

Matrikelnummer

--	--	--	--	--	--	--

Name: _____

Vorname: _____

Unterschrift: _____

Klausur: **Dienstleistungsmanagement – Management
von Dienstleistungsprozessen (Service Process Management)**

Termin: **13. September 2018, 11.30 bis 13.30 Uhr**

Prüfer: **Univ.-Prof. Dr. Sabine Fließ**

Aufgabe	1	2	3	Gesamt
Maximale Punktzahl	15	40	45	100
Erreichte Punktzahl				

Gesamtpunktzahl:

Note:

Datum:

Unterschrift
des Prüfers:

Hinweise zur Bearbeitung der Klausur

Die Klausur besteht inklusive Deckblatt aus 18 Seiten. Prüfen Sie bitte vor Bearbeitungsbeginn, ob Ihr Klausurexemplar vollständig ist. Vergessen Sie nicht, Name, Matrikelnummer auf dem Deckblatt einzutragen und die Klausur zu unterschreiben.

Die Klausur besteht aus einem Multiple-Choice-Teil (Aufgabe 1) und einem Freitext-Teil (Aufgabe 2+3). Es sind alle Aufgabenteile zu bearbeiten. Ihre Antworten aus dem Multiple-Choice-Teil tragen Sie abschließend in den **Lösungsbogen** am Ende des Multiple-Choice-Teils ein. Antworten, die nicht in den Lösungsbogen eingetragen sind, werden nicht gewertet. Führen Sie Ihre Lösungsansätze zu den Aufgaben 2 und 3 in Textform auf den dafür vorgesehenen Seiten aus. Markieren Sie deutlich, auf welchen Aufgabenteil Sie sich dabei beziehen. Die **Bearbeitungszeit** der Klausur beträgt **120 Minuten**.

Die Verwendung eines **Taschenrechners** ist dann und nur dann erlaubt, wenn dieser einer der drei folgenden Modellreihen angehört: **Casio fx86** oder **fx87**, **Texas Instruments TI 30 X II** oder **Sharp EL 531**. Die Verwendung anderer Taschenrechnermodelle wird als Täuschungsversuch gewertet und mit der Note „nicht ausreichend“ (5,0) sanktioniert. Ob ein Taschenrechner einer der drei Modellreihen angehört, können Sie selbst überprüfen, indem Sie die vom Hersteller auf dem Rechner angebrachte Modellbezeichnung mit den oben angegebenen Bezeichnungen vergleichen: Bei vollständiger Übereinstimmung ist das Modell erlaubt. Ist die auf dem Rechner angebrachte Modellbezeichnung umfangreicher, enthält aber eine der oben angegebenen Bezeichnungen vollständig, ist das Modell ebenfalls erlaubt. In allen anderen Fällen ist das Modell nicht erlaubt.

Schreibgeräte und **Zeichenmaterial** sind als Hilfsmittel zugelassen. Eigenes Konzeptpapier ist nicht zugelassen; Notizen können auf der Rückseite der Klausur gemacht werden.

Viel Erfolg bei der Bearbeitung der Klausur!

--	--	--	--	--	--	--

Aufgabe 1: Multiple-Choice (15 Punkte)

Tragen Sie Ihre Antworten aus dem Multiple-Choice-Teil abschließend in den vorgegebenen Lösungsbogen am Ende des Multiple-Choice-Teils ein. Antworten, die nicht in den Lösungsbogen eingetragen sind, werden nicht gewertet. Bitte planen Sie hierfür auch ausreichend Zeit ein!

Der folgende Multiple-Choice-Teil besteht aus 5 Blöcken mit je 3 Aussagen zu einer übergeordneten Frage oder Aussage. Bitte geben Sie zu jeder Aussage innerhalb eines Blocks an, ob sie richtig (R) oder falsch (F) ist. Für jede korrekte Antwort erhalten Sie einen Punkt und für jede nicht korrekte Antwort erhalten Sie keinen Punkt. Machen Sie keine Angabe, erhalten Sie keinen Punkt. Je Block können maximal 3 und minimal 0 Punkte erreicht werden.

- | | | |
|---|---------------------------------|---------------------------------|
| <p>1. Neben der Entgeltpolitik bezogen auf die Zeitdauer ist auch die Preisdifferenzierung in Abhängigkeit vom Zeitpunkt der Inanspruchnahme einer Dienstleistung als preispolitische Maßnahmen zu sehen. Eine Preisdifferenzierung...</p> | <p>R</p> | <p>F</p> |
| <p>A ...setzt voraus, dass neben mindestens zwei trennbaren Kundensegmenten eine preisunelastische Nachfrage vorherrscht.</p> | <p><input type="checkbox"/></p> | <p><input type="checkbox"/></p> |
| <p>B ...führt zu Gewinnsteigerung, wenn durch die Variation des Preises eine höhere Konsumentenrente abgeschöpft werden kann.</p> | <p><input type="checkbox"/></p> | <p><input type="checkbox"/></p> |
| <p>C ...bietet sich immer dann an, wenn die Nachfrage zu verschiedenen Zeitpunkten in einer Periode unterschiedlich hoch ist.</p> | <p><input type="checkbox"/></p> | <p><input type="checkbox"/></p> |
| | | |
| <p>2. Neben der Umweltpsychologie können zur Gestaltung der Dienstleistungsumgebung auch wahrnehmungspsychologische Aspekte herangezogen werden.</p> | <p>R</p> | <p>F</p> |
| <p>A Zentral für die Gestaltung nach wahrnehmungspsychologischen Aspekten ist die reaktive Verhaltensweise des Kunden auf den sichtbaren Bereich, der sich in Annäherung oder Vermeidung äußern kann.</p> | <p><input type="checkbox"/></p> | <p><input type="checkbox"/></p> |
| <p>B Von Irradiation wird gesprochen, wenn beispielsweise lediglich eine Sitzgruppe im Wartezimmer verändert wurde, der Kunde aber auch die Raumgröße verändert wahrnimmt.</p> | <p><input type="checkbox"/></p> | <p><input type="checkbox"/></p> |
| <p>C Die Gestaltpsychologie geht davon aus, dass Elemente in ihrem Zusammenspiel wahrgenommen werden und somit in wechselseitiger Beziehung stehen.</p> | <p><input type="checkbox"/></p> | <p><input type="checkbox"/></p> |

--	--	--	--	--	--	--	--

- 3.** Basierend auf der Theorie der Zeitallokation von Becker kann der Freizeitwert als Segmentierungskriterium dienen. **R** **F**
- A Die Freizeit eines Kunden gewinnt mit steigendem Einkommen an Wert, je höher der Freizeitwert desto geringer die Bereitschaft zur Freizeitinvestition.
- B Basierend auf dem Freizeitwert als Segmentierungskriterium lassen sich folgende Marktsegmente ableiten: Freizeitkonsumierer, Freizeitoptimierer und Freizeitinvestierer.
- C Freizeitinvestierer zeichnen sich dadurch aus, dass ihr Einkommen sehr hoch, ihr Freizeitwert jedoch sehr niedrig ist. Solche Kunden konsumieren Dienstleistungen hauptsächlich zur Zeitersparnis.
- 4.** Während jeder Interaktionssituation laufen zahlreiche so genannte Interaktionsrituale ab. **R** **F**
- A Die freundliche Begrüßung eines Kellners „Guten Abend, mein Name ist Frank und ich bin heute Abend Ihr Kellner. Kann ich Ihnen zur Begrüßung ein Aperitif bringen?“ ist ein Zugänglichkeitsritual.
- B Das Beglückwünschen eines Kollegen zu seiner Hochzeit ist ein typisches Ehrerbietungsritual.
- C Auf ein Missgeschick, wie das Verschütten von Kaffee während eines Meetings, folgen meist Ratifizierungsrituale.

--	--	--	--	--	--	--	--

5. Im Rahmen der struktur-funktionalistischen Rollentheorie werden, je nach Art der Wertschöpfungsstufe, auf der der Kunde einbezogen wird, verschiedene Kundenrollen beschrieben. **R** **F**
- A Als Co-Designer gibt der begeisterte Kunde seine Erfahrungen weiter und gewinnt Neukunden.
- B Als Co-Interaktor kommuniziert und interagiert der Kunde mit dem Kundenkontaktpersonal.
- C Wenn ein Student während eines Seminars die Dozentin durch Fragen zu besonders detaillierten Erläuterungen anregt, übernimmt er die Rolle „Substitute for Leadership“.

Lösungsbogen: Aufgabe 1

Tragen Sie Ihre Antworten aus dem Multiple-Choice-Teil abschließend in diesen Lösungsbogen ein. Nicht eingetragene Lösungen können nicht gewertet werden.

- | Nr. | R | F |
|------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. | | |
| A | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| B | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| C | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. | | |
| A | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| B | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| C | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. | | |
| A | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| B | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| C | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. | | |
| A | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| B | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| C | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. | | |
| A | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| B | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| C | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

--	--	--	--	--	--	--

*Fallbeispiel***HomeStyle – Curated Shopping für Inneneinrichtung und Möbel**

Sein Zuhause vom Profi einrichten lassen ist ein Traum vieler. Denn bis man diverse Möbelhäuser besucht hat und sich durch die Angebote von Online Shops durchgeklickt hat, kann eine Menge Zeit vergehen. Und dann ist noch nicht garantiert, dass die verschiedenen Teile in der Wohnung miteinander harmonieren.

Dem begegnet HomeStyle als Curated Shopping- Anbieter für Inneneinrichtung und Möbel, ein Konzept, dass vor allem aus dem Modebereich bekannt ist. Das Unternehmen bietet seit 2015 individuelle Stilberatung durch einen Interior Designer an. Üblicherweise ist eine solche Beratung mit Kosten verbunden; HomeStyle hingegen bietet seinen Einrichtungsservice für den Kunden kostenlos an, wenn man einen Wareneinkaufswert von 500 Euro erreicht hat. Andernfalls kann man aus zwei kostenpflichtigen Beratungspaketen – Produktvorschläge für 80 Euro oder Designkonzept inklusive Produktvorschläge für 160 Euro pro Raum – auswählen.

Der Kunde macht über die HomeStyle-App zunächst einen kurzen Style Check bezüglich seiner Vorlieben. Im anschließenden Gespräch per Telefon oder Video-Chat mit seinem persönlichen Interior Designer werden die Wünsche und Ziele genauer erörtert und das Budget geklärt. Der Kunde muss nun noch einen Grundriss und Fotos des zu gestaltenden Zimmers hochladen, damit der Einrichtungsprofi mit seiner Arbeit beginnen kann. Sollte man gar keine Lust haben selbst auszumessen, käme sogar ein Mitarbeiter direkt vorbei. Auf Basis der Angaben des Kunden entwickelt der Interior Designer dann ein individuelles Designkonzept mit Einrichtungsideen und konkreten Produktvorschlägen und illustriert diese in einem Grundriss. Damit Kunden eine Idee bekommen, wie das Ganze dann in ihren vier Wänden aussieht, kann man sich über die Augmented Reality-Funktion der App die Einrichtung auf seinem Smartphone oder Tablet im Raum anzeigen lassen. Was dem Kunden gefällt, kann er anschließend direkt aus der App bestellen und sich nach Hause liefern lassen. Durch die Zusammenarbeit mit hochwertigen Möbel- und Einrichtungshändlern stehen Kunden über 300.000 Produkte zur Auswahl. Die Koordination der Bestellung und Lieferung wird vom Interior Designer übernommen, die tatsächliche Lieferung und eventuelle Retoure laufen dann aber direkt über den Möbelhändler. Für den Aufbau kann der Kunde wählen, ob dies – gegen Aufpreis – durch die Lieferanten gemäß dem Designkonzept erfolgen soll oder ob er dies selbst übernehmen möchte.

Der Aufwand pro Kunde ist natürlich ungleich höher als bei einem Webshop ohne individuelle Beratung. Jedoch zahlt es sich – laut der Möbel- und Inneneinrichtungshändler – in Form von höheren Auftragsvolumen, größerer Kundenzufriedenheit und damit größerer Kundenbindung aus. Dafür wird HomeStyle prozentual an den Umsätzen beteiligt.

--	--	--	--	--	--	--

Aufgabe 2 (40 Punkte)

Da die Nachfrage in letzter Zeit extrem gestiegen ist, kommen HomeStyles Interior Designer mittlerweile an ihre Grenzen, da sie zentral für die Abwicklung eines Kunden sind. Die Geschäftsführung hat daher entschieden, weiteres Personal einzustellen. Da die Personalkosten für die Interior Designer allerdings hoch sind, hat man sich entschieden Support-Mitarbeiter, die die Abwicklung nach Abschluss der Beratung bis hin zur Auslieferung und ggf. Retoure koordinieren, einzustellen. Noch hat sich die Zusammenarbeit nicht eingespielt, sodass es teilweise zu Abstimmungsproblemen kommt.

Helfen Sie der Geschäftsführung von HomeStyle, indem Sie die neue Struktur analysieren und eine betriebswirtschaftlich schlüssige und zielführende Lösung für das Problem entwickeln. Verwenden Sie dazu einen geeigneten Ansatz aus dem Lerntext. Erläutern Sie die verwendeten Konzepte, Begriffe und Zusammenhänge hinreichend und stellen Sie Ihre Aufgabenlösung in Textform dar.

Aufgabe 3 (45 Punkte)

Auch wenn die Nachfrage in letzter Zeit gestiegen ist, kommt es immer noch zu zahlreichen Abbrüchen des Dienstleistungsprozesses. Viele potentielle Kunden füllen den Style-Check nicht vollständig aus, schicken den Einrichtungsprofis Fotos von geringer Qualität oder Aussagekraft oder kommen grundsätzlich mit dem Prozess nicht zurecht. Auch während des Beratungsgesprächs kommt es gelegentlich zu Problemen, manche Nachfrager sind nicht gewillt, sich ausreichend Zeit für das Gespräch zu nehmen, haben Schwierigkeiten, ihre Wünsche und Ziele adäquat zu kommunizieren, oder haben unrealistische Vorstellungen bezüglich ihrer Mitwirkung, des Ergebnisses oder des Budgets.

Helfen Sie der Geschäftsführung von HomeStyle, indem Sie das beschriebene Problem analysieren und eine betriebswirtschaftlich schlüssige und zielführende Lösung entwickeln. Verwenden Sie dazu einen geeigneten Ansatz aus dem Lerntext. Erläutern Sie die verwendeten Konzepte, Begriffe und Zusammenhänge hinreichend und stellen Sie Ihre Aufgabenlösung in Textform dar.

--	--	--	--	--	--	--	--

Ihre Lösung

--	--	--	--	--	--	--	--

Ihre Lösung

--	--	--	--	--	--	--	--

Ihre Lösung

--	--	--	--	--	--	--	--

Ihre Lösung

--	--	--	--	--	--	--	--

Ihre Lösung

--	--	--	--	--	--	--	--

Ihre Lösung

--	--	--	--	--	--	--	--

Ihre Lösung

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Ihre Lösung

--	--	--	--	--	--	--	--

Ihre Lösung

--	--	--	--	--	--	--	--

Ihre Lösung

--	--	--	--	--	--	--	--

Ihre Lösung