

Digitale Wertschöpfung durch Crowd Services: Neue Formen des Kundensupports am Beispiel Mila und Swisscom

Volkmar Mrass¹, Christoph Peters^{1,2}

¹ Universität Kassel, Fachgebiet Wirtschaftsinformatik, Kassel, Deutschland
{volkmar.mrass,christoph.peters}@uni-kassel.de

² Universität St.Gallen, Institut für Wirtschaftsinformatik, St.Gallen, Schweiz
christoph.peters@unish.ch

Abstract. Die digitale Transformation verändert gegenwärtig die Art und Weise, wie Arbeit erbracht und organisiert wird. Bestehende Geschäftsmodelle verlieren an Attraktivität, neue Geschäftsmodelle kommen hinzu. Zwei Trends sind dabei besonders signifikant: Die „Plattform-Ökonomie“, mit Crowdfunding-Plattformen als einer ‚Spielart‘, die in den letzten Jahren starken Zulauf erfahren hat, und die „Sharing-Economy“. In diesem Beitrag zeigen wir am Beispiel der Crowdfunding-Plattform Mila und ihres Kunden und 51-prozentigen Eigentümers Swisscom AG, wie Unternehmen die Crowd für Wertschöpfung einsetzen, ihren Kundensupport ausbauen und damit Vorteile für alle Beteiligten generieren können. Die Crowdfunding-Plattform Mila verbindet in einem neuartigen Ansatz das Paradigma der Crowd, insbesondere die Nutzung einer Vielzahl von Leistungserbringern, mit den Prinzipien der Sharing-Economy, vor allem dem Einbezug der Kunden als Produzenten von Dienstleistungen. Basierend auf Experten-Tiefen-Interviews mit Verantwortlichen von Mila und Swisscom analysieren wir in diesem Beitrag dieses neuartige Arbeitssystem inklusive des Zusammenspiels aller Beteiligten und leiten daraus Handlungsempfehlungen für Unternehmen ab.

Keywords: Crowdfunding-Plattformen, Crowd Services, Kundensupport, Plattform-Ökonomie, Sharing Economy

