

Für viele organisationsspezifische Aufgabenstellungen, beispielsweise zur Ableitung von organisationsspezifischen Strategien, Zielen und Anforderungen, aber auch für die Priorisierung und Standardisierung oder für die Auswahl und Implementierung von IT-Systemen ist es in der Regel notwendig, dass vorab Strukturanalysen durchgeführt werden, die anschließend eine differenzierte Betrachtung möglicher Lösungsvarianten in Bezug auf die ermittelten Strukturvorgaben erlauben.

Diese Strukturanalysen können sich, wie Abbildung 1 zeigt, beispielsweise auf die Analysen und Bewertung von Kunden-, Vertriebs-, Produkt-, Mitarbeiter-, Organisations-, Kommunikations-, Kern- oder IT-Systemstrukturen beziehen. Über die im MITO-Tool hinterlegte Portfolio-Analyse ist es möglich, auch komplexe Strukturen mehrdimensional abzubilden, die es anschließend erlauben, aus den zweidimensionalen Portfoliodiagrammen die Handlungsempfehlungen zielführend umzusetzen. Dies wird in Abbildung 1 am Beispiel der Kundenstrukturanalyse mit der gezeigten Kundenstruktur-Portfoliomatrix dargestellt. Lokalisiert werden dabei die Kundengruppen, die entscheidend zum Wettbewerbserfolg beitragen.

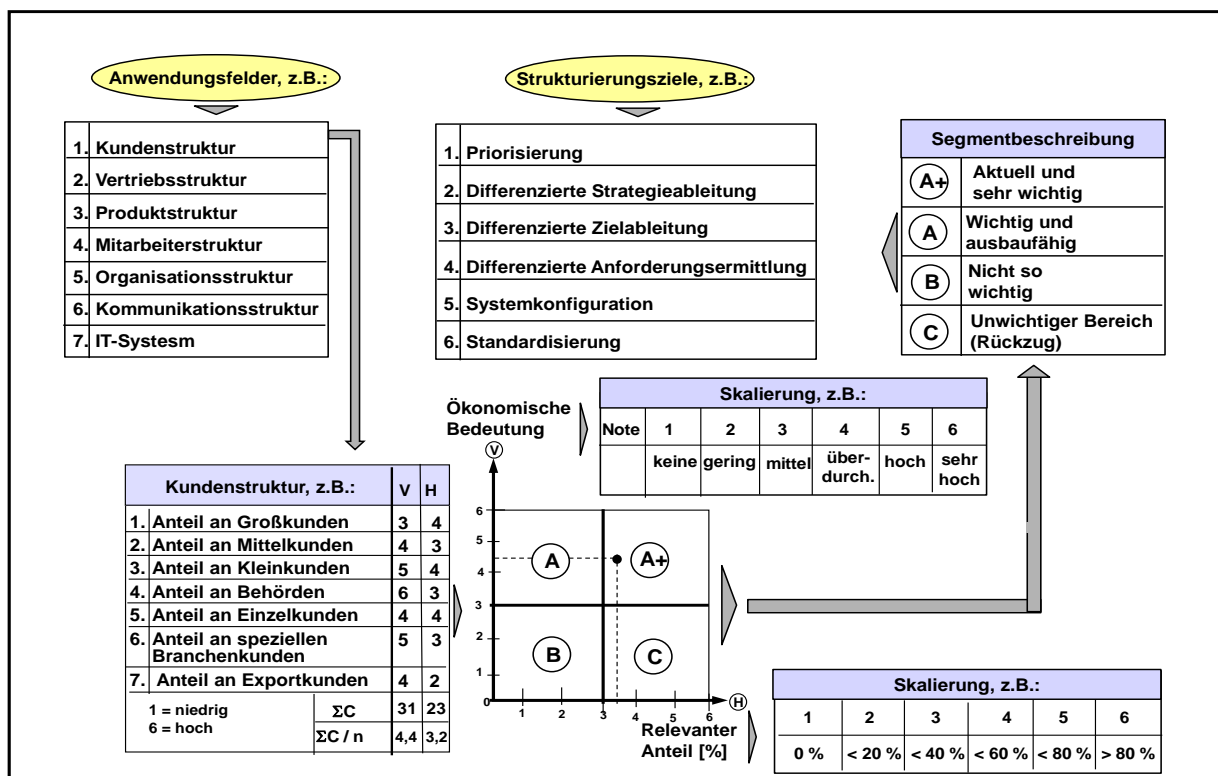


Abbildung 1: MITO-gestützte Strukturanalysen und -bewertungen

Die beiden Bewertungsdimensionen (V = Vertikal und H = Horizontal) beziehen sich einmal bei der vertikalen Achse auf die ökonomische Bedeutung aus der jeweiligen Betrachtungssicht, beispielsweise in diesem Falle bei der Kundenstruktur aus Wettbewerbssicht, und auf der horizontalen Achse in Bezug auf den relativen Anteil bzw. die prozentuale Ausprägung der jeweilig zu analysierenden Struktur.

Die Bewertung in der MITO-Portfoliomatrix ermöglicht dann im Portfoliodiagramm eine eindeutige Zuordnung zu den vier Quadranten. Diese Quadranten beinhalten folgende Handlungsempfehlungen: Im rechten oberen Segment, dem A+-Segment, ist die dort vorhandene Kundenstruktur für den Wettbewerbserfolg aufgrund des hohen relativen Anteils und der Bedeutung ganz wichtig, diese Kundengruppe muss also weiter mit besonderer Sorgfalt betreut werden. Für das Segment im linken

oberen Portfoliodiagramm ist die Bedeutung ebenfalls hoch. Allerdings liegt ein relativ kleiner Prozentanteil vor. Hier liegen noch sehr große Aktivierungspotentiale, um diese Kundengruppe in das A+-Segment zu transformieren. Im unteren linken rechten Segment B liegt die Bedeutung aus Wettbewerbssicht nicht so hoch. Hier sollten auch keine weiteren besonderen Anstrengungen erfolgen. Im linken unteren Quadranten C geht es eigentlich um sehr unwichtige Kundenbeziehungen. Eventuell sollte hier auch über einen Rückzug nachgedacht werden.

In gleicher Weise lassen sich diese Strukturanalysen natürlich für die einleitend genannten Anwendungsfelder durchführen. Notwendig ist es nur, dass eben zu jedem Anwendungsfeld eine detaillierte Zerlegung der vorhandenen Strukturelemente erfolgt, um eine eindeutige Bewertung anschließend vornehmen zu können.

Literaturhinweis

Binner, H.F.: „Organisation 4.0: MITO-Konfigurations-Management“, Springer Vieweg-Verlag, 2018, Seiten: 597, Preis: 54,98,- Euro-Hardcover + eBook ISBN: 978-3-658-20661-1.

Binner, H. F.: Ganzheitliche Businessmodell-Transformation mit dem MITO-Organisation 4.0-Ansatz; bookboon (The eBook company), 1. Auflage, 2018, Seiten: 93, Preis: 8,99 Euro, ISBN: 978-87-403-2579-9

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme. Weitere Informationen dazu finden Sie unter www.pbaka.de

PROF. BINNER AKADEMIE GmbH

Berliner Str. 29, 30966 Hemmingen,

Telefon (0511) 84 86 48-12, Telefax (0511) 84 86 48-19,

eMail: info@pbaka.de, Internet: www.prof-binner-akademie.de