



Aufsätze über Smart Customization: Auf dem Weg zu einem besseren Verständnis von Smart Customization-Angeboten aus Kundenperspektive

In den letzten zehn Jahren wurden Produkte immer mehr mit Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) in Form von Sensoren, Software und Datenelementen ausgestattet, was die Art ihrer Anwendungen stark verändert hat. Insbesondere finden Unternehmen nun endlich ein Mittel, ihre Kunden zu befähigen, Produkte nach dem Kauf individuell anzupassen ("Smart Customization"). Damit eine solche "intelligente" Anpassung erfolgen kann, verfolgt die vorliegende Dissertation die Idee, Toolkits für User Co-Design in Verbraucherprodukte einzubetten. In drei Studien wird dieses Feld untersucht. Papier I untersucht Smart Customization aus einer Kundenperspektive. Dementsprechend erweitert es die bisherige Forschung im Bereich der Individualisierung. Die Studie testet ein Technologieakzeptanzmodell anhand der Daten von 263 Teilnehmern aus der Automobilindustrie und 250 Befragten aus dem Mobilfunkbereich. Mit dieser Studie trägt die Dissertation zur Theorie und Praxis bei, indem sie zum einen die Idee der Smart Customization konzeptionell erweitert, zum anderen Unternehmen praktische Implikationen bietet, um diese Strategie umzusetzen. In Papier II zeigt die Dissertation, dass es wichtig ist zu verstehen, wie Kunden ein solches Angebot in Abhängigkeit von Designmerkmalen auswählen. Hierzu wird eine Conjoint-Analyse auf Beispiel eines Szenarios von Mobiltelefonen durchgeführt. Ausgehend von einer Analyse von 250 Handybesitzern bestätigen die Ergebnisse alle getroffenen Hypothesen. Diese Studie liefert validiertes Wissen über Kundenpräferenzen bei Smart Customization. In Artikel III zielt darauf ab, in einem theoretischen Modell die Interaktionsmuster von Co-Design-Toolkits in Smarten Produkten zu erforschen. Ziel ist, Mechanismen des Co-Designs aufzudecken, die Wirkungsweise dieser Mechanismen zu identifizieren und auftretenden Herausforderungen aufzuzeigen. Hierzu wird auf moderne Ansätze der Designtheorie zurückgegriffen.