



ITIL[®] Foundation VERSION 5

Globale Best Practice



Für alle Organisationen und Menschen, die mit digitalen Produkten und Services Wert schaffen möchten!

Muster- prüfung 2


Antworten und Begründungen

Mit
PeopleCert Plus
exklusive Vorteile
freischalten!

**Jetzt
mitmachen!**



Offizielle Schulungsunterlagen



Herausgegeben von PeopleCert International Limited
Veröffentlicht in Zypern
Veröffentlichung in Griechenland gedruckt oder elektronisch in Griechenland vervielfältigt

Version 5.0 (Mai 2026)

Copyright © 2022–2026 PeopleCert International Limited und seine verbundenen Unternehmen („PeopleCert“)

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieses Dokuments oder der darin enthaltenen Informationen darf ohne die Genehmigung von PeopleCert kopiert, verbreitet, offengelegt oder verwendet werden. Information, die als unter einer Creative Commons-Lizenz stehend gekennzeichnet ist, darf gemäß dieser Lizenz verwendet werden. ITIL®, PRINCE2®, DEVOPS INSTITUTE®, LANGUAGECERT® und das Swirl-Logo sind eingetragene Marken von PeopleCert.

Haftungsausschluss

Diese Veröffentlichung soll dem Empfänger hilfreiche Informationen bereitstellen. Obwohl PeopleCert bei der Erstellung dieser Veröffentlichung mit Sorgfalt vorgegangen ist, gibt PeopleCert keinerlei Zusicherungen oder Garantien (weder ausdrücklich noch stillschweigend) in Bezug auf die Vollständigkeit, Genauigkeit oder Eignung der darin enthaltenen Informationen oder des darin enthaltenen Rats, und PeopleCert ist nicht verantwortlich für irgendwelche Verluste oder Schäden, die in irgendeiner Weise im Zusammenhang mit solchen Informationen oder diesem Rat entstehen.

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
1	A	1.1.2	<p>A. Richtig. Ein Produkt ist eine Configuration (Konfiguration) der Ressourcen einer Organisation, die darauf ausgelegt ist, Wert zu bieten. „Digitales Produkt ist eine Kombination aus den Ressourcen einer Organisation, die auf digitaler Technologie basieren und darauf abzielen, Konsumenten Wert zu bieten“. Siehe 3.1.2</p> <p>B. Falsch. Der Schwerpunkt liegt auf Integration, nicht auf dem Ersatz von Produkt- und Servicemanagement-Disziplinen. „ITIL bietet ein lückenloses Lebenszyklusmodell für digitale Produkte und Services, in dem die Konzepte von digitalem Produkt und digitalem Service integriert sind“. Siehe 1.2</p> <p>C. Falsch. Dies ist die Definition eines Services, nicht eines Produkts. „Service ist eine Möglichkeit, gemeinsamen Wert zu schaffen, indem das Erreichen der von Konsumenten gewünschten Ergebnisse erleichtert wird, ohne dass der Konsument bestimmte Kosten und Risiken managen muss“. Siehe 3.1.1</p> <p>D. Falsch. Dies hat mit Governance und Informationssicherheits-Management zu tun, nicht mit dem Zweck eines Produkts. „Governance digitaler Technologien: ein Governance-System, das sich auf die aktuelle und zukünftige Nutzung digitaler Technologie konzentriert“. Siehe 5.3.1</p>
2	B	1.1.2	<p>A. Falsch. Dies beschreibt Prozesse und Wertströme, die Teil der „Wertströme und Prozesse“-Dimension sind, nicht die Rolle eines digitalen Service. „Ein Wertstrom ist eine Reihe von Schritten, die eine Organisation ausführt, um Produkte und Services für einen Servicekonsumenten zu entwickeln und bereitzustellen“. Siehe 2.3.1</p> <p>B. Richtig. Der Kernzweck eines Service (einschließlich eines digitalen Service) besteht darin, die gemeinsame Wertschöpfung zu ermöglichen, indem er Konsumenten hilft, gewünschte Ergebnisse zu erzielen und sie gleichzeitig von der Notwendigkeit entlastet, bestimmte Kosten und Risiken zu managen. „Service ist eine Möglichkeit, gemeinsamen Wert zu schaffen, indem das Erreichen der von Konsumenten gewünschten Ergebnisse erleichtert wird, ohne dass der Konsument bestimmte Kosten und Risiken managen muss“. Siehe 3.1.1</p> <p>C. Falsch. Digitale Services ersetzen das Produktmanagement nicht. ITIL integriert Produkt- und Servicemanagement in einen einheitlichen Ansatz. „ITIL bietet ein lückenloses Lebenszyklusmodell für digitale Produkte und Services, in dem die Konzepte von digitalem Produkt und digitalem Service integriert sind“. Siehe 1.2</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
			D. Falsch. Dies beschreibt die Governance digitaler Technologien, die die Compliance und die Steuerung überwacht. „Governance ist das System, mit dem eine Organisation geführt und gesteuert wird“. Siehe 5.3.1
3	A	1.1.3	<p>A. Richtig. In ITIL ist ein Digitaler Service ein Service, der auf digitalen Produkten basiert. Digitale Produkte stellen die Fähigkeiten bereit, während der digitale Service diese Fähigkeiten nutzt, um die gemeinsame Wertschöpfung für Konsumenten zu ermöglichen. „Ein digitaler Service ist ein Service, der vollständig oder weitgehend auf digitale Produkte angewiesen ist“. Siehe 3.1.2</p> <p>B. Falsch. Produkte unterstützen Services; sie ersetzen sie nicht. „Produkte stellen Fähigkeiten bereit, während Serviceangebote den potenziellen Wert beschreiben, den sie den Kunden bieten“. Siehe 3.1.2</p> <p>C. Falsch. Digitale Services sind nicht auf die interne IT beschränkt. Digitale Services werden branchenübergreifend an externe Kunden, Nutzer und Organisationen geliefert. „Heute spielt der Sektorservice eine entscheidende Rolle in der modernen Wirtschaft [...] einschließlich [...] digitaler Services“. Siehe 3.1</p> <p>D. Falsch. Ein digitaler Service kann nicht unabhängig von einem digitalen Produkt existieren, da er auf digitalen Produkten beruht, um zu funktionieren. „Digitale Services basieren immer auf digitalen Produkten“. Siehe 3.1.2</p>
4	C	1.2.4	<p>A. Falsch. „Zugriff auf Ressourcen“ gilt, wenn das Eigentum nicht übertragen wird und der Konsument Nutzungsrechte eingeräumt bekommt (z. B. Cloud-Services, gemietete Ausrüstung). „Zugang zu Ressourcen: der Servicekonsument erhält Zugang zu den Ressourcen des Service Providers und nutzt sie gemäß der vereinbarten Bedingungen“. Siehe 3.1.2</p> <p>B. Falsch. Ein Serviceangebot ist eine Beschreibung von Services, nicht eine Form der Interaktion. „Ein Serviceangebot ist eine formale Beschreibung eines oder mehrerer Services, die darauf ausgelegt sind, die Bedürfnisse einer Zielgruppe von Konsumenten zu erfüllen“. Siehe 3.1.2</p> <p>C. Richtig. Die Lieferung des Druckers stellt eine Übertragung von Waren dar, während die laufende Wartung und Unterstützung durch die Lieferanten Servicehandlungen darstellen. ITIL definiert dies als zwei unterschiedliche Formen der Serviceinteraktion, und beide sind hier vorhanden. „Übertragung von Waren: Einige Services beinhalten die Übertragung von Waren von einem Service Provider zu einem Servicekonsumenten.“ und „Serviceaktion: Eine Aktion, die von einem Service Provider oder</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
			<p>gemeinsam von einem Service Provider und einem Servicekonsumenten ausgeführt wird“. Siehe 3.1.2</p> <p>D. Falsch. Auch wenn ein Transfer von Waren stattfindet, beschreibt eine Service Journey die gesamte Abfolge von Interaktionen über die Zeit hinweg, nicht eine bestimmte Art von Interaktion. „Die Service Journey ist die Summe der Aktivitäten und Interaktionen, die von Organisationen in Servicebeziehungen durchgeführt werden, um ihre Rollen als Service Provider und Servicekonsument zu erfüllen“. Siehe 3.2.3</p>
5	A	1.2.4	<p>A. Richtig. In ITIL ist der Zugriff auf Ressourcen eine spezifische Form der Serviceinteraktion, bei der der Servicekonsument die Ressourcen des Serviceproviders unter vereinbarten Bedingungen nutzt. Dieser Zugriff ermöglicht die gemeinsame Wertschöpfung, da die Konsumenten Ergebnisse erzielen können, ohne diese Ressourcen besitzen oder verwalten zu müssen. „Zugang zu Ressourcen: der Servicekonsument erhält Zugang zu den Ressourcen des Service Providers und nutzt sie gemäß der vereinbarten Bedingungen“. Siehe 3.1.2</p> <p>B. Falsch. „Zugriff auf Ressourcen“ überträgt die Verantwortung für die Verwaltung der Ressourcen nicht auf den Konsumenten. Konsumenten müssen die spezifischen Kosten und Risiken im Zusammenhang mit diesen Ressourcen nicht selbst tragen oder steuern. „Service ist eine Möglichkeit, gemeinsamen Wert zu schaffen, indem das Erreichen der von Konsumenten gewünschten Ergebnisse erleichtert wird, ohne dass der Konsument bestimmte Kosten und Risiken managen muss“. Siehe 3.1.1</p> <p>C. Falsch. Der Ressourcenzugriff bezieht sich speziell darauf, dass Servicekonsumenten Ressourcen von Providern nutzen. Die Beschränkung des Zugriffs auf interne Teams würde die gemeinsame Wertschöpfung mit den Konsumenten verhindern. „Zugang zu Ressourcen: der Servicekonsument erhält Zugang zu den Ressourcen des Service Providers und nutzt sie gemäß der vereinbarten Bedingungen“. Siehe 3.1.2</p> <p>D. Falsch. Automatisierung kann den Zugang zu Ressourcen unterstützen, aber der Zugang zu Ressourcen ersetzt keine Serviceaktionen. Mehrere Formen der Serviceinteraktion können nebeneinander bestehen. „Gemäß der Definition des Serviceangebots gibt es drei Formen der Interaktion zwischen einem Servicekonsumenten und einem Service: Transfer von Waren [...] Serviceaktion [...] Zugriff auf Ressourcen.“ Siehe 3.1.2</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
6	D	1.3.5	<p>A. Falsch. Wert wird nicht einseitig vom Provider erzeugt und „übergeben“ an den Konsument. Der Wert hängt davon ab, wie der Service vom Konsumenten genutzt und erlebt wird. „Die gemeinsame Wertschöpfung durch Services hat zwei Perspektiven: Sie ist stets eine Kombination aus Servicekonsum (durch den Servicekonsumenten) und Serviceerbringung (durch den Service Provider)“. Siehe 3.1.1.1</p> <p>B. Falsch. Wert wird vom Servicekonsument wahrgenommen, nicht vom Provider definiert oder verbraucht. „Wert ist der wahrgenommene Nutzen, die Nützlichkeit und die Bedeutung von etwas“. Siehe 3.1.1</p> <p>C. Falsch. Wertmiterschaffung erfolgt durch Servicebeziehungen. Ohne eine Servicebeziehung kann Wert durch Services nicht realisiert werden. „Zu Servicebeziehungen gehören Serviceerbringung, Servicekonsum und Service Relationship Management“. Siehe Glossar</p> <p>D. Richtig. Wert wird gemeinsam geschaffen; er existiert nur, wenn beide Parteien mitwirken. „Es ist immer eine Kombination aus Servicekonsum (durch den Servicekonsument) und Serviceerbringung (durch den Service Provider)“. Siehe 3.1.1</p>
7	D	1.4.11	<p>A. Falsch. Während Kosten und Risiken Teil des Servicewerts sind, werden Utility und Warranty in Bezug auf Funktionalität und Zusicherung definiert. „Servicewert ist der wahrgenommene Nutzen, die Nützlichkeit und die Bedeutung eines Services“. Siehe 3.1.1</p> <p>B. Falsch. ITIL wendet Utility und Gewährleistung sowohl auf Services als auch auf Produkte an. „Utility ist die Funktionalität, die von einem Produkt oder Service angeboten wird, um einen bestimmten Bedarf zu erfüllen.“ und „Warranty ist die Zusicherung, dass ein Produkt oder Service die vereinbarten Anforderungen erfüllen wird“. Siehe 3.2.4</p> <p>C. Falsch. Utility bezieht sich auf die Eignung für den Zweck, während Warranty sich auf die Eignung für die Nutzung bezieht – nicht umgekehrt. „Utility lässt sich als „was der Service tut“ zusammenfassen und kann verwendet werden, um zu bestimmen, ob ein Service „auf die Eignung für den Zweck“ ist.“ und „Warranty lässt sich als „wie der Service funktioniert“ zusammenfassen und kann verwendet werden, um zu bestimmen, ob ein Service „auf die Eignung für die Nutzung“ ist.“ Siehe 3.2.4</p> <p>D. Richtig. Utility und Warranty sind zwei sich ergänzende Aspekte des Servicewerts. Utility beschreibt, was der Service leistet (Eignung für den Zweck), während die Warranty beschreibt, wie der Service funktioniert (Eignung für die</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
			Nutzung). „Utility ist die Funktionalität, die von einem Produkt oder Service angeboten wird, um einen bestimmten Bedarf zu decken.“ und „Warranty kann als „wie der Service funktioniert“ zusammengefasst werden und kann verwendet werden, um zu bestimmen, ob ein Service „auf die Eignung für die Nutzung“ ist.“ Siehe 3.2.4
8	A	1.3.6	<p>A. Richtig. ITIL erklärt die gemeinsame Wertschöpfung als eine Ausgewogenheit zwischen Ergebnissen, Kosten und Risiken. Wert entsteht nicht allein durch Ergebnisse; er ergibt sich, wenn die gewünschten Ergebnisse erreicht werden und dabei Kosten und Risiken für den Servicekonsument angemessen optimiert werden. Diese drei Elemente müssen gemeinsam betrachtet werden, um zu verstehen, ob ein Service wirklich wertvoll ist. „Servicewert ist der wahrgenommene Nutzen, die Nützlichkeit und die Bedeutung eines Services. Die Erzielung gewünschter Ergebnisse erfordert Ressourcen (und daher Kosten) und ist häufig mit Risiken verbunden. Service Provider helfen ihren Konsumenten, Ergebnisse zu erzielen, und übernehmen dabei einen Teil der damit verbundenen Kosten und Risiken“. Siehe 3.1.1</p> <p>B. Falsch. Ergebnisse existieren nicht unabhängig von Kosten und Risiken. „Die Erzielung gewünschter Ergebnisse erfordert Ressourcen (und daher Kosten) und ist häufig mit Risiken verbunden“. Siehe 3.1.1</p> <p>C. Falsch. Ergebnisse stehen im Zentrum der Wertschöpfung, während Kosten einer der Faktoren sind, die beeinflussen, ob Wert als positiv oder negativ wahrgenommen wird. Ergebnisse werden durch akzeptable Kosten und Risiken unterstützt. „Die Erzielung gewünschter Ergebnisse erfordert Ressourcen (und daher Kosten) und ist häufig mit Risiken verbunden“. Siehe 3.1.1</p> <p>D. Falsch. Risiken werden in Bezug auf ihre Auswirkung auf das Erreichen von Ergebnissen bewertet. Service Provider helfen ihren Konsumenten, Ergebnisse zu erzielen, und übernehmen dabei einen Teil der damit verbundenen Kosten und Risiken“. Siehe 3.1.1</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
9	A	1.4.3	<p>A. Richtig. Eine Service Journey ist die Summe aller Aktivitäten und Interaktionen zwischen einem Service Provider und einem Servicekonsument im Verlauf ihrer Beziehung. Es konzentriert sich auf Interaktionen, nicht nur auf interne Arbeit oder den Lebenszyklus. „Die Service Journey ist die Summe der Aktivitäten und Interaktionen, die von Organisationen in Servicebeziehungen durchgeführt werden, um ihre Rollen als Service Provider und Servicekonsument zu erfüllen“. Siehe 3.2.3</p> <p>B. Falsch. Interne Workflows und Prozesse sind Teil von Wertströmen, Prozessen und Aktivitäten der Wertschöpfungskette, nicht der Service Journey. Die Service Journey umfasst beide Parteien in der Servicebeziehung. Siehe 2.3.1</p> <p>C. Falsch. Der End-to-End-Lebenszyklus eines Produkts wird durch das ITIL Produkt- und Servicelebenszyklusmodell beschrieben, nicht durch die Service Journey. Die Service Journey ist beziehungsorientiert, nicht lebenszyklusphasenorientiert. Siehe 2.3.1</p> <p>D. Falsch. Wertschöpfungsaktivitäten beschreiben, wie Organisationen Produkte und Services verwalten, während die Service Journey beschreibt, wie Anbieter und Konsumenten interagieren. Sie sind miteinander verwandt, aber nicht dasselbe Konzept. „Die Wertschöpfungskette ist die Gesamtheit aller Aktivitäten, die Wertschöpfung durch die Bereitstellung eines Produkts oder eines Services ermöglichen“. Siehe 4.1</p>
10	C	1.4.4	<p>A. Falsch. Der Kunde definiert die Anforderungen und übernimmt die Verantwortung für die Ergebnisse, genehmigt jedoch nicht das Budget. „Kunde ist die Rolle, welche die Anforderungen an Produkte und Services definiert und die Verantwortung für die Ergebnisse des Servicekonsums übernimmt“. Siehe 3.2.1.1</p> <p>B. Falsch. Der Anwender konsumiert und verwendet den Service; sie genehmigen keine Finanzierung. „Anwender ist die Rolle, die Services nutzt“. Siehe 3.2.1.1</p> <p>C. Richtig. Die Sponsor-Rolle ist dafür verantwortlich, das Budget für den Servicekonsum zu genehmigen. Diese Rolle genehmigt die Finanzierung und die finanzielle Verpflichtung für den Service. „Sponsor ist die Rolle, die das Budget für den Servicekonsum genehmigt“. Siehe 3.2.1.1</p> <p>D. Falsch. Ein Product Vendor erstellt und verbessert digitale Produkte, ist jedoch keine Servicekonsument-Rolle und genehmigt keine Budgets für den Servicekonsum. Siehe 3.2.1</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
11	A	1.4.5	<p>A. Richtig. Servicequalität befasst sich damit, wie gut ein Service die ausgesprochenen und impliziten Bedürfnisse erfüllt, die durch vereinbarte Anforderungen und Erwartungen zum Ausdruck kommen. Sie beschränkt sich nicht nur auf Geschwindigkeit, Entwicklungstempo oder Ethik, sondern auf die gesamte Fähigkeit des Service, das Vereinbarte und Erwartete zu erfüllen. „Servicequalität ist die Summe der Merkmale eines Services, die für seine Fähigkeit relevant sind, ausdrückliche und implizite Bedürfnisse zu erfüllen“. Siehe 3.2.4</p> <p>B. Falsch. Die Geschwindigkeit der Incident-Lösung ist nur ein Aspekt des Servicemanagements und definiert für sich allein nicht die Servicequalität. Sie ist Teil der Support-Performance, aber nicht der gesamte Umfang der Servicequalität. Diese Option bezieht sich auf Kennzahlen des Incident Management und des operativen Supports. „Ein Incident ist eine ungeplante Unterbrechung oder Qualitätsminderung eines Services“. Siehe 4.7.2</p> <p>C. Falsch. Die Geschwindigkeit der Entwicklung eines Service bezieht sich auf die Produktentwicklung, die Effizienz im Lebenszyklus oder die Geschwindigkeit der Organisation, jedoch nicht direkt auf die von den Konsumenten wahrgenommene Servicequalität. „Servicequalität ist die Summe der Merkmale eines Services, die für seine Fähigkeit relevant sind, ausdrückliche und implizite Bedürfnisse zu erfüllen“. Siehe 3.2.4</p> <p>D. Falsch. Soziale Verantwortung wird unter Nachhaltigkeit behandelt, die eine Komponente der Servicelevels ist, aber nicht allein die Servicequalität definiert. „Nachhaltigkeit ist die Zusicherung, dass ein Produkt oder ein Service die Anforderungen an ökologische Verantwortung, sozialen Fortschritt und wirtschaftliches Wachstum erfüllt und auch weiterhin erfüllen wird“. Siehe 3.2.4</p>
12	B	1.4.6	<p>A. Falsch. Eine Produktspezifikation beschreibt, wozu ein Produkt oder ein Service entwickelt werden soll, nicht jedoch, wie die Servicequalität während der Servicebereitstellung vereinbart, gemessen oder überprüft wird. Diese Option bezieht sich auf die Aktivitäten „Design“ und „Build“</p> <p>„Produkt-/Servicespezifikation ist ein detailliertes Dokument, das die kritischen Aspekte, Anforderungen und Merkmale eines zu entwickelnden Produkts oder Services beschreibt“. Siehe 4.3.1</p> <p>B. Richtig. Ein Service Level Agreement (SLA) ist der übliche Mechanismus, mit dem zwischen einem Service Provider und einem Kunden ein gemeinsames Verständnis über die erwartete und erreichte Servicequalität hergestellt wird. Es legt fest, welches Servicelevel erwartet wird und</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
			<p>wie es gemessen und gesteuert wird. „Der übliche Weg, ein gemeinsames Verständnis der erwarteten und erzielten Servicequalität zu schaffen und Serviceverbesserung zu managen, ist ein Service Level Agreement (SLA)“. Siehe 3.2.5</p> <p>C. Falsch. Roadmaps beschreiben die zukünftige Richtung und geplante Verbesserung. Sie beziehen sich auf Planung und Priorisierung, insbesondere in „Discovery“- und „Design“-Aktivitäten. „Die wichtigsten Ergebnisse dieser Aktivität umfassen eine aktualisierte Produkt-Roadmap sowie Initiativen zur Produkt- und Serviceverbesserung“. Siehe 4.2.1</p> <p>D. Falsch. Service Level-Anforderungen sind Eingaben für die Servicegestaltung und -vereinbarungen, aber sie schaffen für sich genommen kein gemeinsames Verständnis, sofern sie nicht in einem SLA formalisiert werden. „Service Level Agreement (SLA) ist eine dokumentierte Vereinbarung zwischen einem Service Provider und einem Kunden, die sowohl die benötigten Services als auch den erwarteten Service Level festlegt“. Siehe 4.8.1</p>
13	A	2.2.2	<p>A. Richtig. Die „Informationen und Technologie“-Dimension in ITIL konzentriert sich auf die Daten, Informationen und Technologien, die digitale Produkte und Services sowie die dahinterliegenden Managementsysteme unterstützen. Diese Dimension stellt sicher, dass die richtigen technologischen Fähigkeiten und Informationswerte verfügbar sind, um ein effektives Produkt- und Servicemanagement zu ermöglichen. „Die Dimension „Informationen und Technologie“ befasst sich mit Daten, Informationen und Technologien, die in digitalen Produkten und Services sowie als Teil der Produkt- und Servicemanagement-Systeme der Organisation verwendet werden“. Siehe 2.4</p> <p>B. Falsch. Die Festlegung von Rollen, Verantwortlichkeiten, Kompetenzen und Strukturen gehört zur „Organisationen und Menschen“-Dimension. „Die Dimension „Organisationen und Menschen“ stellt sicher, 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“. Siehe Glossar</p> <p>C. Falsch. Workflows, Prozesse und Aktivitäten werden in der Dimension „Wertströme und Prozesse“ behandelt. Sie beziehen sich darauf, wie Arbeit über Wertströme hinweg strukturiert und ausgeführt wird. „Die Dimension „Wertströme und Prozesse“ adressiert organisatorische und</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
			<p>organisationsübergreifende Workflows und konzentriert sich darauf, welche Aktivitäten die Organisation durchführt und wie sie organisiert sind, um effektiv und effizient Wert für Stakeholder zu ermöglichen“. Siehe 2.3.1</p> <p>D. Falsch. Die Verwaltung externer Lieferanten und Partner steht im Mittelpunkt der „Partner und Lieferanten“-Dimension. Diese Option beschreibt Lieferantenbeziehungen und Verträge. „Die Dimension „Partner und Lieferanten“ umfasst die Beziehungen einer Organisation zu anderen Organisationen, die an den Aktivitäten für Discover, Design, Build, Transition, Operate, Deliver, Support und/oder Continual Improvement von Produkten und Services beteiligt sind“. Siehe 2.5</p>
14	A	2.2.2	<p>A. Richtig. Die „Partner und Lieferanten“-Dimension befasst sich damit, wie eine Organisation ihre Beziehungen zu externen Organisationen gestaltet, die zur Entdeckung, Gestaltung, Lieferung, Unterstützung und Verbesserung von Produkten und Services beitragen. „Die Dimension „Partner und Lieferanten“ umfasst die Beziehungen einer Organisation zu anderen Organisationen, die an den Aktivitäten für Discover, Design, Build, Transition, Operate, Deliver, Support und/oder Continual Improvement von Produkten und Services beteiligt sind“. Siehe 2.5</p> <p>B. Falsch. Die Dimension „Informationen und Technologie“ konzentriert sich auf Daten, Informationen und Technologie sowie darauf, wie sie Produkte und Services unterstützen. „Die Dimension „Informationen und Technologie“ befasst sich mit Daten, Informationen und Technologien, die in digitalen Produkten und Services sowie als Teil der Produkt- und Servicemanagement-Systeme der Organisation verwendet werden“. Siehe 2.4</p> <p>C. Falsch. „Organisationen und Menschen“ konzentriert sich auf interne Struktur, Kultur, Rollen und Kompetenzen. „Die Dimension „Organisationen und Menschen“ stellt sicher, 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“. Siehe Glossar</p> <p>D. Falsch. „Wertströme und Prozesse“ befassen sich mit Workflows und Aktivitäten. „Die Dimension „Wertströme und Prozesse“ adressiert organisatorische und organisationsübergreifende Workflows und konzentriert sich darauf, welche Aktivitäten die Organisation durchführt und wie sie organisiert sind, um effektiv und effizient Wert für Stakeholder zu ermöglichen“. Siehe 2.3</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
15	B	2.2.2	<p>A. Falsch. Tools für Monitoring sind Teil der Dimension „Informationen und Technologie“ und spezifischer Management-Practices, nicht der Dimension „Wertströme und Prozesse“. „Die Dimension „Informationen und Technologie“ befasst sich mit Daten, Informationen und Technologien, die in digitalen Produkten und Services sowie als Teil der Produkt- und Servicemanagement-Systeme der Organisation verwendet werden“. Siehe 2.4</p> <p>B. Richtig. Die Dimension „Wertströme und Prozesse“ befasst sich damit, wie Workflows über Aktivitäten hinweg verlaufen und wie diese Aktivitäten organisiert und koordiniert werden, um Wert für Stakeholder zu schaffen. „Ein Wertstrom ist eine Reihe von Schritten, die eine Organisation ausführt, um Produkte und Services für einen Servicekonsumenten zu entwickeln und bereitzustellen“. Siehe 2.3.1</p> <p>C. Falsch. Organisatorische Hierarchien und Berichtsstrukturen gehören zur „Organisationen und Menschen“-Dimension, nicht zur „Wertströme und Prozesse“-Dimension. Die Dimension „Organisationen und Menschen“ konzentriert sich darauf, wie „eine Organisation strukturiert und geführt wird, einschließlich Rollen, Verantwortlichkeiten sowie Systemen von Autorität und Kommunikation“. Siehe Glossar</p> <p>D. Falsch. Lieferantenvereinbarungen und -verträge gehören zur „Partner und Lieferanten“-Dimension, nicht zur „Wertströme und Prozesse“-Dimension. „Die Dimension „Partner und Lieferanten“ umfasst die Beziehungen einer Organisation zu anderen Organisationen, die an den Aktivitäten für Discover, Design, Build, Transition, Operate, Deliver, Support und/oder Continual Improvement von Produkten und Services beteiligt sind“. Siehe 2.5</p>
16	A	2.2.2	<p>A. Richtig. Die „Organisationen und Menschen“-Dimension konzentriert sich darauf sicherzustellen, dass Kultur, Führung, Fähigkeiten, Kompetenzen und Kommunikation die Organisation in die Lage versetzen, effektiv zu arbeiten und durch Produkte und Services Wert zu schaffen. Die Dimension „Organisationen und Menschen“ konzentriert sich darauf, wie „eine Organisation strukturiert und geführt wird, einschließlich Rollen, Verantwortlichkeiten sowie Systemen von Autorität und Kommunikation“. Siehe Glossar</p> <p>B. Falsch. Dies beschreibt die „Informationen und Technologie“-Dimension. „Die „Informationen und Technologie“-Dimension befasst sich mit den Daten, Informationen und Technologien, die in digitalen Produkten und Services verwendet werden“. Siehe 2.4</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
			<p>C. Falsch. Dies bezieht sich auf die „Partner und Lieferanten“-Dimension. „Die Dimension „Partner und Lieferanten“ umfasst die Beziehungen einer Organisation zu anderen Organisationen, die an den Aktivitäten für Discover, Design, Build, Transition, Operate, Deliver, Support und/oder Continual Improvement von Produkten und Services beteiligt sind“. Siehe 2.5</p> <p>D. Falsch. Dies steht im Einklang mit „Wertströmen und Prozessen“. „Die Dimension „Wertströme und Prozesse“ befasst sich mit organisatorischen und überorganisatorischen Workflows“. Siehe 2.3</p>
17	D	4.1.1	<p>A. Falsch. Dies sind Konzepte, Aktivitäten oder Practices, die innerhalb von ITIL verwendet werden, aber sie sind nicht die Bestandteile des ITIL Value Systems. „Das ITIL VS umfasst fünf Komponenten: Grundprinzipien, Governance, Wertschöpfungskette, Practices, Continual Improvement“. Siehe 1.3</p> <p>B. Falsch. Obwohl Grundprinzipien und Governance ITIL-VS-Komponenten sind, sind „Discover“ und „Deliver“ Wertschöpfungskettenaktivitäten und keine ITIL-VS-Komponenten. „Das ITIL Produkt- und Servicelebenszyklusmodell umfasst acht Lebenszyklusphasen: Discover, Design, Acquire, Build, Transition, Operate, Deliver, Support“. Siehe 1.3</p> <p>C. Falsch. Dies spiegelt Stakeholder- und Servicebeziehungselemente wider, nicht das Governance- und Managementsystem selbst. „Das ITIL Value System (ITIL VS) ist ein Modell, das darstellt, wie alle Komponenten und Aktivitäten einer Organisation zusammenwirken, um die Wertschöpfung mithilfe digitaler Produkte und Services zu erleichtern“. Siehe 5.1</p> <p>D. Richtig. Dies umfasst alle fünf Komponenten des ITIL VS. „Das ITIL VS umfasst fünf Komponenten: Grundprinzipien, Governance, Wertschöpfungskette, Practices, Continual Improvement“. Siehe 1.3</p>
18	C	4.2.4	<p>A. Falsch. Dies betont Vereinfachung und Praktikabilität, nicht Iteration. „Streben Sie stets danach, die Anzahl der Schritte zur Erreichung eines Ziels zu minimieren“. Siehe 5.2.6</p> <p>B. Falsch. Dieses Prinzip besteht darin zu verstehen, wer der Servicekonsument ist und was er wertschätzt. „Alle Aktivitäten, die von der Organisation durchgeführt werden, sollten direkt oder indirekt mit Wert für selbst, ihre Kunden und andere Stakeholder verknüpft sein“. Siehe 5.2.1</p> <p>C. Richtig. Das Szenario beschreibt, wie Arbeit in kleinen Schritten ausgeliefert, Feedback eingeholt und zukünftige Iterationen entsprechend angepasst werden. „Produkt- und Servicemanagement-Iterationen können sequenziell oder gleichzeitig erfolgen, mit</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
			<p>mehreren Feedback-Schleifen dazwischen". Siehe 5.2.3</p> <p>D. Falsch. Dies konzentriert sich auf Zusammenarbeit und die Sichtbarkeit der Arbeit, nicht auf inkrementelle Lieferung. „Aufgaben und deren Resultate sollten sichtbar gemacht werden, versteckte Interessen sollten vermieden werden und Informationen sollten so uneingeschränkt wie möglich geteilt werden“. Siehe 5.2.4</p>
19	B	4.2.8	<p>A. Falsch. Automatisierung sollte nicht um ihrer selbst willen erfolgen. „Automatisierung um der Automatisierung willen kann die Kosten erhöhen, erhebliche Risiken mit sich bringen und die organisatorische Resilienz verringern“. Siehe 5.2.7</p> <p>B. Richtig. Optimierung muss vor Automatisierung kommen. Die Automatisierung ineffizienter oder schlecht gestalteter Arbeit erhöht nur Verschwendung und Risiko. „Bevor eine Aktivität oder Practice effektiv automatisiert werden kann, sollte sie so weit wie möglich und sinnvoll optimiert werden“. Siehe 5.2.7</p> <p>C. Falsch. Automatisierung darf nicht unkontrolliert sein. „Es ist wichtig, dass der Optimierung von Produkten, Services und Practices Grenzen gesetzt werden, da sie einer Reihe von Beschränkungen unterliegen, wie finanzielle Einschränkungen, Compliance-Anforderungen, Zeitbeschränkungen und Ressourcenverfügbarkeit“. Siehe 5.2.7</p> <p>D. Falsch. Das ist das Gegenteil von dem, was passieren sollte. „Vereinfachen und/oder optimieren, bevor automatisieren“. Siehe 5.2.7.3</p>
20	A	4.2.6	<p>A. Richtig. Kein Element der Organisation agiert isoliert, und Entscheidungen müssen das gesamte System berücksichtigen, einschließlich der Wechselwirkungen im gesamten ITIL Value System. „Kein Produkt, kein Service, keine Practice, kein Prozess, kein Team und kein Lieferant steht für sich allein. Die Outputs, welche die Organisation für sich selbst, ihre Kunden und andere Stakeholder liefert, leiden, wenn sie nicht auf integrierte Weise arbeitet, um ihre Aktivitäten als Ganzes und nicht als getrennte Teile zu betrachten“. Siehe 5.2.5</p> <p>B. Falsch. Dies widerspricht dem holistischen Prinzip, das Zusammenarbeit und ein systemweites Bewusstsein betont, anstatt Verantwortung in einem Team zu isolieren, und spiegelt einen siloartigen bzw. fragmentierten Ansatz wider. „Die Outputs, welche die Organisation für sich selbst, ihre Kunden und andere Stakeholder liefert, leiden, wenn sie nicht auf integrierte Weise arbeitet, um ihre Aktivitäten als Ganzes und nicht als getrennte Teile zu betrachten“. Siehe 5.2.5</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
			<p>C. Falsch. Dies beschreibt das Grundprinzip „Wertorientierung“. „Alle Aktivitäten, die von der Organisation durchgeführt werden, sollten direkt oder indirekt mit Wert für selbst, ihre Kunden und andere Stakeholder verknüpft sein“. Siehe 5.2.1</p> <p>D. Falsch. Dies steht im Einklang mit dem Grundprinzip „Optimieren und automatisieren“. „Bevor eine Aktivität oder Practice effektiv automatisiert werden kann, sollte sie so weit wie möglich und sinnvoll optimiert werden“. Siehe 5.2.7</p>
21	A	4.2.5	<p>A. Richtig. Zusammenarbeiten und Transparenz fördern betont die Zusammenarbeit mit Stakeholdern sowie die Sichtbarmachung von Arbeit und Informationen, um bessere Entscheidungsfindung, Vertrauen und Ergebnisse zu ermöglichen. „Wenn bei Initiativen die richtigen Leute in den richtigen Rollen beteiligt werden, profitieren Bemühungen von einer stärkeren Zustimmung, erhöhter Relevanz (denn es stehen bessere Informationen für die Entscheidungsfindung zur Verfügung) und größeren langfristigen Erfolgsaussichten“. Siehe 5.2.4</p> <p>B. Falsch. Dies spiegelt isoliertes Arbeiten und schlechte Zusammenarbeit wider, die ITIL als schädlich einstuft. „Kooperation und Zusammenarbeit sind besser als isoliertes Arbeiten im Elfenbeinturm (sogenannte „Silo-Aktivitäten“).“ Siehe 5.2.4</p> <p>C. Falsch. Dies beschreibt das Leitprinzip „Dort beginnen, wo man steht“, nicht Zusammenarbeit. „Im Prozess, alte, erfolglose Methoden, Produkte oder Services zu beseitigen und etwas Besseres zu schaffen [...] fangen Sie nicht von vorn an, ohne zuvor zu prüfen, was bereits vorhanden ist und genutzt werden kann“. Siehe 5.2.2</p> <p>D. Falsch. Dies beschreibt das „Iterative Weiterentwicklung mit Feedback“-Prinzip. „Indem Feedback vor, während und nach jeder Iteration eingeholt und angewendet wird, wird sichergestellt, dass Aktionen auch unter veränderten Umständen zielgerichtet und angemessen durchgeführt werden können“. Siehe 5.2.3</p>
22	D	4.2.9	<p>A. Falsch. Dies spiegelt einen linearen oder vorschreibenden Ansatz wider, von dem ITIL feststellt, dass er nicht auf Grundprinzipien anwendbar ist. „Es gibt keine bestimmte Reihenfolge oder Hierarchie dieser Prinzipien; sie sind für das ITIL VS gleichermaßen wichtig“. Siehe 5.2.8</p> <p>B. Falsch. Grundprinzipien unterstützen und steuern die Entscheidungsfindung, ersetzen jedoch nicht Governance- oder Management-Practices. „Durch ihr Zusammenspiel sollten die Komponenten des Managementsystems sicherstellen, dass digitale</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
			<p>Produkte und Services im Einklang mit den Zielen der Organisation gesteuert werden“. Siehe 5.1</p> <p>C. Falsch. Grundprinzipien stehen in Wechselwirkung zueinander und sind voneinander abhängig. „Neben der Kenntnis der ITIL Grundprinzipien ist es auch wichtig zu erkennen, dass sie miteinander interagieren und voneinander abhängig sind“. Siehe 5.2.8</p> <p>D. Richtig. Die Grundprinzipien sind nicht isoliert, nicht hierarchisch und nicht sequenziell. Sie sollen gemeinsam verwendet werden, wobei je nach Kontext und Situation unterschiedliche Prinzipien stärker in den Vordergrund treten. „Organisationen sollten nicht nur ein oder zwei der Prinzipien verwenden, sondern die Relevanz jedes einzelnen von ihnen berücksichtigen und, wie sie sich gegenseitig ergänzen“. Siehe 5.2.8</p>
23	C	4.3.2	<p>A. Falsch. „Bewerten“ konzentriert sich auf die Beurteilung der Organisation, ihrer Strategie und ihres Kontexts. „Bewerten: die Organisation, ihre Strategie, Portfolios und Beziehungen zu anderen Parteien bewerten“. Siehe 5.3.1</p> <p>B. Falsch. „Führen“ bedeutet, die Richtung vorzugeben und Verantwortung zuzuweisen. „Führen: die Verantwortung für die Vorbereitung und Umsetzung der Organisationsstrategie und -richtlinien zuweisen und sie steuern“. Siehe 5.3.1</p> <p>C. Richtig. „Überwachen“ ist die Aktivität, die sich damit befasst zu prüfen, ob Performance und Aktivitäten den Richtlinien und der strategischen Richtung entsprechen. „Überwachen: die Performance der Organisation und ihre Practices, Produkte und Services überwachen“. Das Leitungsorgan stellt sicher, dass die Performance im Einklang mit den Richtlinien und der strategischen Richtung steht“. Siehe 5.3.1</p> <p>D. Falsch. „Discover“ ist eine Managementaktivität im Produkt- und Servicelebenszyklus, bei der Bedürfnisse und Chancen für Produkte und Services identifiziert werden. „Discover: Bedürfnisse und Chancen für das Produkt und den Service erkunden und priorisieren“. Siehe 4.1</p>
24	A	3.2.7	<p>A. Richtig. Der Zweck der „Deliver“-Aktivität umfasst die Steuerung der Benutzer-Onboarding- und Offboarding-Prozesse als Teil der Servicebereitstellung und der Aufrechterhaltung der Servicequalität. „Der Zweck der Aktivität „Deliver“ besteht darin, Services für Anwender bereitzustellen, das Anwender-Onboarding/Offboarding zu managen, die Servicequalitätstandards zu wahren und Feedback der Konsumenten einzuholen“. Siehe 4.8.1</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
			<p>B. Falsch. Monitoring von Systemen und das Reagieren auf Ereignisse gehören zur „Operate“-Aktivität, die sich auf das Monitoring und die Wartung von Produkten und Systemen konzentriert. „Der Zweck der Aktivität „Operate“ besteht darin, digitale Produkte und unterstützende Systeme zu warten und zu überwachen, um optimale Leistung und Zuverlässigkeit sicherzustellen“. Siehe 4.7.1</p> <p>C. Falsch. Das Entwerfen von Prototypen ist Teil der „Design“-Aktivität. „Der Zweck der Aktivität „Design“ besteht darin, Prototypen und Spezifikationen für Produkte und Services zu erstellen, in denen deren Funktionalität, Benutzererfahrung und operativer Rahmen beschrieben werden“. Siehe 4.3.1</p> <p>D. Falsch. Die Beschaffung von Ressourcen von Lieferanten ist Teil der Aktivität „Acquire“. „Der Zweck der Aktivität „Acquire“ besteht darin, notwendige Ressourcen effizient zu sichern und zuzuordnen, um die Nachhaltigkeit und Skalierbarkeit von Produkten und Services sicherzustellen“. Siehe 4.4.1</p>
25	C	3.2.6	<p>A. Falsch. Die Aktivität „Deliver“ konzentriert sich darauf, den Nutzern Services bereitzustellen. „Der Zweck der Aktivität „Deliver“ besteht darin, Services für Anwender bereitzustellen, das Anwender-Onboarding/Offboarding zu managen, die Servicequalitätstandards zu wahren und Feedback der Konsumenten einzuholen“. Siehe 4.8.1</p> <p>B. Falsch. Der Support befasst sich mit Vorfällen, Katastrophen und der Wiederherstellung von Service. „Der Zweck der Aktivität „Support“ besteht darin, Incidents zu identifizieren und zu beheben, Notfallwiederherstellungen durchzuführen und das Feedback der Konsumenten zu erfassen“. Siehe 4.9.1</p> <p>C. Richtig. Die Aktivität „Operate“ ist für die Wartung und das Monitoring digitaler Produkte und unterstützender Systeme verantwortlich. „Der Zweck der Aktivität „Operate“ besteht darin, digitale Produkte und unterstützende Systeme zu warten und zu überwachen, um optimale Leistung und Zuverlässigkeit sicherzustellen“. Siehe 4.7.1</p> <p>D. Falsch. „Transition“ befasst sich mit der Einführung neuer oder aktualisierter Produkte in Live-Umgebungen. „Zweck der Aktivität „Transition“ ist es, neue oder aktualisierte Produkte nahtlos in Betriebsumgebungen einzuführen und ein effektives Onboarding/Offboarding von Lieferanten sicherzustellen“. Siehe 4.6.1</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
26	B	3.2.5	<p>A. Falsch. „Build“ konzentriert sich auf die Entwicklung, Integration und das Testen von Produkten. „Der Zweck der Aktivität „Build“ besteht darin, digitale Produkte zu entwickeln, zu integrieren und zu testen, wodurch aus Designs funktionelle Lösungen entstehen“. Siehe 4.5.1</p> <p>B. Richtig. Die „Transition“-Aktivität ist dafür verantwortlich, neue oder aktualisierte Produkte nahtlos in die Live- (operative) Umgebung einzuführen. „Zweck der Aktivität „Transition“ ist es, neue oder aktualisierte Produkte nahtlos in Betriebsumgebungen einzuführen und ein effektives Onboarding/Offboarding von Lieferanten sicherzustellen“. Siehe 4.6.1</p> <p>C. Falsch. Deliver beschäftigt sich damit, Services für Benutzer bereitzustellen, sobald Produkte bereits live sind. „Der Zweck der Aktivität „Deliver“ besteht darin, Services für Anwender bereitzustellen, das Anwender-Onboarding/Offboarding zu managen, die Servicequalitätstandards zu wahren und Feedback der Konsumenten einzuholen“. Siehe 4.8.1</p> <p>D. Falsch. „Operate“ ist verantwortlich für die Wartung und das Monitoring von Produkten, nachdem sie in die Live-Umgebung überführt wurden. „Der Zweck der Aktivität „Operate“ besteht darin, digitale Produkte und unterstützende Systeme zu warten und zu überwachen, um optimale Leistung und Zuverlässigkeit sicherzustellen“. Siehe 4.7.1</p>
27	A	3.2.8	<p>A. Richtig. Die „Support“-Aktivität ist für die Bearbeitung von Incidents und Katastrophen, die Wiederherstellung des Normalbetriebs und die Unterstützung der Nutzer verantwortlich, damit die Service-Performance aufrechterhalten oder nach einer Störung wiederhergestellt wird. „Der Zweck der Aktivität „Support“ besteht darin, Incidents zu identifizieren und zu beheben, Notfallwiederherstellungen durchzuführen und das Feedback der Konsumenten zu erfassen“. Siehe 4.9.1</p> <p>B. Falsch. Die Gestaltung von Architekturen ist Teil der „Design“-Aktivität im Produkt- und Servicelebenszyklus. „Der Zweck der Aktivität „Design“ besteht darin, Prototypen und Spezifikationen für Produkte und Services zu erstellen, in denen deren Funktionalität, Benutzererfahrung und operativer Rahmen beschrieben werden“. Siehe 4.3.1</p> <p>C. Falsch. Die Erstellung von Lösungskomponenten erfolgt während der „Build“-Aktivität. „Der Zweck der Aktivität „Build“ besteht darin, digitale Produkte zu entwickeln, zu integrieren und zu testen, wodurch aus Designs funktionelle Lösungen entstehen“. Siehe 4.5.1</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
			D. Falsch. Das Erkennen von Chancen ist Teil der Aktivität „Discover“. „Discover: Bedürfnisse und Chancen für das Produkt und den Service erkunden und priorisieren“. Siehe 4.1
28	C	4.4.5	<p>A. Falsch. Continuous Deployment ermöglicht sehr häufige Releases, potenziell nach jeder erfolgreichen Change. „Continuous Deployment basiert auf Continuous Delivery.“ und „Continuous Delivery ist eine Reihe von Techniken und Werkzeugen, die es ermöglichen, Software-Updates jederzeit in die Produktion zu deployen“. Häufige Deployments sind möglich [...]“ Siehe 4.6.2</p> <p>B. Falsch. Die manuelle Code Integration steht im Widerspruch zu ITILs Definition von Continuous Integration, die Continuous Delivery zugrunde liegt. „Continuous Integration ist eine Reihe von Techniken und Werkzeugen, die es Entwicklern ermöglicht, ihre Codeänderungen häufig in ein zentrales Repository zu integrieren, gefolgt von automatisierten Builds und Tests“. Siehe 4.5.2</p> <p>C. Richtig. ITIL unterscheidet klar zwischen Continuous Deployment und Continuous Delivery, indem es festlegt, dass Continuous Deployment jede Änderung, die automatisierte Tests besteht, ohne zusätzliche Autorisierung automatisch in die Produktion überführt. „Continuous Deployment ist eine Reihe von Techniken und Tools, die es ermöglicht, jede Änderung, die automatisierte Tests bestanden hat, ohne zusätzliche Autorisierung automatisch in die Produktionsumgebung zu deployen“. Siehe 4.6.2</p> <p>D. Falsch. Testen ist eine zentrale Voraussetzung sowohl für Continuous Delivery als auch für Continuous Deployment. „Continuous Deployment ist eine Reihe von Techniken und Tools, die es ermöglicht, jede Änderung, die automatisierte Tests bestanden hat, ohne zusätzliche Autorisierung automatisch in die Produktionsumgebung zu deployen“. Siehe 4.6.2</p>
29	D	4.4.2	<p>A. Falsch. Ein Change Request schlägt eine Modifikation von Produkten oder Services vor. „Ein Change ist das Hinzufügen, Modifizieren oder Entfernen eines Elements, das direkte oder indirekte Auswirkungen auf Produkte und Services haben könnte“. Siehe 4.7.2</p> <p>B. Falsch. Eine Service Request initiiert während der Servicebereitstellung eine vordefinierte, vom Anwender ausgelöste Serviceaktion. „Ein Service Request ist ein Request eines Anwenders oder des Bevollmächtigten eines Anwenders, der eine Serviceaktion einleitet, die als normaler Bestandteil der Servicebereitstellung vereinbart wurde“. Siehe 4.8.2</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
			<p>C. Falsch. Ein Prototyp ist eine erste Version eines Produkts oder eines Services, die zum Testen und Lernen verwendet wird. „Produkt-/Serviceprototyp ist eine erste Ausführung eines Produkts oder eines Services, die seine grundlegende Form, Funktionalität und Betriebsmöglichkeiten demonstriert“. Siehe 4.3.1</p> <p>D. Richtig. Eine Produkt-/Servicespezifikation ist ein detailliertes Dokument, das die Anforderungen und Merkmale eines Produkts oder eines Services beschreibt. „Produkt-/Servicespezifikation ist ein detailliertes Dokument, das die kritischen Aspekte, Anforderungen und Merkmale eines zu entwickelnden Produkts oder Services beschreibt“. Siehe 4.3.1</p>
30	A	4.4.6	<p>A. Richtig. Observability (Beobachtbarkeit) ist die Fähigkeit, den internen Zustand und das Verhalten eines Systems zu verstehen, indem seine externen Ausgaben analysiert werden. „Observability ist die Fähigkeit, den internen Zustand eines komplexen Systems zu verstehen, indem seine externen Outputs wie Metriken, Protokolle, Log-Dateien und Traces analysiert werden“. Siehe 4.7.1</p> <p>B. Falsch. Die Sicherstellung der Genehmigung von Änderungen gehört zum Change Enablement. „Change Enablement ist die Practice, sicherzustellen, dass Risiken ordnungsgemäß bewertet werden, Änderungen zur Durchführung zu autorisieren und einen Change-Kalender zu verwalten ...“ Siehe Glossar</p> <p>C. Falsch. Observability (Beobachtbarkeit) hilft dabei, Verhalten zu erkennen und zu analysieren, verhindert jedoch Vorfälle nicht automatisch. Das automatische Verhindern von Incidents ist ein Resultat proaktiver Betriebsabläufe und Incident Prevention, unterstützt durch Praktiken wie Monitoring, Event Management und Problem Management. „Monitoring und Event Management sind das systematische Beobachten von Services und Servicekomponenten sowie Aufzeichnen und Erstellen von Berichten zu ausgewählten Statusänderungen, die als Events identifiziert wurden“. Siehe Glossar</p> <p>D. Falsch. Die Verbesserung der Zuverlässigkeit durch Engineering-Praktiken ist das Ziel von Site Reliability Engineering (SRE). „Site Reliability Engineering (SRE) ist eine Technologie-Management-Disziplin, die Aspekte des Software-Engineering einbezieht und sie auf Infrastruktur- und Betriebsprobleme anwendet, mit dem Ziel, ultraskalierbare und hochzuverlässige Softwaresysteme zu schaffen“. Siehe 4.7.1</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
31	B	4.4.8	<p>A. Falsch. Eine ungeplante Serviceunterbrechung ist ein Incident. „Ein Incident ist eine ungeplante Unterbrechung oder Qualitätsminderung eines Services“. Siehe 4.7.2</p> <p>B. Richtig. ITIL definiert: „Ein Problem ist eine Ursache oder mögliche Ursache für einen oder mehrere Incidents“. Siehe 4.9.1</p> <p>C. Falsch. Ein Request von Nutzenden nach Zugriff oder einer Standard-Serviceaktion ist ein Service Request. „Ein Service Request ist ein Request eines Anwenders oder des Bevollmächtigten eines Anwenders, der eine Serviceaktion einleitet, die als normaler Bestandteil der Servicebereitstellung vereinbart wurde“. Siehe 4.8.2</p> <p>D. Falsch. Ein Incident mit erheblicher oder kritischer Auswirkung wird als Major Incident (Schwerwiegender Incident) eingestuft. „Ein Major Incident ist ein Incident mit erheblichen geschäftlichen Auswirkungen, der eine sofortige koordinierte Lösung erfordert“. Siehe Glossar</p>
32	A	4.4.11	<p>A. Richtig. Die „Transition“-Aktivität ist verantwortlich für die Einführung neuer oder aktualisierter Produkte in die Live-Umgebung. Seine Performance wird daher am besten anhand von Kennzahlen bewertet, die sich auf erfolgreiche Deployments/Releases und deren Auswirkung beziehen. Eine hohe Erfolgsquote von Releases, die in die Live-Umgebung ausgerollt werden, weist direkt auf wenige Übergabefehler und eine effektive Transition-Performance hin. „Was sind die wichtigen Kennzahlen des Erfolgs? („Transition“-Aktivität) [...] Anzahl und Auswirkungen von Transition-Fehlern“. Siehe 4.6.2, Tabelle 4.5</p> <p>B. Falsch. Die Generierung von Ideen ist mit der Identifizierung von Chancen verbunden, die zur „Discover“-Aktivität gehören. „Discover: Bedürfnisse und Chancen für das Produkt und den Service erkunden und priorisieren“. Siehe 4.1</p> <p>C. Falsch. Kosten pro Service Request beziehen sich auf die Servicebereitstellung und das Request Fulfilment sowie auf die Aktivität „Deliver“. „Die „Deliver“-Aktivität umfasst [...] die Erfüllung der Serviceanfragen der Nutzer“. Siehe 4.8.1</p> <p>D. Falsch. Wertstromdarstellung wird verwendet, um Workflows zu analysieren und zu verbessern. „Wertstromzuordnung ist eine Technik zur visuellen Darstellung und Analyse von Wertströmen. [...] Sie konzentriert sich auf den Fluss von Informationen, Arbeit und letztlich auf den Wert, der für einen Servicekonsumenten geschaffen wird“. Siehe 6.3</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
33	D	4.4.11	<p>A. Falsch. Die Behebung von Incidents innerhalb der vereinbarten Zielvorgaben ist der Aktivität „Support“ und dem Incident Management zugeordnet. „Der Zweck der Aktivität „Support“ besteht darin, Incidents zu identifizieren und zu beheben, Notfallwiederherstellungen durchzuführen und das Feedback der Konsumenten zu erfassen“. Siehe 4.9.1</p> <p>B. Falsch. Die Kundenzufriedenheit nach der Servicebereitstellung ist ein Maß für die Aktivität „Deliver“. „Was sind wichtige Kennzahlen des Erfolgs? Kunde- und Anwenderzufriedenheit mit der Servicequalität. [...]“ Siehe 4.8.2, Tabelle 4.7</p> <p>C. Falsch. Die Erstlösung steht in Zusammenhang mit der Performance des Service Desks und des Supports. „Die „Deliver“-Aktivität umfasst ... die Erfüllung der Serviceanfragen der Benutzer“. Siehe 4.8.2</p> <p>D. Richtig. Die Qualität der Produktlösungen ist eine zentrale Messgröße für den Erfolg der „Build“-Aktivität. Die „Build“-Aktivität konzentriert sich auf die Entwicklung, Integration und das Testen von Produkten, daher ist die Qualität der Lösung das am besten geeignete Erfolgskriterium. „Was sind wichtige Kennzahlen des Erfolgs? Qualität der Produktlösungen. [...]“ Siehe 4.5.2, Tabelle 4.4</p>
34	A	4.4.12	<p>A. Richtig. Der Zweck der Organisation wird durch Wertschöpfungsaktivitäten ermöglicht, die im Einklang mit diesem Zweck Wert schaffen. „Organisationen existieren, um Wert für Kunden und andere Stakeholder zu schaffen. [...] Um zu verstehen und zu kommunizieren, wie eine Organisation ihren Zweck erfüllt, wird häufig ein Betriebsmodell verwendet. [...] Die höchste Ebene der Dimension „Wertströme und Prozesse“ eines Betriebsmodells kann als Wertschöpfungskette der Organisation beschrieben werden“. Siehe 4.8.2</p> <p>B. Falsch. Governance und Compliance werden durch Governance gesteuert. „Governance ist das System, mit dem eine Organisation geführt und gesteuert wird“. Siehe 5.3.1</p> <p>C. Falsch. Wertschöpfungsaktivitäten werden nicht durch Standardisierung oder prozedurale Konsistenz definiert. Wertschöpfungsaktivitäten sind flexibel und können je nach Kontext auf unterschiedliche Weise kombiniert werden. Auch wenn es innerhalb von Practices oder Prozessen zu Standardisierung kommen kann, ist dies weder der Zweck von Wertschöpfungskettenaktivitäten noch die Art und Weise, wie sie den organisatorischen Zweck unterstützen. „Auch wenn das Wort „Kette“ eine Sequenz eng miteinander verbundener Glieder impliziert, ist es wichtig, sich daran zu erinnern, dass</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
			<p>die Aktivitäten der Wertschöpfungskette nicht immer in einer festen Reihenfolge ausgeführt werden“. Siehe 4.1</p> <p>D. Falsch. Das Festlegen vordefinierter Ziele für die Servicequalität (zum Beispiel Verfügbarkeit, Performance oder Erlebnisniveaus) ist die Rolle des Service Level Managements und der Governance, nicht der Wertschöpfungskette.</p> <p>„Wertschöpfungskette: die Gesamtheit aller Aktivitäten, die durch die Bereitstellung eines Produkts oder eines Services Wert ermöglichen“. Siehe 5.1</p>
35	B	4.4.12	<p>A. Falsch. Zweck und Strategie werden durch die organisatorische Führung und Governance festgelegt. „Der Zweck der Organisation beschreibt, was eine Organisation für ihre Konsumenten und andere Stakeholder tut – und warum“. Siehe 5.4.1</p> <p>B. Richtig. Management-Practices ermöglichen und unterstützen Wertschöpfungskettenaktivitäten, indem sie die Fähigkeiten der Organisation bereitstellen, die für eine effektive Durchführung dieser Aktivitäten erforderlich sind. „Management-Practices ermöglichen und unterstützen die Aktivitäten der Wertschöpfungskette“. „Jede Practice kombiniert Ressourcen aus den Vier Dimensionen, um die Fähigkeit einer Organisation zu unterstützen, spezifische Aspekte digitaler Produkte und Services zu managen“. Siehe 1.3, Abbildung 1.9</p> <p>C. Falsch. Wertschöpfungsaktivitäten werden nicht in einer festen Reihenfolge ausgeführt. „Die Aktivitäten der Wertschöpfungskette werden nicht immer in einer festen Reihenfolge ausgeführt“. Siehe 4.1</p> <p>D. Falsch. Management-Practices ersetzen keine Wertschöpfungsaktivitäten; sie ermöglichen und unterstützen sie. „Management-Practices ermöglichen und unterstützen die Aktivitäten der Wertschöpfungskette“. Siehe 1.3, Abbildung 1.9</p>
36	A	4.5.4	<p>A. Richtig. Die offiziellen ITIL Practice-Leitfaden folgen derselben Struktur, damit die Lesenden die Practices unabhängig davon, mit welcher Practice sie arbeiten, leicht verstehen, vergleichen und einheitlich anwenden können. Siehe 5.5</p> <p>B. Falsch. Practices werden entsprechend dem organisatorischen Kontext und den Bedürfnissen übernommen. Sie sind nicht in einer festen oder universellen Reihenfolge umzusetzen. „Die Aktivitäten der Wertschöpfungskette und die Practices im ITIL VS bilden keine feste, starre Struktur“. Siehe 5.1</p> <p>C. Falsch. ITIL ist toolunabhängig und schreibt keine bestimmten Tools oder Technologien vor. „Die</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
			Architektur des ITIL VS fördert gezielt Flexibilität und verhindert eine silobasierte Arbeitsweise“. Die Aktivitäten der Wertschöpfungskette und die Practices im ITIL VS bilden keine feste, starre Struktur. Vielmehr können sie in mehreren Betriebsmodellen und Wertströmen kombiniert werden, um die Bedürfnisse der Organisation in einer Vielzahl von Szenarien zu erfüllen. Siehe 5.1 D. Falsch. ITIL betont Flexibilität und Anpassungsfähigkeit, nicht Einschränkung. Die standardisierte Struktur unterstützt Lernen und Anwendung, nicht Einschränkung. „Die Architektur des ITIL VS fördert gezielt Flexibilität und verhindert eine silobasierte Arbeitsweise“. Siehe 5.1
37	C	4.5.3	<p>A. Falsch. Die offiziellen ITIL Practice-Leitfaden geben Leitlinien zu Practices und Fähigkeiten, sie schreiben jedoch keine bestimmten Tools oder Technologien vor. Siehe 5.5.1</p> <p>B. Falsch. ITIL betont die Integration, nicht die Trennung von Produkt- und Servicemanagement. „ITIL bietet ein lückenloses Lebenszyklusmodell für digitale Produkte und Services, in dem die Konzepte von digitalem Produkt und digitalem Service integriert sind“. Siehe 1.2</p> <p>C. Richtig. ITIL Official Practice-Leitfaden unterstützen Organisationen, indem sie praktische Leitlinien dazu bieten, wie Management-Practices übernommen und angepasst werden können, was ihnen wiederum hilft, Fähigkeiten für das Management digitaler Produkte und Services zu entwickeln. „Um im Management digitaler Produkte und Services erfolgreich zu sein, entwickeln Organisationen zahlreiche Fähigkeiten – von strategischen bis zu operativen. In den offiziellen ITIL Practice-Leitfäden bietet ITIL strukturierte praktische Leitlinien für 34 Fähigkeiten des Produkt- und Servicemanagements“. Siehe 1.2.1</p> <p>D. Falsch. ITIL legt den Schwerpunkt auf Continual Improvement und situationsgerechte Anwendung. Reifegradmodelle sind Assessment- und Verbesserungsinstrumente, keine festen Zielvorgaben. „Continual Improvement ist eine wiederkehrende organisatorische Aktivität auf allen Ebenen, um sicherzustellen, dass die Performance einer Organisation fortlaufend die Erwartungen der Stakeholder erfüllt“. Continual Improvement-Aufgaben werden in allen Bereichen der Organisation und auf allen Ebenen, von der strategischen bis zur operativen Ebene, ausgeführt. Siehe 5.1, 5.6</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
38	B	4.6.2	<p>A. Falsch. Die Dokumentation aktueller Performancekennzahlen gehört zu Schritt 2: Wo stehen wir jetzt? und nicht zu Schritt 1. Schritt 1 konzentriert sich nicht auf Messung oder die Erstellung einer Ausgangsbasis, sondern darauf, die Vision der Organisation zu verstehen und zu übersetzen. „Schritt 2: Wo stehen wir jetzt? [...] Ein Schlüsselement in diesem Schritt ist ein Ist-Zustand-Assessment“. [...] „Ist-Zustand-Assessments sollten nach Möglichkeit durch objektive Messung erfolgen“. Siehe 5.6.1.2</p> <p>B. Richtig. Das ITIL Continual Improvement Model beginnt mit der Definition der Vision, um sicherzustellen, dass jede Verbesserungsinitiative mit den Zielen, Vorgaben und Prioritäten der Organisation verknüpft ist. „Jede Verbesserungsinitiative sollte die Ziele und Zielsetzungen der Organisation unterstützen. Der erste Schritt des Continual Improvement Models ist, die Vision der Initiative zu definieren. Diese liefert den Kontext für alle folgenden Entscheidungen und verknüpft einzelne Aktionen mit der Vision der Organisation für die Zukunft“. Siehe 5.6.1.1</p> <p>C. Falsch. Die Identifizierung von Verbesserungsmaßnahmen und die Zuweisung von Verantwortlichkeiten gehören zu Schritt 4: Wie kommen wir dorthin? und Schritt 5: Maßnahmen ergreifen, nachdem Vision, Ist-Zustand und Zielzustand verstanden wurden. „Schritt 4: Wie kommen wir dorthin? [...] kann ein Plan zur Bewältigung der Herausforderungen der Initiative erstellt werden“. Siehe 5.6.1.4 „Schritt 5: Maßnahmen ergreifen [...] der Plan für die Verbesserung wird umgesetzt“. Siehe 5.6.1.5</p> <p>D. Falsch. Diese Option bezieht sich auf die Validierung und Bewertung der Verbesserungsergebnisse, die später im Modell erfolgt, als Teil von Schritt 6: Kommen wir voran? „Schritt 6: Kommen wir voran? Dieser Schritt beinhaltet ein Assessment des neuen Ist-Zustands, um ihn mit den vereinbarten Ziele und mit der Baseline zu vergleichen“. Siehe 5.6.1.6</p>
39	A	5.1.1	<p>A. Richtig. Ein Unterstützender Wertstrom unterstützt interne Aktivitäten, die es den Hauptwertströmen erlauben, effektiv zu funktionieren und den Kunden Wert zu liefern. Seine Rolle besteht darin, zu befähigen und zu unterstützen, nicht darin, Konsumenten zu ersetzen oder direkt mit ihnen zu interagieren. „Unterstützender Wertstrom ist ein Wertstrom, der Wert für interne Kunden schafft, um die Hauptwertströme der Organisation zu unterstützen“. Siehe 6.2</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
			<p>B. Falsch. Ermöglichende Wertströme ersetzen keine Hauptwertströme. Hauptwertströme sind entscheidend, weil sie diejenigen sind, die direkt Wert für Servicekonsumenten ermöglichen. Ermöglichende Wertströme existieren nur in Bezug auf Hauptwertströme. „Hauptwertstrom ist ein Wertstrom, der die Bereitstellung von Wert für Konsumenten in der vom Betriebsmodell der Organisation vorgesehenen Form ermöglicht“. Siehe 6.2</p> <p>C. Falsch. Die Definition von Kundenergebnissen und Serviceerwartungen bezieht sich auf kundenorientierte Aktivitäten, die Teil der Hauptwertströme und des Service Relationship Management sind. „Hauptwertstrom ist ein Wertstrom, der die Bereitstellung von Wert für Konsumenten in der vom Betriebsmodell der Organisation vorgesehenen Form ermöglicht“. Siehe 6.2</p> <p>D. Falsch. Ermöglichende Wertströme stehen nicht in direkter Schnittstelle zu Servicekonsumenten. Diese Rolle übernehmen die Hauptwertströme, die die End-to-End-Wertlieferung an die Kunden sicherstellen. „Hauptwertstrom ist ein Wertstrom, der die Bereitstellung von Wert für Konsumenten in der vom Betriebsmodell der Organisation vorgesehenen Form ermöglicht“. Siehe 6.2</p>
40	A	5.3.2	<p>A. Richtig. Wertstromdarstellung ist eine Technik, um Wertströme zu identifizieren, zu visualisieren und zu analysieren, und Wertstrom Management ist eine fortlaufende, kontinuierliche Aktivität, die sicherstellt, dass Wertströme im Laufe der Zeit effektiv, adaptiv und verbessert bleiben. Zuordnung ist ein Ausgangspunkt; Management erhält und steuert die Performance. „Wertstromdarstellung ist eine Technik zur visuellen Darstellung und Analyse von Wertströmen“. „Wertstromdarstellung ist eine Technik, mit der sich relativ leicht beginnen lässt und die zudem rasch greifbare Resultate liefert. Allerdings hat es keinen nachhaltigen Effekt, wenn sie nur als einmalige Übung durchgeführt wird. Um eine hohe Qualität von Services aufrechtzuerhalten und den Fluss der Arbeit kontinuierlich zu optimieren, gehen Organisationen zum Wertstrom-Management über, was sowohl „Management von Wertströmen“ als auch „Management durch Wertströme“ bedeutet“. Siehe 6.3, 6.4</p> <p>B. Falsch. Wertstromdarstellung ist kein Reporting-Tool, und Wertstrom-Management ist keine Audit-Aktivität. Beide sind auf Verbesserung ausgerichtet und werteorientiert, keine Compliance-Mechanismen. „Wertstromdarstellung und Management haben zum Ziel, den Kundenwert in</p>

Frage	Antwort	Assessment-Kriterien	Begründung
			<p>den Mittelpunkt zu stellen und den End-to-End-Fluss für die Wertschöpfung zu optimieren“. Siehe 6.1</p> <p>C. Falsch. Sowohl die Wertstromdarstellung als auch das Wertstrom-Management gelten gemeinsam für Produkte und Services, im Einklang mit dem integrierten Produkt-und-Service-Ansatz von ITIL.</p> <p>„Um die tatsächliche Produkt- und Servicemanagement-Arbeit, wie sie ausgeführt wird, zu steuern, müssen Organisationen ihre Wertströme identifizieren und abbilden, analysieren und kontinuierlich verbessern“. Siehe 6.1</p> <p>D. Falsch. Wertstromdarstellung und Wertstrom-Management richten sich auf Wertorientierung, Flussoptimierung und Continual Improvement.</p> <p>„Wertstrom-Management beinhaltet eine kontinuierliche Fokussierung darauf, wie Arbeit erledigt wird, sowie die Analyse und Verbesserung der Wertströme der Organisation“. Siehe 6.4</p>



THE LANGUAGE OF GROWTH

Vielen Dank, dass Sie diesen Kurs abgeschlossen haben!

Bitte nehmen Sie sich ein paar Minuten Zeit, um uns Feedback zu Ihren Erfahrungen und Ihrem Lernerfolg aus dem Kurs zu geben, indem Sie hier die Online-Umfrage zur Bewertung des Kurses ausfüllen.



PeopleCert ist seit 2006 von Lloyd's Register, UK (jetzt LRQA), gemäß ISO 14001 für Environmental Management akkreditiert. Wir sind durch zahlreiche Auszeichnungen anerkannt und bleiben dem ESG Leadership und dem Erhalt unseres Planeten verpflichtet.