


Vorwort	4
Einleitung: Das Geschäft mit den Lebensknappheiten	
 1. Die neue Ökonomie der Sorglosigkeit	10
Warum alle Märkte zu Me-Märkten werden	
Dekonstruktion der Wertschöpfungskette	
Vom Produktparadigma in die Service-Ökonomie	
 2. Die Service-Märkte von morgen	24
Birgit Mager	
Eine neue Perspektive auf Wirtschaft und Wertschöpfung	
Die drei Service-Ps für den Markterfolg	
Service Design als integrierter Prozess	
 3. Die 9 entscheidenden Service-Trends	38
1. Zeit-Services	38
2. Freizeit-Services	40
3. Alltags-Services	43
4. Familien-Services	46
5. Mobilitäts-Services	48
6. Gesundheits-Services	52
7. Networking-Services	54
8. Genuss-Services	57
9. Emotion-Services	60
 4. Customatopia – Neue Beziehungen zwischen Unternehmen und Kunden	66
Patricia von Papstein	
Super-Service-Economy – Super Services definieren Märkte neu	
Super Services verlangen besondere Mitarbeiterqualifikationen	
Super Services erfordern neue Geschäftsmodelle	
 10-Punkte-Programm zur Service-Verbesserung im Unternehmen	82
Birgit Mager	
Handlungsanweisung/Checkliste	
*Literaturtipps	90