

Hybride Produkte – Aktuelle Trends und Herausforderungen unter Berücksichtigung des Digitalisierungsgrades

Betreuer: Torben Stoffer
Datum: ab März 2017
Typ: Masterarbeit

Motivation:

Der Umsatz durch Dienstleistungen im Business-to-Business-Bereich ist in den letzten Jahren stark gestiegen und ein Ende des Wachstums ist nicht in Sicht. Insbesondere für Unternehmen mit einem Portfolio aus klassischen Produkten gewinnen (zu den Produkten komplementäre) Dienstleistungen immer weiter an Bedeutung. Diese Bündelung wird als *Hybrides Produkt* bezeichnet, welches als „the commercial exploitation of a new (to the firm) idea through an offering that combines one or more goods and one or more services, creating more customer benefits than if the good and service were available separately“ (Shankar et al., 2007, S. 2) definiert wird. In der Literatur werden für die Einführung *Hybrider Produkte* drei Haupttreiber identifiziert: ein allgemeiner Outsourcing-Trend, eine Sättigung der installierten Basis, die neue Angebote erfordert, sowie eine Kommodifizierung im klassischen Produktmarkt. Dabei verfolgen die Anbieter solcher *Hybrider Produkte* insbesondere zwei Ziele: Kostenführerschaft und Differenzierung gegenüber Wettbewerbern (Reinartz und Ulaga, 2008).

In der Literatur existiert bereits eine Vielzahl an Erkenntnissen zu erfolgreicher Dienstleistungserbringung. Diese beziehen sich jedoch größtenteils auf klassische Dienstleistungen und vernachlässigen die Besonderheiten von *Hybriden Produkten*, die als eine neue Produktgattung behandelt werden müssen (z. B. sind andere Faktoren beim Vertrieb *Hybrider Produkte* als beim Vertrieb von reinen Produkten oder Dienstleistungen relevant) (Reinartz und Ulaga, 2008). Zusätzlich spielt bei vielen *Hybriden Produkten* der Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologie eine wichtige Rolle, was für viele Branchen (z. B. die Baubranche) zusätzliche Neuerungen mit sich bringt.

Ziel:

Im Rahmen dieser Abschlussarbeit soll

- die Literatur zu hybriden Produkten im Rahmen einer strukturierten Literaturrecherche aufgearbeitet und
- auf Basis dessen Forschungshypothesen aufgestellt werden.

Literatur:

- Shankar, V., Berry, L. L., & Dotzel, T. (2007). *Creating and managing hybrid innovations*. Paper presented at the Presentation at AMA Winter Educators' Conference, San Diego, CA.
- Ulaga, W., & Reinartz, W. J. (2011). Hybrid Offerings: How Manufacturing Firms Combine Goods and Services Successfully. *Journal of Marketing*, 75(6), 5-23.
- Wunderlich, N. V., Wangenheim, F. v., & Bitner, M. J. (2013). High Tech and High Touch: A Framework for Understanding User Attitudes and Behaviors Related to Smart Interactive Services. *Journal of Service Research*, 16(1), 3-20.