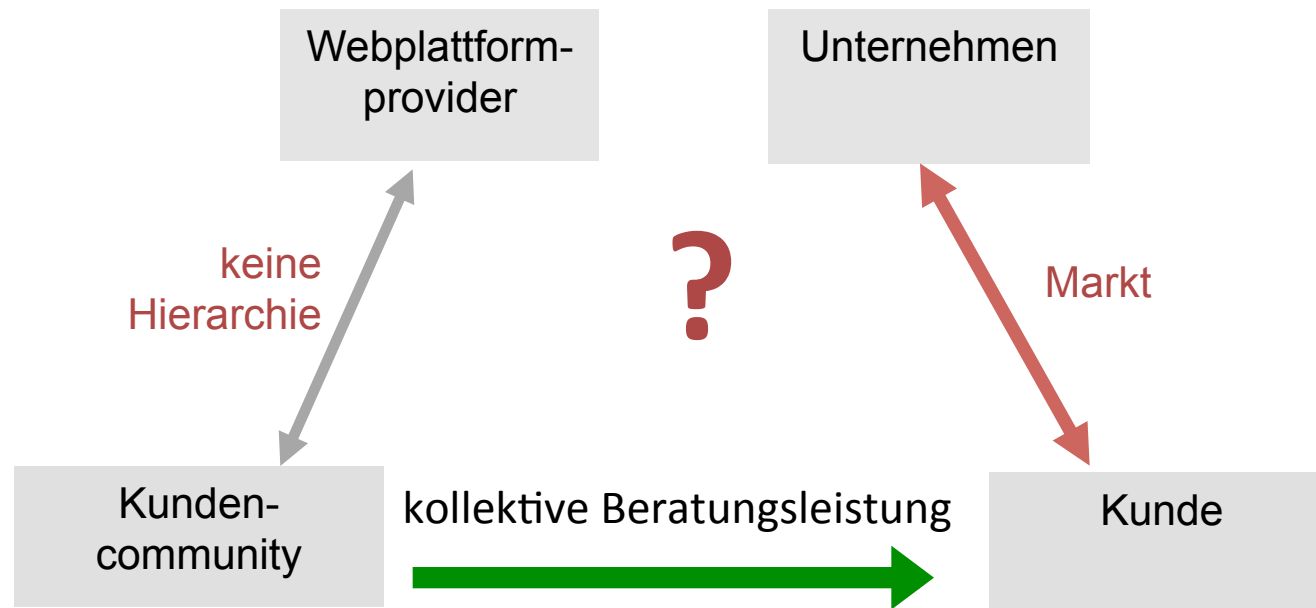


Wandel von Dienstleistungen im Web

These: marktförmige Selbstbedienung + kollektive Nutzer-Beratung

Community-basierte
Beratung durch Kunden

marktförmige
Selbstbedienung der Kunden



Community-basierte Beratung im Web 2.0 durch Unternehmen

zwei kontrastierende Fälle: unterschiedliche Web 2.0 Plattformmodelle

Reiseservice: Tripadvisor

Intermediär als Plattformbetreiber

Reisecommunity

Bewertungsplattform

Kunden der bewerteten Hotels

Werbeplattform (Booking, Hotels)

Navigationsgeräte: Garmin forum

Hersteller als Plattformbetreiber

Nutzercommunity

Supportplattform

Kunden des Herstellers

Kundensupport durch Kunden

Community-basierte Beratung im Web 2.0 - Merkmale

Kunde:

- wesentliche Leistungsanteile durch Kunden (Beratungsinhalt)
- selbstorganisierte Beiträge, unabhängig, extern, unbezahlt
- Beiträge für andere Kunden im Kontext der Interessengemeinschaft
- Öffentlichkeit der Beiträge im Web, nicht marktförmig

Unternehmen / Betreiber der Web 2.0:

- Organisation der Kundenleistung durch Plattformbetreiber
- Community building (Interessencommunity der Kunden)
- Design der Plattform und Regeln für Beteiligung der Kunden
- Geschäftsmodell (nicht Vermarktung dieses Kundenservice)

Community:

- Qualität der Leistung durch Community
- neuer kollektiver Akteur, Einfluss? Markt? Beziehungen?

Fallanalyse: Community-basierte Reiseempfehlungen

Untersuchungssample:

Hotels in Düsseldorf (26 von 240),
alle Bewertungen dieser Hotels in 2013 (n=436)

Methode: Inhaltsanalyse

Auswertungsdimensionen:

- Kunden:
wer? (Rolle), wie? (Art des Beitrags), was? (Inhalt, Kritik)
- Unternehmen:
Konzept der Plattform, Rolle des Unternehmens
Organisation der Beteiligung der Kunden
Geschäftsmodell
- Community:
Gemeinsame Interessen, Struktur, soziale Positionen, Aufgaben?
Einfluss? Wirkung?

Community-basierte Reiseempfehlungen (Hotels)

Plattformbetreiber als Intermediär

Plattform zur Hotelauswahl

Beitragende: Hotelgäste

Nutzer: vor Hotelbuchung

Bewertung, Ranking von Hotels
abhängig von Community

Geschäftsmodell

Beratung nicht marktförmig

Booking-Agenturen, Hotels als
Werbekunden / Marketing

Community-basierte Reiseempfehlungen (Hotels)

Plattformbetreiber als Intermediär

Plattform zur Hotelauswahl

Beitragende: Hotelgäste

Nutzer: vor Hotelbuchung

Bewertung, Ranking von Hotels
abhängig von Community

Kunden der bewerteten Hotels

eigene Erfahrung mit best. Hotel

selbstorganisierte Berichte

pers. Empfehlung für andere

Öffentlichkeit aller Beiträge
abhängig von Plattform/UN

Geschäftsmodell

Beratung nicht marktförmig

Booking-Agenturen, Hotels als

Werbekunden / Marketing

Bereitschaft zur Beteiligung

gemeinsame Interessen (CA)

eigene Nutzung

soziale Anerkennung

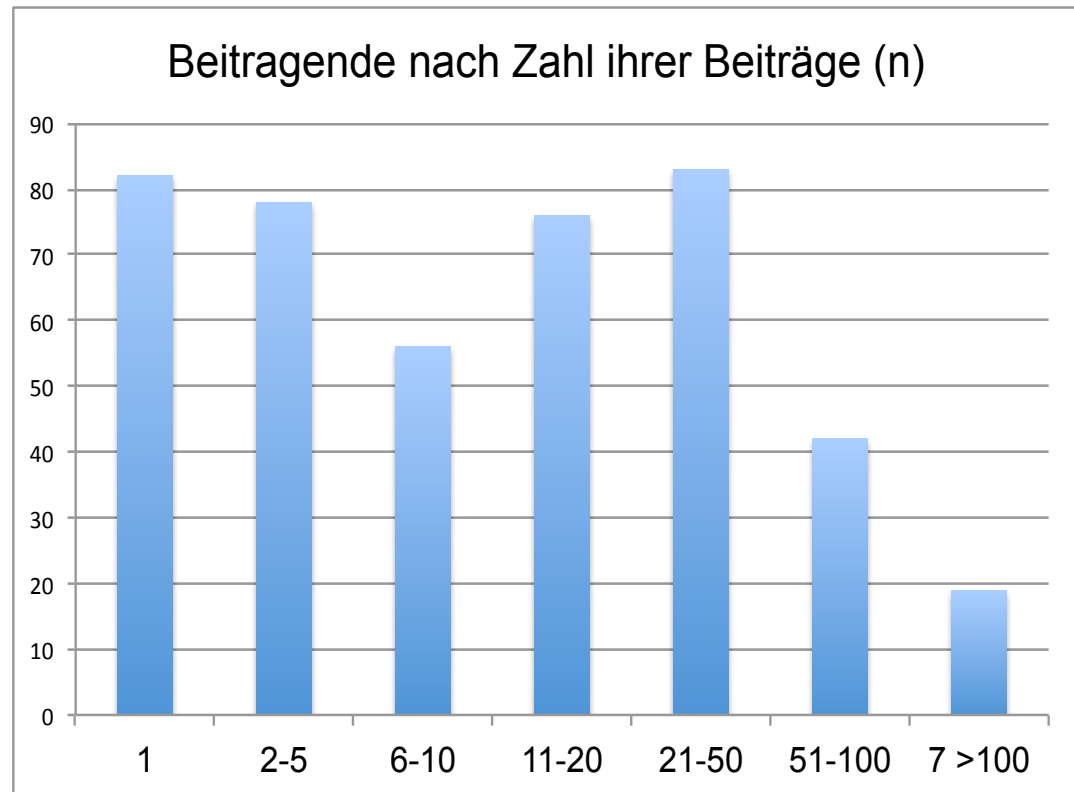
Community-basierte Reiseempfehlungen: Tripadvisor

Wer?

viele mit wenigen
breite Verteilung
phasenweise
(Reisephasen)

Indikator für:

- soziale Position und Anerkennung
- soziale Einbettung, Bindung an Community



Community-basierte Reiseempfehlungen: Tripadvisor

Wie: Offene, persönliche Erfahrungsberichte mit konkretem Hotel,
Beispiel für Empfehlung



homara
Stuttgart, Deutschland

Top-Bewerter

★ 132 Bewertungen

🏠 58 Hotelbewertungen

🏆 32 "Hilfreich"-
Wertungen

“Große sauber moderne Zimmer mit spitze Frühstück”

●●●●○ Bewertet am 22. Juni 2013

Schöne große modern eingerichtete Zimmer mit Steinboden. Daher sehr gut für Allergiker geeignet. Das Frühstücksbüffet sucht von der Auswahl Marmelade, Müsli und Honig seinesgleichen. Allemal einen Besuch Wert. Parkplätze rund um das Hotel ausreichend vorhanden.

Fanden Sie diese Bewertung hilfreich? Ja Nein 1

SORATHotels, Manager Online Communication von Auszeit Hotel Düsseldorf, hat diese Bewertung kommentiert, 23. Juni 2013

Hallo homara, Dankeschön für die Bewertung, die ein großes Lob für uns ist. Wir hoffen, Sie hatten eine schöne Zeit in Düsseldorf und vielleicht besuchen Sie uns wieder. Schöne Grüße, Ihr Auszeit Hotel Düsseldorf · Partner of SORAT Hotels

[Mehr](#) ▾

[Hotel Auszeit](#)

www.secretescapes.de/ Handverlesene Luxushotels.
Sparen Sie bis zu 70%!

Gesponsorte Links *

Düsseldorf erkunden

[Hotelangebote für Düsseldorf](#)

[Düsseldorf Karten](#)

[Flughafenhotels in Düsseldorf](#)

[Hotels in der Nähe Hauptbahnhof Neuss](#)

[Hotels in der Nähe Bahnhof Düsseldorf Flughafen](#)

[Fernbahnhof](#)

Hotels in der Nähe von Düsseldorf



Centrum Hotel Plaza Düsseldorf
2,5 von 5, 58 Bewertungen
Neue Bewertung: 25. Mrz 2014



Hotel Düsseldorf Mitte
4,0 von 5, 253 Bewertungen
Neue Bewertung: 26. Mrz 2014

Community-basierte Reiseempfehlungen: Tripadvisor

Wie: Offene, persönliche Erfahrungsberichte,
Beispiel: rät ab



SarahSonne
Kinheim, Deutschland

1 Bewertung

“FINGER WEG!!!!”

●○○○○○ Bewertet am 18. März 2013

also das Hotel ist eine Zumutung!!!
Zimmer sind total dreckig, die Matratzen sind so durchgelegen das man jede Feder spürt, im Bad ist Schimmel, aus der Dusche kommt kaum Wasser und die Fenster sind undicht es zieht richtig!
im bad ist keine Heizung und das Wasser ist kalt! Unser Zimmer roch stark nach Zigaretten.
das Frühstück ist ein Witz!!!! Aufbackbrötchen die den Ofen nur zwei Minuten von innen gesehen haben, Wurst die schlecht ist und Kaffee der total verkocht ist!
Das Hotel riecht generell sehr unangenehm!
Die Lage des Hotel ist auch nicht die beste! da will man nicht alleine unterwegs sein!
Das Personal war trotz allem freundlich!

Aufenthalt März 2013, Freunde

●○○○○○ Preis-Leistungs-Verhältnis	●○○○○○ Zimmer
●○○○○○ Lage	●○○○○○ Sauberkeit
●○○○○○ Schlafqualität	●○○○○○ Service

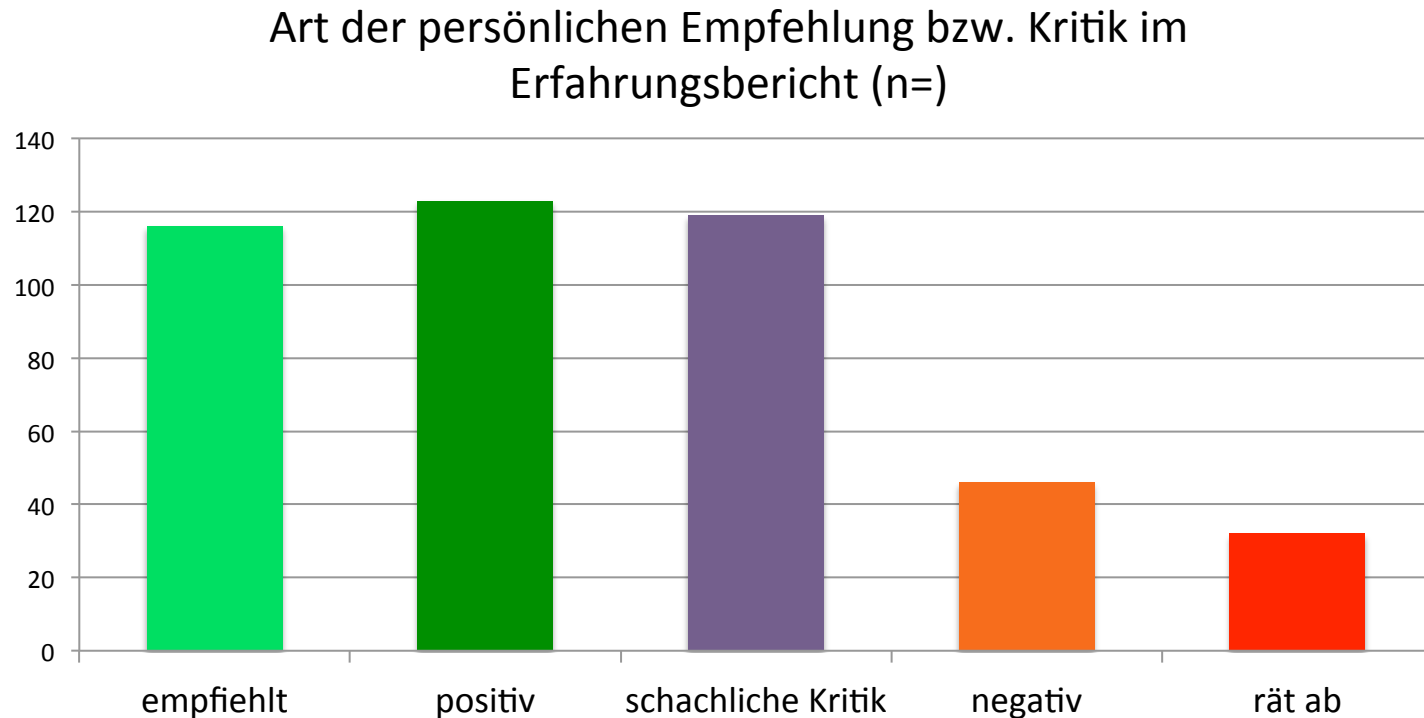
Weniger ▲

Fanden Sie diese Bewertung hilfreich?

Stellen Sie SarahSonne eine Frage zu Berliner Hof

Community-basierte Reiseempfehlungen: Tripadvisor

Was? Inhaltliche Auswertung der Erfahrungsberichte:



Community-basierte Reiseempfehlungen: Tripadvisor

Wie: Offene, persönliche Erfahrungsberichte,
Empfehlung an andere
standardisierte Bewertung
persönliches Profil eingeblendet
Antwort des Hotels (optional)
Werbung zur Frage passend



homara
Stuttgart, Deutschland

Top-Bewerter

- 132 Bewertungen
- 58 Hotelbewertungen
- 32 "Hilfreich"-Wertungen

"Große sauber moderne Zimmer mit spitze Frühstück"

Bewertet am 22. Juni 2013

Schöne große modern eingerichtete Zimmer mit Steinboden. Daher sehr gut für Allergiker geeignet. Das Frühstücksbuffet sucht von der Auswahl Marmelade, Müsli und Honig seinesgleichen. Allemal einen Besuch Wert. Parkplätze rund um das Hotel ausreichend vorhanden.

Fanden Sie diese Bewertung hilfreich? Ja Nein 1

SORATHotels, Manager Online Communication von Auszeit Hotel Düsseldorf, hat diese Bewertung kommentiert, 23. Juni 2013

Hallo homara, Dankeschön für die Bewertung, die ein großes Lob für uns ist. Wir hoffen, Sie hatten eine schöne Zeit in Düsseldorf und vielleicht besuchen Sie uns wieder. Schöne Grüße, Ihr Auszeit Hotel Düsseldorf · Partner of SORAT Hotels

[Mehr ▾](#)

Hotel Auszeit

www.secretescapes.de/ Handverlesene Luxushotels.
Sparen Sie bis zu 70%!

Gesponsorte Links *

Düsseldorf erkunden

[Hotelangebote für Düsseldorf](#)

[Düsseldorf Karten](#)

[Flughafenhotels in Düsseldorf](#)

[Hotels in der Nähe Hauptbahnhof Neuss](#)

[Hotels in der Nähe Bahnhof Düsseldorf Flughafen](#)

[Fernbahnhof](#)

Hotels in der Nähe von Düsseldorf



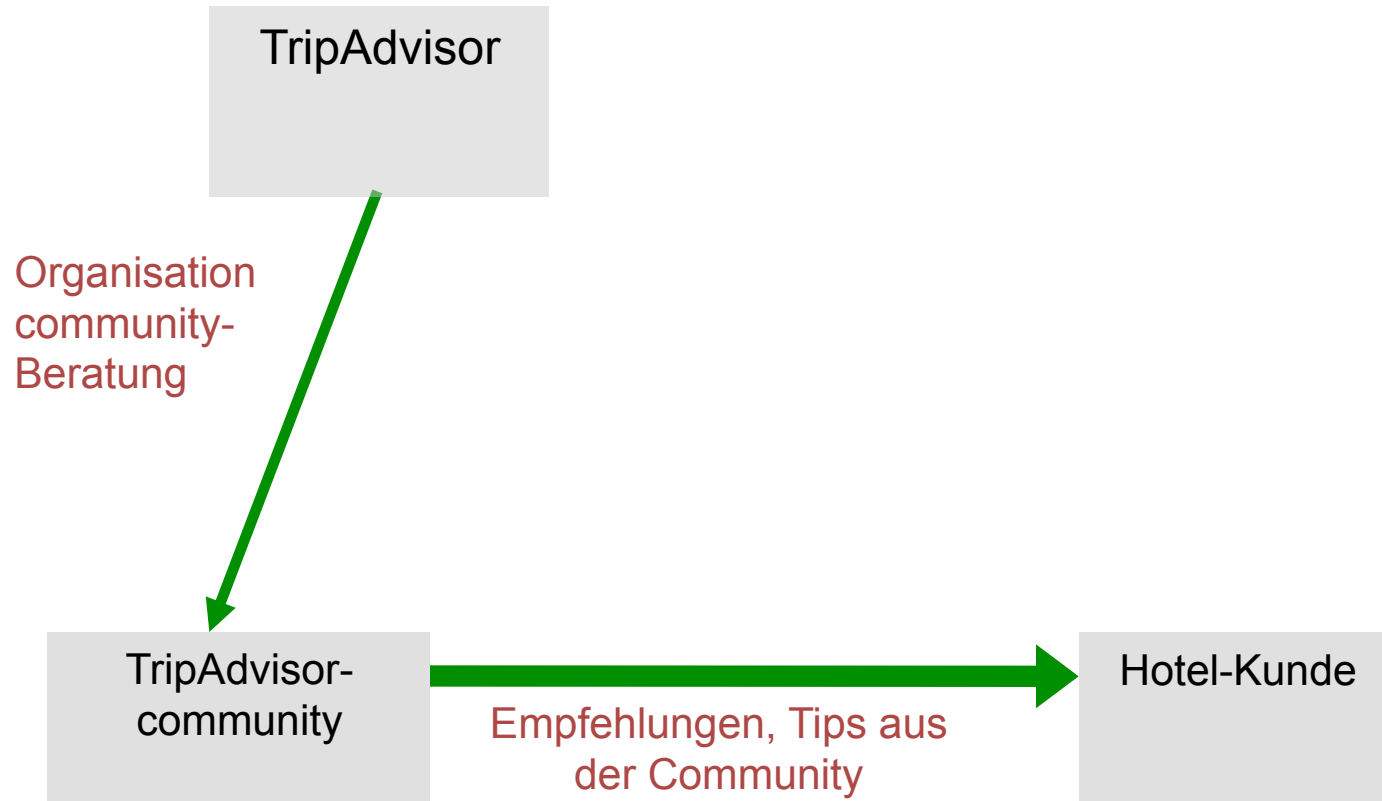
Centrum Hotel Plaza Düsseldorf
2,5 von 5, 58 Bewertungen
Neue Bewertung: 25. Mrz 2014



Hotel Düsseldorf Mitte
4,0 von 5, 253 Bewertungen
Neue Bewertung: 26. Mrz 2014

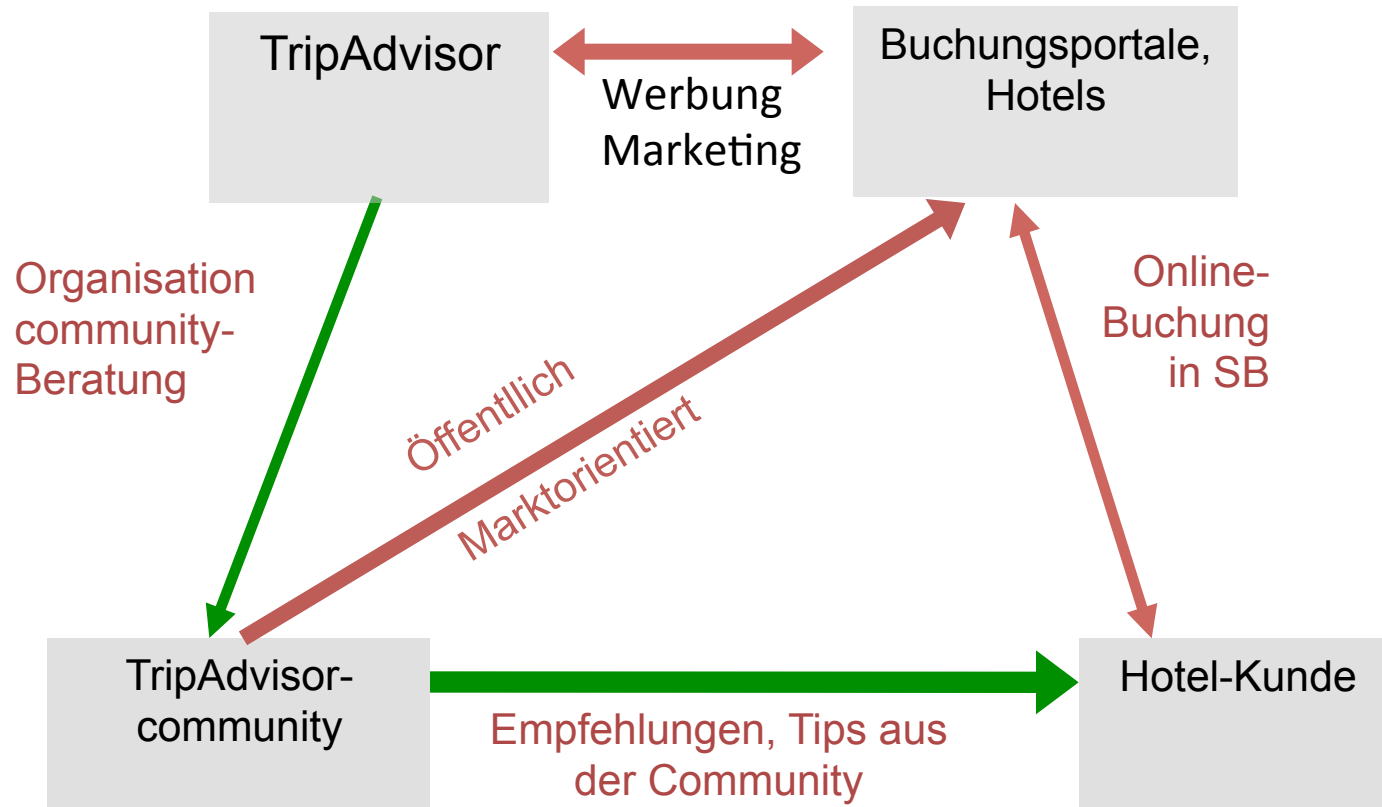
Reiseberatung im Web:

marktförmige Selbstbedienung und kollektive Nutzer-Beratung



Reiseberatung im Web:

marktförmige Selbstbedienung und kollektive Nutzer-Beratung



Community-basierter Kundensupport: Garmin forum

Untersuchungssample:

aus 8 (+2) gerätespezifischen Unterforen (8 von 41),
alle Threads aus 2 Monaten (20.11. 2013 – 20.01.2014),
n= 300 Threads mit 2.558 Antworten; 152.133 mal gelesen (Stand 10.02.14)

Methode: Inhaltsanalyse

Auswertungsdimensionen (s.o.)

- Kunden:
wer? (Rolle), wie? (Art des Beitrags), was? (Inhalt, Kritik)
- Unternehmen:
Konzept, Regeln, Einwirkung, Geschäftsmodell, Widersprüche
- Community:
Größe, Struktur, Positionen, Funktionen?
Einfluss? Wirkung?

Community-basierter Kundensupport: Garmin forum

Hersteller als Plattformbetreiber

eigene Kunden (nach Kauf)
Support, Hersteller-Antworten
Moderation, Administration
abhängig von Community

Kunden des Herstellers

Erfahrung mit eigenem Gerät
offene Fragen/Antworten
interaktive Problemlösung
abhängig von Plattform/UN

Geschäftsmodell

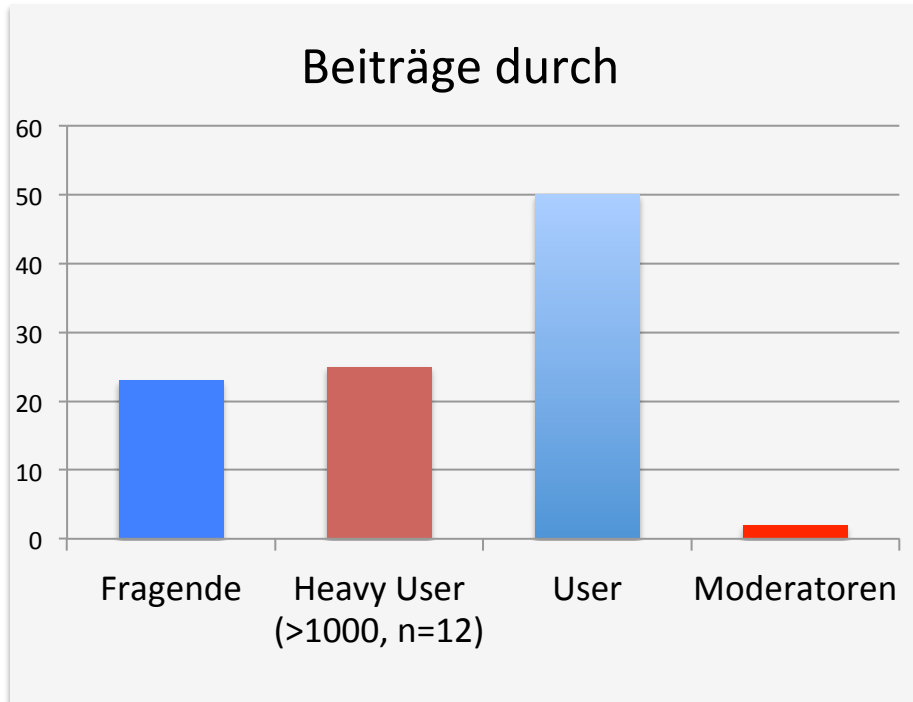
Support durch Kunden
Entlastung anderer Kanäle
Kontrolle der Plattform (Kritik)
Mitarbeiter als Moderatoren

Bereitschaft zur Beteiligung

Lösung von Nutzungsproblemen
Austausch mit Experten
Öffentlichkeit aller Antworten
Position, soziale Anerkennung

Community-basierter Kundensupport: Garmin forum

Wer? Struktur der Beitragenden,
der Community

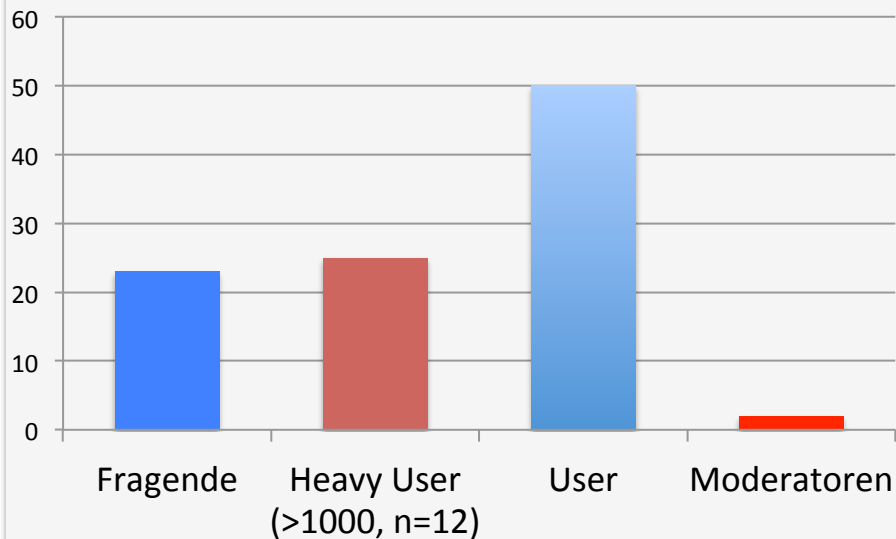


Community-basierter Kundensupport: Garmin forum

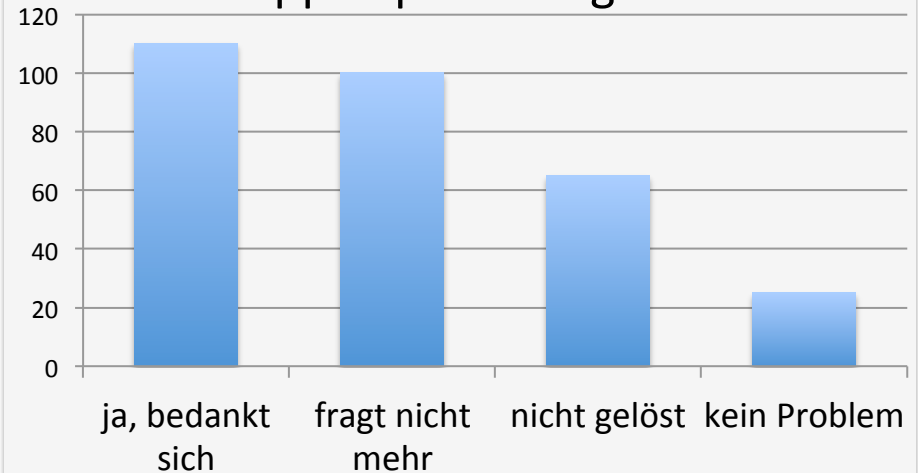
Wer? Struktur der Beitragenden, der Community

Was? Supportfragen und deren Lösung

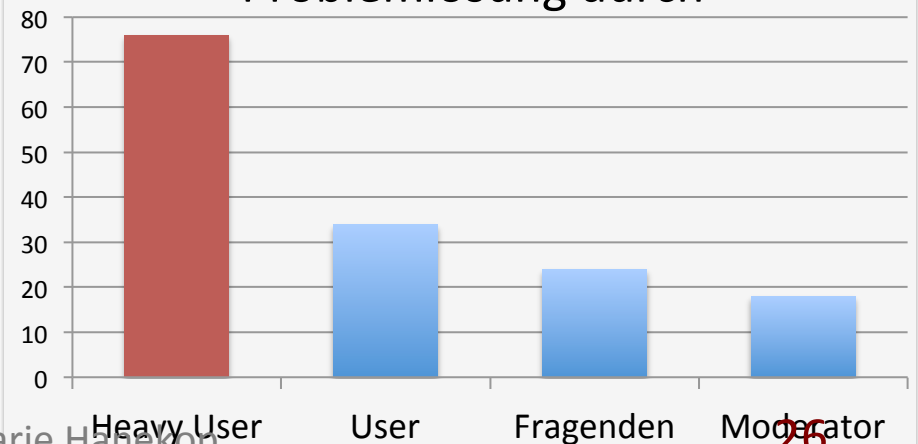
Beiträge durch



Supportproblem gelöst



Problemlösung durch



Community-basierter Kundensupport: Garmin forum

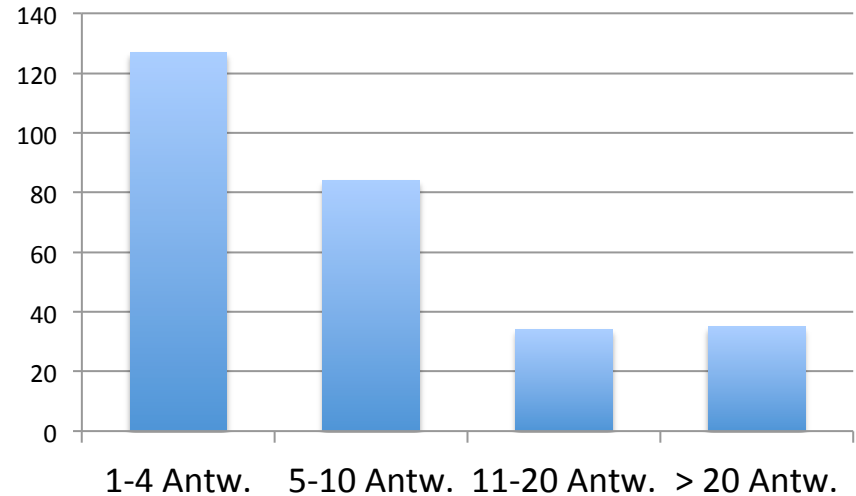
kurze Threads:

Anfängerfrage, wenige
Antworten erfahrener Nutzer

lange Threads:

20 mit >20 (0,8%) , 30% aller Hits
Diskussion über Problem,
oft Kritik an Hersteller

Threads mit .. Antworten



Beispiel langer Thread "verzögerte Steckenanzeige"

Gerät: edge, Diskussion

Community-basierter Kundensupport: Garmin forum

Beispiel langer Thread "verzögerte Streckenanzeige"

Forum Sport und Training Edge Serie Edge 510...verzögerte Streckenanzeige

Ergebnis 1 bis 25 von 76

Seite 1 von 4 **1** 2 3 4 Letzte

Thema: Edge 510...verzögerte Streckenanzeige

Themen-Optionen Thema durchsuchen

01.04.13, 20:33

#1

TRISPO69

Registriert seit: 21.02.13
Beiträge: 6

Edge 510...verzögerte Streckenanzeige

Hallo...

bin gestern und heute mit dem 510er unterwegs gewesen. Dabei bin ich 2 unterschiedliche Strecken abgefahren.

Zum Glück kannte ich die Wege.

Leider hinkt der Streckenpfeil immer hinter her...so um die 5 bis 100 Sekunden.

Gerade bei mehreren Abbiegungen hintereinander ist das Mist...was soll man denn machen, wenn in Gegenden unterwegs ist, die man nicht kennt?

Maßstab 200 m.

Wer kann helfen oder hatte die gleichen Erfahrungen?

Danke und Gruß,
Trispo

Community-basierter Kundensupport: Garmin forum

kurze Threads:

Anfängerfrage, wenige
Antworten erfahrener Nutzer

lange Threads:

20 mit >20 (0,8%) , 30% aller Hits
Diskussion über Problem,
oft Kritik an Hersteller

Beispiel langer Thread *"verzögerte Steckenanzeige"*

Gerät: edge, Diskussion

vom 08.04. bis 08.10.2013

Fehler mit Software eines Gerätes

dauerhaft nicht behoben, Kritik an Hersteller

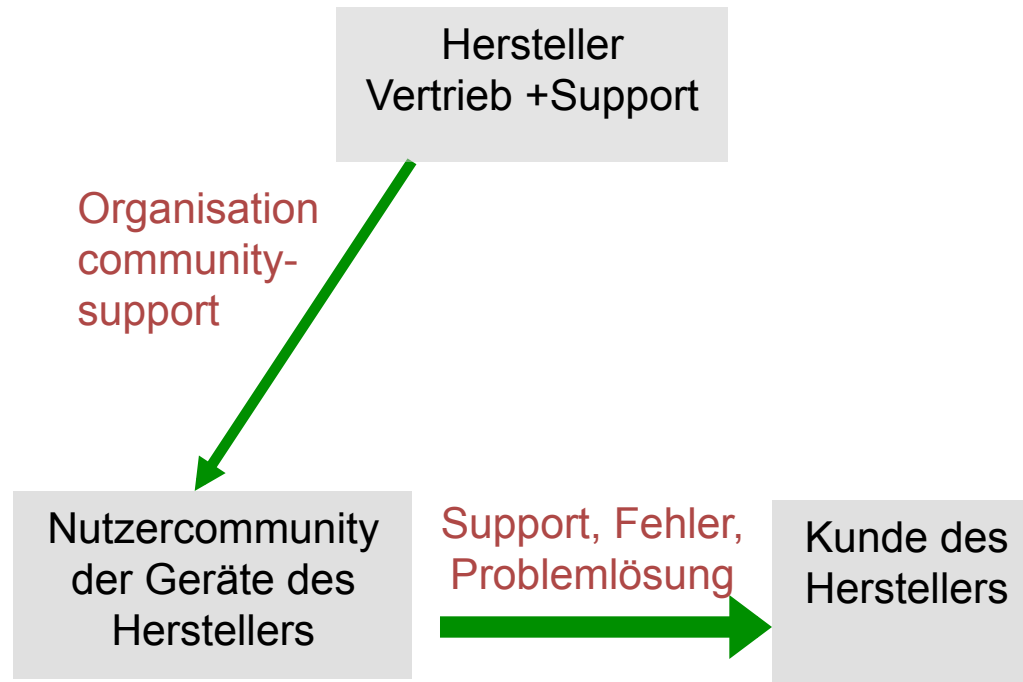
63 Beiträge, 8 Personen

Beiträge Thread: 1, 1, 2, 4, 11, 13, 13, 18

Beiträge insges: 4, 6, 8, 16, 52, 193, 247, 1928

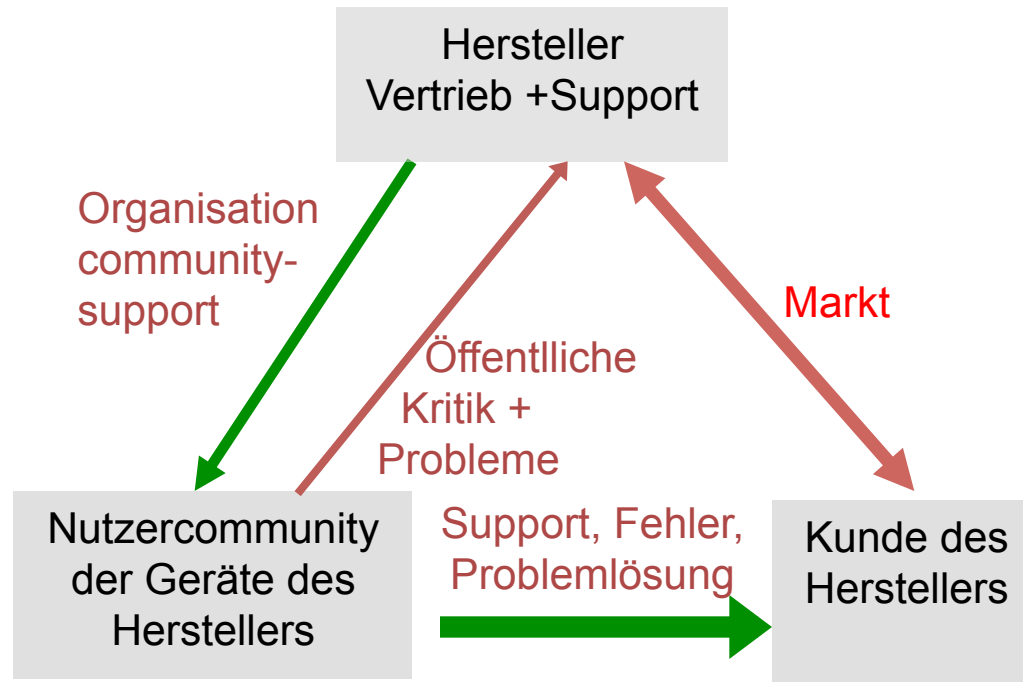
Kundensupport im Web:

marktförmige Selbstbedienung und kollektive Nutzer-Beratung



Kundensupport im Web:

marktförmige Selbstbedienung und kollektive Nutzer-Beratung



Wandel von Dienstleistungen durch das Web?

marktförmige Selbstbedienung und kollektive Nutzer-Beratung

- community-basierte Beratung im Web 2.0 ist eine Form von kollektivem Handeln in Interessencommunity (keine Hierarchie)
- öffentlich, nicht marktförmig
- aber durch Unternehmen organisiert, expliziter Teil ihrer Wertschöpfungsstrategie
- diese ist direkt mit den marktförmigen Aktivitäten verknüpft, auf die sich die Community-Beratung bezieht – aber in unterschiedlicher Weise
- Outsourcing und Dekommodifizierung von Beratung/Support an Nutzercommunity
- Wandel der Service-Triade – hybrid (kollektiv – marktförmig)
- Implikationen?

Herzlichen Dank

Heidi Hanekop

SOFI Göttingen

www.sofi-goettingen.de/?id=132