



Die ITIL® 4 Managing Professional-Transition-Prüfung

Musterprüfung 2

Antworten und Erläuterungen

Für die Prüfung: DE_ITIL4_TRANS_2019_SamplePaper2_QuestionBk_v1.0.1

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
1	C	CDS 1.1.f	<p>A. Falsch. Umfragen sind nicht unbedingt auf eine ganze Organisation ausgelegt. „Mitarbeiterumfragen können lokal oder auf einer Organisationsstufe durchgeführt werden. Es gibt unterschiedliche Wege, die Informationen zu gewinnen, die von formellen jährlichen Umfragen bis hin zu informelleren und gelegentlich stattfindenden Feedbackgesprächen reichen.“ Ref. 2.2.4.1</p> <p>B. Falsch. Umfragen können jederzeit durchgeführt werden und sind nicht auf ein jährlich stattfindendes Ereignis beschränkt. „Mitarbeiterumfragen können lokal oder auf einer Organisationsstufe durchgeführt werden. Es gibt unterschiedliche Wege, die Informationen zu gewinnen, die von formellen jährlichen Umfragen bis hin zu informelleren und gelegentlich stattfindenden Feedbackgesprächen reichen.“ Ref. 2.2.4.1</p> <p>C. Richtig. Umfragen können formell und informell sein, als Gespräch oder als formellere Datenerhebung durchgeführt werden und sollten verschiedene Methoden umfassen. „Mitarbeiterumfragen können lokal oder auf einer Organisationsstufe durchgeführt werden. Es gibt unterschiedliche Wege, die Informationen zu gewinnen, die von formellen jährlichen Umfragen bis hin zu informelleren und gelegentlich stattfindenden Feedbackgesprächen reichen.“ Ref. 2.2.4.1</p> <p>D. Falsch. Umfragen können zwar elektronisch durchgeführt werden, was häufig geschieht, aber es gibt auch zahlreiche andere Formate. „Mitarbeiterumfragen können lokal oder auf einer Organisationsstufe durchgeführt werden. Es gibt unterschiedliche Wege, die Informationen zu gewinnen, die von formellen jährlichen Umfragen bis hin zu informelleren und gelegentlich stattfindenden Feedbackgesprächen reichen.“ Ref. 2.2.4.1</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
2	D	DPI 3.1	<p>A. Falsch. Es gibt zwar eine Rolle für spezielle Risikoverantwortliche, aber alle IT-Mitarbeiter sind für das Risikomanagement mitverantwortlich. „Jeder ist verpflichtet, sich am Risikomanagement zu beteiligen und zum Risikomanagement beizutragen, denn jedes Handeln birgt potenzielle Risiken. Das aktive Management von Risiken sollte zur Gewohnheit werden.“ Ref. 2.3.1</p> <p>B. Falsch. Diese Antwort bietet keine Lösung für das Problem und trägt auch zu einer Schuldkultur bei. Alle IT-Mitarbeiter sind für das Risikomanagement mitverantwortlich. „Jeder ist verpflichtet, sich am Risikomanagement zu beteiligen und zum Risikomanagement beizutragen, denn jedes Handeln birgt potenzielle Risiken. Das aktive Management von Risiken sollte zur Gewohnheit werden.“ Ref. 2.3.1</p> <p>C. Falsch. Diese Antwort bietet keine Lösung für das Problem und erkennt auch das Wissen aller IT-Mitarbeiter über potenzielle Risiken bei ihrer Arbeit. Alle IT-Mitarbeiter sind für das Risikomanagement mitverantwortlich. „Jeder ist verpflichtet, sich am Risikomanagement zu beteiligen und zum Risikomanagement beizutragen, denn jedes Handeln birgt potenzielle Risiken. Das aktive Management von Risiken sollte zur Gewohnheit werden.“ Ref. 2.3.1</p> <p>D. Richtig. Alle IT-Mitarbeiter sind für das Risikomanagement mitverantwortlich. „Jeder ist verpflichtet, sich am Risikomanagement zu beteiligen und zum Risikomanagement beizutragen, denn jedes Handeln birgt potenzielle Risiken. Das aktive Management von Risiken sollte zur Gewohnheit werden.“ Ref. 2.3.1</p>

Die ITIL® 4 Managing Professional-Transition-Prüfung

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
3	B	CDS 1.1.c	<p>A. Falsch. Das Profil eines Administrators ist folgendes: „Zuweisung und Priorisierung von Aufgaben, Dokumentation, laufende Berichterstattung und Einleitung grundlegender Verbesserungen“. Ref. 2.2.2, Registerkarte 2.1</p> <p>B. Richtig. Das Profil einer Führungskraft ist folgendes: „Entscheidungsfindung, Delegieren, Überwachung anderer Aktivitäten, Schaffung von Anreizen und Motivation und Bewertung von Ergebnissen.“ Ref. 2.2.2, Registerkarte 2.1</p> <p>C. Falsch. Das Profil eines Koordinators/Kommunikators ist folgendes: „Koordination mehrerer Parteien, die Aufrechterhaltung der Kommunikation zwischen Stakeholdern und die Durchführung von Informationskampagnen.“ Ref. 2.2.2, Registerkarte 2.1</p> <p>D. Falsch. Das Profil eines technischen Experten ist folgendes: „Bereitstellung von technischem (IT-)Fachwissen und Durchführung fachbezogener Aufgaben.“ Ref. 2.2.2, Registerkarte 2.1</p>
4	A	CDS 2.3	<p>A. Richtig.</p> <p>(1) „Dieser Wertstrom wird durch einen Anwender ausgelöst, der sich außerstande sieht, ein Produkt oder einen Service live zu nutzen.“ Ref. 4.2.2.2</p> <p>(2) „Nachfrage kann auch innerhalb des Service Providers entstehen, wenn die Organisation durch Monitoring-Tools proaktiv auf Fehler hingewiesen wird.“ Ref. 4.2.3.1</p> <p>B. C. D. Falsch.</p> <p>(3) Dies geschieht, nachdem die Nachfrage aufgetreten ist und der Anwender den Incident protokolliert hat (Engagement). „Service Desk: Stellt die erforderlichen Kompetenzen, Tools und anderen Ressourcen zur Verfügung, damit Supportmitarbeiter den Kunden oder Anwender verstehen und die Kommunikation entsprechend gestalten können.“ Ref. 4.2.2.3</p> <p>(4) Dies erfolgt im Rahmen der Aktivität „Verbesserung“ am Ende des Wertstroms, nicht als Nachfrage zu Beginn des Wertstroms. „Service Desk: Stellt die erforderlichen Kompetenzen, Tools und anderen Ressourcen zur Verfügung, damit Supportmitarbeiter verschiedene Stakeholder verstehen und die Kommunikation entsprechend gestalten können.“ Ref. 4.2.3.3, 4.2.3.7</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
5	D	FND 1.3.b	<p>A. Falsch. Servicebereitstellung ist keine gemeinsame Aktivität; sie erfolgt durch den Service Provider. Ref. 2.4.1</p> <p>B. Falsch. Servicekonsum ist keine gemeinsame Aktivität; er erfolgt durch einen Servicekonsumenten. Ref. 2.4.1</p> <p>C. Falsch. Serviceangebot ist keine Aktivität; es ist „eine Beschreibung eines oder mehrerer Services, die auf die Bedürfnisse einer Zielkonsumentengruppe zugeschnitten sind. Ein Serviceangebot kann Waren, den Zugang zu Ressourcen und Serviceaktionen umfassen“. Ref. 2.3.2</p> <p>D. Richtig. Service Relationship Management ist „gemeinsame Aktivitäten, die von einem Service Provider und einem Servicekonsumenten durchgeführt werden, um eine kontinuierliche gemeinsame Wertschöpfung auf der Grundlage vereinbarter und verfügbarer Serviceangebote sicherzustellen“. Ref. 2.4.1</p>
6	A	HVIT 3.1.d	<p>A. Richtig. In komplexen Umgebungen entstehen Practices, wenn wir aus Experimenten Einblicke gewinnen. „Komplex – unklare und nicht erkennbare Kausalität erfordert die Durchführung unbedenklicher Experimente (Emergent Practice).“ Ref. 3.2.3.1</p> <p>B. Falsch. Best Practices sind geeignet, wenn ein klares Verständnis von Ursache und Wirkung vorliegt. „Offensichtlich – eine klare Kausalität, bei der vorgegebene Best Practices angewendet werden sollten.“ Ref. 3.2.3.1</p> <p>C. Falsch. „Good Practices“ entstehen durch die Analyse einer unklaren Situation. „Kompliziert – unklar, aber eine erkennbare Kausalität kann durch Analysen oder Fachwissen ermittelt werden, gefolgt von „Good Practice“. Ref. 3.2.3.1</p> <p>D. Falsch. „Novel Practice“ bezieht sich auf chaotische Situationen. „Chaotisch – eine besonders hohe Komplexität, die sofortiges Handeln erfordert, um die Situation in „Komplex“ zu verwandeln („Novel Practice“).“ Ref. 3.2.3.1</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
7	B	DSV 3.2	<p>A. Falsch. „In einer kooperativen Beziehung kann der Kunde die Reife des Service Providers anhand von Audit- und Reifebewertungs-Tools beurteilen.“ Ref. 4.3.5</p> <p>B. Richtig. Bei einer einfachen Beziehung „wird der Schwerpunkt auf Effizienz und Transaktionen“ gelegt, aber „es ist schwierig, eine vertrauensvolle Beziehung aufzubauen“ und „den Servicewert zu bewerten“. Ref. 4.2.1, Registerkarte 4.4</p> <p>C. Falsch. Die gemanagte Beziehung gehört nicht zu den Arten von Servicebeziehungen. Ref. 4.2</p> <p>D. Falsch. Partnerschaft wird als etwas beschrieben, das weniger auf die Messung von Service Levels und SLAs ausgerichtet ist. „Mit zunehmender gegenseitiger Abhängigkeit und Integration kann es sein, dass sich beide Parteien auf strategischer Ebene abstimmen, indem sie Ziele und Prioritäten gemeinsam festlegen.“ Ref. 4.2.3</p>
8	A	DPI 2.1.c	<p>A. Richtig. „Wenn jeder eine definierte Rolle hat und seinen Verantwortungsbereich kennt, kann er innerhalb dieses Rahmens Entscheidungen treffen und produktives Handeln vorantreiben.“ Ref. 2.2.2</p> <p>B. Falsch. Die Erstellung einer Messungskaskade liefert Mitarbeitern auf allen Ebenen Aufschluss über den Zusammenhang zwischen ihrer Arbeit und den Unternehmenszielen, bedeutet aber nicht, dass Teams auf ALLEN Ebenen ermächtigt sind, Entscheidungen zu treffen. Ref. 2.2.2, 4.2.2</p> <p>C. Falsch. Richtlinien sind nützlich, um Erwartungen des Managements zu kommunizieren, und Schulungsprogramme können dazu beitragen, Mitarbeiter über aktualisierte Richtlinien zu informieren. Dieser Ansatz bedeutet aber nicht, dass Teams auf ALLEN Ebenen ermächtigt sind, Entscheidungen zu treffen. Ref. 1.2.1.2, 2.2.2</p> <p>D. Falsch. Bewertungen können nützlich sein, um den aktuellen Zustand des Unternehmens und seiner Wettbewerber zu verstehen, und ein Business Case kann es erleichtern, die für eine Änderung der Arbeitsweise erforderlichen Investitionen zu tätigen. Durch eine Bewertung und einen Business Case an sich wird jedoch keine Änderung an bestehenden Arbeitsweisen vorgenommen, und Teams auf allen Ebenen werden durch diese nicht dazu ermächtigt, Entscheidungen zu treffen. Ref. 2.2.2, 5.3.1, 5.4.2</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
9	C	DPI 2.1.a	<p>A. Falsch. Die Verbesserung der Bearbeitung von Service Requests stellt einen operativen Plan dar, keinen allgemeinen strategischen Ansatz. Betrieb ist „die routinemäßige Ausführung und das Management einer Aktivität, eines Produkts, eines Service oder eines anderen Configuration Items“. Ref. 1.3.1.3</p> <p>B. Falsch. Die Ermittlung der Kundennachfrage nach neuen Services ist eine Taktik, die zur Strategie beiträgt, den Umsatz durch die Einführung einer neuen Palette von Services zu steigern. Taktiken sind „die speziellen Methoden, mit denen eine Strategie umgesetzt wird“. Ref. 1.3.1.2</p> <p>C. Richtig. Strategien sind allgemeine Ansätze zur Erreichung von Zielen. Diese Antwort fasst das Ziel der Umsatzsteigerung zusammen und verknüpft es mit dem Plan zur Einführung neuer Services. Die in der Frage beschriebenen Taktiken und operativen Pläne tragen zu dieser Strategie bei. „Diese Ebenen sind i. d. R. strategisch, taktisch und operativ. Die drei Ebenen sollten eng miteinander und mit den Zielen der Organisation verknüpft sein.“ Eine Strategie ist „ein umfassender Ansatz oder eine Vorgehensweise, der/die von einer Organisation zur Erreichung ihrer Ziele definiert wird“. Ref. 1.3.1, 1.3.1.1</p> <p>D. Falsch. Die Erstellung von Implementierungsplänen stellt einen operativen Plan dar, keinen allgemeinen strategischen Ansatz. Betrieb ist „die routinemäßige Ausführung und das Management einer Aktivität, eines Produkts, eines Service oder eines anderen Configuration Items“. Ref. 1.3.1.3</p>

Die ITIL® 4 Managing Professional-Transition-Prüfung

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
10	B	FND 2.1	<p>A. Falsch. „Zur Unterstützung eines ganzheitlichen Ansatzes für das Service Management definiert ITIL vier Dimensionen, die zusammen für die effektive und effiziente Förderung von Wert für Kunden und andere Stakeholder in der Form von Produkten und Services entscheidend sind.“ Die Einführung von ITIL, um diesen vier Dimensionen von ITSM Rechnung zu tragen, erleichtert die Wertschöpfung, hilft der Organisation aber nicht dabei, ITIL-Leitlinien an die Organisation anzupassen. Ref. 3</p> <p>B. Richtig. Die Grundprinzipien können „Organisationen bei ihrer Arbeit leiten, wenn sie einen Service Management-Ansatz umsetzen und ITIL-Leitlinien auf die eigenen Anforderungen und Umstände zuschneiden“. Ref. 4.3</p> <p>C. Falsch. „Service-Wertschöpfungskette: eine Reihe miteinander verbundener Aktivitäten, die eine Organisation durchführt, um für ihre Kunden ein wertvolles Produkt oder einen wertvollen Service bereitzustellen und Wertrealisierung zu unterstützen.“ Die Einführung einer Service-Wertschöpfungskette erleichtert die Wertschöpfung, hilft der Organisation aber nicht dabei, ITIL-Leitlinien an die Organisation anzupassen. Ref. 4.1</p> <p>D. Falsch. Practices sind eine Reihe von organisatorischen Ressourcen, die zur Durchführung von Aufgaben oder zur Erreichung eines Ziels bestimmt sind. Sie helfen der Organisation nicht dabei, ITIL-Leitlinien an die Organisation anzupassen. Ref. 4.1</p>

Die ITIL® 4 Managing Professional-Transition-Prüfung

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
11	D	DPI 3.2	<p>A. Falsch. Leitungsorgane „pflegen Risikomanagement-Systeme und interne Steuerungssysteme und prüfen deren Effektivität mindestens einmal pro Jahr“. Ref. 2.2.1</p> <p>B. Falsch. Die Prüfung von IT-Messungen und -Messgrößen ist Aufgabe des Managements, um sicherzustellen, dass die Erwartungen des Leitungsorgans in operativer Hinsicht erfüllt werden. Das Leitungsorgan sollte „Risikomanagement-Systeme und interne Steuerungssysteme pflegen und deren Effektivität mindestens einmal pro Jahr prüfen“. Ref. 2.2.1</p> <p>C. Falsch. Die Prüfung und Genehmigung von IT-Projekten ist Aufgabe des Managements. Die Rolle des Leitungsorgans ist, „Risikomanagement-Systeme und interne Steuerungssysteme zu pflegen und deren Effektivität mindestens einmal pro Jahr zu prüfen“. Ref. 2.2.1</p> <p>D. Richtig. Das Leitungsorgan sollte „Risikomanagement-Systeme und interne Steuerungssysteme pflegen und deren Effektivität mindestens einmal pro Jahr prüfen“. Ref. 2.2.1</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
12	C	DSV 6.2	<p>A. Falsch. Dies ist eine Herausforderung, die mit dem Schritt „Entdecken“ in der Customer Journey verknüpft ist, nicht mit dem Onboarding. „Konsumenten drücken ihre Anforderungen und Erwartungen nicht explizit aus.“ Ref. 7.2.2, Registerkarte 7.6</p> <p>B. Falsch. Einzelne Konsumenten nehmen alle drei Rollen ein – die des Kunden, des Anwenders und des Sponsors. Somit stellt die Identifizierung des Kunden keine Herausforderung dar. Dies stellt jedoch eine Herausforderung bei dem Onboarding von Unternehmensanwendern dar. „Wenn die Organisation des Servicekonsumenten mehr als nur ein paar Personen umfasst, wird die Unterscheidung zwischen Anwender- und Kundenrollen spürbar und wichtig.“ Ref. 7.2.1</p> <p>C. Richtig. Eine Herausforderung bei dem Onboarding einzelner Konsumenten ist die „große Zahl von Servicekonsumenten mit unterschiedlichen Fähigkeiten und Hintergründen“. Ref. 7.2.2, Registerkarte 7.6</p> <p>D. Falsch. Die Bereitstellung von Marketingunterlagen ist keine Aktivität, die mit dem Onboarding von Anwendern zu tun hat. Sie erfolgt im Schritt „Engagement“, nicht im Schritt „Onboard“. Ref. 7.2.2, Registerkarte 7.6</p>
13	D	HVIT 2.1.a	<p>A. Falsch. „Die Wahl der Märkte, Produkte und Services sowie der Ressourcen und Aktivitäten einer Organisation wird von zahlreichen externen Faktoren beeinflusst, die politischer, wirtschaftlicher, sozialer, technologischer, rechtlicher und umweltbezogener Natur sein können (PESTLE).“ Ref. 2.6.7</p> <p>B. Falsch. Hiermit wird auf die vier Dimensionen Bezug genommen. „Die vier Dimensionen des Service Managements zeigen die Arten von Ressourcen auf, die in einem Wertstrom verwendet werden.“ Ref. 2.6.6</p> <p>C. Falsch. Hiermit wird „Toyota Kata“ beschrieben. „Toyota Kata“ bietet ein „Muster für wissenschaftliches Denken und Routinen für Praxis und Coaching“. Ref. 3.2.3.3.1</p> <p>D. Richtig. Governance ist „das Mittel, mit dem eine Organisation geführt und gesteuert wird“, und „Die geführte und gemanagte Organisationseinheit ist daher sowohl für digitale Technologien als auch für deren Einsatz im Zusammenhang mit digitalen Produkten und Services verantwortlich.“ Ref. 2.6.8</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
14	A	DSV 6.6	<p>A. Richtig. Für den in der Frage beschriebenen Zielmarkt ist eine Kombination aus Online- und Service-Desk-Support am besten geeignet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es ist unwahrscheinlich, dass Machine-Learning-Lösungen über ausreichend Daten über den neuen Service verfügen. • Self-Service hat bei Anwendern mit unzureichenden Kenntnissen über Weboberflächen eine begrenzte Anwendbarkeit. • Es ist unwahrscheinlich, dass Anwender soziale Netzwerke verwenden. <p>Telefonischer Support ist vermutlich der am meisten nachgefragte Supportkanal, aber einfacher Online-Support kann dazu beitragen, die Kosten zu senken und die Vertrautheit der Anwender mit Selbsthilfe-Schnittstellen zu erhöhen. Ref. 7.3, Registerkarte 7.7</p> <p>B. Falsch. Chatbots haben eine „begrenzte Anwendbarkeit“ und wären wenig geeignet, um für den beschriebenen Zielmarkt Support bereitzustellen. Außerdem wird bei dieser Lösung nicht vorgeschlagen, Chatbots durch menschliche Unterstützung abzusichern. „Ersetzen Sie menschliche Schnittstellen erst dann durch ML-basierte Schnittstellen, wenn der Erfolgsgrad hoch genug ist – sorgen Sie für menschliche Unterstützung“. Ref. 7.3, Registerkarte 7.7</p> <p>C. Falsch. Ein Shift-Left-Ansatz ist nur hilfreich, wenn Anwender mit der Nutzung des Internets ausreichend Erfahrung haben. In diesem Fall wurde angegeben, dass dies nicht der Fall ist. Zu den Herausforderungen des Shift-Left-Ansatzes gehören folgende: „Anwender verfügen nicht über ausreichende technische Kompetenzen und/oder sind nicht motiviert, die Selbsthilfe-Tools zu verwenden. Nur ein begrenztes Spektrum an Aufgaben kann von Nutzern auf ihrer Zugriffsebene auf den Service ausgeführt werden. Fehler, die von Anwendern bei Verwendung von Selbsthilfe-Tools gemacht werden, können zu mehr Incidents führen. Die Navigation in der Wissensdatenbank kann schwierig sein“. Ref. 7.3, Registerkarte 7.7</p> <p>D. Falsch. Diese Antwort deutet auf die Nutzung sozialer Netzwerke hin, mit denen der Zielmarkt angeblich wenig Erfahrung hat, und ist daher nicht geeignet. Soziale Netzwerke „werden allgemein für Services verwendet, die einzelnen Anwendern bereitgestellt werden, die mit hoher Wahrscheinlichkeit aktive Nutzer sozialer Netzwerke sind“. Ref. 7.3</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
15	B	CDS 2.1	<p>A. Falsch. Es ist notwendig, „alle Aktivitäten aus allen erforderlichen Practices zusammenzuführen, um einen neuen Service zu erstellen und eine durchgängige, ganzheitliche Vision für die Arbeit zu schaffen“. Der „Wertstrom“ stellt daher teamübergreifende Aktivitäten dar, bei denen unterschiedliche Practices, Tools und Personen zum Einsatz kommen. Ref. 4.2.1.1</p> <p>B. Richtig. Es ist notwendig, „alle Aktivitäten aus allen erforderlichen Practices zusammenzuführen, um einen neuen Service zu erstellen und eine durchgängige, ganzheitliche Vision für die Arbeit zu schaffen“. Der „Wertstrom“ stellt daher teamübergreifende Aktivitäten dar, bei denen unterschiedliche Practices, Tools und Personen zum Einsatz kommen. Ref. 4.2.1.1</p> <p>C. Falsch. Es ist notwendig, „alle Aktivitäten aus allen erforderlichen Practices zusammenzuführen, um einen neuen Service zu erstellen und eine durchgängige, ganzheitliche Vision für die Arbeit zu schaffen“. Der „Wertstrom“ stellt daher teamübergreifende Aktivitäten dar, bei denen unterschiedliche Practices, Tools und Personen zum Einsatz kommen. Ref. 4.2.1.1</p> <p>D. Falsch. Es ist notwendig, „alle Aktivitäten aus allen erforderlichen Practices zusammenzuführen, um einen neuen Service zu erstellen und eine durchgängige, ganzheitliche Vision für die Arbeit zu schaffen“. Der „Wertstrom“ stellt daher teamübergreifende Aktivitäten dar, bei denen unterschiedliche Practices, Tools und Personen zum Einsatz kommen. Ref. 4.2.1.1</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
16	C	DPI 5.2.a	<p>A. Falsch. In dieser Situation ist die Verlagerung des Schwerpunkts von einer lokalen Installation zur Cloud-Lösung das Problem, nicht die detaillierte Beschreibung des Service oder des Designs. Daher umfasst dieser Ansatz keine geeignete Botschaft „Identifizieren Sie die Botschaft: Was wird die Stakeholder dazu bewegen, die Initiative zu unterstützen und sich einzubringen?“ Ref. 6.2.2</p> <p>B. Falsch. Bei diesem Ansatz geht es nur um Kunden-Stakeholder, welche die abonnementbasierte Cloud-Lösung bereits unterstützen. Er bietet auch keine Lösung für den internen Widerstand gegen die Schwerpunktverlagerung. „Definieren Sie, was von jedem Stakeholder benötigt wird: Der Umfang der Unterstützung, die von jedem Stakeholder benötigt wird, sollte berücksichtigt werden. Welche Maßnahmen müssen sie ergreifen?“ Ref. 6.2.2</p> <p>C. Richtig. Bei diesem Ansatz geht es darum, die in der Frage genannten zentralen Stakeholder zu identifizieren. Ein erfolgreicher Stakeholder-Kommunikationsplan setzt voraus, dass verstanden wird, „was die Stakeholder dazu bewegen wird, die Initiative zu unterstützen und sich einzubringen?“ Ref. 6.2.2</p> <p>D. Falsch. Es ist für das Unternehmen zwar hilfreich, eine sichtbare Visions- und Missionsaussage zu haben, aber hier geht es nicht um die Unternehmensvision und -mission, sondern nur um die Verlagerung des Schwerpunkts bei der Bereitstellungsmethode für ein bestehendes Produkt. Daher umfasst dieser Ansatz keine geeignete Botschaft „Identifizieren Sie die Botschaft: Was wird die Stakeholder dazu bewegen, die Initiative zu unterstützen und sich einzubringen?“ Ref. 6.2.2</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
17	D	FND 2.2.a	<p>A. Falsch. Der Schwerpunkt dieses Prinzips liegt auf der Herangehensweise an Aktivitäten: „Verwenden Sie immer nur so viele Schritte, wie zum Erreichen eines Ziels absolut nötig. Ergebnisbasiertes Denken sollte verwendet werden, um praktische Lösungen zu produzieren, die wertvolle Ergebnisse liefern.“ Ref. 4.3.6</p> <p>B. Falsch. Dieses Prinzip konzentriert sich auf erhöhte Effektivität und Effizienz. „Organisationen müssen den Wert der durch ihre personellen und technischen Ressourcen ausgeführten Aktivitäten maximieren.“ Ref. 4.3.7</p> <p>C. Falsch. Dies zeigt die Herangehensweise an die Implementierung von Änderungen. „Widerstehen Sie der Versuchung, alles auf einmal umzusetzen. Auch große Vorhaben müssen in kleinen Schritten ausgeführt werden. Unterteilen Sie die Aufgabe in kleinere, handlichere Schritte, die in einem übersichtlichen Zeitrahmen ausgeführt und abgeschlossen werden können. Dadurch können Sie sich besser auf die einzelnen Schritte konzentrieren.“ Ref. 4.3.3</p> <p>D. Richtig. „Dieser Abschnitt konzentriert sich hauptsächlich auf die Schaffung von Wert für Servicekonsumenten ... Dieser Wert kann verschiedene Formen haben, wie z. B. Umsatz, Kundentreue, niedrigere Kosten oder Wachstumschancen.“ Ref. 4.3.1</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
18	B	DPI 5.2.c	<p>A. Falsch. Instant Messaging ist in einigen Fällen eine nützliche Kommunikationsmethode, ist aber in diesem Fall aufgrund der Sensibilität des Projekts ungeeignet. Es ist auch besser, verschiedene Kommunikationsmethoden zu kombinieren. „Instant Messaging ist nicht immer geeignet. Nachrichten in diesem Format sind oft informell und verwenden eine reduzierte Sprache, was zu Fehlinterpretationen führen kann.“ Ref. 6.1.5, Registerkarte 6.2</p> <p>B. Richtig. Da mit Kommunikation sensibel umgegangen werden muss, ist es in diesem Fall am sinnvollsten, Kommunikationsmethoden zu kombinieren und eine Methode für anonymes Feedback bereitzustellen. „Je nach Art des Feedbacks und abhängig davon, ob die Übermittler ihre Privatsphäre oder Anonymität wahren möchten, könnten mehrere Kanäle erforderlich sein.“ Ref. 6.1.6</p> <p>C. Falsch. In sensiblen Fällen ist es empfehlenswert, Kommunikationsmethoden zu kombinieren und sich nicht auf eine einzelne Methode zu verlassen. E-Mail ist eine nützliche Methode, aber besser für kurze Nachrichten geeignet, und bei sehr detaillierten Nachrichten kann es sein, dass Empfänger sie nicht lesen. „E-Mails sind besonders nützlich für einen kurzen, sachlichen Informationsaustausch, und v. a. dann, wenn eine schriftliche Dokumentation hilfreich ist.“ „Es ist eine allgemeine Good Practice, E-Mails so kurz wie möglich zu halten.“ Ref. 6.1.5, Registerkarte 6.2</p> <p>D. Falsch. In einigen Fällen ist es angebracht, das gesamte Feedback zu veröffentlichen. Wird jedoch mit Widerstand gerechnet, sollte die Anonymität gewahrt werden. Eine derartige Offenheit könnte einige Stakeholder davon abhalten, wichtige Informationen mitzuteilen. „Anonymität könnte erforderlich sein, um ein Gefühl der Sicherheit zu vermitteln. Um jedoch auf das Feedback einzugehen, ist es hilfreich zu wissen, von wem es stammt.“ Ref. 6.1.6</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
19	B	CDS 2.3	<p>A. Falsch. „Die allgemeinen Ziele und Erwartungen an ein Produkt oder einen Service sollten von Anfang bis Ende, d. h. von der Nachfrage bis zum Wert, beschrieben werden, anstatt einfach nur den Einsatz jedes Teams in einer uneinheitlichen oder unkoordinierten Reihe von Aktivitäten zu beschreiben. Der „Wertstrom“ stellt daher teamübergreifende Aufgaben dar, die sich auf unterschiedliche Stakeholder auswirken und bei denen unterschiedliche Prozesse, Tools und Personen und manchmal sogar unterschiedliche Lieferanten zum Einsatz kommen.“ Ref. 4.1.2</p> <p>B. Richtig. „Die allgemeinen Ziele und Erwartungen an ein Produkt oder einen Service sollten von Anfang bis Ende, d. h. von der Nachfrage bis zum Wert, beschrieben werden, anstatt einfach nur den Einsatz jedes Teams in einer uneinheitlichen oder unkoordinierten Reihe von Aktivitäten zu beschreiben. Der „Wertstrom“ stellt daher teamübergreifende Aufgaben dar, die sich auf unterschiedliche Stakeholder auswirken und bei denen unterschiedliche Prozesse, Tools und Personen und manchmal sogar unterschiedliche Lieferanten zum Einsatz kommen.“ Ref. 4.1.2</p> <p>C. Falsch. „Die allgemeinen Ziele und Erwartungen an ein Produkt oder einen Service sollten von Anfang bis Ende, d. h. von der Nachfrage bis zum Wert, beschrieben werden, anstatt einfach nur den Einsatz jedes Teams in einer uneinheitlichen oder unkoordinierten Reihe von Aktivitäten zu beschreiben. Der „Wertstrom“ stellt daher teamübergreifende Aufgaben dar, die sich auf unterschiedliche Stakeholder auswirken und bei denen unterschiedliche Prozesse, Tools und Personen und manchmal sogar unterschiedliche Lieferanten zum Einsatz kommen.“ Ref. 4.1.2</p> <p>D. Falsch. „Die allgemeinen Ziele und Erwartungen an ein Produkt oder einen Service sollten von Anfang bis Ende, d. h. von der Nachfrage bis zum Wert, beschrieben werden, anstatt einfach nur den Einsatz jedes Teams in einer uneinheitlichen oder unkoordinierten Reihe von Aktivitäten zu beschreiben. Der „Wertstrom“ stellt daher teamübergreifende Aufgaben dar, die sich auf unterschiedliche Stakeholder auswirken und bei denen unterschiedliche Prozesse, Tools und Personen und manchmal sogar unterschiedliche Lieferanten zum Einsatz kommen.“ Ref. 4.1.2</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
20	B	DSV 3.3	<p>A. Falsch. „Genügend Kapazität für die Nachfrage“ ist wichtig, beantwortet aber nicht die Frage, ob der Service Provider über die erforderlichen Kenntnisse und Fähigkeiten verfügt, die neuen Technologien zu unterstützen. Ref. 4.3.2.1, Registerkarte 4.9</p> <p>B. Richtig. Der Service Provider demonstriert seine Fähigkeit zur Unterstützung der Kundenänderungen, indem er sicherstellt, dass er über „angemessene Kenntnisse und Fähigkeiten“ verfügt. Ref. 4.3.2.1, Registerkarte 4.9</p> <p>C. Falsch. „Zeitnahes Beantworten“ ist wichtig und stellt konsequentes Handeln unter Beweis, bedeutet aber nicht, eine Verpflichtung gegenüber Kunden einzugehen. Ref. 4.3.2.1, Registerkarte 4.9</p> <p>D. Falsch. Dies ist ein Zeichen dafür, dass eine Verpflichtung eingegangen wird, indem er „ehrlich, respektvoll und kooperativ“ handelt, aber es ist kein Zeichen für seine Fähigkeit, die Änderungen zu unterstützen. Ref. 4.3.2.1, Registerkarte 4.9</p>
21	B	DPI 5.1	<p>A. Falsch. „Die Continual Improvement Practice passt die Practices und Services einer Organisation an sich ändernde Geschäftsanforderungen an.“ Dies kann Organizational Change Management erforderlich machen, um Mitarbeitern zu helfen, den Wert zu verstehen und ihren Widerstand zu verringern. Ref. 5.1</p> <p>B. Richtig. „Das Ziel von OCM ist, Mitarbeiter vom Wert einer Änderung zu überzeugen, um Widerstand zu verringern.“ Ref. 6.3</p> <p>C. Falsch. „Der Zweck der Change Enablement Practice ist die Maximierung der Anzahl erfolgreicher Service- und Produktänderungen durch das Sicherstellen der richtigen Bewertung von Risiken, die Genehmigung von Changes und die Verwaltung des Change-Kalenders.“ Ref. Leitfaden zur Change Enablement Practice 2.1</p> <p>D. Falsch. „Messungen, die von der Unternehmensvision abgeleitet sind, ermöglichen einen klaren Fokus auf die Aspekte, die für das Unternehmen wirklich wichtig sind.“ Ref. 4.2.2</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
22	A	HVIT 1.2	<p>A. Richtig. „Es kann Situationen geben, in denen Risiken bewusst eingegangen werden, um einen Wettbewerbsvorteil zu erlangen oder aufrechtzuerhalten.“ Ref. 2.1</p> <p>B. Falsch. Diese Aktivität ist eher mit der Betriebstechnik verbunden. Dabei geht es um „die Anwendung digitaler Technologien zur Erkennung oder Veranlassung von Veränderungen an physischen Geräten durch Monitoring und/oder Steuerung.“ Ref. 2.2.2</p> <p>C. Falsch. Es kann Auswirkungen auf die Organisationskultur haben, weil Organisationen „sich möglicherweise gegen eine Erhöhung der Geschwindigkeit entscheiden, da der erforderliche kulturelle Wandel als zu umfangreich erachtet wird oder davon ausgegangen wird, dass keine akzeptable Rendite erzielt wird.“ Ref. 2.1</p> <p>D. Falsch. „Die Steigerung der Geschwindigkeit innerhalb einer Organisation ist immer mit Kosten und Risiken verbunden, insbesondere wenn es sich um eine tiefgreifende Veränderung und nicht um eine allmähliche Verbesserung handelt.“ Ref. 2.1</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
23	B	DSV 8.3	<p>A. Falsch. Auch wenn der ROI ein Beispiel für ein Ergebnis ist, ist dieser nicht in allen Fällen relevant. „Der Kunde kann vom Service Provider auf unterschiedlichen Levels Nachweise über die Erreichung von Serviceergebnissen verlangen, wie z. B. ROI, Erreichen strategischer Ziele, Prozess-Performance, Service Levels und mehr.“ Ref. 9.3</p> <p>B. Richtig. Es sollte möglich sein, Messgrößen zur Service-Performance Kundenergebnissen zuzuordnen. „ Im Rahmen der Bewertung sollten die erfassten Erfahrungs-, Performance- und Output-Daten mit den Ergebnissen, Risiken und Kosten korreliert werden und es sollte der Gesamtbeitrag des Service zu den Zielen und Vorhaben des Kunden bewertet werden.“. „Services sind so konzipiert, dass sie Kundenaktivitäten ermöglichen, die wiederum die Erreichung von Kundenergebnissen ermöglichen.“ Ref. 9.3, 9.2.3</p> <p>C. Falsch. Gemessen werden sollten Kundenergebnisse, nicht die Ergebnisse des Service Providers. „Der Kunde kann vom Service Provider auf unterschiedlichen Levels Nachweise über die Erreichung von Serviceergebnissen verlangen.“ Ref. 9.3</p> <p>D. Falsch. Gemessen werden sollten Kundenergebnisse, nicht die Ergebnisse des Service Providers. „Der Kunde kann vom Service Provider auf unterschiedlichen Levels Nachweise über die Erreichung von Serviceergebnissen verlangen.“ Ref. 9.3</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
24	C	HVIT 3.2.d	<p>A. Falsch. Best Practices sind geeignet, wenn ein klares Verständnis des Problems vorliegt und eine Lösung offensichtlich ist. „Offensichtlich – eine klare Kausalität, bei der vorgegebene Best Practices angewendet werden sollten.“ Ref. 3.2.3.1</p> <p>B. Falsch. Eine Analyse ist in komplizierten Situationen angebracht, wenn es wahrscheinlich ist, dass eine Lösung auf der Grundlage früherer Erfahrungen gefunden werden kann, wenn genügend Zeit zur Verfügung steht. „Kompliziert – unklar, aber eine erkennbare Kausalität kann durch Analysen oder Fachwissen ermittelt werden, gefolgt von „Good Practice“. Ref. 3.2.3.1</p> <p>C. Richtig. In komplexen, sich ständig verändernden Umgebungen entstehen Practices, wenn wir aus Experimenten Einblicke gewinnen. „Komplex – unklare und nicht erkennbare Kausalität erfordert die Durchführung unbedenklicher Experimente (Emergent Practice).“ Ref. 3.2.3.1</p> <p>D. Falsch. Auch wenn diese Situation eine Herausforderung darstellt, handelt es sich um keine Krise. Bei einer Krise besteht keine Zeit, sich Gedanken über die Situation zu machen, und sofortiges Handeln ist erforderlich. „Chaotisch – eine besonders hohe Komplexität, die sofortiges Handeln erfordert, um die Situation in eine „komplexe“ zu verwandeln.“ Ref. 3.2.3.1</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
25	C	FND 4.1	<p>A. Falsch. Das Grundprinzip „Wertorientierung“ leitet eine Organisation dabei an, die Anforderungen des Servicekonsumenten zu berücksichtigen. Es kann nicht sicherstellen, dass die Organisation mit allen Stakeholdern kontinuierlich gemeinsamen Wert schafft. Ref. 4.3.1</p> <p>B. Falsch. Die vier Dimensionen „stellen Perspektiven dar, die für das gesamte SVS relevant sind, einschließlich der gesamten Service-Wertschöpfungskette und aller ITIL Practices.“ Sie stellen nicht sicher, dass die Organisation mit allen Stakeholdern kontinuierlich gemeinsamen Wert schafft. Ref. 3</p> <p>C. Richtig. „Der Zweck der SVS ist sicherzustellen, dass die Organisation mit allen Stakeholdern durch die Verwendung und das Management von Produkten und Services fortlaufend gemeinsamen Wert schafft.“ Ref. 4.1</p> <p>D. Falsch. Der Zweck der Service Request Management Practice ist das „Unterstützen der vereinbarten Qualität eines Service, indem alle vordefinierten, vom Anwender initiierten Service Requests effektiv und benutzerfreundlich bearbeitet werden“. Sie stellt nicht sicher, dass die Organisation mit allen Stakeholdern fortlaufend gemeinsamen Wert schafft. Ref. 5.2.16</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
26	D	HVIT 1.3.d	<p>A. Falsch. Das Ziel wertvoller Investitionen umfasst das Identifizieren und Rechtfertigen digitaler Investitionen. In dieser Phase geht es um Forschung und Entwicklung. „Neue digitale Produkte und Services sollten geplant und unter dem Gesichtspunkt der Rentabilität bewertet werden.“ „Es ist auch wichtig, Investitionen nach ihrer Begründung und Genehmigung kontinuierlich zu bewerten, da es wertvollere Investitionsmöglichkeiten geben kann.“ Ref. 4.1</p> <p>B. Falsch. Bei einem stabilen Betrieb geht es darum, eine hohe Verfügbarkeit digitaler Produkte zur Verwendung sicherzustellen. „Informationssysteme stützen sich zunehmend auf so viele Komponenten, dass das Verhalten oft nicht vorhergesagt oder garantiert werden kann. Es gibt keine ausfallsicheren Systeme. Organisationen müssen auf unvermeidliche und unerwartete Ausfälle vorbereitet sein. Der Schwerpunkt liegt nicht mehr auf der Aufrechterhaltung eines langen Intervalls zwischen Ausfällen, sondern auf der schnellen Wiederherstellung des Service, wenn unvermeidliche Probleme auftreten. Dadurch werden Unterbrechungen des Betriebsablaufs verringert.“ Ref. 4.3</p> <p>C. Falsch. Bei einer schnellen Entwicklung geht es darum, neue und verbesserte digitale Produkte häufig, schnell und zuverlässig zu realisieren. „Im Allgemeinen gilt: Je früher digitale Produkte geliefert werden, desto schneller kann der Wert realisiert werden. Manchmal ist dies jedoch nicht der Fall und der Zeitplan sollte entsprechend geändert werden. So könnte z. B. eine frühzeitige Lieferung der Marktnachfrage nicht angemessen sein. Die Aufteilung eines einzelnen Produkts in eine Reihe inkrementeller Lieferungen ermöglicht eine schnellere Gesamtlieferung und erlaubt es Anwendern, den Wert früher zu realisieren, als wenn sie auf das gesamte Produkt warten. Ref. 4.2</p> <p>D. Richtig. Dieses Ziel bedeutet, eine gemeinsame Wertschöpfung aus digitalen Produkten in enger Zusammenarbeit zwischen Service Provider und Konsument zu erreichen. „Eine Rentabilität digitaler Investitionen ist nur dann gegeben, wenn Menschen oder Dinge Entscheidungen treffen, die durch Informationen aus automatisierten Informationssystemen verbessert werden. Anwender müssen daher die digitalen Produkte und Informationen sowie deren Anwendung in deren Kontext verstehen. Sie sollten die Funktionalität gut genug verstehen, um sie angemessen zu nutzen, und in der Lage sein, die Informationen richtig zu interpretieren, um die Entscheidungsfindung zu verbessern.“ Ref. 4.4</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
27	D	CDS 3.2.c	<p>A. Falsch. „Das Ziel der Workforce and Talent Management Practice ist es, Organisationen, Führungskräfte und Manager in die Lage zu versetzen, sich auf die Schaffung einer effektiven und umsetzbaren Personalstrategie zu konzentrieren (Analyse der aktuellen Belegschaft, Bestimmung des zukünftigen Personalbedarfs, Ermittlung der Lücke zwischen Gegenwart und Zukunft und Umsetzung von Lösungen), damit Organisationen ihre Aufgaben, Ziele und strategischen Vorgaben erreichen können.“ Ref. 2.2.3</p> <p>B. Falsch. Der Shift-Left-Ansatz ist ein integrierter Ansatz zur Verbesserung der Arbeitsabläufe sowie der Effizienz und der Effektivität der Arbeit. Er wird verwendet, um die Durchführung von Aufgaben an das optimale Team oder die optimale Person zu verlagern, basierend auf der Verbesserung von Gesamt-Durchlaufzeiten, Lösungszeiten, Kundenzufriedenheit und Effizienz.“ Ref. 5.1.5</p> <p>C. Falsch. Bei der Integration und dem Teilen von Daten liegt der Schwerpunkt darauf, mehrere Systeme innerhalb des Service Designs zusammenzubringen. Ref. 3.1</p> <p>D. Richtig. „Serviceintegration und -management bezieht sich auf einen Ansatz, mit dem Organisationen mehrere Lieferanten in einem Wertstrom managen und integrieren.“ Dies stellt eine neue Herausforderung für outgesourcte Services und Lieferanten dar, bei denen die durchgängige Eigentümerschaft und Koordination verschiedener externer Lieferanten bisher von einer einzigen Einheit gemanagt wurde.“ Ref. 5.2.4</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
28	A	CDS 2.1	<p>A. Richtig. Ein Wertstrom „kann entweder so gestaltet werden, dass er die Zielsetzungen des Service Providers widerspiegelt, oder er kann genutzt werden, um die Art und Weise zu dokumentieren, wie Aufgaben ausgeführt werden“. Darüber hinaus sind „Wertströme eine Darstellung der Arbeit, wie sie mit einem bestimmten Detaillierungsgrad betrachtet wird“. Ref. 4.1.3.1, 4.1.3.4</p> <p>B. Falsch. Bei der Dokumentation eines Wertstroms ist es wichtig, Beiträge von Practices hervorzuheben. Das Team muss sich jedoch zunächst darauf einigen, mit welchem Detaillierungsgrad es den Wertstrom dokumentieren möchte und ob der Wertstrom eine angestrebte oder tatsächliche Arbeitsweise darstellt. Ref. 4.1.3.1, 4.1.3.4</p> <p>C. Falsch. Es ist wichtig, die Auswirkungen von Governance-Richtlinien auf die Schritte, Aktionen und Aufgaben innerhalb eines Wertstroms zu dokumentieren. Das Team muss sich jedoch zunächst darauf einigen, mit welchem Detaillierungsgrad es den Wertstrom dokumentieren möchte und ob der Wertstrom eine angestrebte oder tatsächliche Arbeitsweise darstellt. Ref. 4.1.3.1, 4.1.3.4</p> <p>D. Falsch. Bei der Dokumentation eines Wertstroms kann es hilfreich sein, eine externe Ressource wie einen Berater einzusetzen. Das Team muss sich jedoch zunächst darauf einigen, mit welchem Detaillierungsgrad es den Wertstrom dokumentieren möchte und ob der Wertstrom eine angestrebte oder tatsächliche Arbeitsweise darstellt. Ref. 4.1.3.1, 4.1.3.4</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
29	C	DSV 8.5	<p>A. Falsch. Ad-hoc-Prüfungen sind bei einer „einfachen Beziehung“, aber nicht bei einer „kooperativen Beziehung“ geeignet. Zu den gemeinsamen Aktivitäten im Rahmen einer einfachen Beziehung zählt eine „Ad-hoc-Serviceprüfung“. Ref. 9.1, Registerkarte 9.2</p> <p>B. Falsch. Eine fortlaufende Verfolgung und Analyse der Ergebnisse, Kosten und Risiken ist bei einer „partnerschaftlichen Beziehung“ angemessen, jedoch nicht bei einer „kooperativen Beziehung“. Zu den gemeinsamen Aktivitäten im Rahmen einer partnerschaftlichen Beziehung zählt die „fortlaufende Verfolgung und Analyse der Ergebnisse, Kosten und Risiken und das Streben nach Optimierung“. Ref. 9.1, Registerkarte 9.2</p> <p>C. Richtig. Zu den gemeinsamen Aktivitäten im Rahmen einer kooperativen Beziehung zählt eine „gemeinsame Serviceprüfung der Leistungen im Hinblick auf Vereinbarungen und Versprechen“. Ref. 9.1, Registerkarte 9.2</p> <p>D. Falsch. Eine Prüfung der Kosten von Technologie-Upgrades stellt nur ein Anliegen des Service Providers dar und ist keine gemeinsame oder gemeinschaftliche Aktivität. Darüber hinaus werden bei der Prüfung die bereitgestellten Services nicht validiert. Ref. 9.1, Registerkarte 9.2</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
30	A	FND 3.1.a	<p>A. Richtig. „Es ist wichtig sicherzustellen, dass die Struktur und das Management einer Organisation sowie deren Rollen, Verantwortlichkeiten und Kompetenz- und Kommunikationssysteme gut definiert sind und die Gesamtstrategie und das Betriebsmodell der Organisation unterstützen.“ Ref. 3.1</p> <p>B. Falsch. Die Dimension „Informationen und Technologie“ „umfasst die Informationen und Kenntnisse, die für das Management von Services erforderlich sind, sowie die erforderlichen Technologien. Sie schließt auch die Beziehungen zwischen verschiedenen Komponenten des SVS ein, wie die Inputs und Outputs von Aktivitäten und Practices.“ Ref. 3.2</p> <p>C. Falsch. „Die Dimension „Partner und Lieferanten“ umfasst die Beziehungen einer Organisation zu anderen Organisationen, die an Design, Entwicklung, Deployment, Bereitstellung, Support und/oder kontinuierlicher Verbesserung von Services beteiligt sind. Sie umfasst auch Verträge und andere Vereinbarungen zwischen der Organisation und ihren Partnern oder Lieferanten.“ Ref. 3.3</p> <p>D. Falsch. Die Dimension „Wertströme und Prozesse“ „befasst sich damit, wie die verschiedenen Teile der Organisation auf integrierte und koordinierte Weise zusammenarbeiten, um durch Produkte und Services Wertschöpfung zu ermöglichen.“ Ref. 3.4</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
31	A	DSV 1.1	<p>A. Richtig. „Verstehen, was der Servicekonsument braucht und wünscht, nicht nur, was der Kunde sagt“, ist ein Teil der Förderung von Ergebnissen und Erfahrungen für den Servicekonsumenten bei der Optimierung der Customer Journey. Ref. 2, Registerkarte 2.1</p> <p>B. Falsch. „Sicherstellen, dass die größten Risiken für den Servicekonsumenten identifiziert und beseitigt wurden“, ist ein Teil der Optimierung der Risiken und der Compliance für den Servicekonsumenten bei der Optimierung der Customer Journey. Ref. 2, Registerkarte 2.1</p> <p>C. Falsch. „Fair und transparent bezüglich Kosten sein“ ist Teil der Optimierung von Ressourcen und der Minimierung von Kosten für den Service Provider bei der Optimierung der Customer Journey. Ref. 2, Registerkarte 2.1</p> <p>D. Falsch. „Fair und transparent bezüglich Kosten sein“ ist Teil der Optimierung von Ressourcen und der Minimierung von Kosten für den Servicekonsumenten bei der Optimierung der Customer Journey. Ref. 2, Registerkarte 2.1</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
32	B	HVIT 3.2.b	<p>B. Richtig.</p> <p>(2) Vorgesetzte müssen im Hinblick auf Ausfälle realistisch sein und „anerkennen, dass sie auftreten werden und dass nicht Personen schuld sind, sondern das System“ und „Es ist daher wichtig, dass Verhaltensweisen wie das Unterlassen von Schuldzuweisungen und die Betrachtung von Misserfolgen als Verbesserungsmöglichkeiten mehr sind als vom Unternehmen propagierte Werte.“ Ref. 3.2.2.2</p> <p>(3) „In High Velocity IT-Umgebungen ist es entscheidend, dass Personen sich in der Lage fühlen, ihre Meinungen zu äußern und mit Verbesserungen zu experimentieren, ohne befürchten zu müssen, verurteilt zu werden oder sich zu blamieren.“ Ref. 3.2.2.2</p> <p>A. C. D. Falsch.</p> <p>(1) Stress und Burnout können reduziert werden, indem „auf ungerechte Behandlung, schädliche Beziehungen, mangelnde Anerkennung, mangelnde Steuerung, widersprüchliche Werte und unzureichende Ressourcen geachtet wird“. Ref. 3.1.2</p> <p>(4) Es gibt keinen Hinweis auf einen Konflikt innerhalb des Teams. Eine offene und ehrliche Kommunikation – auch wenn dadurch ein Konflikt entsteht – ist in einer Sicherheitskultur wichtig. Stress und Burnout können reduziert werden, indem „auf ungerechte Behandlung, schädliche Beziehungen, mangelnde Anerkennung, mangelnde Steuerung, widersprüchliche Werte und unzureichende Ressourcen geachtet wird“. Ref. 3.1.2</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
33	D	DSV 7.4	<p>A. Falsch. Superuser sind eine geeignete Quelle für Feedback, aber der Hauptgrund für die Erfassung von Feedback ist nicht, Superuser auszuwählen. „Es ist nicht einfach, eine effektive Gruppe von Superusern aufzubauen und aufrechtzuerhalten ... der Service Provider kann sich im Bedarfsfall nicht auf ihre Unterstützung verlassen.“ Ref. 8.3.1</p> <p>B. Falsch. Dies ist ein Vorteil für den Servicekonsumenten, nicht für den Service Provider. „Der Servicekonsument nutzt zugängliche Ressourcen des Service Providers, konsumiert die zur Verfügung gestellten Waren und handelt gemeinsam mit dem Service Provider, um auf der Grundlage der vereinbarten Serviceangebote gemeinsamen Wert zu schaffen.“ Ref. 8.4</p> <p>C. Falsch. Anwendercommunitys sind eine geeignete Quelle für Feedback, aber der Hauptgrund für die Erfassung von Feedback ist nicht, die besten Anwender-Communitys zu ermitteln. „Anwender-Communitys können wertvolle Komponenten von Serviceinteraktionen während des normalen Betriebs, bei Incidents und bei anderen Schwierigkeiten sein.“ Ref.- 8.3</p> <p>D. Richtig. „Der Servicekonsument nutzt zugängliche Ressourcen des Service Providers, konsumiert die zur Verfügung gestellten Waren und handelt gemeinsam mit dem Service Provider, um auf der Grundlage der vereinbarten Serviceangebote gemeinsamen Wert zu schaffen. Eine Servicementalität, in Kombination mit ausgereiften Practices für einen effektiven, nahtlosen und durchdachten Umgang mit Anwenderinteraktionen und Abweichungen, ist der Schlüssel zur gemeinsamen Wertschöpfung und User Experience.“ Ref. 8.4</p>

Die ITIL® 4 Managing Professional-Transition-Prüfung

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
34	C	HVIT 3.1.b	<p>A. Falsch. „Design Thinking“ bezieht sich auf die „kognitiven und praktikablen Prozesse, mit denen Designkonzepte entwickelt werden“. Ref. 3.2.1.2</p> <p>B. Falsch. „Integration von Verpflichtungen“ bedeutet, „eine Aufgabe, die anfällig für Betrug oder Fehler ist, von einer Person ausführen lassen, weil andere Kontrollen angewendet wurden. Sie stellt eine Alternative zur Trennung von Verpflichtungen dar.“ Ref. 4.5.2</p> <p>C. Richtig. „Sicherheitskultur“ ist ein Umfeld, in dem sich Menschen wohlfühlen und sie selbst sein (sich ausdrücken) können. In einer solchen Kultur „weisen Mitarbeiter daher eher auf Risiken hin, als wenn sie befürchten, dass dies ihrem Ruf und ihrer Position schaden könnte“. Ref. 3.2.2.2</p> <p>D. Falsch. „Toyota Kata“ ist „ein mentales Modell und Verhaltensmuster für wissenschaftliches Denken und Routinen für Praxis und Coaching.“ Ref. 3.2.3.3.1</p>
35	A	HVIT 3.2.e	<p>A. Richtig.</p> <p>(1) Experimente sind wichtig, um Unsicherheiten anzunehmen und kontinuierliches Lernen zu fördern. „In HVIT-Umgebungen ist es wichtig, dass Personen sich in der Lage fühlen, ihre Meinung zu äußern und mit Verbesserungen zu experimentieren, ohne befürchten zu müssen, verurteilt zu werden oder sich zu blamieren.“ Ref. 3.2.2.2</p> <p>(2) „Es ist wichtig, dass sich Fachkräfte verpflichten, kontinuierlich zu lernen und ihr Wissen und ihren Informationsstand zu verbessern. Datengestützte Experimente können zur Überprüfung und Verbesserung von Hypothesen verwendet werden.“ Ref. 3.1.5</p> <p>B. C. D. Falsch.</p> <p>(3) Experimente sind für kontinuierliches Lernen wichtig. Um Kundenaufgaben zu erledigen, sind diese jedoch weniger wichtig. Das andere wichtige Verhaltensmuster, das Experimentieren erfordert, ist die Akzeptanz von Mehrdeutigkeit und Unsicherheit. Ref. 3.1.1, 3.1.4, 3.1.5</p> <p>(4) Experimente sind für die Akzeptanz von Mehrdeutigkeit und Unsicherheit wichtig. Für das Verhaltensmuster „Vertrauen geben und Vertrauen erhalten“ sind sie jedoch weniger wichtig. Das andere wichtige Verhaltensmuster, das Experimentieren erfordert, ist kontinuierliches Lernen. Ref. 3.1.1, 3.1.2, 3.1.5</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
36	D	CDS 1.3.b	<p>A. Falsch. Das Outsourcing einiger Tätigkeiten könnte in dieser Situation helfen, kann aber auch zu Kommunikationsbarrieren zwischen internen und externen Teams führen, die sich auf die Servicequalität auswirken können. Ref. 5.2.3</p> <p>B. Falsch. „Bei der Personalplanung geht es darum zu verstehen, wie Mitarbeiter zur Erreichung der Geschäftsziele einer Organisation eingesetzt werden können. Dazu kann die Bestimmung der für ein Projekt erforderlichen Mitarbeiterstunden gehören, sowie die Ermittlung der Kompetenzen, die Mitarbeiter benötigen, um sicherzustellen, dass die Organisation ihre Ziele erreicht und ihre Performance weiter verbessert.“ Ref. 2.2.3</p> <p>C. Falsch. Die SLAs spiegeln die Bedürfnisse des Unternehmens wider, und wenn dem Serviceteam mehr Zeit zur Verfügung gestellt wird, kann dies dazu führen, dass das Unternehmen seine Geschäftsziele nicht erreicht. Ref. Leitfaden zur Service Level Management Practice 2.2</p> <p>D. Richtig. Die Vorhersage des Arbeitsaufkommens erleichtert der IT-Abteilung die Planung der Kapazität des Serviceteams. Ref. 2.2.3.1</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
37	D	HVIT 1.1.d	<p>A. Falsch. „Digitale Technologien sind ein strategischer Teil des Geschäftsmodells einer digitalen Organisation und werden auf deren primäre (und nicht unterstützende) Aktivitäten angewendet.“ Dies beschreibt eine Investition der IT-Abteilung, die Teil der unterstützenden Aktivitäten ist. Außerdem wird in dieser Frage eine geplante Neuinvestition beschrieben. Es handelt sich also um eine Transformation, nicht nur um eine digitale Organisation. Ref. 2.3</p> <p>B. Falsch. High Velocity IT ist „die Anwendung digitaler Technologien für eine wesentliche Business-Unterstützung, bei der im Allgemeinen Time to Market, Time to Customer, Time to Change und Geschwindigkeit entscheidend sind.“ Es gibt in dieser Situation keine Anzeichen dafür, dass die Transformation schnell erfolgen wird. Ref. 2.1</p> <p>C. Falsch. „'Digitale Transformation' wird oft verwendet, um auf größere Investitionen in die Digitalisierung, Robotisierung und andere Formen der Automatisierung hinzuweisen, die Unternehmen in die Lage versetzen, ihre Geschäfte deutlich anders zu führen oder deutlich andere Geschäfte zu machen.“ Diese Transformation wird die Art und Weise, wie die Organisation Geschäfte führt, nicht verändern. Sie stellt lediglich eine Verbesserung ihrer IT-Fähigkeiten dar. Ref. 2.4</p> <p>D. Richtig. „In Organisationen, in denen Business und IT als getrennte Organisationsfunktionen betrachtet werden, wird ‚IT-Transformation‘ oft als Bezeichnung für größere Veränderungen verwendet, welche die Bereitstellung von IT-Services verbessern. Bei der IT-Transformation geht es um Entwicklung, Betrieb und Support von IT Services und IS.“ Diese Verbesserung der Tests hilft der Organisation, die Entwicklung digitaler Lösungen zu verbessern. Ref. 2.4.1</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
38	C	DSV 4.2	<p>A. Falsch. Eine detaillierte Liste der Anforderungen bereitzustellen, ist nicht der beste Ansatz, da der Service Provider dadurch nicht die Möglichkeit hat, den besten Weg zur Erfüllung der Kundenbedürfnisse zu finden. Es ist besser, eine Liste von Geschäftsanforderungen bereitzustellen. „Es ist wichtig, dass Servicekonsumenten keine Anforderungslisten auf der Grundlage von Erfahrungen mit veralteten Produkten erstellen, bevor sie mit potenziellen Service Providern sprechen. Stattdessen sollten sie Anforderungen beschreiben, die auf ihren tatsächlichen Bedürfnissen basieren, und dann auf die Service Provider hören.“ Ref. 5.4.3</p> <p>B. Falsch. Sich bei Anforderungen auf eine frühere Lösung zu stützen, ist nicht der beste Ansatz, da der Service Provider dadurch nicht die Möglichkeit hat, den besten Weg zur Erfüllung der Kundenbedürfnisse zu finden. Es ist besser, eine Liste von Geschäftsanforderungen bereitzustellen. „Es ist wichtig, dass Servicekonsumenten keine Anforderungslisten auf der Grundlage von Erfahrungen mit veralteten Produkten erstellen, bevor sie mit potenziellen Service Providern sprechen. Stattdessen sollten sie Anforderungen beschreiben, die auf ihren tatsächlichen Bedürfnissen basieren, und dann auf die Service Provider hören.“ Ref. 5.4.3</p> <p>C. Richtig. „Es ist wichtig, dass Servicekonsumenten keine Anforderungslisten auf der Grundlage von Erfahrungen mit veralteten Produkten erstellen, bevor sie mit potenziellen Service Providern sprechen. Stattdessen sollten sie Anforderungen beschreiben, die auf ihren tatsächlichen Bedürfnissen basieren, und dann auf die Service Provider hören.“ Ref. 5.4.3</p> <p>D. Falsch. Ein Kunde sollte nach einem Service Ausschau halten, der seine Bedürfnisse erfüllt, und nicht nach einem bestehenden System suchen, das er anpassen kann. Eine Anpassung ist selten die beste oder kosteneffektivste Lösung. „Je stärker Services angepasst sind und je mehr Freiheit der Kunde hat, seinen eigenen Service zu definieren, desto detaillierter ist die Struktur der Leistungsverrechnung.“ Ref. 9.5.4</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
39	D	FND 5.2.a	<p>A. Falsch. „Der Zweck der Aktivität der Wertschöpfungskette „Verbesserung“ ist, eine kontinuierliche Verbesserung von Produkten, Services und Practices über alle Aktivitäten der Wertschöpfungskette und die vier Dimensionen des Service Managements hinweg sicherzustellen.“ Ref. 4.5.2</p> <p>B. Falsch. „Der Zweck der Aktivität der Wertschöpfungskette „Engagement“ ist, ein gutes Verständnis der Bedürfnisse der Stakeholder, Transparenz, kontinuierliches Engagement und gute Beziehungen zu allen Stakeholdern zu fördern. Ref. 4.5.3</p> <p>C. Falsch. „Der Zweck der Aktivität der Wertschöpfungskette „Erhalten/Erstellen“ ist sicherzustellen, dass Servicekomponenten verfügbar sind, wann und wo sie benötigt werden, und dass sie den vereinbarten Spezifikationen entsprechen.“ Ref. 4.5.5</p> <p>D. Richtig. „Der Zweck der Aktivität der Wertschöpfungskette „Planung“ ist, ein gemeinsames Verständnis der Vision, des aktuellen Status und der Verbesserungsrichtung für alle vier Dimensionen und alle Produkte und Services in einer Organisation sicherzustellen.“ Ref. 4.5.1</p>

F	A	Syllabus-Referenz	Erläuterung
40	A	DPI 3.3	<p>A. Richtig. Diese Antwort schafft ein Gleichgewicht zwischen der Implementierung ausreichender Steuerungen und der Gewährleistung der Compliance mit der Vorschrift, ohne übertrieben zu sein. „Ausschließlich die relevanten Messungen zu identifizieren, die zur Erreichung vereinbarter Ziele notwendig sind, entspricht dem Grundprinzip der Wertorientierung.“ „Beim Entwurf organisatorischer Messungen ist es jedoch wichtig, externe Faktoren, insbesondere rechtliche Faktoren, zu berücksichtigen, die oft von den Regulierungsbehörden durchgesetzt werden und als obligatorisch angesehen werden sollten. Regulatorische Kontrollmaßnahmen dürfen nicht ignoriert werden. Dies würde die Risiken für die Organisation erhöhen.“ Ref. 2.5.2.1</p> <p>B. Falsch. Wenn man den regulatorischen Charakter der Organisation berücksichtigt, werden bei dieser Antwort nicht genügend strenge Steuerungen eingeführt, um sicherzustellen, dass die neue Vorschrift eingehalten wird. Wenn der Bericht nicht aktualisiert wird, bedeutet dies, dass es keinen Nachweis dafür gibt, dass die zusätzlichen Daten aufgezeichnet wurden. „Beim Entwurf organisatorischer Messungen ist es jedoch wichtig, externe Faktoren, insbesondere rechtliche Faktoren, zu berücksichtigen, die oft von den Regulierungsbehörden durchgesetzt werden und als obligatorisch angesehen werden sollten. Regulatorische Kontrollmaßnahmen dürfen nicht ignoriert werden. Dies würde die Risiken für die Organisation erhöhen.“ Ref. 2.5.2.1</p> <p>C. Falsch. In dieser Antwort wird ein Übermaß an Steuerung und eine Überreaktion empfohlen. In diesem Fall ist es nicht sinnvoll, sämtliche Angaben zu jedem Incident aufzuzeichnen. Es ist jedoch unzweckmäßig, alles zu messen. „Ausschließlich die relevanten Messungen zu identifizieren, die zur Erreichung vereinbarter Ziele notwendig sind, entspricht dem Grundprinzip der Wertorientierung.“ Ref. 2.5.2.1</p> <p>D. Falsch. Wenn man den regulatorischen Charakter der Organisation berücksichtigt, werden bei dieser Antwort nicht genügend strenge Steuerungen eingeführt, um sicherzustellen, dass die neue Vorschrift eingehalten wird. Die Entscheidung den Mitarbeitern zu überlassen, stellt in diesem Fall eine unzureichende Steuerung dar. Berichte nur auf Anfrage zu erstellen, reicht nicht aus, um die Compliance mit der neuen Vorschrift nachzuweisen. „Beim Entwurf organisatorischer Messungen ist es jedoch wichtig, externe Faktoren, insbesondere rechtliche Faktoren, zu berücksichtigen, die oft von den Regulierungsbehörden durchgesetzt werden und als obligatorisch angesehen werden sollten. Regulatorische Kontrollmaßnahmen dürfen nicht ignoriert werden. Dies würde die Risiken für die Organisation erhöhen.“ Ref. 2.5.2.</p>