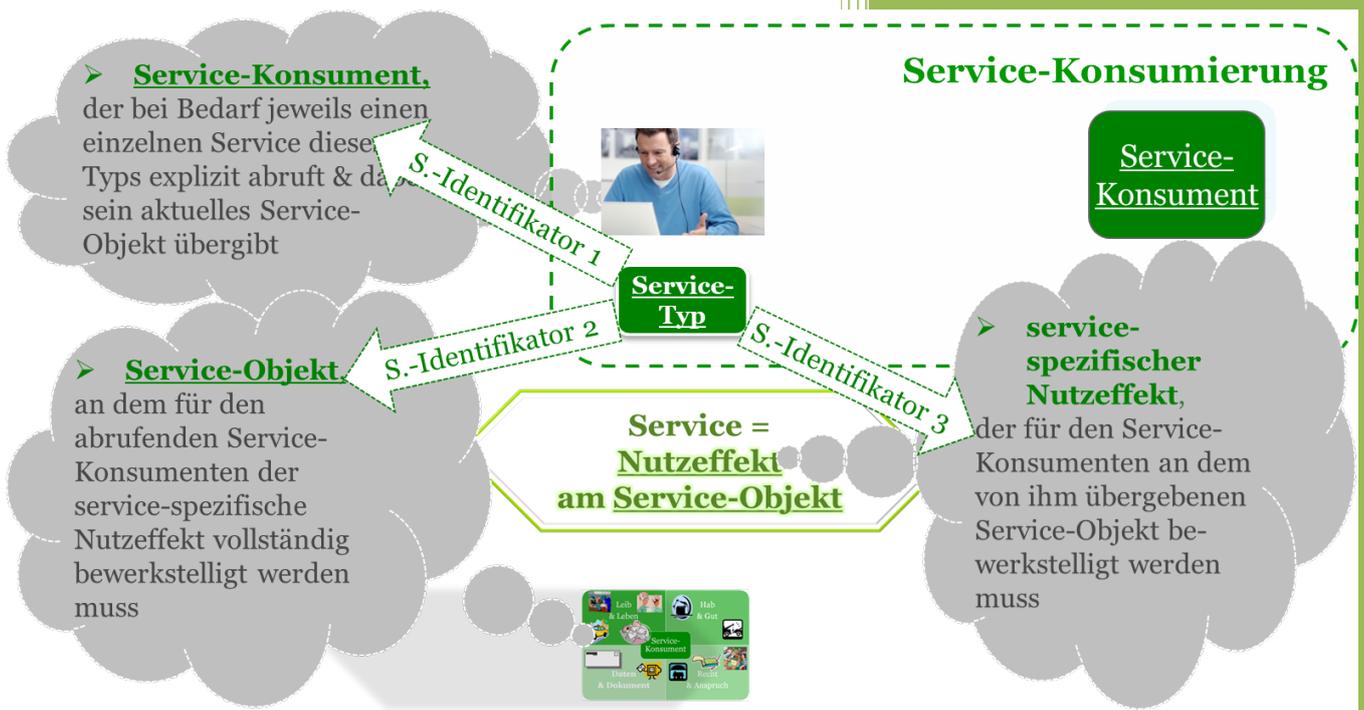


Leitkonzept der Servicialisierung Konzeptpapiere

2024

Service-Identifizierung Service-Typ & Wesensmerkmale



Paul G. Huppertz
servicEvolution
02.04.2024

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand Grundlagen & Grundbegriffe, Modelle & Methoden der Service-Erbringung Konzeptpapier ‚Service-Identifizierung – Service-Typ & Wesensmerkmale‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

Inhalt

01.	Service-Definition & Service-Identifikatoren.....	3
02.	Jedermensch & Service-Konsument.....	5
03.	Service-Konsument & Service-Identifikator	6
04.	Service-Objekt & Service-Identifikator	8
05.	Service-spezifischer Nutzeffekt & Service-Identifikator	9
06.	Servicialisierung – Methodik & Konzeptpapiere	10
07.	Servicialisierung – Methodik & Diskussionspapiere.....	11
08.	Servicialisierung – Methodik & Vortragsunterlagen	12
09.	Serviciologie – Service-Terminologie & Servuktionstheorie	13
10.	S.-Identifizierung & Online-Seminarreihe ‚service@ducation‘	14
11.	S.-Identifizierung & Onsite-Ausbildungsreihe ‚ServicEducation‘.....	18

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand Grundlagen & Grundbegriffe, Modelle & Methoden der Service-Erbringung Konzeptpapier ‚Service-Identifizierung – Service-Typ & Wesensmerkmale‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

01. Service¹-Definition & Service-Identifikatoren

Service ist Nutzeffekt am Service-Objekt

... lautet die einleuchtende & eingängige Kurzfassung der allgemeingültigen & vollständigen, eindeutigen & konsistenten **Definition für den Begriff ‚Service (≡ Dienst)‘**.

- Gemäß dieser Umschreibung umfasst die Erbringung eines Service, dass derjenige Nutzeffekt, der dem abgerufenen **Service-Typ** zugeschrieben ist (= **service-spezifischer Nutzeffekt**), gezielt bewerkstelligt wird an einem bestimmten **Service-Objekt**.
- Ein solches **Service-Objekt** gehört jeweils einem von einem auftraggebenden Service-Kunden autorisierten **Service-Konsumenten**. Letzterer übergibt es bei einem expliziten **Service-Abruf** in die **Servuktionsumgebung** (= **Service-Erbringungsumgebung** = **Service(land)scape**) eines rechenschaftspflichtigen Service Providers, damit dieser daran denjenigen Nutzeffekt bewerkstelligen lässt, der dem abgerufenen Service-Typ zugeschrieben ist, sei es implizit oder explizit.
- Indem er diesen Nutzeffekt an diesem Service-Objekt bewerkstelligen lässt, lässt der Service Provider dessen **Zustand gezielt & qualifiziert ändern** gemäß den aktuellen Erfordernissen & Erwartungen dieses abrufenden Service-Konsumenten.
- Erst auf Basis des vollständig & abschließend geänderten Zustands des von ihm übergebenen Service-Objekts kann dieser abrufende Service-Konsument die von ihm beabsichtigte **Aktivität effizient ausführen**. Genau das war sein Motiv, einen Service dieses Typs abzurufen & sein aktuelles Service-Objekt zu übergeben, auch wenn ihm das nicht bewusst (gewesen) sein mag.



Abbildung 1: Service-Definition – Kurzfassung & Nutzeffekt

Ein erforderlicher bzw. **zur Erbringung angebotener Service-Typ** wird also auf einfache Weise **präzise & prägnant identifiziert** an Hand seiner 3 wesensbestimmenden Merkmale (= **3 Service-Identifikatoren**):

- **Service-Konsument**, der bei Bedarf jeweils einen einzelnen Service dieses Typs explizit abrufen, um eine von ihm beabsichtigte Aktivität effizient auszuführen
- **Service-Objekt**, das ein autorisierter Service-Konsument bei einem expliziten Service-Abruf übergibt in die betreffende Servuktionsumgebung, damit für ihn daran der service-spezifische Nutzeffekt des abgerufenen Service-Typs bewerkstelligt wird
- **Service-spezifischer Nutzeffekt**, den der rechenschaftspflichtige Service Provider auf einen expliziten Service-Abruf eines autorisierten Service-Konsumenten jeweils von Grund auf neu vollständig & abschließend bewerkstelligen lassen muss an demjenigen Service-Objekt, das dieser bei diesem Service-Abruf eigens zu diesem Zweck übergibt in die Servuktionsumgebung (= Service-Erbringungsumgebung) und somit in die Obhut & Verfügungsgewalt dieses Service Providers (= Servuzenten).

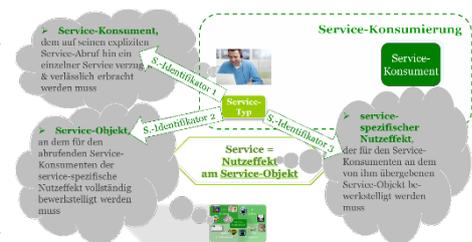


Abbildung 2: Service-Typ – Wesensmerkmale & Service-Identifikation

Diese 3 Identifizierungsmerkmale sind leicht verständlich und die erläuterte Identifizierungsmethode ist einfach anwendbar. Somit kann jedermann für die vielen verschiedenen Services, die er tagtäglich abrufen, jeweils den zugehörigen Service-Typ identifizieren. Auf dieser Basis kann er schnell erkennen, welche Service Provider die gleichen oder voneinander verschiedene **Service-Typen zur Erbringung anbieten**. Nachdem er einen auf diese Weise identifizierten Service-Typ spezifiziert hat gemäß seinen Erfordernissen & Erwartungen, kann er die Angebote von unterschiedlichen Service Providern objektiv miteinander vergleichen. Eine präzise & prägnante Identifikation für einen erforderlichen Service-Typ ist also jeweils das Ausgangsdokument für die gezielte Auswahl zwischen verschiedenen Service-Erbringungsangeboten (= Servuktionsangeboten).

¹ Da gilt ‚Service ≡ Dienst‘, sind auch alle Zusammensetzungen mit diesen Wörtern jeweils identisch, z.B. Service-Identifikator ≡ Dienstidentifikator, Service-Typ ≡ Dienstyp, Service-Konsument ≡ Dienstkonsument, Service-Objekt ≡ Dienstobjekt, service-spezifisch ≡ dienstspezifisch.

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand Grundlagen & Grundbegriffe, Modelle & Methoden der Service-Erbringung Konzeptpapier ‚Service-Identifizierung – Service-Typ & Wesensmerkmale‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

Die generischen & wesensbestimmenden, notwendigen & hinreichenden **3 Service-Identifikatoren** wurden nachvollziehbar abgeleitet aus der **allgemeingültigen & eindeutigen Service-Definition**, die einfach & schlüssig lautet:

Ein Service ist ein Bündel von einmalig konsumierbaren & flüchtigen Nutzeffekten.

- Das Bündel von Nutzeffekten, das einen **Service-Typ** ausmacht, ist diesem zugeschrieben, denn Nutzeffekte kann man nicht in Services dieses Typs implementieren, da jeglicher Service per se **intangibel & immateriell, substanzlos & flüchtig** ist. Dieses Bündel von Nutzeffekten wird repräsentiert durch den **service-spezifischen Nutzeffekt**, der für einen autorisierten Service-Konsumenten auf seinen expliziten **Service-Abruf** hin jeweils vollständig & abschließend bewerkstelligt werden muss an seinem aktuellen **Service-Objekt**. Dazu übergibt er dieses bei einem Service-Abruf in die **Servuktionsumgebung**, die ein rechenchaftspflichtiger Service Provider gezielt eingerichtet hat und aktiv aufrecht erhält sowie zugänglich macht für autorisierte Service-Konsumenten.
- Jemand, der einen einzelnen Service eines bestimmten Typs abgerufen hat, ist jeweils darauf angewiesen, dass durch die Bewerkstelligung des service-spezifischen Nutzeffekts an dem von ihm übergebenen **Service-Objekt dessen Zustand gezielt & qualifiziert geändert** wird gemäß seinen aktuellen Erfordernissen & Erwartungen. Nur wenn das im Verlauf der durch seinen Service-Abruf ausgelösten jeweils einzelnen & einmaligen **Service-Transaktion** erfolgt, kann er die von ihm beabsichtigte bzw. die für ihn aktuell aufkommende Aktivität effizient ausführen & somit **service-basierende Wertschöpfung** realisieren für seinen aktuellen Kontext privater oder beruflicher Art. **Erfolgt diese Zustandsänderung nicht**, dann wurde ihm dieser einzelne, von ihm **abgerufene Service versagt**, was ihm unmittelbar & unausweichlich **Erschwernisse verursacht**, weil er nicht das tun kann, was er vorgesehen hatte und somit **keine service-basierende Wertschöpfung** realisieren kann. Zudem entsteht für ihn dann **unnötiger Zusatzaufwand**, weil er umdisponieren muss, um die erforderliche Zustandsänderung seines Service-Objekts auf andere Weise oder zu einem anderen Zeitpunkt zu erreichen.

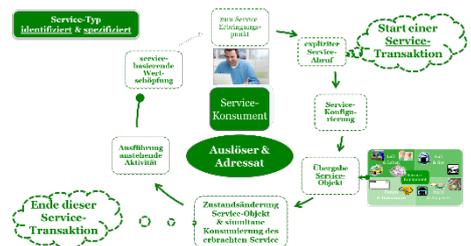


Abbildung 3: Service-Konsument – Service-Objekt & Service-Transaktion

Diese Zusammenhänge werden ersichtlich aus den Erläuterungen zu der allgemeingültigen & eindeutigen Service-Definition. Somit erweist sich diese Definition als schlüssig & valide, praxisrelevant & ergiebig. Erst nachdem sie ausgearbeitet worden war, konnten die 3 Service-Identifikatoren daraus abgeleitet und dann herangezogen werden für die Entwicklung der eingängigen Methode für die präzise & prägnante Identifizierung von erforderlichen Service-Typen. Durch die routinemäßige Anwendung dieser Methode kann man die zahlreichen **Service-Typen**, die verschiedene Service Provider (= Servuzenten) zur Erbringung anbieten, schnell erkennen & präzise erfassen, prägnant gegeneinander **abgrenzen** und nachvollziehbar **einordnen** in die zugehörigen **Service-Kategorien**. Das wird sofort anschaulich & nachvollziehbar, wenn man Beispiele aus dem Alltag betrachtet, wie es im nächsten Abschnitt dargelegt wird.



Abbildung 4: Service-Identifikatoren – Service-Definition & Ableitung

Die **allgemeingültige & vollständige, eindeutige & konsistente Service-Definition** (≡ **Dienst-Definition**) ist der robuste & belastbare Grundstein der **Service-Terminologie** (= **Dienst-Terminologie**) mit den in sich schlüssigen sowie untereinander konsistenten Definitionen aller anderen Service-Termini (= Dienst-Termini) & ihrer Synonyme. Die konsistente & kohärente Service/Dienst-Terminologie ist ihrerseits das solide & selbsttragende Fundament der universell anwendbaren Methoden für **verlässliche & spezifikationsgemäße, rationelle & rentable sowie standardisierte & rationalisierte, automatisierte & optimierte Service/Dienst-Erbringung** (= **Servuktion**), die zusammengefasst sind im **Leitkonzept der Servicialisierung**.

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand Grundlagen & Grundbegriffe, Modelle & Methoden der Service-Erbringung Konzeptpapier ‚Service-Identifizierung – Service-Typ & Wesensmerkmale‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

02. Jedermensch & Service-Konsument

Da **jeder Mensch** an jedem Tag bei Bedarf jeweils einzelne Services verschiedener Service-Typen abrufen, ist er ein **versierter & erfahrener Service-Konsument**, wie sich an den folgenden Alltagsbeispielen zeigt:

- Schon wenn er ein **Elektrogerät** einschaltet, ruft er einen einzelnen **Service des Typs 'elektrischer Energie-versorgungs-Service'** ab, der ihm daraufhin verzugslos & verlässlich, sicher & geschützt sowie vollständig & abschließend erbracht wird, indem das Elektrogerät für ihn kontinuierlich mit elektrischer Energie versorgt wird (= **service-spezifischer Nutzeffekt**), bis er es wieder ausschaltet.
- Wenn er einen Brief (= **Service-Objekt**) einwirft in einen Briefkasten (= **Service-Erbringungspunkt**), ruft er einen einzelnen **Service des Typs 'Briefzustellungs-Service'** ab, der ihm daraufhin vollständig & abschließend erbracht wird, indem der Brief für ihn zugestellt wird in den Briefkasten desjenigen Adressaten, den er vorgibt (= **service-spezifischer Nutzeffekt**).
- Wenn er eine eMail (= **Service-Objekt**) versendet, ruft er einen einzelnen Service des **Typs 'eMail-Zustellungs-Service'** ab, der ihm daraufhin verzugslos & verlässlich, sicher & geschützt sowie vollständig & abschließend erbracht wird, indem für ihn je eine Kopie seiner Original-eMail zugestellt wird in die eMailbox eines jeden Adressaten, den er vorgibt (= **service-spezifischer Nutzeffekt**).



Abbildung 5: Service-Konsument – Jedermensch & Service-Typen

Jedermensch kennt aus seiner Alltagspraxis den oder die möglichen **Service-Erbringungspunkt/e**, an den/die er sich jeweils begeben muss, um einen Service eines bestimmten Typs abzurufen. Ihm ist dann auch klar, welches **Service-Objekt** er dort übergeben muss, damit dessen Zustand für ihn gezielt & qualifiziert geändert wird. Er weiß auch, wann ihm ein von ihm abgerufener **Service erbracht** oder **versagt** wurde, denn das überprüft er jeweils an Hand des **Zustands des von ihm übergebenen Service-Objekts**:

- Entspricht dieser Zustand seinen aktuellen Erfordernissen & Erwartungen, dann wurde ihm dieser Service **vollständig & abschließend erbracht**.
- **In allen anderen Fällen wurde ihm dieser von ihm abgerufene Service versagt.**
- Aus der Sicht & für die Belange eines Service-Konsumenten gilt die eherne Grundregel jeglicher Service-Erbringung: „**Nach (m)einem Service-Abruf gibt es keine Ausreden – entweder Service erbracht oder Service versagt!**“

Die Möglichkeit, das Ergebnis einer Service-Erbringung (= Service-Transaktion) jeweils objektiv nachvollziehbar zu prüfen an Hand des Zustands des bei einem Service-Abruf übergebenen Service-Objekts, kompensiert günstigerweise, dass man einen **Service als solchen in keinerlei Weise sehen oder vorzeigen, nachweisen oder prüfen kann, da er per se intangibel & immateriell, substanzlos & flüchtig** ist. Anders geschrieben: Man kann also nur prüfen, ob eine jeweils einzelne & einmalige Service-Erbringung erfolgreich war oder ob sie gescheitert ist, aber nicht einen erbrachten Service als solchen.

Die unausweichlichen & unabänderlichen **Service-Charakteristika** wurden auf Basis der **Servicianischen Wende** durchgängig berücksichtigt in der allgemeingültigen & vollständigen, eindeutigen & konsistenten **Service-Definition** sowie in den darauf beruhenden Modellen & Methoden. All die Irritationen & Irrtümer, die mit diesen Charakteristika verbunden sind bzw. durch sie verursacht wurden, werden dadurch aufgeklärt bzw. vermieden, so dass rechenschaftspflichtige Service Provider (= Servuzenten) für erforderliche Service-Typen die verlässliche & rentable Service-Erbringung gezielt anstreben & effizient realisieren können.

Ein Service ist per se ...

... unberührbar ,	d.h. man kann ihn weder anfassen noch manipulieren → er kann nicht durch Anfassen geprüft werden
... immateriell ,	d.h. er besteht weder aus Komponenten noch aus Rohstoffen → er kann weder gesehen noch vorgezeigt werden
... substanzlos ,	d.h. er hat weder physische Substanz noch logische Substanz → er kann als solcher nicht unmittelbar nachgewiesen werden
... flüchtig ,	d.h. er wird simultan konsumiert vom Service-Konsumenten → vor Erbringung noch nicht & nachher nicht mehr im Vollzug
... variabel ,	d.h. er wird konfiguriert vom abrufenden Service-Konsumenten → situativ-individuell für jeden S.-Abruf & jede S.-Erbringung
... unbesitzbar ,	d.h. er kann weder verkauft noch gekauft werden → es kann nur Service-Erbringung beauftragt werden
... nicht lagerbar ,	d.h. er kann weder ins Regal gelegt noch transportiert werden → jeder abgerufene Service muss von neuem erbracht werden

Abbildung 6: Service-Charakteristika – Aufzählung & Erklärungen

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand Grundlagen & Grundbegriffe, Modelle & Methoden der Service-Erbringung Konzeptpapier ‚Service-Identifizierung – Service-Typ & Wesensmerkmale‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

03. Service-Konsument & Service-Identifikator

Die Rolle des **Service-Konsumenten** ist für einen erforderlichen bzw. zur Erbringung angebotenen Service-Typ jeweils der erste der 3 Identifikatoren, denn Service-Konsumenten sind

- die jeweiligen **Besitzer** von potenziellen **Service-Objekten**, die jeweils zu einer der **4 generischen Service-Objektkategorien** gehören
- die jeweiligen **Inhaber** der wichtigsten der 4 Hauptrollen aus dem allgemeingültigen & vollständigen **Servuktionsmodell**
- die alleinigen **Auslöser & Adressaten** jeglicher **Service-Erbringung (= Service-Transaktion)**
- die maßgeblichen **Akteure** im tagtäglichen **Service-Triathlon**
- die kritischen **Erfolgsfaktoren** jeder einzelnen & einmaligen **service-basierenden Wertschöpfung** für ihren aktuellen Kontext
- die alleinigen **Umsatzbringer** für rechenschaftspflichtige **Service Provider (= Servuzenten)**.



Abbildung 7: Service-Konsument – Hauptrolle & Aspekte

Kein einziger **Service** wird erbracht

- **ohne** einen autorisierten **Service-Konsumenten** an einem bestimmten **Service-Erbringungspunkt** in der Service-Erbringungsumgebung eines rechenschaftspflichtigen Service Providers
- **ohne** ein **Service-Objekt** eines autorisierten Service-Konsumenten
- **ohne** einen expliziten **Service-Abruf** eines autorisierten Service-Konsumenten an dem von ihm gewählten Service-Erbringungspunkt
- **ohne** die **Übergabe eines Service-Objekts** durch einen abrufenden Service-Konsumenten in die Service-Erbringungsumgebung und somit in Obhut & Verfügungsgewalt des rechenschaftspflichtigen Service Providers, damit dieser daran denjenigen **service-spezifischen Nutzeffekt bewerkstelligen lässt**, der dem abgerufenen Service-Typ implizit oder explizit zugeschrieben ist.

Service-Konsumenten werden jedoch oft

- nur wahrgenommen als **Benutzer** von **Produktexemplaren** oder von **technischen Systemen**
- marginalisiert als „**Endbenutzer**“, „**Endanwender**“ oder „**End User**“
- deklariert als **Kunden**, obwohl Service-Kunde und Service-Konsument **zwei grundverschiedene Rollen** sind
- **nicht erkannt** als Besitzer von potenziellen **Service-Objekten**
- **nicht eingeordnet** als Auslöser & Adressaten von jeweils einzelnen & einmaligen **Service-Transaktionen**
- **nicht berücksichtigt** als Nutznießer der **Zustandsänderungen** der von ihnen übergebenen Service-Objekte.

Alledem zufolge werden die Inhaber der **absolut erfolgskritischen Hauptrolle** jeglicher Service-Erbringung verkannt bzw. ignoriert, so dass ihre Anfragen & Anforderungen, Rückmeldungen & Beschwerden meistens falsch eingeordnet und nicht adäquat bearbeitet werden. Das geschieht u.a., weil die **irrig Vorstellung** vorherrscht, dass **Services verfügbar sein oder gemacht werden könnten**, obwohl das **völlig unmöglich** ist, da jeglicher Service per se jeweils **intangibel & immateriell, substanzlos & flüchtig** ist.

- Verfügbar, d.h. zugänglich & benutzbar, sind allenfalls service-relevante Elemente verschiedener Arten, z.B. technische Systeme, Sachgüter, Ressourcen & Hilfsmittel. Diese sind in jedem Fall & Kontext **grundverschieden** von den jeweils einzelnen & einmaligen Services, die durch deren Einsatz bzw. Benutzung/en erbracht werden, sobald autorisierte Service-Konsumenten welche abrufen.
- Die Verwechslung bzw. Gleichsetzung von service-relevanten Elementen mit „**Services**“ führen zu vielen **Service-Versagungen**, die zwar von den betroffenen Service-Konsumenten beklagt bzw. gemeldet, die aber von den Verantwortlichen nicht verstanden werden und demzufolge von ihnen nicht vermieden werden können. Derweil verursacht diese Verwechslung **strukturelle Ineffizienzen sowie verlustträchtige Konsequenzen** primär für autorisierte Service-Konsumenten, aber auch für rechenschaftspflichtige Service Provider.

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand Grundlagen & Grundbegriffe, Modelle & Methoden der Service-Erbringung Konzeptpapier ‚Service-Identifizierung – Service-Typ & Wesensmerkmale‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

Generell wird verkannt bzw. übersehen, dass **Produktbesitzer & Produzent (= Sachguthersteller)** ein völlig anderes Verhältnis zueinander haben als **Service-Konsument & Servuzent (= Service Provider)**:

- **Produktbesitzer** sind bei der Fertigung ihrer **Produktexemplare** nicht anwesend am jeweiligen **Produktionsstandort** und somit auch nicht involviert in die jeweilige **Produktionstransaktion**. Derweil ist der Produzent weder anwesend noch beteiligt, wenn deren Besitzer von ihm hergestellte Produktexemplare benutzen, indem sie bei Bedarf deren Funktionen betätigen, die diese daraufhin ausführen.
- **Service-Konsumenten** sind bei einem **Service-Abruf** jeweils anwesend an einem bestimmten **Service-Erbringungspunkt** in der Service-Erbringungsumgebung eines rechenschaftspflichtigen Service Providers, wo sie auch ihr jeweiliges **Service-Objekt** übergeben.

Produktbenutzung	Service-Konsumierung
Produktkäufer/-besitzer/-benutzer = betätigt Funktion(en) des Produktexemplars	Service-Konsument = konsumiert erbrachten Service simultan
Produktnutzungsort = Standort/Aufenthaltsort Produktbenutzer	Service-Konsumierungsort = Standort/Aufenthaltsort Service-Konsument
Produzent = Sachguthersteller = nicht anwesend & nicht beteiligt	Service Provider = beteiligt durch Bewerksatelligung & Erbringung
Produktionsort = Standort Fabrik/Produzent, Ort der Montage	Service-Erbringungspunkt = Standort/Aufenthaltsort Service-Konsument
Produktnutzungshäufigkeit = mehrfache Nutzungen/Funktionsbetätigungen	Service-Konsumierungshäufigkeit = einmalig, unwiederholbar & unumkehrbar
Produktnutzungsende = Funktionsuntüchtigkeit, Zerstörung, Abgabe	Service-Konsumierungsende = abgeschlossene Zustandsänderung S-Objekt

Abbildung 8: Produktbenutzung versus Service-Konsumierung

- Auch der **Service Provider** ist bei einer Servuktionstransaktion anwesend & beteiligt, denn er muss das von einem abrufenden Service-Konsumenten übergebene **Service-Objekt übernehmen** (lassen) und dann dessen **Zustand gezielt ändern** (lassen) gemäß den aktuellen Erfordernissen & Erwartungen dieses Service-Konsumenten.
- Der abrufende Service-Konsument wartet bei der von ihm per Service-Abruf ausgelösten **Servuktionstransaktion** auf die abgeschlossene Zustandsänderung seines Service-Objekts, um dann die von ihm **beabsichtigte Aktivität** auszuführen.

Die **einmalige Herstellung** eines Produktexemplars durch einen Produzenten ist **räumlich & zeitlich** getrennt von dessen **wiederholten Benutzungen** durch immer den gleichen oder wechselnde Produktbesitzer.

Im Gegensatz dazu verlaufen die jeweils **einmalige Erbringung** & die jeweils **einmalige Konsumierung** eines abgerufenen Service **simultan zueinander**. Demzufolge ist jede durch einen Service-Abruf eines Service-Konsumenten ausgelöste **Service-Transaktion** einzeln & einmalig, unwiederholbar & unumkehrbar.

Produktionstransaktion	Servuktions-/Service-Transaktion
Auslöser = Produzent/Sachguthersteller = Planer, Initiator & erster Produktionsgeniesser	Auslöser = Service-Konsument = Bedarfsträger, Initiator, Adressat & Nutznießer
Beginn = Start Fertigungsdurchlauf = gemäß Produktionsplanung & -taktung	Beginn = Abruf eines einzelnen Service = Betätigung der service-relevanten Funktion
Input = Baugruppen & Einzelteile = gemäß Stückliste & Bauplan für Produkttyp	Input = Übergabe Service-Objekt = von Service-Konsument an Service Provider
Konfigurierung durch Produzent = Variante Produkttyp & Produktexemplar	Konfigurierung durch S-Konsument = situativ-individuelle Vorgaben f. Transaktion
Ablauf = Montage Produktexemplar = Zusammensetzung Baugruppen & Einzelteile	Ablauf = Nutzeffekt an Service-Objekt = Zustandsänderung des Service-Objekts
Abschluss = Produktexemplar fertig = spezifikationsgemäß & funktionstüchtig	Abschluss = Service-Objekt geändert = spezifikationsgemäß, verlässlich & vollständig

Abbildung 9: Produktionstransaktion versus Servuktionstransaktion

- Nachdem ein **Service-Konsument** sein aktuelles **Service-Objekt** übergeben hat in die **Servuktionsumgebung (= Service-Erbringungsumgebung)** eines rechenschaftspflichtigen Service Providers (= Servuzent), muss dieser dessen Zustand im Verlauf der dadurch ausgelösten **Service-Transaktion** bei Einhaltung des **Uno-actu-Prinzips** und bei Erfüllung der **ACID-Kriterien** vollständig & abschließend ändern lassen gemäß den aktuellen Erfordernissen & Erwartungen dieses Service-Konsumenten.
- Der Service Provider ist während einer solchen Transaktion **gesamthaftend** für den Zustand des betreffenden Service-Objekts, denn er hat es dann in seiner **Obhut & Verfügungsgewalt**, damit er dessen Zustand gezielt & qualifiziert ändern lässt für den abrufenden Service-Konsumenten. Eine solche Zustandsänderung ist das wesentliche & unerlässliche Ergebnis einer verzugslosen & verlässlichen Service-Erbringung. Die zugehörige Service-Transaktion kann ein Service Provider nur dann gezielt gestalten, wenn ihm dieser elementare Ablauf bewusst ist und wenn er ihn durchgängig berücksichtigt.

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand Grundlagen & Grundbegriffe, Modelle & Methoden der Service-Erbringung Konzeptpapier ‚Service-Identifizierung – Service-Typ & Wesensmerkmale‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

04. Service-Objekt & Service-Identifikator

In der Wirtschaftswissenschaft wurde bereits während der 1980er Jahre herausgearbeitet (vgl. Hilke, Wolfgang 1989 in Band 35 ‚*Dienstleistungs-Marketing*‘, S. 10), dass es genau **4 Kategorien von Service-Objekttypen** gibt:

- **Leib & Leben** eines abrufenden Service-Konsumenten, z.B. wenn er transportiert, trainiert, tätowiert oder therapiert wird
- **Hab & Gut** eines abrufenden Service-Konsumenten, z.B. wenn sein PKW repariert oder seine Bekleidung gereinigt wird
- **Recht & Anspruch** eines abrufenden Service-Konsumenten, z.B. wenn er einen PKW mietet oder wenn er ein Elektrogerät einschaltet
- **Daten & Dokumente** eines abrufenden Service-Konsumenten, z.B. wenn er einen Brief aufgibt oder wenn er eine eMail (= Digitalisat = digitalisierte Informationsrepräsentation) versendet.



Abbildung 10: Service-Objekttypen – Service-Objekttypen & Beispiele

Die 4 generischen Kategorien von Dienst-Objekttypen (= Service-Objekttypen) wurden mit Bezug auf die o.a. Quelle auch angeführt sowie eingeordnet als "externe Faktoren eines Dienstleistungsnachfragers" in dem Fachbuch

- Obertitel 'Dienstleistungsmarketing'
- Untertitel '*Grundlagen - Konzepte - Methoden*'
- Autoren: Bruhn, M.; Hadwich, K.; Meffert, H.
- ISBN: 978-3-658-19175-7
- Stand: 9. Auflage, Januar 2018
- Seite 14, Abbildung 1.6

und zwar

- Lebewesen = **Leib & Leben**
- Materielles Gut = **Hab & Gut**
- Nominalgut = **Recht & Anspruch**
- Information = **Daten & Dokumente**

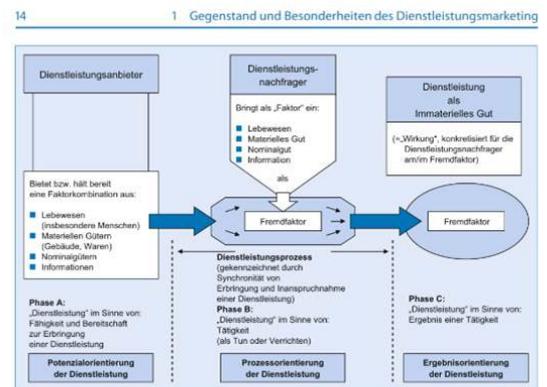


Abb. 1.6 Phasenbezogener Zusammenhang zwischen den drei konstitutiven Merkmalen von Dienstleistungen. (Quelle: Hilke 1984, 1989)

Die so genannten „externen Faktoren eines Dienstleistungsnachfragers“ sind also de facto jeweils **Service/Dienst-Objekte** von autorisierten Service/Dienst-Konsumenten, die diese bei expliziten Service/Dienst-Abrufen jeweils übergeben in die **Servuktionsumgebung (= Service/Dienst-Erbringungsumgebung = Service(land)scape)** und somit in die **Obhut & Verfügungsgewalt** eines rechenschaftspflichtigen Service Providers/Dienstleisters (= Servuzenten).

Die so genannten „Dienstleistungsnachfrager“ sind also de facto von auftraggebenden Service/Dienst-Kunden autorisierte **Service/Dienst-Konsumenten**, die bei Bedarf jeweils einen einzelnen Service/Dienst eines für sie zur Erbringung beauftragten Typs explizit abrufen. Dabei übergeben sie jeweils ihr aktuelles **Service/Dienst-Objekt**, damit dessen Zustand im Verlauf der dadurch ausgelösten, jeweils einzelnen & einmaligen **Service/Dienst-Transaktion** vollständig & abschließend geändert wird gemäß ihren aktuellen Erfordernissen & Erwartungen.

Statt der beim „*Dienstleistungsmarketing*“ diskutierten „3 Dimensionen einer Dienstleistung“ gibt es für jeden erforderlichen Service/Dienst-Typ die **3 Disziplinen des tagtäglichen Service/Dienst-Triathlons**, in dem ein rechenschaftspflichtiger Service Provider/Dienstleister sich als rechenschaftsfähig erweisen muss durch

- gezieltes Herstellen & aktives Aufrechterhalten der **Service/Dienst-Erbringungsbereitschaft (= Servuktionsbereitschaft)** für autorisierte **Service/Dienst-Konsumenten**
- vorausschauendes Vorhalten & dynamisches Anpassen der **Service/Dienst-Erbringungskapazität (= Servuktionskapazität)** gemäß dem Service/Dienst-Abrufaufkommen autorisierter **Service/Dienst-Konsumenten**
- **verzugsloses & verlässliches Erbringen** eines jeden, explizit abgerufenen, jeweils einzelnen & einmaligen Service/Dienstes jeweils exklusiv für & explizit an den abrufenden **Service/Dienst-Konsumenten**.

Dokumentautor Paul G. Huppertz	Dokumentname Service-Identifizierung - Service-Typ und Wesensmerkmale	Dokumentdatum 02.04.2024	Dokumentseite 8 von 20
-----------------------------------	--	-----------------------------	---------------------------

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand Grundlagen & Grundbegriffe, Modelle & Methoden der Service-Erbringung Konzeptpapier ‚Service-Identifizierung – Service-Typ & Wesensmerkmale‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

05. Service-spezifischer Nutzeffekt & Service-Identifikator

Der **service-spezifische Nutzeffekt** eines erforderlichen bzw. zur Erbringung angebotenen Service-Typs ist dessen dritter & maßgeblicher Service-Identifikator. Er repräsentiert dasjenige **Bündel von Nutzeffekten**, das diesem Service-Typ zugeschrieben ist, das ihn ausmacht aus der Sicht & Wahrnehmung von adressierten Service-Konsumenten und das ihn unterscheidet von allen anderen Service-Typen. Für adressierte bzw. autorisierte Service-Konsumenten ist er bei einem für sie erforderlichen Service-Typ das entscheidende Merkmal. Auch wenn unterschiedliche Service-Konsumenten an verschiedenen Service-Erbringungspunkten jeweils einzelne Services dieses Typs explizit abrufen & dabei verschiedene **Service-Objekte** des gleichen Typs übergeben, muss für jeden von ihnen genau dieser service-spezifische Nutzeffekt jeweils von Grund auf neu vollständig & abschließend bewerkstelligt werden an seinem Service-Objekt. Deswegen wird die Beschreibung dieses Nutzeffekts kopiert

- aus der präzisen & prägnanten **Identifikation** des Service-Typs
- in Subattribut 01 ‚**Primärer Nutzeffekt**‘
- von Service-Attribut 01 ‚**Service-Konsumentennutzen**‘
- in der Vorlage für die eindeutige & vollständige Service-Spezifikation.



Abbildung 11: Service-spezifischer Nutzeffekt –
Essenz & Bindeglied

Auf diese einfache & einleuchtende, elegante & effiziente Weise wird der service-spezifische Nutzeffekt eines präzise & prägnant identifizierten Service-Typs zum Ausgangspunkt für die **eindeutige & vollständige Spezifizierung von dessen Service-Erleistungsqualität (= Servuktionsqualität)**. Diese Verknüpfung ist unerlässlich aus den folgenden Gründen:

- Nur auf diese Weise werden die **Erfordernisse & Erwartungen von Service-Konsumenten** durchgängig berücksichtigt, die jeweils die kritischen **Erfolgsfaktoren der service-basierenden Wertschöpfung** sind.
- Nutzeffekte kann man **nicht implementieren** in Services eines bestimmten Typs, da jeglicher Service per se **intangibel & immateriell, substanzlos & flüchtig** ist. Im Gegensatz dazu werden die **Funktionen** eines Produkttyps jeweils **dauerhaft implementiert** in jedes **Produktexemplar** dieses Typs, das per se **tangibel & materiell, substanzhaltig & beständig** ist. Somit können Produktbesitzer diese Funktionen bei Bedarf immer wieder betätigen, woraufhin das Produktexemplar sie jeweils ausführt.

Produkt/Sachgut-Charakteristika	Servukt/Service-Charakteristika
<ul style="list-style-type: none"> • tangibel, anfassbar, manipulierbar • materiell aus Komponenten & Rohstoffen • substanzhaltig, phys. & logische Substanz • beständig, dauerhaft, funktionsfähig • bestellbar & einzeln lieferbar/geliefert • vorproduzierbar & nicht konsumierbar • lagerbar & transportierbar • verkaufbar & kaufbar • übergebbar & übernehmbar • inventarisierbar & bilanzierbar • besitzbar & verlierbar • verwendbar & benutzbar • pflegbar & wartbar • reparierbar & zerstörbar • zurückgebbar & zurücknehmbar 	<ul style="list-style-type: none"> • intangibel, unberührbar, unmanipulierbar • immateriell, keine Bestandteile & Rohstoffe • substanzlos, physisch & logisch • flüchtig, vorübergehend, vergänglich • beauftragbar & einzeln abrufbar • erbringbar & simultan konsumierbar • nicht lagerbar & nicht transportierbar • nicht verkaufbar & nicht kaufbar • nicht übergebbar & nicht übernehmbar • nicht inventarisierbar & nicht bilanzierbar • nicht besitzbar & nicht verlierbar • nicht verwendbar & nicht benutzbar • nicht pflegbar & nicht wartbar • nicht reparierbar & nicht zerstörbar • nicht zurückgebbar & nicht zurücknehmbar

Abbildung 12: Produktcharakteristika
versus Service-Charakteristika

Daraus wird ersichtlich, dass ein bestimmter **Produkttyp** sowie **Produktexemplare** dieses Typs präzise & prägnant identifiziert werden an Hand ihrer wesensbestimmenden **Funktion**, die oft in deren Bezeichnungen erfasst wird, z.B.

- Dosen-Öffner
- Rasen-Mäher
- Geschirr-Spüler
- Schrauben-Dreher
- Flug-Zeug.

Dieser generische & universell anwendbare **Produktidentifikator** wurde nachvollziehbar abgeleitet aus der allgemeingültigen & eindeutigen **Definition für den Begriff ‚Produkt (= Erzeugnis)‘**. Er ist offensichtlich grundverschieden von den generischen & universell anwendbaren **3 Service-Identifikatoren**, die nachvollziehbar abgeleitet wurden aus der allgemeingültigen & eindeutigen **Definition für den Begriff ‚Service (= Dienst)‘**.

Elemente	Produktkategorien, -typen & -exemplare	Service-Kategorien, -Typen & Services
allgemeingültige Qualifikatoren		
allgemeingültige Identifikatoren	• die wesensbestimmende Funktion	1. Service-Konsument 2. Service-Objekt 3. Service-spezifischer Nutzeffekt
Charakteristika	• Tangibilität & Materialität • Substanzhaltigkeit & Beständigkeit	• Intangibilität & Immaterialität • Substanzlosigkeit & Flüchtigkeit
allgemeingültige Begriffsdefinition	Ein Produkt ist ein Bündel von wiederholt auszuführenden & beständigen Funktionen.	Ein Service ist ein Bündel von einmalig konsumierbaren & flüchtigen Nutzeffekten.

Abbildung 13: Produktidentifikation
versus Service-Identifikation

Diese tief gründenden & weit reichenden Unterschiede müssen sowohl **Produzenten (= Produkt/Sachguthersteller)** als auch **Servuzenten (= Service Provider/Dienstleister)** umfassend verstehen & durchgängig berücksichtigen. Das ist unbedingt notwendig, um zu korrigieren, dass irrigerweise **Service als Dienstleistung** deklariert wird und **Dienstleistung als Produkt**, kurzum: **Service = Dienstleistung = Produkt**:

- **„Service steht für alle Arten einer Dienstleistung.“**
- **„Unter einem Produkt wird in der Betriebswirtschaftslehre ein materielles Gut oder eine (immaterielle) Dienstleistung verstanden, die das Ergebnis eines Produktionsprozesses ist.“**

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand Grundlagen & Grundbegriffe, Modelle & Methoden der Service-Erbringung Konzeptpapier ‚Service-Identifizierung – Service-Typ & Wesensmerkmale‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

06. Servicialisierung – Methodik & Konzeptpapiere

Die Grundlagen & Grundbegriffe, Modelle & Methoden, die zusammengefasst sind im Leitkonzept der Servicialisierung, werden jeweils separat hergeleitet & eingeordnet, erläutert & illustriert in den hier aufgeführten Konzeptpapieren. Die bereits ausgearbeiteten Unterlagen stehen in dem [Google Drive Folder ‚Servicialisierung‘](#) zum kostenlosen Download zur Verfügung und deren Inhalte kann jedermann frei verwenden für eigene Belange. Jegliches Feedback ist jederzeit willkommen; es trägt bei zur Revision & Verbesserung, Weiterentwicklung & Pflege des Leitkonzepts.

- [Servicianische Wende – Nutzeffekte statt Charakteristika](#)
- [Service-Terminologie – Glossar & Definitionen](#)
- [Service-Konsument – Wertschöpfer & Umsatzbringer](#)
- [Servicialisierung – Service-Erbringung & Methodik](#)
- [Arbeitsblatt 01 ‚Servicialisierung & Methoden‘](#)
- [Service-Identifizierung – Service-Typ & Wesensmerkmale](#)
- [Service-Kategorien – Service-Objekttypen & Nutzeffekttypen](#)
- [Service-Spezifizierung – Service-Typ & Servuktionsqualität](#)
- [Service-Katalog – Service-Typen & Servuktionsangebote](#)
- [ICTility Service-Katalog – ICTility Service-Typen & Servuktionsangebote](#)
- [Service-Kontrahierung – Service-Kunde & Service-Konsumenten](#)
- [Service-Konzept – Service-Beitragshierarchie & Service-Drehbuch](#)
- [Service-Orchestrierung – Service-Beitragstypen & Service-Beitragszubringer](#)
- [Service-Transaktion – Auslöser & Ablauf](#)
- [Servuktion – Service-Konsumenten & Service-Transaktionen](#)
- [Service-Triathlon – Auslöser & Adressaten](#)
- [Servuktionsumsatz – Service-Erbringungspreis & Service-Menge](#)
- [Service-Trilemma – Dimensionen & Beteiligte](#)
- [Arbeitsblatt 02 ‚ServProMM & BEWUR‘](#)
- [ServProMM – Servuktion & Optimierung \(für 2023 geplant\)](#)
- [Service Provider – Service-Trilemma & Geschäftsmodell](#)

Das Leitkonzept der Servicialisierung wurde erschlossen & erarbeitet im Verlauf der „Reise durch das wilde Servicetan“, die ab dem Jahr 2001 begann mit der einfachen Frage „Was ist ein Service?“. Die Etappen & die Ergebnisse dieser Expedition werden dokumentiert & diskutiert in dem [Reisebericht ‚Durch das wilde Servicetan – Ergebnisse & Erkenntnisse‘](#).

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand Grundlagen & Grundbegriffe, Modelle & Methoden der Service-Erbringung Konzeptpapier ‚Service-Identifizierung – Service-Typ & Wesensmerkmale‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

07. Servicialisierung – Methodik & Diskussionspapiere

Die zahlreichen Ungereimtheiten & Irrtümer im Themen- & Aufgabenbereich der Service/Dienst-Erbringung sowie die Unterschiede zwischen Produkt (= Erzeugnis) versus Service (≡ Dienst) und Dienstleistung) versus Dienst/Service-Erbringung (≡ Servuktion) werden dargelegt & aufgearbeitet in den **Diskussionspapieren**

- Digitalisierung & Servicialisierung – Digitalisate & ICTility Service-Typen
- „Cloud“ – Digitalisierung & Servicialisierung
- „Digitale Services“ versus ICTility Service-Typen
- „Smart Services“ versus ICTility Service-Typen
- „Die IT“ - systemfixiert & service-ignorant
- Software – Produktkategorie & Besonderheiten
- IT-Systeme – Digitalisierungssysteme & Servicialisierungssysteme
- IT-Organisation versus ICTility Service Provider
- Service-Management versus Service-Erbringung
- Service-Management versus Servuktionsmanagement
- ITSM-Prozesse versus Servuktionsmethodik
- Enterprise Service Management versus Service-Erbringungsmanagement
- Serviceverfügbarkeit versus Service-Erbringungsbereitschaft
- Servicequalität versus Service-Erbringungsqualität
- IT-Service-Katalog versus Service-Katalog
- Service Level Agreement versus Service-Erbringungsvereinbarung
- Service-Design versus Service-Konzept
- Serviceorganisation versus Service Provider
- Serviceorientierung versus Servicialisierung
- Managed Services Provider versus ICTility Service Provider
- Cloud Service Provider versus ICTility Service Provider
- Dienst – Wort versus Begriff
- Dienstleistung versus Service
- IT-Dienstleistung versus ICTility Service-Typ
- Dienstleistungsprozess versus Service-Transaktion
- Dienstleistungswirtschaft versus Servuktionswirtschaft
- Dienstleistungsmanagement versus Service-Transaktionsmanagement
- Produkt versus Service
- Produktion versus Servuktion
- Produktionsmanagement versus Servuktionsmanagement
- Produktionswirtschaft versus Servuktionswirtschaft
- Verbraucher versus Service-Konsument
- Servitization versus Servicialisierung
- Service Excellence versus Servicialisierung
- Servicetransformation versus Servuktionsmanagement
- Service Business versus Servuktionsgeschäft
- „Customer Journey“ versus Service-Kontrahierung
- „Pay-per-use“ versus ‚Pay-per-consumption‘
- Service-Definitionen – Zusammenstellung & Analysen
- Workshop ‚Service-Definition‘
- Service Science versus Servicologie

Dokumentautor Paul G. Huppertz	Dokumentname Service-Identifizierung - Service-Typ und Wesensmerkmale	Dokumentdatum 02.04.2024	Dokumentseite 11 von 20
-----------------------------------	--	-----------------------------	----------------------------

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand Grundlagen & Grundbegriffe, Modelle & Methoden der Service-Erbringung Konzeptpapier ‚Service-Identifizierung – Service-Typ & Wesensmerkmale‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

08. Servicialisierung – Methodik & Vortragsunterlagen

Seit dessen Entwicklung ab dem Jahr 2009 wurden zum Leitkonzept der Servicialisierung bei unterschiedlichen Veranstaltungen die folgenden Vorträge gehalten oder Workshops durchgeführt:

Datum	Titel, Download-Link & Gastgeber
2023-02-23	Webimpulsvortrag ‚ Digitalisierung & Servicialisierung – IT-Systeme & Doppelrolle ‘ bei der ACUROC Solutions GmbH
2019-05-14	Vortrag ‚ Service-Typ – präzise Identifizierung & eindeutige Spezifizierung ‘ bei der User Group ‚IT Controlling‘ der Softwareforen Leipzig GmbH
2018-11-29	Vortrag ‚ Servuktions-Controlling – Von IT-Systemen zu ICTility Service-Typen ‘ bei der User Group ‚IT-Service Management‘ der Softwareforen Leipzig GmbH
2016-10-12	Workshop ‚ Service-Identifizierung & Service-Katalog – Von Service-Typ bis Service-Erbringungsangebot ‘ beim Institut für Informationsmanagement im Ingenieurwesen des KIT
2014-09-24	Vortrag ‚ Service-Qualität – Service-Identifizierung & Service-Spezifizierung ‘ bei den IT Quality Days 2014 der Firma ServiceTrace
2014-08-27	Vortrag ‚ Service – Word & Term ‘ bei der International Society of Service Innovation Professionals (ISSIP)
2013-08-23	Vortrag ‚ Service-Definition und Service-Katalog ‘ beim itSMF-Regionalforum Berlin-Brandenburg des itSMF Deutschland e.V.
2013-03-31	Vortrag ‚ Servicialisierung – Leitkonzept für verlässliche & spezifikationsgemäße Service-Erbringung ‘ beim itSMF-Regionalforum Nordbayern des itSMF Deutschland e.V.
2013-12-10	Vortrag ‚ Serviceabrufaufkommen – SLA, Servicekonsument & Serviceabruftrate ‘ beim itSMF-Jahreskongress 2013 des itSMF Deutschland e.V.
2013-12-09	Vortrag ‚ Serviceerbringungsstrategie – Von Geschäftstätigkeit zu Servicekatalog ‘ beim itSMF-Jahreskongress 2013 des itSMF Deutschland e.V.
2013-02-23	Vortrag ‚ ITILisierung und Servicialisierung – IT Service Management versus Service Providing Mgmt ‘ beim itSMF-Regionalforum Bodensee des itSMF Deutschland e.V.
2012-09-13	Vortrag ‚ Mr. Service – Composer & Conductor of Service Providing ‘ beim 3. Jahreskongress des itSMF Russia
2012-05-12	Vortrag ‚ Servicialisation – Service Consumers Center Stage! ‘ beim 9 th Russian IT Management Forum
2011-11-24	Seminar ‚ Service Grundlagen – Von Service-Identifizierung bis Service-Fakturierung ‘ beim itSMF Deutschland e.V.
2011-09-22	Vortrag ‚ Der Service-Konsument – Auslöser & Adressat der Service-Erbringung ‘ beim Call Center Verband e.V. – Region Süd
2011-05-25	Vortrag ‚ Service-Trilemma & Service-Rentabilität – Service-Qualität, -Preis & -Kosten ‘ bei der USU World 2011 der USU Software AG
2011-05-24	Pre-Workshop ‚ Servicialisierung – Von der Service-Identifizierung bis zur Service-Fakturierung ‘ bei der USU World 2011 der USU Software AG
2011-03-28	Vortrag ‚ Servicialisierung – Leitkonzept für verlässliche Service-Erbringung ‘ bei der Frühjahrstagung 2011 des ZKI e.V.
2011-03-08	Vortrag ‚ Servicialisierung – Vom Service-Trilemma zum Service-Triathlon ‘ beim itSMF-Regionalforum Rhein/Sieg des itSMF Deutschland e.V.
2010-12-09	Post-Workshop ‚ Service-Erbringung – verlässlich, rationell & rentabel ‘ beim itSMF-Jahreskongress 2010 des itSMF Deutschland e.V.
2010-12-08	Vortrag ‚ Servicialisierung – Serviceerbringung unter Industrialisierungsbedingungen ‘ beim itSMF-Jahreskongress 2010 des itSMF Deutschland e.V.
2010-12-06	Pre-Workshop ‚ Service-Spezifizierung – Anforderungen & Ansätze ‘ beim itSMF-Jahreskongress 2010 des itSMF Deutschland e.V.
2010-05-18	Workshop ‚ Service-Spezifizierung – eindeutig, vollständig & konsistent mit 12 Attributen ‘ bei der USU World 2010 der USU Software AG
2010-03-25	Vortrag ‚ Service-Erbringungskonzept im Überblick – Von Service-Spezifikation bis S.-Gestehungskosten ‘ beim itSMF-Regionalforum Bodensee des itSMF-Deutschland e.V.
2009-01-21	Vortrag ‚ Der Service-Advokat zur CMDB ‘ beim CMS-Forum 2009 der IIR Deutschland GmbH

Dokumentautor Paul G. Huppertz	Dokumentname Service-Identifizierung - Service-Typ und Wesensmerkmale	Dokumentdatum 02.04.2024	Dokumentseite 12 von 20
-----------------------------------	--	-----------------------------	----------------------------

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand Grundlagen & Grundbegriffe, Modelle & Methoden der Service-Erbringung Konzeptpapier ‚Service-Identifizierung – Service-Typ & Wesensmerkmale‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

09. Serviciologie – Service-Terminologie & Servuktionstheorie

Die Fachwissenschaft der **Serviciologie**

- befasst sich mit der **Logik von Services** & mit der **Logik der Service-Erbringung (≡ Servuktion)**
- umfasst die **begrifflichen & theoretischen Grundlagen** für die generischen & universellen **Modelle & Methoden der standardisierten & rationalisierten, automatisierten Service-Erbringung (≡ Servuktion)**.

Die **Grundbegriffe & Grundelemente der Serviciologie** werden hergeleitet, erläutert & illustriert in dem Konzeptpapier ‚Serviciologie – Service-Terminologie & Servuktionstheorie‘.

Die Fachwissenschaft der Serviciologie wird abgegrenzt gegen die ‚Service Science‘ in dem Diskussionspapier ‚Service Science versus Serviciologie‘.

Wesentliche Referenzdokumente für die solide Fundierung der Serviciologie sind

- der Vortrag ‚Tetraeder der Begriffstheorie – Begriffe als Grundlagen des Wissensmanagements‘ von Prof. emer. Erich Ortner, TU Darmstadt (vgl. Dokumentation zu der Tagung ‚Wissensmanagement im universitären Bereich‘ im Februar 2002 in Darmstadt)
- der Vortrag ‚Rationale Grammatik‘ von Paul Lorenzen

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand Grundlagen & Grundbegriffe, Modelle & Methoden der Service-Erbringung Konzeptpapier ‚Service-Identifizierung – Service-Typ & Wesensmerkmale‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

10. S-Identifizierung & Online-Seminarreihe ‚service@ducation‘

Die universell anwendbaren Grundlagen & Methoden für verlässliche & spezifikationsgemäße, rationelle & rentable Service/Dienst-Erbringung (= Servuktion) werden einführend vorgestellt & anschaulich erläutert in den 12, jeweils einstündigen Themenseminaren der **14-teiligen Online-Seminarreihe ‚service@ducation 2024 – Methodik der Service-Erbringung‘**, und zwar gemäß der folgenden Terminübersicht.

Termin	Nr.	Haupttitel Einzelseminar	Ausschreibung, Unterlagen & Buchung	Status
23.01.2024	ES	Einführung & Überblick	Ausschreibung zum Einführungsseminar	okay
20.02.2024	01	Der Service	Ausschreibung zu Themenseminar 01	okay
12.03.2024	02	Der Service-Konsument	Ausschreibung zu Themenseminar 02	okay
09.04.2024	03	Das Servuktionsmodell	Ausschreibung zu Themenseminar 03	okay
30.04.2024	04	Die Servicialisierung	Ausschreibung zu Themenseminar 04	okay
28.05.2024	05	Die Service-Identifizierung	Ausschreibung zu Themenseminar 05	okay
18.06.2024	06	Die Service-Spezifizierung	Ausschreibung zu Themenseminar 06	okay
09.07.2024	07	Der Service-Katalog	Ausschreibung zu Themenseminar 07	okay
06.08.2024	08	Die Service-Kontrahierung	Ausschreibung zu Themenseminar 08	okay
27.08.2024	09	Das Service-Konzept	Ausschreibung zu Themenseminar 09	okay
17.09.2024	10	Der Service-Triathlon	Ausschreibung zu Themenseminar 10	okay
08.10.2024	11	Der Servuktionsumsatz	Ausschreibung zu Themenseminar 11	okay
05.11.2024	12	Der Service Provider	Ausschreibung zu Themenseminar 12	okay
26.11.2024	AS	Fazit & Ausblick	Ausschreibung zum Abschlussseminar	okay

Abbildung 14: Online-Seminarreihe ‚service@ducation 2024‘ – Termine, Titel & Event-Web-Seiten

- Sie beginnt mit der nachvollziehbaren Herleitung & plausiblen Erläuterung der allgemeingültigen & vollständigen, eindeutigen & konsistenten **Service-Definition**, die beruht auf der **Servicianischen Wende**.
- Sie geht weiter mit der Darstellung der absolut erfolgskritischen Hauptrolle des **Service-Konsumenten** sowie mit deren Einordnung im allgemeingültigen & vollständigen **Servuktionsmodell**.
- Sie umfasst die universell anwendbaren Methoden von der präzisen & prägnanten **Service-Identifizierung** bis zur rationellen & stringenten **Orchestrierung von Service-Beitragszubringern (= Service Contribution Feedern)**.
- Sie schließt ab mit der Herleitung & Erläuterung der 3 Hauptelemente & der 9 Teilmodelle des generischen **Geschäftsmodells für rechenschaftsfähige Service Provider** in jeglicher Servistrie.

Die Seminarinhalte drehen sich um die effiziente Konzertierung & die vorausschauende Dirigierung zahlreicher **Service-Transaktionen** im Verlauf des tagtäglichen **Service-Triathlons**. Durch die konsequente Anwendung der vermittelten Grundlagen & Methoden erreicht ein rechenschaftspflichtiger Service Provider auf mittlere Frist, dass er sich als rechenschaftsfähig erweist durch die verzugslose & verlässliche, sichere & geschützte sowie vollständige & abschließende Erbringung eines jeden explizit abgerufenen, jeweils einzelnen & einmaligen Service jeweils explizit an den abrufenden Service-Konsumenten.



Abbildung 15: Online-Seminarreihe ‚service@ducation‘ - Seminarsequenz & Seminarthemen

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand Grundlagen & Grundbegriffe, Modelle & Methoden der Service-Erbringung Konzeptpapier ‚Service-Identifizierung – Service-Typ & Wesensmerkmale‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

Die 12 Themenseminare sind im Folgenden aufgeführt mit den Angaben zu deren Einordnung, Inhalten & Ergebnissen sowie zu Ausschreibung & Präsentationsunterlagen.

Online-Themenseminar 01 (TS01)		Einordnung	Inhalte	Ergebnisse
Obertitel	Der Service	<ul style="list-style-type: none"> Klärung des Grundbegriffs ‚Service‘ Vermittlung von Service-Verständnis Überblick zu Service-Kontexten Vorbereitung der Service-Identifizierung 	<ul style="list-style-type: none"> Service Wort & Begriff Service-Charakteristika Service-Erbringungs/ Servuktionsmodell Service-Erbringungs/ Servuktionsqualität Beispiele für Service-Typen 	<ul style="list-style-type: none"> Verständnis des Service-Begriffs Verständnis der Service-Charakteristika Verständnis der Service-Erbringungs/ Servuktionsqualität
Untertitel	Definition & Charakteristika			
Datum	20.02.2024 (Dienstag)			
Uhrzeit	19:00 bis 20:00 Uhr			
Event-Web-Seiten	<ul style="list-style-type: none"> <u>Ausschreibung & Buchung</u> <u>Präsentationsunterlagen</u> 			
Online-Themenseminar 02 (TS02)		Einordnung	Inhalte	Ergebnisse
Obertitel	Der Service-Konsument	<ul style="list-style-type: none"> erfolgskritische Rolle Service-Konsument Auslöser & Adressat von Service-Erbringungen Erfolgsfaktor, Wertschöpfer, Umsatzbringer Einbeziehung bei Service-Spezifizierung 	<ul style="list-style-type: none"> Service-Konsument Erfordernisse & Erwartungen Service-Abrufe & Service-Erbringungen Service-Konsumierung service-basierende Wertschöpfung 	<ul style="list-style-type: none"> Verständnis der Service-Konsumentenrolle Unterscheidung von Service-Konsument & Servuktionskunde Unterscheidung von Service-Ergebnis & Service-Wahrnehmung
Untertitel	Wertschöpfer & Umsatzbringer			
Datum	12.03.2024 (Dienstag)			
Uhrzeit	19:00 bis 20:00 Uhr			
Event-Web-Seiten	<ul style="list-style-type: none"> <u>Ausschreibung & Buchung</u> <u>Präsentationsunterlagen</u> 			
Online-Themenseminar 03 (TS03)		Einordnung	Inhalte	Ergebnisse
Obertitel	Das Servuktionsmodell	<ul style="list-style-type: none"> Zusammenstellung der Rollen & Abläufe Hintergrund für Service-Erbringung Rahmen für Service-Konzipierung Grundlage für Aufgabenteilung 	<ul style="list-style-type: none"> Servuktionsumgebung 4 Hauptrollen Erfolgsfaktoren Standardablauf Mitteleinsatz 	<ul style="list-style-type: none"> Verständnis des Servuktionsmodells Verständnis der Hauptrollen & Hauptaktivitäten Vorstellung von Mitteleinsatz für Service-Erbringung
Untertitel	Servuktionsumgebung & Hauptrollen			
Datum	09.04.2024 (Dienstag)			
Uhrzeit	19:00 bis 20:00 Uhr			
Event-Web-Seiten	<ul style="list-style-type: none"> <u>Ausschreibung & Buchung</u> <u>Präsentationsunterlagen</u> 			
Online-Themenseminar 04 (TS04)		Einordnung	Inhalte	Ergebnisse
Obertitel	Die Servicialisierung	<ul style="list-style-type: none"> Generisches & durchgängiges Leitkonzept Service-Identifizierung bis Service-Fakturierung Vollständiges Set aller erforderlichen Methoden Modelle & Methoden kombiniert & verzahnt 	<ul style="list-style-type: none"> 8 Hauptphasen 8 Methoden Objekte der Methoden Ergebnisse der Methodenanwendung Anwendung der Servicialisierung 	<ul style="list-style-type: none"> Verständnis des Leitkonzepts der Servicialisierung Kenntnis der Hauptphasen der Servicialisierung Kenntnis der Methoden, Objekte & Ergebnisse der Servicialisierung
Untertitel	Methoden & Ergebnisse			
Datum	30.04.2024 (Dienstag)			
Uhrzeit	19:00 bis 20:00 Uhr			
Event-Web-Seiten	<ul style="list-style-type: none"> <u>Ausschreibung & Buchung</u> <u>Präsentationsunterlagen</u> 			

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand Grundlagen & Grundbegriffe, Modelle & Methoden der Service-Erbringung Konzeptpapier ‚Service-Identifizierung – Service-Typ & Wesensmerkmale‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

Online-Themenseminar 05 (TS05)		<h3>Einordnung</h3> <ul style="list-style-type: none"> Unterscheidungsmerkmale für Service-Typen Sicht & Wahrnehmung d. Service-Konsumenten Bestätigung durch Service-Konsumenten Ausgangspunkt für Service-Spezifizierung 	<h3>Inhalte</h3> <ul style="list-style-type: none"> Service-Identifikatoren Service-Konsument Service-Objekttypen Nutzeffekttypen Service-Kategorien 	<h3>Ergebnisse</h3> <ul style="list-style-type: none"> Beherrschen der Service-Identifizierung Kennen der Service-Objekte Verstehen von Nutzeffekten
Obertitel	Die Service-Identifizierung			
Untertitel	Service-Typ & Wesensmerkmale			
Datum	28.05.2024 (Dienstag)			
Uhrzeit	19:00 bis 20:00 Uhr			
Event-Web-Seiten	<u>Ausschreibung & Buchung</u> <u>Präsentationsunterlagen</u>			
Online-Themenseminar 06 (TS06)		<h3>Einordnung</h3> <ul style="list-style-type: none"> Grundlage jeglicher Service-Erbringung Anforderungen an Service-Spezifikation Ausgangspunkt für Service-Konzipierung alleiniger Bezug für Service-Erbringung 	<h3>Inhalte</h3> <ul style="list-style-type: none"> Service-Attribute Service Levels Dokumentationsformat Verwendung Pflege 	<h3>Ergebnisse</h3> <ul style="list-style-type: none"> Kenntnis der Spezifizierungsmethode Anwendung der Service-Spezifikation Administration von Service-Spezifikationen
Obertitel	Die Service-Spezifizierung			
Untertitel	Service-Typ & Servuktionsqualität			
Datum	18.06.2024 (Dienstag)			
Uhrzeit	19:00 bis 20:00 Uhr			
Event-Web-Seiten	<u>Ausschreibung & Buchung</u> <u>Präsentationsunterlagen</u>			
Online-Themenseminar 07 (TS07)		<h3>Einordnung</h3> <ul style="list-style-type: none"> Präsentation der Servuktionsangebote Verzeichnis der Service-Spezifikationen Grundlage für Service-Kontrahierung Daueraufgabe des Service Providers 	<h3>Inhalte</h3> <ul style="list-style-type: none"> Anforderungen an Service-Kataloge Grundstruktur eines Service-Katalogs Inhalte eines Service-Katalogs Gestaltungseispiel für Service-Katalog Pflege eines Service-Katalogs 	<h3>Ergebnisse</h3> <ul style="list-style-type: none"> Verständnis des Service-Katalogs Beherrschung der Katalogerstellung Beherrschung der Katalogadministration
Obertitel	Der Service-Katalog			
Untertitel	Service-Typen & Servuktionsangebote			
Datum	09.07.2024 (Dienstag)			
Uhrzeit	19:00 bis 20:00 Uhr			
Event-Web-Seiten	<u>Ausschreibung & Buchung</u> <u>Präsentationsunterlagen</u>			
Online-Themenseminar 08 (TS08)		<h3>Einordnung</h3> <ul style="list-style-type: none"> Grundlage einer Service-Beziehung Ableitung aus Service-Katalog Kernbestandteil Service-Spezifikation Bezugsdokument für Service-Fakturierung 	<h3>Inhalte</h3> <ul style="list-style-type: none"> Grundstruktur des S.-Erbringungskontrakts Inhalte des Service-Erbringungskontrakts Erstellung eines S.-Erbringungskontrakts Verwendung eines S.-Erbringungskontrakts Pflege eines S.-Erbringungskontrakts 	<h3>Ergebnisse</h3> <ul style="list-style-type: none"> Kenntnis der Kontraktstruktur Beherrschung der Kontrakterstellung Beherrschung der Kontraktpflege
Obertitel	Die Service-Kontrahierung			
Untertitel	Service-Kunde & S.-Konsumenten			
Datum	06.08.2024 (Dienstag)			
Uhrzeit	19:00 bis 20:00 Uhr			
Event-Web-Seiten	<u>Ausschreibung & Buchung</u> <u>Präsentationsunterlagen</u>			

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand Grundlagen & Grundbegriffe, Modelle & Methoden der Service-Erbringung Konzeptpapier ‚Service-Identifizierung – Service-Typ & Wesensmerkmale‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

Online-Themenseminar 09 (TS09)		<h3>Einordnung</h3> <ul style="list-style-type: none"> Vorbereitung der Service-Erbringung Anforderungen an Service-Konzept Dokumentation der Service-Transaktion Planungsgrundlage für System- & Mitteleinsatz 	<h3>Inhalte</h3> <ul style="list-style-type: none"> Konzeptbestandteile Service-Spezifikation Service-Beitragshierarchie Service-Drehbuch Konzepterstellung Konzeptumsetzung 	<h3>Ergebnisse</h3> <ul style="list-style-type: none"> Verständnis des Service-Konzepts Beherrschung der Service-Konzipierung Beherrschung der Konzeptumsetzung
Obertitel	Das Service-Konzept			
Untertitel	S.-Beitragstypen & S.-Drehbuch			
Datum	27.08.2024 (Dienstag)			
Uhrzeit	19:00 bis 20:00 Uhr			
Event-Web-Seiten	<u>Ausschreibung & Buchung</u> <u>Präsentationsunterlagen</u>			
Online-Themenseminar 10 (TS10)		<h3>Einordnung</h3> <ul style="list-style-type: none"> Fokussierung auf Service-Konsumenten Orchestrierung von S.-Beitragzubringern Konzertierung der Service-Erbringung Erbringen von abgerufenen Services 	<h3>Inhalte</h3> <ul style="list-style-type: none"> Service-Einspeisenetzwerk Servuktionsbereitschaft Service-Abufrate pro Service-Konsument Service-Abrufaufkommen Servuktionskapazität Service-Erbringungen 	<h3>Ergebnisse</h3> <ul style="list-style-type: none"> Verständnis des Service-Triathlons Kenntnis der 3 Disziplinen Vorstellung von Service-Transaktionen
Obertitel	Der Service-Triathlon			
Untertitel	Auslöser & Adressaten			
Datum	17.09.2024 (Dienstag)			
Uhrzeit	19:00 bis 20:00 Uhr			
Event-Web-Seiten	<u>Ausschreibung & Buchung</u> <u>Präsentationsunterlagen</u>			
Online-Themenseminar 11 (TS11)		<h3>Einordnung</h3> <ul style="list-style-type: none"> Ableitung aus Service-Erbringungs-Kontrakten (SEK) Darstellung der umsatzrelevanten Daten Methode der Umsatzermittlung Grundlage für Rentabilitätsermittlung 	<h3>Inhalte</h3> <ul style="list-style-type: none"> Umsatzgrunddaten Umsatzaspekte Umsatzparameter Umsatzausrichtung Umsatzgestaltung 	<h3>Ergebnisse</h3> <ul style="list-style-type: none"> Kenntnis der Umsatzgrunddaten Kenntnis der Umsatzermittlung Kenntnis der Umsatzgestaltung
Obertitel	Der Servuktionsumsatz			
Untertitel	Servuktionspreis & Service-Menge			
Datum	08.10.2024 (Dienstag)			
Uhrzeit	19:00 bis 20:00Uhr			
Event-Web-Seiten	<u>Ausschreibung & Buchung</u> <u>Präsentationsunterlagen</u>			
Online-Themenseminar 12 (TS12)		<h3>Einordnung</h3> <ul style="list-style-type: none"> Anforderungen aus Service-Trilemma Charakterisierung von Geschäftsmodellen Grundlagen & Struktur für Geschäftsmodell Entwicklung & Etablierung Geschäftsmodell 	<h3>Inhalte</h3> <ul style="list-style-type: none"> Service-Trilemma pro Service-Typ Geschäftsmodell für Service Provider 3 Hauptelemente des Geschäftsmodells 9 Teilmodelle des Geschäftsmodells Lambda-Modell© & ServProMM 	<h3>Ergebnisse</h3> <ul style="list-style-type: none"> Antworten auf das Service-Trilemma Grundlagen zum Geschäftsmodell für Service Provider Kenntnisse für die Etablierung eines Geschäftsmodells
Obertitel	Der Service Provider			
Untertitel	S.-Trilemma & Geschäftsmodell			
Datum	05.11.2024 (Dienstag)			
Uhrzeit	19:00 bis 20:00 Uhr			
Event-Web-Seiten	<u>Ausschreibung & Buchung</u> <u>Präsentationsunterlagen</u>			

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand Grundlagen & Grundbegriffe, Modelle & Methoden der Service-Erbringung Konzeptpapier ‚Service-Identifizierung – Service-Typ & Wesensmerkmale‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

11. S-Identifizierung & Onsite-Ausbildungsreihe ‚ServicEducation‘

Die universell anwendbaren Grundlagen & Grundbegriffe, Modelle & Methoden für standardisierte & rationalisierte, automatisierte & optimierte Service/Dienst-Erbringung (= Servuktion), in deren Fokus adressierte bzw. autorisierte **Service/Dienst-Konsumenten** stehen und die zusammengefasst sind im **Leitkonzept der Servicialisierung**, werden interaktiv vermittelt & praktisch angewendet in den Seminaren & Seminar-Duos der **Onsite-Ausbildungsreihe ‚ServicEducation 2024 – Methodik der Service-Erbringung‘**.



Abbildung 16: Ausbildungsreihe 'ServicEducation – Seminare & Seminar-Duos

In den 4 **Seminar-Duos (SD)** sind jeweils 2 zweitägige Seminare mit zwei eng verknüpften Themen & Methoden zusammengefasst, so dass TeilnehmerInnen sich intensiv & konzentriert damit beschäftigen können.

Code	Obertitel	Untertitel	Ausschreibungen für
SD01	Service-Identifizierung & Service Provider	Von Service-Begriff bis Geschäftsmodell	15.01. – 18.01.2024
			26.02. – 29.02.2024
			06.05. – 09.05.2024
			19.08. – 22.08.2024
			07.10. – 10.10.2024
SD02	Service-Identifizierung & Service-Spezifizierung	Von Service-Begriff bis Servuktionspreis	11.11. – 14.11.2024
			22.01. – 25.01.2024
			04.03. – 07.03.2024
			13.05. – 16.05.2024
			26.08. – 29.08.2024
SD03	Service-Konzipierung & Service-Orchestrierung	Von Service-Spezifikation bis Servuktionsbereitschaft	14.10. – 17.10.2024
			18.11. – 21.11.2024
			29.01. – 01.02.2024
			11.03. – 14.03.2024
			20.05. – 23.05.2024
SD04	Service-Offerierung & Service-Kontrahierung	Von Service-Katalog bis Servuktionskontrakt	02.09. – 05.09.2024
			21.10. – 24.10.2024
			25.11. – 28.11.2024
			05.02. – 08.02.2024
			18.03. – 21.03.2024
			27.05. – 30.05.2024
			09.09. – 12.09.2024
			28.10. – 31.10.2024
			02.12. – 05.12.2024

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand Grundlagen & Grundbegriffe, Modelle & Methoden der Service-Erbringung Konzeptpapier ‚Service-Identifizierung – Service-Typ & Wesensmerkmale‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

Die EinführungsSeminare (ES) & GrundlagenSeminare (GS), die in den Seminar-Duos zusammengefasst sind, können auch in beliebiger Kombination einzeln gebucht & besucht werden zu den in den u.a. Terminen.

Einzelseminare zu Seminar-Duo 01 (SD01) ‚Servicialisierung & Service Provider‘	
EinführungsSeminar 10 (ES10)	
Obertitel	Servicialisierung
Untertitel	Von Service-Identifizierung bis Service-Fakturierung
Aus-schreibung & Unterlagen für ES10 am	15.01. bis 16.01.2024
	26.02. bis 27.02.2024
	06.05. bis 07.05.2024
	19.08. bis 20.08.2024
	07.10. bis 08.10.2024
	11.11. bis 12.11.2024
<p>The diagram illustrates the service process flow: Service-Identifizierung (3 Service-Identifikatoren) → Service-Spezifizierung (12 Standard-Service-Qualifikatoren) → Service-Konzipierung (Service-Beitragstypen & Service-Dreieck) → Service-Orchestrierung (Service Contribution Feeder & Service Feeding Network) → Service-Katalogisierung (Service (Level)-Spezifikationen = Service-Katalogeinträge) → Service-Kontrahierung (Service-Erbringungsbedarf & Service Level-Spezifikation) → Service-Konzertierung (Servuktionsbereitschaft & Servuktionskapazität) → Service-Fakturierung (Service-Erbringungspreis x Service-Menge). It also shows the corresponding consumer-side steps: Service-Konsumentennutzen & primärer Nutzeffekt, Service-Typ & Service-Spezifikation, Service-Typ & Service-Konzept, Service Contribution Agreement, Service Contribution Contract, Servuktionsangebote & Service-Katalog, Service-Erbringungsversprechen, Service-Erbringungsvertrag, Service-Abrufe & Service-Erbringungen, and Service-Abrechnung & Servuktionsumsatz.</p>	
EinführungsSeminar 20 (ES20)	
Obertitel	Service Provider
Untertitel	Von Service-Trilemma bis Geschäftsmodell
Aus-schreibung & Unterlagen für ES20 am	17.01. bis 18.01.2024
	28.02. bis 29.02.2024
	08.05. bis 09.05.2024
	21.08. bis 22.08.2024
	09.10. bis 10.10.2024
	13.11. bis 14.11.2024
<p>The diagram shows the relationship between the Servuktionskunde, Service Provider, and Servuktionsversprechen. It highlights the Service-Konzept, Servuktionsertragsmodell, and Servuktionsversprechen. A text box states: 'Jedem autorisierten Service-Konsumenten ... wird jeder von ihm explizit abgerufene, jeweils einzelne & einmalige Service eines für ihn beauftragten Service-Typs ... bei Einhaltung des Uno-actu-Prinzips verlässlich & spezifikationsgemäß, sicher & geschützt sowie vollständig & abschließend erbracht.' Below this, a list of service types is shown: Service-Identifizierung, Service-Spezifizierung, Service-Konzipierung, Service-Orchestrierung, Service-Katalogisierung, Service-Kontrahierung, Service-Konzertierung, and Service-Fakturierung.</p>	

Einzelseminare zu Seminar-Duo 02 (SD02) ‚Service-Identifizierung & Service-Spezifizierung‘																																											
GrundlagenSeminar 10 (GS10)																																											
Obertitel	Service-Identifizierung																																										
Untertitel	Von Service-Begriff bis Service-Konsumentennutzen																																										
Aus-schreibung & Unterlagen für GS10 am	22.01. bis 23.01.2024																																										
	04.03. bis 05.03.2024																																										
	13.05 bis 14.05.2024																																										
	26.08. bis 27.08.2024																																										
	14.10. bis 15.10.2024																																										
	18.11. bis 19.11.2024																																										
<p>The diagram illustrates the service identification process. It shows a Service-Konsumierung leading to a Service-Konsument. The process involves identifying a Service-Objekt (Service = Nutzeffekt am Service-Objekt) through three S-Identifikatoren (S-Identifikator 1, S-Identifikator 2, S-Identifikator 3) which point to a Service-Typ. Text boxes explain: 'Service-Konsument, dem auf seinen expliziten Service-Abruf hin ein einzelner Service verzugslos & verlässlich erbracht werden muss' and 'Service-Objekt, an dem für den Service-Konsumenten der service-spezifische Nutzeffekt bewerkstelligt werden muss'. A final box states: 'service-spezifischer Nutzeffekt, der für den Service-Konsumenten am dem von ihm übergebenen Service-Objekt bewerkstelligt werden muss'.</p>																																											
GrundlagenSeminar 20 (GS20)																																											
Obertitel	Service-Spezifizierung																																										
Untertitel	Von Service-Konsumentennutzen bis Servuktionspreis																																										
Aus-schreibung & Unterlagen für GS20 am	24.01. bis 25.01.2024																																										
	06.03. bis 07.03.2024																																										
	15.05. bis 16.05.2024																																										
	28.08. bis 29.08.2024																																										
	16.10. bis 17.10.2024																																										
	20.11. bis 21.11.2024																																										
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">Bezeichnung des präzise & prägnant identifizierten Service-Typs</th> </tr> <tr> <th>No.</th> <th>Attributname</th> <th>Attributwert</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>01</td> <td>Service-Konsumentennutzen</td> <td>Aufzählung Nutzeffekte</td> </tr> <tr> <td>02</td> <td>Service-spezifische funktionale Parameter</td> <td>Aufzählung Parameter</td> </tr> <tr> <td>03</td> <td>Service-Erbringungspunkte</td> <td>Aufenthaltsort Konsument</td> </tr> <tr> <td>04</td> <td>Service-Konsumentenanzahl</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>05</td> <td>Service-Erbringungsbereitschaftszeiten</td> <td>Arbeitszeiten von - bis</td> </tr> <tr> <td>06</td> <td>Service-Konsumenten-Support-Zeiten</td> <td>Arbeitszeiten von - bis</td> </tr> <tr> <td>07</td> <td>Service-Konsumenten-Support-Sprachen</td> <td>bestimmte Sprache(n)</td> </tr> <tr> <td>08</td> <td>Service-Erfüllungsmindestquote</td> <td>Mindestprozentsatz</td> </tr> <tr> <td>09</td> <td>Service-Beeinträchtigungsdauer</td> <td>maximal zulässige Dauer</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>Service-Erbringungsdauer</td> <td>maximal zulässige Dauer</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>Service-Erbringungseinheit</td> <td>geändertes Service-Objekt</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>Service-Erbringungspreis</td> <td>Verändertes Preisangebot</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fokus: Erfordernisse & Erwartungen des/der Service-Konsumenten</p>		Bezeichnung des präzise & prägnant identifizierten Service-Typs			No.	Attributname	Attributwert	01	Service-Konsumentennutzen	Aufzählung Nutzeffekte	02	Service-spezifische funktionale Parameter	Aufzählung Parameter	03	Service-Erbringungspunkte	Aufenthaltsort Konsument	04	Service-Konsumentenanzahl	1	05	Service-Erbringungsbereitschaftszeiten	Arbeitszeiten von - bis	06	Service-Konsumenten-Support-Zeiten	Arbeitszeiten von - bis	07	Service-Konsumenten-Support-Sprachen	bestimmte Sprache(n)	08	Service-Erfüllungsmindestquote	Mindestprozentsatz	09	Service-Beeinträchtigungsdauer	maximal zulässige Dauer	10	Service-Erbringungsdauer	maximal zulässige Dauer	11	Service-Erbringungseinheit	geändertes Service-Objekt	12	Service-Erbringungspreis	Verändertes Preisangebot
Bezeichnung des präzise & prägnant identifizierten Service-Typs																																											
No.	Attributname	Attributwert																																									
01	Service-Konsumentennutzen	Aufzählung Nutzeffekte																																									
02	Service-spezifische funktionale Parameter	Aufzählung Parameter																																									
03	Service-Erbringungspunkte	Aufenthaltsort Konsument																																									
04	Service-Konsumentenanzahl	1																																									
05	Service-Erbringungsbereitschaftszeiten	Arbeitszeiten von - bis																																									
06	Service-Konsumenten-Support-Zeiten	Arbeitszeiten von - bis																																									
07	Service-Konsumenten-Support-Sprachen	bestimmte Sprache(n)																																									
08	Service-Erfüllungsmindestquote	Mindestprozentsatz																																									
09	Service-Beeinträchtigungsdauer	maximal zulässige Dauer																																									
10	Service-Erbringungsdauer	maximal zulässige Dauer																																									
11	Service-Erbringungseinheit	geändertes Service-Objekt																																									
12	Service-Erbringungspreis	Verändertes Preisangebot																																									

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand Grundlagen & Grundbegriffe, Modelle & Methoden der Service-Erbringung Konzeptpapier ‚Service-Identifizierung – Service-Typ & Wesensmerkmale‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

Einzelseminare zu Seminar-Duo 03 (SD03) ‚Service-Konzipierung & Service-Orchestrierung‘		
GrundlagenSeminar 30 (GS30)		
Obertitel	Service-Konzipierung	
Untertitel	Von Service-Spezifikation bis Service-Konzept	
Aus-schrei-bung & Unter-lagen für GS30 am	<u>29.01. bis 30.01.2024</u>	
	<u>11.03. bis 12.03.2024</u>	
	<u>20.05. bis 21.05.2024</u>	
	<u>02.09. bis 03.09.2024</u>	
	<u>21.10. bis 22.10.2024</u>	
<u>25.11. bis 26.11.2024</u>		
GrundlagenSeminar 40 (GS40)		
Obertitel	Service-Orchestrierung	
Untertitel	Von Service-Konzept bis Servuktionsbereitschaft	
Aus-schrei-bung & Unter-lagen für GS40 am	<u>31.01. bis 01.02.2024</u>	
	<u>13.03. bis 14.03.2024</u>	
	<u>22.05. bis 23.05.2024</u>	
	<u>04.09. bis 05.09.2024</u>	
	<u>23.10. bis 24.10.2024</u>	
<u>27.11. bis 28.11.2024</u>		

Einzelseminare zu Seminar-Duo 04 (SD04) ‚Service-Offertierung & Service-Kontrahierung‘		
GrundlagenSeminar 50 (GS50)		
Obertitel	Service-Offertierung	
Untertitel	Von Service-Spezifikation bis Service-Katalog	
Aus-schrei-bung & Unter-lagen für GS10 am	<u>05.02. bis 06.02.2024</u>	
	<u>18.03. bis 19.03.2024</u>	
	<u>27.05. bis 28.05.2024</u>	
	<u>09.09. bis 10.09.2024</u>	
	<u>28.10. bis 29.10.2024</u>	
<u>02.12. bis 03.12.2024</u>		
GrundlagenSeminar 60 (GS60)		
Obertitel	Service-Kontrahierung	
Untertitel	Von Service-Katalog bis Servuktionskontrakt	
Aus-schrei-bung & Unter-lagen für GS20 am	<u>07.02. bis 08.02.2024</u>	
	<u>20.03. bis 21.03.2024</u>	
	<u>29.05. bis 30.05.2024</u>	
	<u>11.09. bis 12.09.2024</u>	
	<u>30.10. bis 31.10.2024</u>	
<u>04.12. bis 05.12.2024</u>		