

Humanoide Roboter – Eine neue Form von Smart Services?

Ansprechpartnerin: M. Sc. Mi Nguyen

Geeignet als: Bachelorarbeit

Untersuchungsgegenstand:

Physische Produkte werden zunehmend mit Sensoren und Aktoren ausgestattet, wodurch sie befähigt werden, Daten über ihre Umwelt zu erfassen. Hierfür sind die stetig fortschreitenden Entwicklungen in der Informations- & Kommunikationstechnologie verantwortlich, die die Welt zunehmend smart machen und zu einem Internet der Dinge führen. Die analytische Auswertung der durch smarte Produkte erzeugten Datenmengen mündet in einem Angebot smarter Services, die es Leistungsanbietern ermöglichen, kontextbasierte Leistungen in Echtzeit anzubieten. In den letzten Jahren nimmt vor allem der Einsatz des humanoiden (menschenähnlichen) Roboters *Pepper* in der Praxis zu. Mithilfe der Sprachsteuerung beantwortet Pepper bspw. Kundenfragen und bietet eine Vielfalt an Serviceleistungen an. So findet Pepper bspw. ihren Einsatz in Pflegeheimen zur Unterhaltung und Animationen der Senioren, im Einzelhandel zur Begrüßung und Beratung der Kunden, oder auch in der Gastronomie zur Bestellung und Bezahlung der Speisen. Sie erkennt über integrierte Sensoren und Kamera die Emotion seines Gesprächspartners und passt ihre Interaktion auf dessen Stimmungslage an. Ziel der Arbeit ist die Ausarbeitung, ob und inwiefern humanoide Roboter smarte Services darstellen.

Mögliche Inhaltsschwerpunkte, Fragestellungen und Untersuchungsansätze:

- Systematische Literaturrecherche zu Smart Services: begriffliche Abgrenzung zwischen Service und Dienstleistung, Definition und Kategorisierung von Smart Services sowie Abgrenzung zu Dienstleistung 4.0 und Industrie 4.0
- Systematische Literaturrecherche zu humanoide Roboter: Begriffliche Einordnung, Klassifizierung der Roboter-Typen, Funktionen, Zurordnung technischer Systeme, State of the Art der Forschungen zu humanoide Roboter
- Systematische Internetrecherche zu Einsatzfelder von humanoiden Robotern (nicht nur Pepper) im Dienstleistungsbereich und anschließende Systematisierung
- Würdigung der Einsatzmöglichkeiten humanoider Roboter vor dem Hintergrund der Internetrecherche
- Mögliche Forschungsfragen:
 - Inwiefern sind humanoide Roboter Smart Services?
 - Verdienen smarte Services auch aktuell schon die Bezeichnung „*smart*“ oder genügen die bestehenden technologischen Entwicklungen noch nicht, um von mehrwertstiftenden smarten Services sprechen zu können?
 - Welche anbieter- und konsumentenbezogenen Vorteile ergeben sich durch das Angebot smarter Services?
 - Wie können Anbieter im kundenseitigen Nutzungsprozess über den Einsatz humanoider Roboter Serviceleistungen erbringen?

Einstiegsliteratur:

- Bruhn, Manfred/Hadwich, Karsten (2020): Automatisierung und Personalisierung von Dienstleistungen. Konzepte – Kundeninteraktionen – Geschäftsmodelle, Forum Dienstleistungsmanagement, Band 1, Wiesbaden.
- Paluch, Stefanie (2017): Smart Services: Analyse von strategischen und operativen Auswirkungen, in: Bruhn, Manfred/Hadwich, Karsten (Hrsg.): Dienstleistungen 4.0, Band 2, Wiesbaden, S. 161-182.
- Paluch, Stefanie/Wirtz, Jochen/Kunz, Werner H. (2020): Service robots and the future of services; in: Bruhn, Manfred/Burmann, Christoph/Kirchgeorg, Manfred (Hrsg.): Marketing weiterdenken, Wiesbaden, S. 423-435.
- van Doorn, Jenny/Mende, Martin/Noble, Stephanie M./Hulland, John/Ostrom, Amy L./Grewal, Dhruv/Petersen, J. Andrew (2017): Domo arigato Mr. Roboto: Emergence of automated social presence in organizational frontlines and customers' service experiences; in: Journal of Service Research, 20. Jg., Nr. 1, S. 43-58.
- Wirtz, Jochen/Patterson, Paul G./Kunz, Werner H./Gruber, Thorsten/Lu, Vinh Nhat/Paluch, Stefanie/Martins, Antje (2018): Brave new world: Service robots in the frontline, in: Journal of Service Management, 29. Jg., Nr. 5, S. 907-931.