

# ORGANISATIONSGESTALTUNG: DIE KLASSISCHE ORGANISATION ÜBERDENKEN

Wenn die Interaktionskosten sinken, geraten Unternehmen unter den Druck, ihre Kernprozesse zu entwirren; diese sind sehr unterschiedlichen betriebswirtschaftlichen, kulturellen und wettbewerblichen Geboten unterworfen.

- **Management der Kundenbeziehungen:**  
Aufspüren von Kunden, Anknüpfen und Ausbauen von Beziehungen von ihnen
- **Produktinnovation**  
Konzipieren attraktiver neuer Produkte und Services sowie deren Vermarktung
- **Infrastruktur-Management**  
Aufbauen und Managen von Einrichtungen für massenhafte, wiederkehrende Betriebsaufgaben

<i><b>Management der Kundenbeziehungen</b></i>	<i><b>Produktinnovation</b></i>	<i><b>Infrastruktur-Management</b></i>
<b>Betriebswirtschaft</b>		
Hohe Kosten zur Gewinnung von Kunden zwingen dazu, ihnen tief in die Brieftasche zu greifen; Schnelligkeit spielt eine Schlüsselrolle	Ein früher Markteintritt ermöglicht einen Premiumpreis und einen hohen Marktanteil; Schnelligkeit spielt eine Schlüsselrolle	Hohe Fixkosten machen Massenfertigung unumgänglich, damit niedrige Stückkosten zu erzielen sind; Größenvorteile sind hier der Erfolgsschlüssel
<b>Kultur</b>		
Sehr stark kundenorientiert; „der Kunde ist König“	Mitarbeiterzentriert; die kreativen „Stars“ werden verhätschelt	Kostenzentriert; die Betonung liegt auf Standardisierung, Berechenbarkeit, Effizienz
<b>Wettbewerb</b>		
Kampf um Geschäftsumfang; rasche Konsolidierung; wenige große Anbieter dominieren	Kampf um Talente; niedrige Eintrittsbarrieren; viele kleine Konkurrenten drängen nach vorn	Kampf um Größe; rasche Konsolidierung; wenige große Anbieter dominieren

Quelle: Hagel & Singer, in HM 5/99