

Fre(E)S – Produktivität kostenfreier E-Services

Das Internet ist in den vergangenen Jahren zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor herangewachsen, in dem allein in Deutschland im Jahr 2012 mehr als 37 Milliarden Euro umgesetzt wurden. Während sich im Bereich des E-Commerce, also des klassischen Internet-Einzelhandels, eine Vielzahl erfolgreicher Geschäftsmodelle etabliert hat, stehen Anbieter von für den Endnutzer kostenfreien E-Services vor großen Herausforderungen. Kostenfreien E-Services, wie z.B. twitter, werden enorme Wachstumspotenziale zugesprochen. Die geringen Gewinne vieler Unternehmen bei sehr hohen Nutzerzahlen und häufig intensiven Interaktionsbeziehungen lassen jedoch darauf schließen, dass es diesen Dienstleistungsunternehmen neben erfolgreichen Geschäftsmodellen oftmals noch an Konzepten zur Messung, Gestaltung und damit letztendlich zur Steigerung der Produktivität mangelt.

Ziel des Projekts „Fre(E)S – Produktivität kostenfreier E-Services“ war es daher, ein theoretisch und empirisch fundiertes Konzept zur Messung, Gestaltung und Steigerung der Produktivität von kostenfreien Dienstleistungen im Internet zu entwickeln. Ausgewählte Projektergebnisse stellen wir Ihnen heute vor.

Weitere Informationen zum Projekt erhalten Sie unter www.frees-online.de.

fre(e)s

Projektlaufzeit

2010 – 2014

Förderung

Bundesministerium für Bildung und Forschung

Projektträger im DLR: Innovative Arbeitsgestaltung und Dienstleistungen

Mitglied der strategischen Partnerschaft „Produktivität von Dienstleistungen“

Förderkennzeichen

01FL10038 / 01FL10039

Projektpartner



Technische Universität München



1. Passauer Digital-Marketing-Konferenz



Abschlussveranstaltung des Projekts
„Fre(E)S – Produktivität kostenfreier
E-Services“

24. Januar 2014

IT-Zentrum, Universität Passau

Herzlich willkommen zur 1. Passauer Digital-Marketing-Konferenz!

Unser Ziel ist es, mit dieser Konferenzreihe den Dialog zwischen Wissenschaft und Praxis im digitalen Marketing anzuregen. Wir haben daher ein Format gewählt bei dem Koreferenten aus der Praxis die wissenschaftlichen Vorträge kritisch beleuchten und weiteren Forschungsbedarf aufzeigen. Zudem haben wir auch ausreichend Zeit für Diskussion und Austausch eingeplant.

Diese erste Konferenz ist zugleich die Abschlussveranstaltung des Forschungsprojekts „Fre(E)S – Produktivität kostenfreier E-Services“. Wir möchten Ihnen damit Einblicke in ausgewählte Projektergebnisse zu dem Themen Online-Rezensionen, Online-Communities und Effektivität im Online-Marketing geben und diese gleichzeitig in den Kontext weiterer aktueller Forschung setzen.

Wir freuen uns auf interessante Vorträge und einen produktiven Austausch!



Prof. Dr. Jan H. Schumann
Lehrstuhl für Marketing und
Innovation
Universität Passau

Programm

9:00 – 9:15 Uhr Begrüßung
Jan H. Schumann (Universität Passau)

9:15 – 10:45 Uhr Online-Rezensionen

Michaela Geierhos und Nancy Wunderlich
(Universität Paderborn)
*Identifying perceived service quality
dimensions in patients' online reviews*

Werner Kunz (University of Massachusetts
Boston)
*Sharing behavior on online review platforms –
a multi-player interdependency perspective*

Armin März (Universität Passau)
*The impact of customer attributions on the
perceived helpfulness of mobile vs. non-mobile
generated customer reviews*

Michael Scholz (Universität Passau)
*The recipe for the perfect review? What makes
a review more helpful*

Paneldiskussion mit den Referenten

10:45 – 11:00 Uhr Kaffeepause

11:00 – 12:30 Uhr Online-Communities

Christine Geser (TU München) und
Florian von Wangenheim (ETH Zürich)
Dynamics in online communities

Michael Paul (Universität Augsburg)
*Drivers of consumption and engagement
behavior on online media-sharing platforms:
The YouTube case*

Sam Ransbotham (Boston College)
*Which came first? Contribution dynamics for
user generated content*

Christian Schulze (Frankfurt School of Finance
& Management)
*Not all fun and games: Viral marketing for
utilitarian products*

Paneldiskussion mit den Referenten sowie
Laetitia Ory (gutefrage.net)

12:30 – 13:30 Uhr Mittagspause

13:30 – 14:00 Uhr Keynote

Dominik Papies (Universität Tübingen)
*Can I offer you a free lunch? How free
business models impact consumer behavior
and revenues*

**14:00 – 15:30 Uhr Effektivitätsmessung im
Online-Marketing**

Nadia Abou Nabout (Goethe-Universität
Frankfurt)
*Empirical generalizations in search engine
advertising*

Eva Anderl (Universität Passau)
*Putting attribution to work: A framework for
attribution modeling in managerial practice*

Maik Eisenbeiß (Universität zu Köln)
*When more isn't always better: Determinants
of effectiveness in personalized online
advertising*

Isabelle Kes und David Woisetschläger
(TU Braunschweig)
*Long-term effects of personalized
retargeting ads*

Paneldiskussion mit den Referenten
sowie Lutz Wiechert (Feld-M GmbH)

15:30 – 15:45 Uhr Verabschiedung

15:45 – 16:30 Uhr Get Together