

# Leitkonzept der Servicialisierung

## Konzeptpapiere

# 2024

## Service-Kategorien

### Service-Objekttypen & Nutzeffekttypen

Service-Objekt -typen	Service-Objektkategorien			
	Leib & Leben	Hab & Gut	Recht & Anspruch	Daten & Dokumente
Nutzeffekttypen	eines abrufenden Service-Konsumenten			
Ausbildung	Ausbildungs-S.			
Verpflegung	Verpflegungs-S.			
Beförderung	Beförderungs-S.			
Betreuung	Betreuungs-S.			
Reinigung		Reinigungs-S.		
Pflege		Pflege-S.		
Wartung		Wartungs-S.		
Reparierung		Reparierungs-S.		
Versorgung			Versorgungs-S.	
Entsorgung			Entsorgungs-S.	
Vermietung			Vermietungs-S.	
Versicherung			Versicherungs-S.	
Erstellung				Erstellungs-S.
Zustellung				Zustellungs-S.
Vervielfältigung				Kopier-S.
Aufbewahrung				Aufbewahrungs-S.

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 <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung Konzeptpapier ‚Service-Kategorien – Service-Objektypen &amp; Nutzeffekttypen‘</b>	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

## Inhalt

01.	Service-Typ - Service-Identifikatoren & Service-Identifikation .....	3
02.	Service-Objekt – Service-Konsument & Service-Transaktion .....	4
03.	Service-Kategorien - Service-Objektypen & Nutzeffekttypen.....	5
04.	Service-Objektypen – S.-Identifikatoren & Service-Kategorien .....	7
05.	Nutzeffekttypen – Service-Identifikatoren & Service-Kategorien .....	11
06.	Service-Objekte – Service-Typen & Servuktionsqualität .....	13
07.	Service-Kategorien versus Produktkategorien .....	15
08.	Servicialisierung – Methodik & Konzeptpapiere .....	18
09.	Servicialisierung – Methodik & Diskussionspapiere .....	19
10.	Servicialisierung – Methodik & Vortragsunterlagen .....	20
11.	Serviciologie – Service-Terminologie & Servuktionstheorie .....	21
12.	Service-Kategorien & Online-Seminarreihe ‚service@ducation‘ .....	22
13.	Service-Kategorien & Onsite-Ausbildungsreihe ‚ServicEducation‘ .....	26

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> Konzeptpapier ‚Service-Kategorien – Service-Objekttypen & Nutzeffekttypen‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

# 01. Service-Typ - Service-Identifikatoren & Service-Identifikation

Jeder erforderliche bzw. zur Erbringung angebotene **Service-Typ<sup>1</sup>** wird auf einfache & eingängige Weise **präzise & prägnant identifiziert** an Hand seiner 3 wesensbestimmenden Merkmale (= **3 Service-Identifikatoren**):

1. **Service-Konsument**, der bei Bedarf jeweils einen einzelnen Service dieses Service-Typs abrufen, um eine von ihm beabsichtigte Aktivität effizient auszuführen
2. **Service-Objekt**, das ein autorisierter Service-Konsument bei einem expliziten Service-Abruf übergibt in die betreffende Service-Erbringungsumgebung, damit für ihn daran derjenige service-spezifische Nutzeffekt bewerkstelligt wird, der dem abgerufenen Service zugeschrieben ist
3. **Service-spezifischer Nutzeffekt**, den der rechenschaftspflichtige Service Provider auf einen expliziten Service-Abruf eines autorisierten Service-Konsumenten vollständig & abschließend bewerkstelligen lassen muss an demjenigen Service-Objekt, das dieser bei einem Service-Abruf eigens zu diesem Zweck übergibt in die Service-Erbringungsumgebung dieses Service Providers.

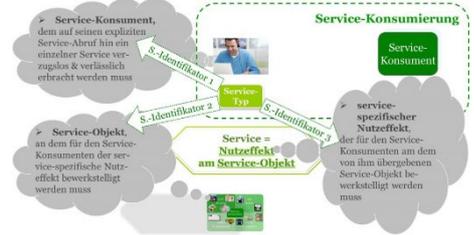


Abbildung 1: Service-Typ – Service-Identifikatoren & Erläuterungen

Die 3 generischen & universell anwendbaren Service-Identifikatoren wurden nachvollziehbar abgeleitet aus der allgemeingültigen & vollständigen, eindeutigen & konsistenten **Definition für den Begriff ‚Service‘**.

- Dasjenige Bündel von Nutzeffekten, das einen **Service-Typ** ausmacht aus der Sicht & Wahrnehmung von adressierten bzw. autorisierten Service-Konsumenten, repräsentiert der **service-spezifische Nutzeffekt**.
- Nutzeffekte können nicht in Services implementiert werden, da jeglicher Service per se **intangibel & immateriell, substanzlos & flüchtig** ist. Deswegen ist der service-spezifische Nutzeffekt dem betreffenden Service-Typ im- oder explizit zugeschrieben und er muss jeweils von neuem bewerkstelligt werden an dem **Service-Objekt** eines Service-Konsumenten, der einen Services dieses Typs abrufen.
- Sein aktuelles Service-Objekt übergibt ein autorisierter Service-Konsument bei einem **Abruf eines einzelnen Service** in die **Service-Erbringungsumgebung (≡ Servuktionsumgebung = Service(land)scape)** und somit in die Obhut & Verfügungsgewalt eines rechenschaftspflichtigen Service Providers.
- Dieser Service Provider muss im Verlauf der durch den Service-Abruf ausgelösten, jeweils einzelnen & einmaligen **Service-Transaktion** den service-spezifischen Nutzeffekt bewerkstelligen lassen an diesem übergebenen Service-Objekt. Dadurch ändert er dessen Zustand gemäß den aktuellen Erfordernissen & Erwartungen des abrufenden Service-Konsumenten.
- Erst auf Basis des vollständig & abschließend geänderten Zustands des von ihm beim Service-Abruf übergebenen Service-Objekts kann ein abrufender Service-Konsument die von ihm beabsichtigte Aktivität effizient ausführen und somit **service-basierende Wertschöpfung** realisieren für seinen aktuellen Kontext privater oder beruflicher Art.



Abbildung 2: Service-Typ – Service-Identifikatoren & Herleitung

Somit erweist sich die solide fundierte & plausibel erläuterte Service-Definition direkt als schlüssig & valide sowie als praxisrelevant & ergiebig. Das gilt insbesondere, da sie identisch ist mit der Definition für den Begriff ‚Dienst‘, denn es gilt: **„Service ≡ Dienst“**. Somit gelten alle Aussagen zu Komposita/Zusammensetzungen mit dem Begriff ‚Service‘ auch für die entsprechenden Komposita mit dem Begriff ‚Dienst‘.

In dem **Diskussionspapier ‚Workshop ‚Service-Definition‘** wird dargelegt, dass schon im Jahr 1803 der **grundstürzende Fehler** begangen wurde, die Service-Charakteristika als **Essenz/Quidditas/Washeit** von Services einzuordnen, obwohl sie nur deren **Akzidentien/Qualitäten/Wieheiten** sind. Erst als dieser Fehlernach der & auf Basis der **Servicianischen Wende** in konsistenter Weise korrigiert wurde, konnte die längst überfällige Service-Definition systematisch erarbeitet & ergiebig ausgeschöpft werden.

<sup>1</sup> Da die Begriffe ‚Service‘ und ‚Dienst‘ identisch sind, sind auch alle Zusammensetzungen (= Komposita) mit diesen Begriffen jeweils identisch. Insbesondere gilt: Service-Typ = Dienstyp, Service-Identifikator = Dienstidentifikator, Service-Konsument = Dienst-Konsument, Service-Objekt = Dienstobjekt.

Dokumentautor Paul G. Huppertz	Dokumentname Service-Kategorien - Service-Objekttypen und Nutzeffekttypen	Dokumentdatum 02.04.2024	Dokumentseite 3 von 28
-----------------------------------	--	-----------------------------	---------------------------

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> Konzeptpapier „Service-Kategorien – Service-Objekttypen & Nutzeffekttypen“	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

## 02. Service-Objekt – Service-Konsument & Service-Transaktion

Sobald ein autorisierter **Service-Konsument** an einem von ihm gewählten **Service-Erbringungspunkt** einen einzelnen Service eines bestimmten Service-Typs abrufen & dabei sein aktuelles **Service-Objekt** übergibt in die betreffende **Service-Erbringungsumgebung** (≡ **Servuktionsumgebung**), löst er einzelne & einmalige **Service-Transaktion** aus. Der rechenschaftspflichtige **Service Provider** muss dann gewährleisten, dass im Verlauf dieser Transaktion der Zustand dieses Service-Objekts bei **Einhaltung des Uno-actu-Prinzips** & bei Erfüllung der **ACID-Kriterien**



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

- verzugs- & reibungslos
- sicher & geschützt
- verlässlich & vereinbarungs- oder vertragsgemäß
- spezifikations- & konfigurierungsgemäß
- rationell & rentabel
- vollständig & abschließend

geändert wird gemäß den aktuellen Erfordernissen & Erwartungen dieses abrufenden Service-Konsumenten (= **Service-Transaktionsergebnis**). Erst auf Basis des vollständig & abschließend geänderten Zustands des von ihm übergebenen Service-Objekts kann dieser die von ihm beabsichtigte Aktivität effizient ausführen (= **Service-Transaktionseffekt**) & somit jeweils **service-basierende Wertschöpfung** realisieren für seinen aktuellen Kontext.

### Service ist Nutzeffekt am Service-Objekt

... lautet demzufolge die einfache, eingängige & einleuchtende Kurzfassung der allgemeingültigen & vollständigen, eindeutigen & konsistenten Definition für den Begriff 'Service = (Dienst)'. Der **service-spezifische Nutzeffekt**, der einem **präzise & prägnant identifizierten Service-Typ** zugeschrieben ist,

- wird für einen **autorisierten Service-Konsumenten** auf seinen expliziten Service-Abwurf hin jeweils einmalig von Grund auf neu bewerkstelligt an dem von ihm übergebenen **Service-Objekt**
- wird simultan zu seiner Bewerkstelligung konsumiert vom abrufenden Service-Konsumenten zwecks effizienter Ausführung der von ihm beabsichtigten Aktivität auf Basis des geänderten Zustands seines **Service-Objekts**
- ist somit dasjenige Merkmal, das einen erforderlichen **Service-Typ** ausmacht aus der Sicht & Wahrnehmung von adressierten bzw. autorisierten Service-Konsumenten.



Abbildung 4: Service-Definition – Nutzeffekt & Erläuterung

Die von autorisierten **Service-Konsumenten** bei expliziten Service-Abrufen jeweils übergebenen **Service-Objekte** sind also von zentraler Bedeutung, denn ohne sie sind keine Service-Transaktionen nötig, in deren Verlauf deren Zustände jeweils geändert werden müssen. Service-Konsumenten sind

- die jeweiligen **Besitzer** von potenziellen **Service-Objekten**
- die alleinigen **Auslöser & Adressaten** jeglicher **Service-Erbringung** (= **Service-Transaktion**)
- die kritischen **Erfolgsfaktoren** jeder einzelnen & einmaligen **service-basierenden Wertschöpfung** für ihren jeweiligen Kontext
- die alleinigen **Umsatzbringer** für rechenschaftspflichtige **Service Provider**.



Abbildung 5: Service-Konsument – Hauptrolle & Aspekte

Alledem zufolge besetzen Service-Konsumenten die wichtigste der 4 generischen Hauptrollen im allgemeingültigen & vollständigen **Servuktionsmodell** (≡ **Service-Erbringungsmodell**). Des Weiteren stehen sie von Beginn an im Fokus des universell anwendbaren **Leitkonzepts der Servicialisierung** & des generischen **Geschäftsmodells für rechenschaftsfähige Service Provider** (≡ **Servuzenten**).

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> <b>Konzeptpapier ‚Service-Kategorien – Service-Objektypen &amp; Nutzeffektypen‘</b>	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

### 03. Service-Kategorien - Service-Objektypen & Nutzeffektypen

In der Wirtschaftswissenschaft wurde bereits während der 1980er Jahre herausgearbeitet (vgl. Hilke, Wolfgang 1989 in Band 35 ‚Dienstleistungs-Marketing‘, S. 11), dass es genau **4 Kategorien von Service-Objektypen** gibt, wobei **Digitalisate** in Form von **Dateien** oder **Datensätzen** zu einer davon gehören können:

- **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 eine Wohnung oder 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) versendet.

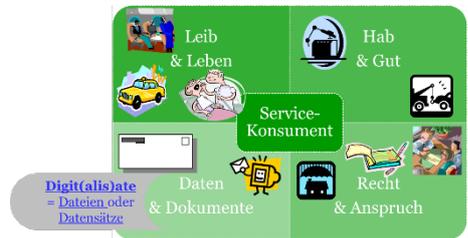


Abbildung 6: Service-Objektypen – Kategorien & Beispiele

Die 4 generischen Kategorien von Dienst-Objektypen (≡ Service-Objektypen) wurden auch angeführt sowie eingeordnet als *externe Faktoren eines Dienstleistungsnachfragers* in dem Fachbuch

- Obertitel *‘Dienstleistungsmarketing‘*
- Untertitel *‘Grundlagen - Konzepte - Methoden‘*
- Autoren: Bruhn, Manfred; Hadwich, Karsten; Meffert, Heribert
- ISBN: 978-3-658-19175-7
- Stand: 9. Auflage, Januar 2018
- Seite 14, Abbildung 1.6

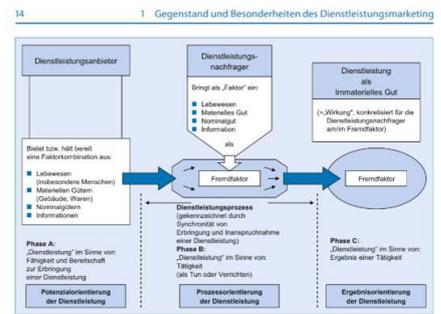


Abb. 1.6 Phasenbezogener Zusammenhang zwischen den drei konstitutiven Merkmalen von Dienstleistungen. (Quelle: Hilke 1984, 1989)

und zwar

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

Die so genannten *„externen Faktoren eines Dienstleistungsnachfragers“* sind also de facto jeweils **Dienst-Objekte (≡ Service-Objekte)** von autorisierten **Dienst-Konsumenten (≡ Service-Konsumenten)**. Sie übergeben diese bei expliziten **Dienst-Abrufen (≡ Service-Abrufen)** an einem von ihnen gewählten Dienst-Erbringungspunkt (≡ Service-Erbringungspunkt) jeweils in die Dienst-Erbringungsumgebung (≡ Service-Erbringungsumgebung) eines rechenschaftspflichtigen Dienstleisters (≡ Service Providers), damit dieser daran denjenigen **dienst-spezifischen (≡ service-spezifischen) Nutzeffekt** bewerkstelligen lässt, der dem abgerufenen Dienstyp (≡ Service-Typ) zugeschrieben ist.

Dienst/Service-Konsumenten sind also nicht nur als Auslöser & Adressaten jeglicher Dienst/Service-Erbringung von zentraler Bedeutung, sondern vor allem als **Besitzer von potenziellen Dienst/Service-Objekten**. Deswegen müssen rechenschaftspflichtige Dienstleister/Service Provider die 4 Kategorien von Dienst/Service-Objektypen unbedingt kennen & adäquat berücksichtigen. Nur dann können sie autorisierten Dienst/Service-Konsumenten die von ihnen explizit abgerufenen, jeweils einzelnen & einmaligen Dienste/Services der verschiedenen Typen verzugslos & verlässlich erbringen lassen, indem sie die Zustände der von diesen übergebenen Dienst/Service-Objekten jeweils vollständig & abschließend ändern lassen gemäß deren aktuellen Erfordernissen & Erwartungen. Derartige Zustandsänderungen sind die wesentlichen & unerlässlichen Ergebnisse der jeweils einzelnen & einmaligen Dienst/Service-Transaktionen, die während des tagtäglichen **Dienst/Service-Triathlons** das geschäftliche Geschehen von Dienstleistern/Service Providern bestimmen. Sie müssen diese Transaktionen für jeden erforderlichen Dienst/Service-Typ jeweils einmal systematisch vorbereiten sowie auf Abruf jedes Mal wieder von neuem sorgfältig ausführen lassen. Nur kann können sie die Mengen verlässlich erbrachter & simultan konsumierter Dienste/Services der bei ihnen beauftragten Dienst/Service-Typen legitimerweise & nachvollziehbarerweise **periodisch fakturieren bei den auftraggebenden Dienst/Service-Kunden.**

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> Konzeptpapier ‚Service-Kategorien – Service-Objekttypen & Nutzeffekttypen‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

Die generischen 4 Kategorien von **Service-Objekttypen** werden in Kombination mit den möglichen bzw. relevanten **Nutzeffekttypen** herangezogen, um auf einfache & eingängige Weise

- **Service-Typen** jeweils präzise zu identifizieren & prägnant gegeneinander abzugrenzen
- **Service-Kategorien** zu bilden aus Service-Typen mit gleichen Wesensmerkmalen
- **Servistrien** (Antonym zu **Industrien**) zu verknüpfen mit den betreffenden Service-Kategorien
- **Service Provider** den entsprechenden Servistrien zuzuordnen.

Service-Objekt -typen Nutzeffekttypen	Service-Objektkategorien			
	Leib & Leben	Hab & Gut	Recht & Anspruch	Daten & Dokumente
	eines abrufenden Service-Konsumenten			
Ausbildung	<b>Ausbildungs-S.</b>			
Verpflegung	<b>Verpflegungs-S.</b>			
Beförderung	<b>Beförderungs-S.</b>			
Betreuung	<b>Betreuungs-S.</b>			
Reinigung		<b>Reinigungs-S.</b>		
Pflege		<b>Pflege-S.</b>		
Wartung		<b>Wartungs-S.</b>		
Reparierung		<b>Reparierungs-S.</b>		
Versorgung			<b>Versorgungs-S.</b>	
Entsorgung			<b>Entsorgungs-S.</b>	
Vermietung			<b>Vermietungs-S.</b>	
Versicherung			<b>Versicherungs-S.</b>	
Erstellung				<b>Erstellungs-S.</b>
Zustellung				<b>Zustellungs-S.</b>
Vervielfältigung				<b>Kopier-S.</b>
Aufbewahrung				<b>Aufbewahrungs-S.</b>

Somit erweist sich die nachvollziehbar hergeleitete & plausibel erklärte, allgemeingültige & konsistente **Service-Definition (≡ Dienstdefinition)** mehrfach als schlüssig & valide sowie als praxisrelevant & ergiebig:

- Aus ihr wurden die generischen & wesensbestimmenden, notwendigen & hinreichenden 3 Merkmale für die **präzise & prägnante Identifizierung von Service/Dienst-Typen** nachvollziehbar abgeleitet.
- Der Service/Dienst-Identifikator ‚Service/Dienst-Objekt‘ mit den genau 4 Kategorien von Service/Dienst-Objekttypen verhilft dazu, die zahlreichen, zur Erbringung angebotenen Service/Dienst-Typen übersichtlich zu ordnen und zu **Service/Dienst-Kategorien** zusammenzufassen.
- Jeder präzise identifizierte Service/Dienst-Typ wird in weiteren Schritten jeweils **eindeutig & vollständig spezifiziert** auf Basis der 12 Standard-Service/Dienst-Attribute (= **12 Standard-Service/Dienst-Qualifikatoren**), die mit ihren jeweiligen Erklärungen ebenfalls abgeleitet wurden aus der Service/Dienst-Definition.

Die eindeutige & konsistente Service/Dienst-Definition ist zudem der robuste & belastbare Grundstein der **Service/Dienst-Terminologie** mit den in sich schlüssigen sowie untereinander konsistenten Service Definitionen für alle weiteren **Service/Dienst-Termini** & deren **Synonyme**. Die konsistente & kohärente Service/Dienst-Terminologie ist ihrerseits das solide & selbsttragende Fundament der universell anwendbaren **Methoden für standardisierte & rationalisierte, automatisierte & optimierte Service/Dienst-Erbringung (≡ Servuktion)**, die zusammengefasst sind im generischen & durchgängigen **Leitkonzept der Servicialisierung**. Dieses Leitkonzept ist seinerseits der Kern & das zweite der 3 Hauptelemente des generischen **Geschäftsmodells für rechenschaftsfähige Service Provider/Dienstleister**.



Abbildung 7: Servicialisierung – Leitkonzept & Methoden

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> <b>Konzeptpapier ‚Service-Kategorien – Service-Objekttypen &amp; Nutzeffekttypen‘</b>	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

## 04. Service-Objekttypen – S-Identifikatoren & Service-Kategorien

Mit Bezug auf

- den **Service-Objekttyp 'Leib & Leben'** eines abrufenden Service-Konsumenten'
- verschiedene **Nutzeffekttypen**

werden präzise identifiziert & prägnant abgegrenzt die **Service-Oberkategorie der personenbezogenen Service-Typen** sowie jeder erbrachte bzw. erforderliche Service-Typ dieser Kategorie, wie z.B.

- Ausbildungs-Service
- Fortbildungs-Service
- Fitness-Trainings-Service
- Personenbeförderungs-Service
- Verpflegungs-Service
- Gesunderhaltungs-Service
- Krankenpflege-Service
- Reha(bilitierungs)-Service
- Altenpflege-Service.

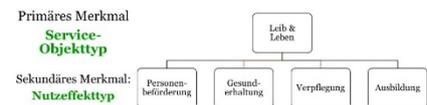


Abbildung 8: personenbezogene Service-Typen – Service-Objekttyp & Nutzeffekttypen

Bei den Service-Typen dieser Kategorie ist es offensichtlich besonders wichtig, dass die rechenschaftspflichtigen Service Provider die abrufenden Service-Konsumenten jeweils mit ihrem **Leib & Leben** in den Fokus aller Betrachtungen & Bestrebungen, Methoden & Maßnahmen stellen.

Innerhalb der Service-Oberkategorie der personenbezogenen Service-Typen kann man auf einfache & eingängige Weise unterschiedliche **Service-Unterkategorien** abgrenzen. Für die Erbringung von Services dieser Typen müssen die jeweils rechenschaftspflichtigen Service Provider in den betreffenden Servuktionsumgebungen entsprechende Anlagen & Einrichtungen, Systeme & Sachgüter, Ressourcen & Hilfsmittel planen & beschaffen, bereithalten & einrichten, einsetzen & (be)nutzen, z.B.

- Haltestellen, Transportsysteme, Fahrer, Kraftstoff für den Service-Typ ‚Personenbeförderungs-Service‘
- Praxisräume, Fachpersonal, Untersuchungsmittel, ... für den Service-Typ ‚Gesunderhaltungs-Service‘
- Gasträume, Kellner, Barkeeper, Küchenpersonal, Zutaten, ... für den Service-Typ ‚Verpflegungs-Service‘.

Des weiteren wird z.B. die Service-Oberkategorie ‚Personenbeförderungs-Service‘ mit Bezug auf die eingesetzten Transportsysteme unterteilt in die Unterkategorien

- PKW-basierender Personenbeförderungs-Service (= **Taxi-Service**)
- busbasierender Personenbeförderungs-Service
- straßen-, stadt- bzw. untergrundbahnbasierender Personenbeförderungs-Service (= **ÖPNV**)
- regional- oder fernbahnbasierender Personenbeförderungs-Service
- flugzeugbasierender Personenbeförderungs-Service
- schiffs(fahren)basierender Personenbeförderungs-Service.

Man kann also in wenigen Schritten von einer Service-Kategorie zu den darin schlüssig eingeordneten, prägnant abgegrenzten Service-Typen kommen, die man dann jeweils **präzise & prägnant identifiziert**. Das können sowohl Interessenten für Service-Erbringungsangebote (≡ Servuktionsangebote) tun als auch rechenschaftspflichtige Service Provider, so dass sie sich schnell & effizient miteinander abstimmen können, wenn es um die Auswahl von Service-Typen geht, die zur Erbringung beauftragt wurden oder werden sollen. Sobald allgemein zugängliche & weitgehend vollständige Verzeichnisse von präzisen & prägnanten Service-Identifikationen verfügbar sind, können sich die Interessenten besser orientieren & dann treffsicher denjenigen Service-Typ auswählen, dessen Beauftragung erforderlich ist für bestimmte Service-Konsumenten.

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> <b>Konzeptpapier ‚Service-Kategorien – Service-Objekttypen &amp; Nutzeffekttypen‘</b>	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

Mit Bezug auf

- die **Service-Objektkategorie 'Hab & Gut** eines abrufenden Service-Konsumenten'
- verschiedene **Nutzeffekttypen**

werden präzise identifiziert & prägnant abgegrenzt die **Service-Oberkategorie der produkt(exemplar)bezogenen Service-Typen** sowie jeder erbrachte bzw. erforderliche Service-Typ dieser Kategorie, wie z.B.

- Produktinstallierungs-Service
- Produktkonfigurierungs-Service
- Produktinspizierungs-Service
- Produktreinigungs-Service
- Produktpflege-Service
- Produktwartungs-Service
- Produktinstandhaltungs-Service
- Produktinstandsetzungs-Service

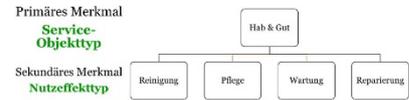


Abbildung 9: produktbezogene Service-Typen – Service-Objekttyp & Nutzeffekttyp

Das jeweilige **Service-Objekt** in Gestalt eines **Produkt- bzw. Systemexemplars** stammt aus dem Eigentum bzw. dem Besitz eines autorisierten Service-Konsumenten & verbleibt dort auch während & nach jedem Erbringen von explizit abgerufenen jeweils einzelnen & einmaligen Services der o.a. Typen.

- Bei diesen Service-Typen geht es erstrangig darum, das betreffende Produkt- bzw. Systemexemplar (= Service-Objekt) durch vorsorgende Maßnahmen **funktionstüchtig & funktionssicher** zu (er)halten oder es durch nachsorgende Maßnahmen wieder in diesen Zustand zu versetzen.
- Es wird ersichtlich, dass die betreffenden **Servuktionsumgebungen** sehr unterschiedlich sein können. Z.B. werden Küchengeräte wie Kühlschränke, Geschirrspüler oder Backöfen installiert & konfiguriert in den Haushalten der **Produktkäufer**, die somit **Service-Konsumenten für den Service-Typ ‚Produktinstallierungs-Service‘** sind. Das gilt auch für große Maschinen & technische Anlagen, die in den Fabriken von Produzenten aufgebaut werden, wobei die jeweiligen Maschinenbetreuer die autorisierten Service-Konsumenten sind und deren Kostenstellenleiter die auftraggebenden Service-Kunden. Derweil sind die Kosten für die Erbringung von Installierungs- bzw. Konfigurierungs-Services meistens in den Kaufpreisen für die Produkt- bzw. Systemexemplare einkalkuliert, so dass der **Produktlieferant** in seiner **Rolle als rechenschaftspflichtiger Service Provider** die entsprechenden Aufwendungen für die Erbringung von Services der betreffenden Typen einplanen & aufbringen muss.
- Je nach Größe & Beweglichkeit der jeweiligen Produkt- bzw. Systemexemplare werden Services der weiteren Typen entweder auch in den Haushalten bzw. an den Firmenstandorten der Produktkäufer erbracht, so dass dort jeweils die **Service-Erbringungspunkte (≡ Servuktionspunkt)** sind. Transportable Produkt- bzw. Systemexemplare wie z.B. Schuhe, Bekleidungsstücke, Kleingeräte, PKWs, Fahrräder, o.ä. bringt ein autorisierter Service-Konsument jeweils in die **Werkstatt** eines rechenschaftspflichtigen Service Providers, die somit zum **Service-Erbringungspunkt** wird.

Angesichts der Vielfalt von verschiedenen Produkt- bzw. Systemtypen, für die die o.a. Service-Typen zur Erbringung beauftragt werden können bzw. werden müssen, sowie mit Blick auf die unterschiedlichen Service-Erbringungspunkte, die in Frage kommen, ist es umso wichtiger, dass die Service-Typen präzise identifiziert & prägnant abgegrenzt werden. Für einen identifizierten Service-Typ wird im nächsten Schritt die **Service-Erbringungsqualität (≡ Servuktionsqualität) eindeutig & vollständig spezifiziert** gemäß den Erfordernissen & Erwartungen von adressierten Service-Konsumenten sowie in deren Begriffen & Formulierungen. Dabei wird/werden

- im gleichnamigen **Service-Attribut 03** der bzw. die jeweilige/n **Service-Erbringungspunkt/e** konkret benannt bzw. lokalisiert
- im gleichnamigen **Service-Attribut 05** die **Service-Erbringungsbereitschaftszeiten** während der verschiedenen Wochentage konkret beziffert, z.B. Öffnungszeiten, Bürozeiten oder Annahmezeiten.

Kurzum: Die präzise & prägnante Identifikation für einen erforderlichen Service-Typ ist das unerlässliche Ausgangs- & Bezugsdokument für die Vorbereitung der Erbringung von einzelnen Services dieses Typs.

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> <b>Konzeptpapier ‚Service-Kategorien – Service-Objekttypen &amp; Nutzeffekttypen‘</b>	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

Mit Bezug auf

- die **Service-Objektkategorie 'Recht & Anspruch'** eines abrufenden Service-Konsumenten<sup>1</sup>
- verschiedene **Nutzeffekttypen**

werden jeweils präzise identifiziert & prägnant abgegrenzt die **Service-Oberkategorien**

- **Versorgungs-Service** mit Service-Unterkategorien wie
  - elektrischer Energieversorgungs-Service
  - Wasserversorgungs-Service
  - Gasversorgungs-Service
  - Fernwärmeversorgungs-Service
- **Entsorgungs-Service** mit Service-Unterkategorien wie
  - Abwasserentsorgungs-Service
  - Abfallentsorgungs-Service
  - Sperrmüllentsorgungs-Service
  - Sondermüllentsorgungs-Service
- **Produktbeschaffungs-Service**
- **Abonnierungs-Service**
- **Vermietungs-Service** mit Service-Unterkategorien wie
  - Gebäudevermietungs-Service
  - Wohnungsvermietungs-Service
  - Kfz-Vermietungs-Service
  - Gerätevermietungs-Service
- **Versicherungs-Service** mit Service-Unterkategorien wie
  - Industrieanlagenversicherungs-Service
  - Gebäudeversicherungs-Service
  - Haftpflichtversicherungs-Service
  - Hausratversicherungs-Service
  - Krankenversicherungs-Service.



Abbildung 10: anspruchsbegleitende Service-Typen – Service-Objekttyp & Nutzeffekttypen

Bei den Service-Typen dieser Kategorie muss ein rechenschaftspflichtiger Service Provider jeweils **Recht & Anspruch** eines abrufenden Service-Konsumenten erfüllen, absichern oder wiederherstellen. Von den 4 generischen Kategorien der Service-Objekttypen ist diese die abstrakteste und somit die anspruchsvollste, denn im Gegensatz zu Leib & Leben, Hab & Gut sowie Daten & Dokumenten sind die Service-Objekte dieser Kategorie nicht unmittelbar sichtbar oder greifbar. Gleichwohl kann man auch für sie jeweils nachvollziehbar feststellen, ob die für einen Service-Konsumenten erforderliche Zustandsänderung seines Rechts & Anspruchs vollständig & abschließend erfolgt ist oder nicht. Das prüft natürlich zuallererst er selbst, denn er ist darauf angewiesen, weil er auf dieser Basis eine von ihm beabsichtigte oder für ihn aktuell aufkommende Aktivität effizient ausführen will. Das wird deutlich & verständlich an dem folgenden Beispiel:

- Der **Service-Typ ‚Produktbeschaffungs-Service‘** wird präzise & prägnant identifiziert an Hand seiner 3 wesensbestimmenden Merkmale (= 3 Service-Identifikatoren):
  1. **Service-Konsument:** Produktinteressent
  2. **Service-Objekt:** Recht & Anspruch des abrufenden Service-Konsumenten
  3. **Service-spezifischer Nutzeffekt:** für den Service-Konsumenten wird die von ihm bestimmte Anzahl von Produktexemplaren der von ihm ausgewählten Produkttypen ausgeliefert & ausgehändigt an denjenigen Adressaten, den er vorgibt
- Sobald ein Produktinteressent in seiner Rolle als autorisierter Service-Konsument einen einzelnen Service dieses Typs abrufen, muss der Produktlieferant in seiner Rolle als rechenschaftspflichtiger Service Provider die bestellten Produktexemplare an den vorgegebenen Adressaten ausliefern & aushändigen lassen.
- Erst nachdem das letzte Produktexemplar der ausgewählten Produkttypen an den vorgegebenen Adressaten ausgehändigt wurde, wurde dem autorisierten Service-Konsumenten der von ihm explizit abgerufene, jeweils einzelne & einmalige Produktbeschaffungs-Service vollständig & abschließend erbracht.



Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> <b>Konzeptpapier ‚Service-Kategorien – Service-Objekttypen &amp; Nutzeffekttypen‘</b>	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

## 05. Nutzeffekttypen – Service-Identifikatoren & Service-Kategorien

Der **service-spezifische Nutzeffekt**, der einem Service-Typ zugeschrieben ist, kann an verschiedenen **Arten von Service-Objekten** bewerkstelligt werden, z.B. der Nutzeffekt

- **Reinigung** an Bekleidungsstücken, Geräten, Werkzeugen, Fahrzeugen, Maschinen, Räumen, Gebäuden, ...
- **Beförderung** an Personen, Tieren, Stückgütern, Schüttgütern, ...
- **Wartung** an Maschinen, Anlagen, Flugzeugen, Fahrzeugen, Werkzeugen, Geräten, ...
- **Reparierung** an Produkt- bzw. Systemexemplaren verschiedener Typen wie Schuhe, Spielzeuge, Werkzeuge, Geräte, Fahrzeuge, ...
- **Zustellung** an Botschaften/Nachrichten, Briefen, eMails, Short Messages/Kurznachrichten, Paketen, ...

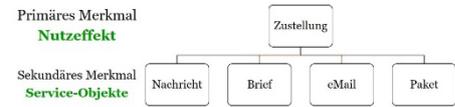


Abbildung 14: Nutzeffekttyp – Service-Objektarten & Beispiele

Mit Bezug auf die jeweiligen Nutzeffekttypen und die betreffenden Service-Objektarten werden die verschiedenen **Servistrien** im **Tertiärsektor (≡ servistriellen Sektor)** der Wirtschaft mit den spezialisierten **Service Providern (≡ Servuzenten)** präzise identifiziert & gegeneinander abgegrenzt, z.B.

- Reinigungsservistrien mit Wäschereien, Autowaschanlagen, Putzfirmen, ...
- Beförderungsservistrien mit Taxi- & ÖPNV-Unternehmen, Speditionen, Frachtreedereien, ...
- Wartungsservistrien mit Änderungsschneidereien, Anlagenbetriebsfirmen, Kfz-Werkstätten, ...
- Reparierungsservistrien mit Schustern, Kfz-Werkstätten, Schiffswerften, ...
- Zustellungsservistrien mit Kurieren, Briefpost, eMail-Post, Paketzustellern, ...

Derweil wird kaum realisiert, dass die entsprechenden Unternehmen oder Betriebe **rechenschaftspflichtige Service Provider** sind, da sie z.B. bezeichnet werden als Reinigung, Taxi-Unternehmen, Hotel, Restaurant, Sparkasse, Bank, Spedition, Reederei, Werkstatt, Post.

Zudem wird kaum wahrgenommen, dass auch die etablierten **Industrieländer** de facto schon seit langem **Servistrie-länder** sind, in denen **60 bis 80 % des Bruttoinlandsprodukts (BIP)** erwirtschaftet werden durch das Erbringen & Fakturieren riesiger Mengen von explizit abgerufenen, jeweils einzelnen & einmaligen **Services verschiedener Kategorien & Typen** jeweils explizit an die abrufenden Service-Konsumenten. Demzufolge ist es für fast alle Unternehmen & Betriebe, Organisationen & Institutionen ergebnisrelevant bzw. erfolgskritisch, verlässliche & rentable Service/Dienst-Erbringung (≡ Servuktion) routinemäßig & effizient zu praktizieren. Dazu müssen sie umfassend verstehen & durchgängig berücksichtigen (lernen), dass

Industrie	Servistrie
<ul style="list-style-type: none"> <li>• von lateinisch <i>industria</i> = Fleiß, Eifer</li> <li>• Sekundärsektor der Wirtschaft               <ul style="list-style-type: none"> <li>• über alle Länder 25,8% des BIP</li> <li>• verschiedene Industriestrukturen</li> </ul> </li> <li>• Produktion (= Sachgutfertigung)               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fertigungsstandort/Fabrik</li> <li>• Fertigungsanlagen/Maschinen</li> <li>• Fertigungsautomatensysteme</li> </ul> </li> <li>• Produkttypen (= Sachguttypen)               <ul style="list-style-type: none"> <li>• präzise &amp; prägnant identifiziert</li> <li>• eindeutig &amp; vollständig spezifiziert</li> <li>• konstruiert für Fertigung</li> </ul> </li> <li>• Produktexemplare (= Sachgutexempl.)               <ul style="list-style-type: none"> <li>• einzeln &amp; einmalig</li> <li>• Stückzahl gemäß Fertigungsplanung</li> <li>• Fertigung &amp; Lagerung</li> <li>• Verteilung &amp; Verkauf</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• von lateinisch <i>servitium</i> = „Dienst“</li> <li>• Tertiärsektor der Wirtschaft               <ul style="list-style-type: none"> <li>• über alle Länder 61,2% des BIP</li> <li>• verschiedene Servistriesektoren</li> </ul> </li> <li>• Servuktion (= Service/Dienst-Erbringung)               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Service-Erbringungspunkte</li> <li>• Service-Erbringungsanbahnung</li> <li>• Service-Erbringungsautomatensysteme</li> </ul> </li> <li>• Service-Typen (= Dienst-Typen)               <ul style="list-style-type: none"> <li>• präzise &amp; prägnant identifiziert</li> <li>• eindeutig &amp; vollständig spezifiziert</li> <li>• konzipiert für Erbringung</li> </ul> </li> <li>• Services (= Dienste)               <ul style="list-style-type: none"> <li>• einzeln &amp; einmalig</li> <li>• Mengen gemäß Service-Abrufen</li> <li>• Abrufe &amp; verzugslose Bewerksstellungen</li> <li>• Erbringungen &amp; simultane Konsumierungen</li> </ul> </li> </ul>

Abbildung 15: Industrie(länder) versus Servistrie(länder)

- Voraussetzungen & Randbedingungen
- Standorte & Umgebungen
- Rollen & Rechenschaftspflichten
- Auftraggeber & Auftragnehmer
- Auslöser & Adressaten
- Objekte & Zielzustände
- Anforderungen & Angebote
- Vereinbarungen & Verträge
- Modelle & Methoden
- Maßnahmen & Mittel
- Aufgaben & Aktivitäten
- Abläufe & Ergebnisse

Produktion	Servuktion
Produktion = Sachgutfertigung = Konstruierung & serielle Herstellung	Servuktion = Service-Erbringung = Konzipierung & einzelne Bewerksstellung
Produktionsumgebung = Fabrik = Fertigungsanlagen & Maschinen	Servuktionsumgebung = Servicescape = Service-Kulissen & Servuktionssysteme
Produktionsfaktoren = Arbeit, Kapital, Boden, Wissen	Servuktionsfaktoren = Servuktionssysteme bzw. Service-Akteure
Produktionskapazität = mögl. Anzahl Produktexemplare pro Zeit	Servuktionskapazität = mögl. Anzahl Service-Erbringungen pro Zeit
Produktivität = Produktionseffizienz = Aufwandseffizienz für Sachgutfertigung	Servuktivität = Servuktionseffizienz = Aufwandseffizienz für Service-Erbringung
Produktionskosten = Fertigungsaufwand für Sachgutexemplar/e	Servuktionskosten = Erbringungsaufwand für Service-Typ

Abbildung 16: Produktion versus Servuktion

der **Sachgutfertigung (≡ Produktion)** grundverschieden sind von denen der **Service/Dienst-Erbringung (≡ Servuktion)**. Die Ansätze & Vorgehensweisen der Produktion direkt anzuwenden auf die Servuktion, führt bei dieser zu strukturellen Ineffizienzen sowie zu verlustträchtigen Konsequenzen. Letzteres wird ersichtlich, wenn man die Aspekte dieser beiden Aufgaben- bzw. Tätigkeitsbereiche konkret beschreibt & direkt gegenüberstellt:

Dokumentautor Paul G. Huppertz	Dokumentname Service-Kategorien - Service-Objekttypen und Nutzeffekttypen	Dokumentdatum 02.04.2024	Dokumentseite 11 von 28
-----------------------------------	--	-----------------------------	----------------------------

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> <b>Konzeptpapier ‚Service-Kategorien – Service-Objektypen &amp; Nutzeffekttypen‘</b>	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

- Schon die **Produktionsbereitschaft** eines haftungspflichtigen **Produzenten** (= Sachgutherstellers) in seiner **Produktionsumgebung** für einen präzise identifizierten & eindeutig spezifizierten **Produkttyp** einer bestimmten **Produktkategorie** ist **grundverschieden** von der **Servuktionsbereitschaft** eines rechenschaftspflichtigen **Servuzenten** (≡ Service Provider) in seiner **Servuktionsumgebung** für einen präzise identifizierten & eindeutig spezifizierten **Service-Typ** einer bestimmten **Service-Kategorie**.
- Die wesentliche Randbedingung bei der Produktion besteht darin, dass in der Produktionsumgebung die erforderlichen **Teilfabrikate & Einzelteile** für einen geplanten **Produkttyp** vorhanden sind, während ein autorisierter **Service-Konsument** bei einem Service-Abruf jeweils sein aktuelles **Service-Objekt** übergibt in die **Servuktionsumgebung** eines rechenschaftspflichtigen Service Providers.
- Während **Produktkunden** gegen Bezahlung jeweils die bestellten **Produktexemplare** des von ihnen ausgewählten **Produkttyps** erwerben & erhalten, beauftragen **Service-Kunden** einen erforderlichen **Service-Typ zur Erbringung** für von ihnen jeweils autorisierte **Service-Konsumenten**., die dann bei Bedarf jeweils **einzelne Services** dieses Typs explizit abrufen, um von ihnen beabsichtigte Aktivitäten effizient auszuführen.
- Das Ergebnis eines vollständig abgeschlossenen **Fertigungsdurchlaufs** ist ein spezifikationsgemäßes & qualitätsgeprüftes, funktionstüchtiges & funktionssicheres **Produktexemplar**, während das Ergebnis einer vollständig abgeschlossenen **Service-Transaktion** sich darin manifestiert, dass für einen abrufenden **Service-Konsumenten** der **Zustand eines von ihm übergebenen Service-Objekts geändert** vollständig & abschließend geändert ist gemäß seinen aktuellen Erfordernissen & Erwartungen.

<b>Produktion</b>	<b>Aspekt</b>	<b>Servuktion</b>
Produktionsbereitschaft	Voraussetzungen	<u>Servuktionsbereitschaft</u>
<b>Verfügbarkeit Teilprodukte &amp; Einzelteile</b>	Randbedingungen	<b>Verfügbarkeit Service-Objekt</b>
Produktionsstandort/e	Standorte	Service-Erbringungspunkte
Produktionsumgebung/Fabrik	Umgebung	<u>Servuktionsumgebung/Servicescape</u>
Produktkäufer & Produktbesitzer	Rollen	<u>Service-Kunde &amp; Service-Konsumenten</u>
Produkthaftung	Rechenschaftspflicht	<u>Servuktionsversprechen</u>
Produktkäufer	Auftraggeber	<u>Service-(Erbringungs-)Kunde</u>
Produzent bzw. Produktlieferant	Auftragnehmer	<u>Servuzent (= Service Provider)</u>
<b>Produktkäufer</b>	Auslöser	<b>Service-Konsument</b>
<b>Produktbesitzer</b>	Adressat	
<b>Produktexemplare</b>	Zielobjekte	<b>Service-Objekte</b>
<b>spezifikationsgemäß hergestellt</b>	Zielzustände	<b>gezielt &amp; qualifiziert geändert</b>
Funktionstüchtigkeit & -sicherheit	Anforderungen	Erfordernisse Service-Konsument
<b>Produktexemplare zum Kauf</b>	Angebote	<b>Service-Typ zur Erbringung</b>
Liefervereinbarungen	Vereinbarungen	Service-Erbringungsaufträge
Kaufverträge	Verträge	<u>Service-Erbringungskontrakte</u>
<b>Produktionsmodell</b>	Modelle	<b>Servuktionsmodell</b>
Konstruierung & Fertigung	Methoden	<b>Konzipierung &amp; Orchestrierung</b>
Produktionsplanung & -steuerung	Maßnahmen	<b>Konzertierung &amp; Dirigierung</b>
Produktionsfaktoren	Mittel	Servuktionssysteme & Service-Akteure
Herstellungen von Produktexemplaren	Aufgaben	<u>Erbringungen abgerufener Services</u>
Zusammensetzen Produktexemplare	Aktivitäten	Änderungen an Service-Objekten
Fertigungsdurchläufe	Abläufe	<u>Service-Transaktionen</u>
<b>funktionstüchtige Produktexemplare</b>	Ergebnisse	<b>qualifiziert geänderte Service-Objekte</b>

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> Konzeptpapier ‚Service-Kategorien – Service-Objekttypen & Nutzeffekttypen‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

## 06. Service-Objekte – Service-Typen & Servuktionsqualität

Nachdem ein rechenschaftsfähiger Service Provider einen erforderlichen Service-Typ an Hand seiner 3 wesensbestimmenden Merkmale **präzise & prägnant identifiziert** hat, muss er im nächsten Schritt dessen **Servuktionsqualität** ( $\equiv$  **Service-Erbringungsqualität**) **spezifizieren** gemäß den Erfordernissen & Erwartungen von adressierten bzw. autorisierten **Service-Konsumenten**. Das ist unerlässlich, denn letztere besetzen die **absolut erfolgskritische der 4 Hauptrollen** aus dem allgemeingültigen & vollständigen **Servuktionsmodell** ( $\equiv$  **Service-Erbringungsmodell**):

- **Service-Konsument**, der bei Bedarf jeweils einen einzelnen Service eines für ihn beauftragten Service-Typs explizit abrufen & dabei sein aktuelles **Service-Objekt** übergibt in die Servuktionsumgebung des rechenschaftspflichtigen Service Providers, damit dieser im Verlauf der dadurch ausgelösten **Service-Transaktion** dessen Zustand gezielt & qualifiziert ändern lässt gemäß seinen aktuellen Erfordernissen & Erwartungen
- **Service-(Erbringungs-)Kunde** ( $\equiv$  **Servuktionskunde**), der bei einem rechenschaftspflichtigen Service Provider einen erforderlichen **Service-Typ zur Erbringung beauftragt** für von ihm autorisierte Service-Konsumenten
- **Service Provider** ( $\equiv$  **Servuzent**), der einen erforderlichen **Service-Typ zur Erbringung anbietet** und der gewährleistet, dass während des tagtäglichen **Service-Triathlons** jedem von einem auftraggebenden Service-Kunden autorisierten Service-Konsumenten jeder von ihm explizit abgerufene, jeweils einzelne & einmalige Service eines für ihn beauftragten Typs verzugslos & verlässlich erbracht wird
- **Service-Beitragszubringer** ( $\equiv$  **Service Contribution Feeder**), bei dem der rechenschaftspflichtige Service Provider einen präzise identifizierten & eindeutig spezifizierten **Service-Beitragstyp zur Einspeisung** beauftragt.



Abbildung 17: Servuktionsmodell – Service-Konsument & Erfolgsfaktor

Für Service-Konsumenten ist bei einem für sie erforderlichen **Service-Typ** der diesem zugeschriebene **service-spezifischer Nutzeffekt** das maßgebliche & entscheidende Merkmal. Auch wenn unterschiedliche Service-Konsumenten an verschiedenen Service-Erbringungspunkten jeweils einen einzelnen Service dieses Typs explizit abrufen & dabei verschiedene Service-Objekte des gleichen Typs übergeben, muss für jeden von ihnen genau dieser Nutzeffekt von Grund auf neu vollständig & abschließend **an seinem Service-Objekt bewerkstelligt** werden. Die Beschreibung dieses Nutzeffekts wird deswegen jeweils kopiert

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



Abbildung 18: Service-spezifischer Nutzeffekt – Service-Identifikator & Bindeglied

Auf diese einfache & eingängige, elegante & effiziente Weise wird der service-spezifische Nutzeffekt zweckmäßigerweise zum Ausgangspunkt für die Spezifizierung der Service-Erbringungsqualität des identifizierten Service-Typs. Der **service-spezifische Nutzeffekt**, der einem Service-Typ zugeschrieben ist und der diesen unterscheidet von allen anderen Service-Typen der betreffenden Service-Kategorie, kommt also jeweils erst dann zur Wirkung, wenn er auf Abruf eines autorisierten Service-Konsumenten exklusiv & explizit für diesen **an dessen Service-Objekt bewerkstelligt** wird.

- Erst ein expliziter Service-Abruf macht eine Service-Erbringung notwendig, und das jeweils genau dann, wenn ein autorisierter Service-Konsument eine bestimmte Aktivität ausführen möchte, die voraussetzt, dass der **Zustand seines aktuellen Service-Objekts geändert** wird.

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> Konzeptpapier ‚Service-Kategorien – Service-Objektypen & Nutzeffekttypen‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

- Dieser Umstand macht jegliche Service-Erbringung so schwierig & so anspruchsvoll. Alleinzig ein Service-Konsument plant eine solche Aktivität oder es kommt für ihn ad hoc das Bedürfnis auf, sie auszuführen. Das wird für einen Service Provider erst dann erkennbar, wenn ein Service-Konsument einen einzelnen Service explizit abrufen und dabei an einem von ihm gewählten Service-Erbringungspunkt sein **aktuelles Service-Objekt** übergibt in dessen Service-Erbringungsumgebung.
- Ein Service Provider muss sich also darauf einrichten, an dem oder den möglichen Service-Erbringungspunkt/en von abrufenden Service-Konsumenten jeweils deren aktuelle **Service-Objekte zu übernehmen**, um deren Zustände ändern zu lassen. Während einer so ausgelösten Service-Transaktion ist der betreffende Service Provider rechenschaftspflichtig & **gesamthaftend für den Zustand dieses Service-Objekts**, denn er hat es in seiner Verfügungsgewalt.

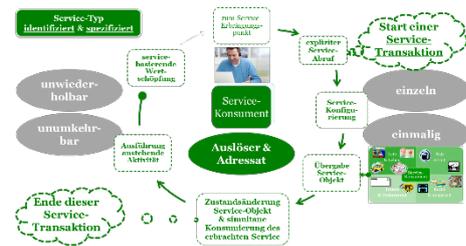


Abbildung 19: Service-Konsument – Service-Transaktion & Besonderheiten

Ausgehend vom service-spezifischen Nutzeffekt sowie gemäß den Erfordernissen & Erwartungen von adressierten bzw. autorisierten Service-Konsumenten spezifiziert ein rechenschaftsfähiger Service Provider für einen identifizierten Service-Typ dessen **Servuktionsqualität eindeutig & vollständig** auf Basis von abgestimmten & akzeptierten, konkreten & verbindlichen Werten für die **Service-Attribute** ( $\equiv$  **12 Standard-Service-Qualifikatoren**):

01. Service-Konsumentennutzen
02. Service-spezifische funktionale Parameter
03. Service-Erbringungspunkte
04. Service-Konsumentenanzahl
05. Service-Erbringungsbereitschaftszeiten
06. Service-Konsumenten-Support-Zeiten
07. Service-Konsumenten-Support-Sprachen
08. Service-Erfüllungsmindestquote
09. Service-Beeinträchtigungsdauer
10. Service-Erbringungsdauer
11. Service-Erbringungseinheit
12. Service-Erbringungspreis

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	Basisportion Nutzeffekte
12	Service-Erbringungspreis	Standard-Preis

Fokus: Erfordernisse & Erwartungen des/der Service-Konsumenten

Abbildung 20: Service-Spezifikation – Service-Konsumenten & Fokus

Eine eindeutig & vollständig spezifizierte Service-(Level-)Spezifikation für einen präzise & prägnant identifizierten Service-Typ beschreibt, ...

- ... welches **Bündel von Nutzeffekten** gemäß Service-Attribut 01 ‚**Service-Konsumentennutzen**‘ ...
- ... mit welchen Parameterwerten gemäß Service-Attribut 02 ‚**service-spezifische funktionale Parameter**‘ ...
- ... an welchem/n **Service-Erbringungspunkt/en** gemäß dem gleichnamigen Service-Attribut 03 ...
- ... explizit **für je einen abrufenden Service-Konsumenten** (Service-Attribut 04 ‚**Service-Konsumentenanzahl**‘ = 1) ...
- ... innerhalb welcher Zeitspanne gemäß Service-Attribut 10 ‚**Service-Erbringungsdauer**‘ ...
- ... vollständig & abschließend bewerkstelligt werden muss (= Service-Attribut 11 ‚**Service-Erbringungseinheit**‘) an den von ihm übergebenen **Service-Objekt**.

**Fazit:** Die Servuktionsqualität ( $\equiv$  Service-Erleistungsqualität) beschreibt gemäß den generellen Erfordernissen & Erwartungen von autorisierten Service-Konsumenten, unter welchen Randbedingungen & mit welchen Ergebnissen die Zustände der von ihnen jeweils übergebenen Service-Objekte geändert werden müssen. Somit stellt ein professioneller & rechenschaftsfähiger Service Provider die **Service-Konsumenten mit ihren jeweiligen Service-Objekten** in den Fokus seiner Betrachtungen & Bestrebungen.

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> Konzeptpapier ‚Service-Kategorien – Service-Objekttypen & Nutzeffekttypen‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

## 07. Service-Kategorien versus Produktkategorien

**Produktkategorien, Produkttypen & fertiggestellte Produktexemplare** sind **grundverschieden** von **Service-Kategorien, Service-Typen & erbrachten Services**. Jeder erforderliche bzw. **zum Kauf angebotene Produkttyp (= Erzeugnistyp)** aus einer bestimmten Produktkategorie wird

- präzise & prägnant identifiziert
  - an Hand seiner wesensbestimmenden **Funktion** (= **Produktidentifikator**)
  - aus der Sicht & Wahrnehmung von adressierten bzw. autorisierten **Produktbesitzern** in Verantwortungsbereichen von interessierten bzw. registrierten **Produktkunden**
- eindeutig & vollständig spezifiziert
  - auf Basis von Beschaffenheits-, Ausstattungs- & Leistungsmerkmalen (= **Produktqualifikatoren**)
  - gemäß den Anforderungen & Vorstellungen von adressierten bzw. autorisierten **Produktbesitzern** sowie in deren Begriffen & Formulierungen.

Elemente	Anspruchung	Merkmale, Anmerkung
Produktqualifikatoren	<ul style="list-style-type: none"> <li>Beschaffenheitsmerkmale</li> <li>Ausstattungsmerkmale</li> <li>Leistungsmerkmale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>eindeutige &amp; vollständige Produktspezifikation</li> <li>gemäß Anforderungen &amp; Vorstellungen von adressierten Produktkäufern</li> <li>vermeidbare Ansprüchungen der Merkmale möglich</li> <li>in Begriffen &amp; Formulierungen von adressierten Produktkäufern</li> </ul>
Produktidentifikator	<ul style="list-style-type: none"> <li>die wesensbestimmende Funktion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>präzise &amp; prägnante Identifikation für erforderlichen Produkttyp</li> <li>aus Sicht &amp; Wahrnehmung von adressierten Produktkäufern</li> </ul>
Produktcharakteristika	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tangibilität &amp; Materialität</li> <li>Substanzialität &amp; Beständigkeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>unansprechlich</li> <li>unveränderlich</li> </ul>
Produktdefinition	Ein Produkt ist ein Bündel von wiederholt ausführbaren & beständigen Funktionen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>einfach &amp; schlagend</li> <li>allgemeingültig &amp; vollständig</li> <li>eindeutig &amp; konsistent</li> </ul>

Abbildung 21: Produkttyp – Produktidentifikator & Produktqualifikatoren

### Produkt ist Funktion im Produktexemplar

... lautet die einleuchtende & eingängige Kurzfassung der allgemeingültigen & vollständigen, eindeutigen & konsistenten Definition für den Begriff **'Produkt (= Erzeugnis)'** in Gestalt eines **Gebrauchsgegenstands**. Die wesensbestimmende **Funktion** des betreffenden **Produkttyps**

- wird dauerhaft implementiert in jedes Produktexemplar dieses Typs, so dass sie diesem zu eigen wird & bei Bedarf immer wieder betätigt werden kann
- ist dasjenige Merkmal, an Hand dessen man diesen Produkttyp sowie jedes Exemplar dieses Typs präzise & prägnant identifiziert aus der Sicht & Wahrnehmung von adressierten bzw. autorisierten Produktbesitzern
- wird oft schon erfasst & reflektiert durch die Benennung von Produkttyp & Produktexemplaren, z.B.
  - Rasen-Mäher
  - Schrauben-Dreher
  - Geschirr-Spüler
  - Wasch-Maschine.

Sobald ein Produktexemplar durch Verschleiß oder durch irreparable Beschädigung **funktionsuntüchtig** wird, ist es Abfall bzw. Schrott.

Die aufschlussreiche Gegenüberstellung von

- Produktdefinition & Produktcharakteristika**
- Produktidentifikator & Produktqualifikatoren**
- Produktkategorien & Produkttypen**

versus

- Service/Dienst-Definition & Service/Dienst-Charakteristika**
- Service/Dienst-Identifikatoren & Service/Dienst-Qualifikatoren**
- Service/Dienst-Kategorien & Service/Dienst-Typen**

macht folgendes deutlich:

- Produktexemplare** zeichnen sich jeweils aus durch die ihnen **innewohnenden & beständigen Funktionen** des betreffenden **Produkttyps**. **Services/Dienste** verfügen über keine Funktionen, sondern sie zeichnen sich jeweils aus durch dasjenige **Bündel von Nutzeffekten**, das dem zugehörigen **Service/Dienst-Typ zugeschrieben** ist.

Elemente	Produktkategorien, -typen & -exemplare	Dienst-Kategorien, -Typen & -Dienste
allgemeingültige Qualifikatoren	<ul style="list-style-type: none"> <li>Beschaffenheitsmerkmale</li> <li>Ausstattungsmerkmale</li> <li>Leistungsmerkmale</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Dienst-Konsumierbareinheiten</li> <li>Dienst-spezifische funktionale Parameter</li> <li>Dienst-Erbringungsqualität</li> <li>Dienst-Konsumierbarkeitsdauer</li> <li>Dienst-Erbringungsleistungsfähigkeit</li> <li>Dienst-Konsumierbare Support-Optionen</li> <li>Dienst-Erbringungsleistungsfähigkeit</li> <li>Dienst-Erbringungsleistungsfähigkeit</li> <li>Dienst-Erbringungsleistungsfähigkeit</li> <li>Dienst-Erbringungsleistungsfähigkeit</li> <li>Dienst-Erbringungsleistungsfähigkeit</li> <li>Dienst-Erbringungsleistungsfähigkeit</li> </ol>
allgemeingültige Identifikatoren	<ul style="list-style-type: none"> <li>die wesensbestimmende Funktion</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Dienst-Konsument</li> <li>Dienst-Objekt</li> <li>Dienst-spezifischer <b>Nutzeffekt</b></li> </ol>
Charakteristika	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tangibilität &amp; Materialität</li> <li>Substanzialität &amp; Beständigkeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Intangibilität &amp; Immaterialität</li> <li>Substanzlosigkeit &amp; Flüchtigkeit</li> </ul>
allgemeingültige Begriffsdefinition	Ein Produkt ist ein Bündel von wiederholt ausführbaren & beständigen Funktionen.	Ein Dienst ist ein Bündel von einmalig konsumierbaren & flüchtigen Nutzeffekten.

Abbildung 22: Produktdimensionen versus Service-Dimensionen

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> Konzeptpapier „Service-Kategorien – Service-Objekttypen & Nutzeffekttypen“	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

- **Produktexemplare** sind jeweils nur dann von Nutzen, wenn jemand ihre **Funktion/en betätigt**. **Services/ Dienste** verfügen über keinerlei Funktion/en, sondern ihnen sind jeweils bestimmte **Nutzeffekte** zugeschrieben, die **auf Abruf jeweils von neuem bewerkstelligt** werden müssen.
- **Produktbesitzer** wollen bei Bedarf die **Funktion/en betätigen**, die ihre Produktexemplare daraufhin jeweils ausführen. **Service/ Dienst-Konsumenten** wollen bei Bedarf jeweils einen **einzelnen Service/Dienst abrufen**, damit der Zustand eines von ihnen dabei übergebenen **Service/Dienst-Objekts** jeweils geändert wird gemäß ihren aktuellen Erfordernissen & Erwartungen, indem der service-spezifische Nutzeffekt daran bewerkstelligt wird.
- **Produktbesitzer** sind **keine Identifizierungsmerkmale** für zum Kauf angebotene bzw. erforderliche **Produkttypen**. **Service/Dienst-Konsumenten** sind jeweils der **erste der 3 generischen Service/Dienst-Identifikatoren** für zur erforderliche bzw. Erbringung angebotene **Service/Dienst-Typen**.
- **Produktexemplare** beanspruchen einen bestimmten **Lagerraum**, denn sie sind jeweils **materiell, substanzhaltig & beständig**. **Service/Dienste** beanspruchen **keinerlei Lagerraum**, denn sie sind jeweils **immateriell, substanzlos & flüchtig**.
- **Produktcharakteristika** sind jeweils **völlig konträr** zu den **Service/ Dienst-Charakteristika**.
- **Produktkunden & Produktbesitzer** erwarten von Produzenten (= Sachgutherstellern) etwas völlig anderes als **Service/Dienst-Kunden & Service/Dienst-Konsumenten** von Servuzenten (= Service Providern/Dienst-Erbringern).
- **Produzenten** müssen etwas völlig anderes anbieten & bewerkstelligen als **Servuzenten**.

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

Abbildung 23: Produktbenutzung versus Service-Konsumierung

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

Abbildung 24: Produktcharakteristika versus Service-Charakteristika

**Produktionstransaktionen** (= Fertigungsdurchläufe) in der Produktionsumgebung eines Produzenten sind also **grundverschieden** von **Servuktionstransaktionen** (= Service/Dienst-Erbringungen) in der Servuktionsumgebung eines Servuzenten:

- Bei einer jeweils einzelnen & einmaligen **Produktionstransaktion** lässt ein **Produzent** gemäß seiner Produktionsplanung in seiner **Produktionsumgebung** auf Basis von **Stückliste** & **Fertigungsplan** des betreffenden **Produkttyps** die erforderlichen Teilfabrikate & Einzelteile zusammensetzen zu einem neuen **Produktexemplar**, das er in weiteren Schritten abtransportiert & zum Kauf anbietet. Durch die abschließende Qualitätskontrolle gewährleistet er, dass nur spezifikationsgemäße, funktionstüchtige & funktions sichere Produktexemplare in den Verkauf gehen, während andere als **Fehlproduktion (= Ausschuss)** aussortiert werden.
- Bei einer jeweils einzelnen & einmaligen **Servuktionstransaktion** lässt ein **Service Provider** in seiner **Servuktionsumgebung** den Zustand eines von einem autorisierten **Service-Konsumenten** bei einem expliziten **Service-Abruf** dorthin übergebenen **Service-Objekts** gezielt ändern gemäß dessen aktuellen Erfordernissen & Erwartungen. Dazu bewerkstelligt der Service Provider an diesem Service-Objekt denjenigen **service-spezifischen Nutzeffekt**, der dem abgerufenen Service(-Typ) zugeschrieben ist. Dabei gilt aus der Sicht der Service-Konsumenten: **"Nach (m)einem Service-Abruf gibt es keine Ausreden - entweder Service erbracht oder Service versagt!"**

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

Abbildung 25: Produktionstransaktion versus Servuktionstransaktion

Der Unterschied besteht also darin, dass ein **Produktbesitzer** bei der Herstellung seines Produktexemplars (= Produktionstransaktion) **nicht beteiligt** war, während ein **Service-Konsument** bei einem **Service-Abruf anwesend** ist an einem bestimmten Service-Erbringungsort und mit der Übergabe seines Service-Objekts in die Servuktionsumgebung eine jeweils einzelne & einmalige **Servuktionstransaktion** auslöst, auf deren Abschluss er dann wartet.

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> <b>Konzeptpapier „Service-Kategorien – Service-Objekttypen &amp; Nutzeffekttypen“</b>	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

Ein **Produktionsobjekt** ist also **grundverschieden** von einem **Servuktionsobjekt**:

- Ein **Produktionsobjekt** in Gestalt eines Produktexemplars eines bestimmten **Produkttyps** wird in der **Produktionsumgebung** des betreffenden Produzenten neu hervorgebracht (= **produziert**). Fertiggestellte & funktionstüchtige Produktexemplare werden zwischengelagert, um sie in weiteren Schritten zu verteilen & zu verkaufen.
- Ein **Servuktionsobjekt** in Form seines bereits vorhandenen **Service-Objekts** übergibt ein autorisierter **Service-Konsument** bei einem expliziten **Service-Abruf** in die Servuktionsumgebung und somit in die Obhut & Verfügungsgewalt eines rechenschaftspflichtigen **Service Providers**. Dieser muss daraufhin bei **Einhaltung des Uno-actu-Prinzips** den Zustand dieses **Service-Objekts gezielt & qualifiziert** ändern lassen gemäß den aktuellen Erfordernisse & Erwartungen dieses Service-Konsumenten. Erst auf Basis des vollständig & abschließend geänderten Zustands seines Service-Objekts kann der abrufende Service-Konsument die von ihm beabsichtigte Aktivität effizient ausführen & somit jeweils **service-basierende Wertschöpfung** realisieren für seinen aktuellen Kontext privater oder beruflicher Art.

<b>Produktionsobjekt=Produktexemplar</b>	<b>Servuktionsobjekt = Service-Objekt</b>
<b>Produkt/Sachgutbehandlung</b> = Herstellung & Lagerung, Vertrieb & Verkauf	<b>Service/Dienst-Objektbehandlung</b> = Übergabe & Übernahme, Änderung & Rückgabe
<b>Produkt/Sachgutherkunft</b> = Fertigungsanlage/Lager des Herstellers	<b>Service/Dienst-Objektherkunft</b> = Besitz/Bestand des Service-Konsumenten
<b>Produkt/Sachguteigentümer</b> = erst Sachguthersteller, dann Sachguteigentümer	<b>Service/Dienst-Objekteigentümer</b> = Service-Konsument, erststrangig & durchgehend
<b>Produkt/Sachgutübergabe</b> = von Hersteller/Lieferant an Käufer/Benutzer	<b>Service/Dienst-Objektübergabe</b> = von Service-Konsument an Service Provider
<b>Produkt/Sachgutverbleib</b> = beim Käufer/Eigentümer/Besitzer/Benutzer	<b>Service/Dienst-Objektverbleib</b> = beim Service-Konsumenten
<b>Produkt/Sachgutumgang nach Kauf</b> = Benutzung durch Böttigung der Funktion(en)	<b>Service-Objektumgang nach Erbringg</b> = Aufbewahrung/Behalt bei Service-Konsument

Abbildung 26: Produktionsobjekt versus Servuktionsobjekt

Aus den erläuterten Grundlagen & aus den illustrierten Zusammenhängen wird ersichtlich, dass es **fehlgehend & irreführend** ist, wenn man

- von „**(dem) Service“** spricht **anstatt** von den erforderlichen **Service-Typen**, die jeweils zu einer der **4 generischen Service-Kategorien** gehören
- „**den Service“** verbessern will **anstatt** die **Service-Erbringung** für präzise identifizierte & eindeutig spezifizierte **Service-Typen** gezielt & dauerhaft zu optimieren
- „**den Service“** bewertet, **ohne** die **Service-Erbringungsqualität** für einen präzise & prägnant identifizierten **Service-Typ** eindeutig & vollständig zu spezifizieren
- von „**Serviceutzern“** spricht **statt** von autorisierten **Service-Konsumenten**, die bei Bedarf jeweils einen einzelnen Service eines für sie beauftragten **Service-Typs** abrufen & diesen simultan zu dessen Erbringung konsumieren, um die von ihnen beabsichtigte Aktivität effizient auszuführen
- von „**Serviceverfügbarkeit“** spricht **statt** von **Service-Erbringungsbereitschaft** während des tagtäglichen **Service-Triathlons** für einen präzise identifizierten & eindeutig spezifizierten **Service-Typ**
- „**Service Excellence“** anstrebt **statt** verlässlicher & spezifikationsgemäßer, rationeller & rentabler **Service-Erbringung** für einen erforderlichen bzw. zur Erbringung beauftragten **Service-Typ**, der präzise identifiziert & eindeutig spezifiziert 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 <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> <b>Konzeptpapier ‚Service-Kategorien – Service-Objektypen &amp; Nutzeffekttypen‘</b>	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

## 08. 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-Objektypen & 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 <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> <b>Konzeptpapier ‚Service-Kategorien – Service-Objektypen &amp; Nutzeffekttypen‘</b>	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

## 09. 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-Kategorien - Service-Objektypen und Nutzeffekttypen	Dokumentdatum 02.04.2024	Dokumentseite 19 von 28
-----------------------------------	---	-----------------------------	----------------------------

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> Konzeptpapier ‚Service-Kategorien – Service-Objekttypen & Nutzeffekttypen‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

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

Dokumentautor Paul G. Huppertz	Dokumentname Service-Kategorien - Service-Objekttypen und Nutzeffekttypen	Dokumentdatum 02.04.2024	Dokumentseite 20 von 28
-----------------------------------	--	-----------------------------	----------------------------

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> <b>Konzeptpapier ‚Service-Kategorien – Service-Objektypen &amp; Nutzeffektypen‘</b>	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

## 11. 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 <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> <b>Konzeptpapier ‚Service-Kategorien – Service-Objektypen &amp; Nutzeffekttypen‘</b>	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

## 12. Service-Kategorien & 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 27: 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 rationalen & 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 28: 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 <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> Konzeptpapier ‚Service-Kategorien – Service-Objekttypen & Nutzeffekttypen‘	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	<b>Der Service</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Klärung des Grundbegriffs ‚Service‘</li> <li>Vermittlung von Service-Verständnis</li> <li>Überblick zu Service-Kontexten</li> <li>Vorbereitung der Service-Identifizierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Service Wort &amp; Begriff</b></li> <li>Service-Charakteristika</li> <li>Service-Erbringungs/ Servuktionsmodell</li> <li>Service-Erbringungs/ Servuktionsqualität</li> <li>Beispiele für Service-Typen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verständnis des Service-Begriffs</li> <li>Verständnis der Service-Charakteristika</li> <li>Verständnis der Service-Erbringungs/ Servuktionsqualität</li> </ul>
Untertitel	<b>Definition &amp; Charakteristika</b>			
Datum	20.02.2024 (Dienstag)			
Uhrzeit	19:00 bis 20:00 Uhr			
Event-Web-Seiten	<u>Ausschreibung &amp; Buchung</u>  <u>Präsentationsunterlagen</u>			
Online-Themenseminar 02 (TS02)		Einordnung	Inhalte	Ergebnisse
Obertitel	<b>Der Service-Konsument</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>erfolgskritische Rolle Service-Konsument</li> <li>Auslöser &amp; Adressat von Service-Erbringungen</li> <li>Erfolgsfaktor, Wertschöpfer, Umsatzbringer</li> <li>Einbeziehung bei Service-Spezifizierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Service-Konsument</b></li> <li>Erfordernisse &amp; Erwartungen</li> <li>Service-Abrufe &amp; Service-Erbringungen</li> <li>Service-Konsumierung</li> <li>service-basierende Wertschöpfung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verständnis der Service-Konsumentenrolle</li> <li>Unterscheidung von Service-Konsument &amp; Servuktionskunde</li> <li>Unterscheidung von Service-Ergebnis &amp; Service-Wahrnehmung</li> </ul>
Untertitel	<b>Wertschöpfer &amp; Umsatzbringer</b>			
Datum	12.03.2024 (Dienstag)			
Uhrzeit	19:00 bis 20:00 Uhr			
Event-Web-Seiten	<u>Ausschreibung &amp; Buchung</u>  <u>Präsentationsunterlagen</u>			
Online-Themenseminar 03 (TS03)		Einordnung	Inhalte	Ergebnisse
Obertitel	<b>Das Servuktionsmodell</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zusammenstellung der Rollen &amp; Abläufe</li> <li>Hintergrund für Service-Erbringung</li> <li>Rahmen für Service-Konzipierung</li> <li>Grundlage für Aufgabenteilung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Servuktionsumgebung</li> <li><b>4 Hauptrollen</b></li> <li>Erfolgsfaktoren</li> <li>Standardablauf</li> <li>Mitteleinsatz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verständnis des Servuktionsmodells</li> <li>Verständnis der Hauptrollen &amp; Hauptaktivitäten</li> <li>Vorstellung von Mitteleinsatz für Service-Erbringung</li> </ul>
Untertitel	<b>Servuktionsumgebung &amp; Hauptrollen</b>			
Datum	09.04.2024 (Dienstag)			
Uhrzeit	19:00 bis 20:00 Uhr			
Event-Web-Seiten	<u>Ausschreibung &amp; Buchung</u>  <u>Präsentationsunterlagen</u>			
Online-Themenseminar 04 (TS04)		Einordnung	Inhalte	Ergebnisse
Obertitel	<b>Die Servicialisierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Generisches &amp; durchgängiges Leitkonzept</li> <li>Service-Identifizierung bis Service-Fakturierung</li> <li>Vollständiges Set aller erforderlichen Methoden</li> <li>Modelle &amp; Methoden kombiniert &amp; verzahnt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>8 Hauptphasen</b></li> <li><b>8 Methoden</b></li> <li>Objekte der Methoden</li> <li>Ergebnisse der Methodenanwendung</li> <li>Anwendung der Servicialisierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verständnis des Leitkonzepts der Servicialisierung</li> <li>Kenntnis der Hauptphasen der Servicialisierung</li> <li>Kenntnis der Methoden, Objekte &amp; Ergebnisse der Servicialisierung</li> </ul>
Untertitel	<b>Methoden &amp; Ergebnisse</b>			
Datum	30.04.2024 (Dienstag)			
Uhrzeit	19:00 bis 20:00 Uhr			
Event-Web-Seiten	<u>Ausschreibung &amp; 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 <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> Konzeptpapier ‚Service-Kategorien – Service-Objekttypen & Nutzeffekttypen‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

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

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

### 13. Service-Kategorien & 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‘**.

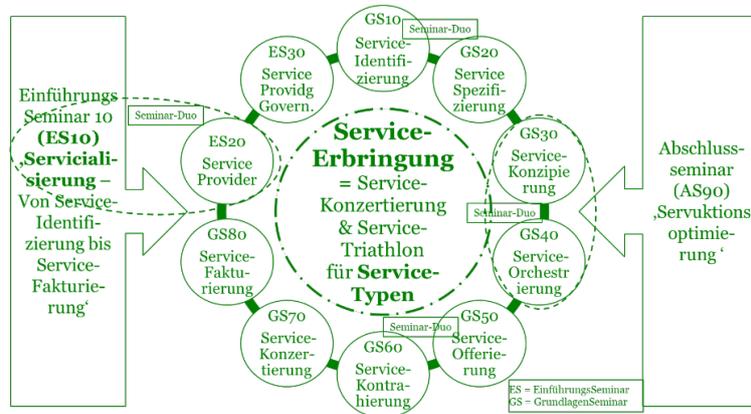


Abbildung 29: ServicEducation - Seminare & Seminar-Duos

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	<b>Service-Konzertierung &amp; Service Provider</b>	Von Service-Begriff bis Geschäftsmodell	<a href="#">15.01. – 18.01.2024</a>
			<a href="#">26.02. – 29.02.2024</a>
			<a href="#">06.05. – 09.05.2024</a>
			<a href="#">19.08. – 22.08.2024</a>
			<a href="#">07.10. – 10.10.2024</a>
SD02	<b>Service-Identifizierung &amp; Service-Spezifizierung</b>	Von Service-Begriff bis Servuktionspreis	<a href="#">11.11. – 14.11.2024</a>
			<a href="#">22.01. – 25.01.2024</a>
			<a href="#">04.03. – 07.03.2024</a>
			<a href="#">13.05. – 16.05.2024</a>
			<a href="#">26.08. – 29.08.2024</a>
SD03	<b>Service-Konzipierung &amp; Service-Orchestrierung</b>	Von Service-Spezifikation bis Servuktionsbereitschaft	<a href="#">14.10. – 17.10.2024</a>
			<a href="#">18.11. – 21.11.2024</a>
			<a href="#">29.01. – 01.02.2024</a>
			<a href="#">11.03. – 14.03.2024</a>
			<a href="#">20.05. – 23.05.2024</a>
SD04	<b>Service-Offertierung &amp; Service-Kontrahierung</b>	Von Service-Katalog bis Servuktionskontrakt	<a href="#">02.09. – 05.09.2024</a>
			<a href="#">21.10. – 24.10.2024</a>
			<a href="#">25.11. – 28.11.2024</a>
			<a href="#">05.02. – 08.02.2024</a>
			<a href="#">18.03. – 21.03.2024</a>
			<a href="#">27.05. – 30.05.2024</a>
			<a href="#">09.09. – 12.09.2024</a>
			<a href="#">28.10. – 31.10.2024</a>
			<a href="#">02.12. – 05.12.2024</a>

Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> Konzeptpapier ‚Service-Kategorien – Service-Objekttypen & Nutzeffekttypen‘	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‘	
<b>EinführungsSeminar 10 (ES10)</b>	
Obertitel	<b>Servicialisierung</b>
Untertitel	Von Service-Identifizierung bis Service-Fakturierung
Aus-schreibung & Unterlagen für ES10 am	<a href="#">15.01. bis 16.01.2024</a>
	<a href="#">26.02. bis 27.02.2024</a>
	<a href="#">06.05. bis 07.05.2024</a>
	<a href="#">19.08. bis 20.08.2024</a>
	<a href="#">07.10. bis 08.10.2024</a>
	<a href="#">11.11. bis 12.11.2024</a>
<b>EinführungsSeminar 20 (ES20)</b>	
Obertitel	<b>Service Provider</b>
Untertitel	Von Service-Trilemma bis Geschäftsmodell
Aus-schreibung & Unterlagen für ES20 am	<a href="#">17.01. bis 18.01.2024</a>
	<a href="#">28.02. bis 29.02.2024</a>
	<a href="#">08.05. bis 09.05.2024</a>
	<a href="#">21.08. bis 22.08.2024</a>
	<a href="#">09.10. bis 10.10.2024</a>
	<a href="#">13.11. bis 14.11.2024</a>

Einzelseminare zu Seminar-Duo 02 (SD02) ‚Service-Identifizierung & Service-Spezifizierung‘																																											
<b>GrundlagenSeminar 10 (GS10)</b>																																											
Obertitel	<b>Service-Identifizierung</b>																																										
Untertitel	Von Service-Begriff bis Service-Konsumentennutzen																																										
Aus-schreibung & Unterlagen für GS10 am	<a href="#">22.01. bis 23.01.2024</a>																																										
	<a href="#">04.03. bis 05.03.2024</a>																																										
	<a href="#">13.05 bis 14.05.2024</a>																																										
	<a href="#">26.08. bis 27.08.2024</a>																																										
	<a href="#">14.10. bis 15.10.2024</a>																																										
	<a href="#">18.11. bis 19.11.2024</a>																																										
<b>GrundlagenSeminar 20 (GS20)</b>																																											
Obertitel	<b>Service-Spezifizierung</b>																																										
Untertitel	Von Service-Konsumentennutzen bis Servuktionspreis																																										
Aus-schreibung & Unterlagen für GS20 am	<a href="#">24.01. bis 25.01.2024</a>																																										
	<a href="#">06.03. bis 07.03.2024</a>																																										
	<a href="#">15.05. bis 16.05.2024</a>																																										
	<a href="#">28.08. bis 29.08.2024</a>																																										
	<a href="#">16.10. bis 17.10.2024</a>																																										
	<a href="#">20.11. bis 21.11.2024</a>																																										
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">Bezeichnung des präzise &amp; 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>veränderte Preisgestaltung</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fokus: Erfordernisse &amp; 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	veränderte Preisgestaltung
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	veränderte Preisgestaltung																																									

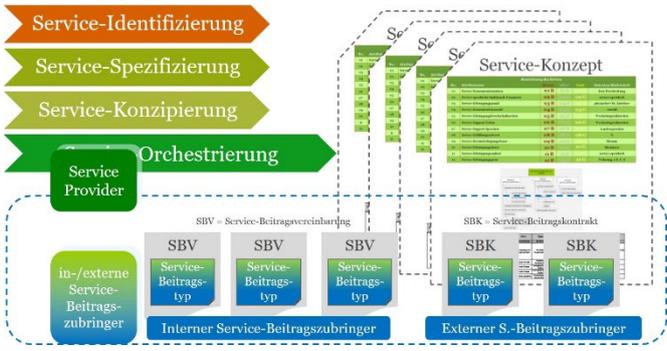
Firma servicEvolution	Themenbereich Leitkonzept der Servicialisierung	Druckdatum 02.04.2024
Bearbeiter, Telefon-Nr. Paul G. Huppertz +49-1520-9 84 59 62	Thema/Gegenstand <b>Grundlagen &amp; Grundbegriffe, Modelle &amp; Methoden der Service-Erbringung</b> Konzeptpapier ‚Service-Kategorien – Service-Objektypen & Nutzeffekttypen‘	Ablage Servicialisierung Konzeptpapiere

**Einzelseminare zu Seminar-Duo 03 (SD03) ‚Service-Konzipierung & Service-Orchestrierung‘**

GrundlagenSeminar 30 (GS30)	
Obertitel	<b>Service-Konzipierung</b>
Untertitel	Von Service-Spezifikation bis Service-Konzept
Aus-schreibung & Unterlagen 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	<b>Service-Orchestrierung</b>
Untertitel	Von Service-Konzept bis Servuktionsbereitschaft
Aus-schreibung & Unterlagen 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	<b>Service-Offertierung</b>
Untertitel	Von Service-Spezifikation bis Service-Katalog
Aus-schreibung & Unterlagen 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	<b>Service-Kontrahierung</b>
Untertitel	Von Service-Katalog bis Servuktionskontrakt
Aus-schreibung & Unterlagen 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>

