



Aufgabe 1 (30 %)

Dienstleistung ist nicht gleich Dienstleistung. Die **Dienstleistungsmarktforschung** setzt in Abhängigkeit von Dienstleistungsmerkmalen besondere Schwerpunkte in der Marktforschung.

- **Nennen und beschreiben Sie diese Dienstleistungsmerkmale auf die sich schließlich diese Schwerpunkte in der Marktforschung beziehen.**
- **Welche besonderen Schwerpunkte sind dies? Ordnen Sie diese den Dienstleistungsmerkmalen zu.**
- **Erläutern Sie EINEN der von Ihnen genannten Schwerpunkte!**

Aufgabe 2 (30 %)

Nehmen Sie zur Bedeutung des LCAG-Schemas von Christensen / Andrews / Bower / Hammermesh und Porter von 1982 („ABC-Schema der strategischen Analyse“) Stellung.

- **Erläutern Sie den Aufbau und die Strukturelemente des Schemas.**
- **Welche(n) Zweck(e) erfüllt dies Schema?**
- **Welche Verbindung sehen Sie zum vom industrieökonomischen Ansatz Porters?**

Aufgabe 3 (20 %)

Für das Marketing gelten im Dienstleistungsbereich spezifische Merkmale, die die Gestaltung einer Marketingkonzeption für ein Dienstleistungsunternehmen maßgeblich prägen.

- **Wodurch unterscheidet sich das Marketing-Mix des Konsumgütermarketings vom Marketing-Mix des Dienstleistungsmarketings?**
- **Beschreiben Sie das Wesen einer Zielgruppenanalyse. Nennen Sie mögliche Einteilungen mit Beispielen.**

Aufgabe 4 (20 %)

Dienstleistungen und Innovationen:

- **Beschreiben Sie die Phasen eines Neuerungs- und Veränderungsprozesses.**
- **Wie ist der Begriff Innovation zu definieren und welche Formen der Innovation sind im Hinblick auf neue Problemlösungen zu nennen?**
- **Nennen Sie ZWEI Beispiele für Möglichkeiten Widerstandspotenzial zu reduzieren bzw. dieses zu brechen.**