



Aufgabe 1 (30 %)

Dienstleistung ist nicht gleich Dienstleistung. Die **Dienstleistungsproduktion** der Industrie, die sich überwiegend auf die Unterstützung von Industrieprodukten (z. B. über Serviceleistungen) bezieht und auf die Zurverfügungstellung technikunterstützter Produktions- und Leistungssysteme, unterscheidet sich fundamental von anderen, personenbezogenen Dienstleistungen.

- **Nennen und beschreiben Sie Ansätze einer auf Dienstleistungen bezogenen Betriebswirtschaft allgemein.**
- **Welche Besonderheiten kennzeichnen den Produktionsprozess der Dienstleistungserstellung?**
- **Welche Rolle spielt hierbei der sogenannte „externe Faktor“? Erläutern Sie!**

Aufgabe 2 (30 %)

Nehmen Sie zur Bedeutung von strategischen Managementüberlegungen Stellung. Lassen Sie sich dabei vom Stellenwert des industrieökonomischen Ansatz, vertreten durch Michael Porter, leiten.

- **Was unterscheidet den strukturkonservativen Ansatz (vertreten durch Igor Ansoff) vom industrieökonomischen Ansatz Porters?**
- **Welche Strategietypen beschreibt Porter als „generic“ und warum?**
- **Was sagen bzw. bedeuten diese Strategietypen für ein Unternehmen?**

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 %)

Mitarbeitermotivation und Anreizmodelle:

- **Beschreiben Sie den Aufbau der Bedürfnishierarchie nach Maslow.**
- **Welche Folgerungen ergeben sich aus dieser für Anreizsysteme?**
- **Nennen Sie JEWEILS ZWEI Beispiele für direkt-monetäre und für indirekt-monetäre Incentives aus UNTERSCHIEDLICHEN Zielebenen dieser Bedürfnishierarchie.**