



FRANS VAN DER
REEP

ist ein inspirierender Vor-
denker aus den Niederlan-
den, seit 2003 Professor für
Digitales an der Fachhoch-
schule Inholland und seit
langer Zeit Senior Strategie-
Berater bei KPN. Sein
Schwerpunkt: Internet-Ein-
fluss auf Leben und Arbeit.
Interviews mit Van der Reep
erschieden in zahlreichen
niederländischen und inter-
nationalen Zeitungen und
Zeitschriften. Zudem bloggt
und schreibt er über aktuelle
Trends in folgenden Berei-
chen: Strategie, Marketing
und Sales, HRM, Finanzen
zukunftsweisende Innovati-
onen, ICT und BPM. Er ist
regelmäßiger Sprecher bei
(internationalen) Fachkon-
ferenzen zu den genannten
Themen.

Who is your pal? Sag mir, wer Dein Freund ist ...

Ein Beitrag von Frans van der Reep

Die Theorie der Transaktionskosten besagt, dass man als Unternehmen interne und externe Zusammenarbeit billiger als auf dem Markt regeln muss. Existenzgründe eines Unternehmens basieren auf der Tatsache, dass die innerbetrieblichen Prozesse besser und billiger realisiert werden können als es außerbetriebliche, vom Markt organisierte Angebote tun. Kann man das nicht, hat das Unternehmen kein konkurrenzfähiges Angebot.

Das Internet ermöglicht es uns, in der Piranha-Wirtschaft, schnell und gnadenlose Schluss über und Vergleich zwischen Unternehmen und deren Angebote zu ziehen. Innerbetriebliche Transaktionskosten eines Unternehmens müssen also unter dem Niveau der außerbetrieblichen Kosten liegen. Hier hat das Internet einen großen Einfluss auf die Veränderungen bei den Regeln der Zusammenarbeit: Das Internet senkt gesellschaftliche Transaktionskosten sowie die Kosten der Zusammenarbeit beträchtlich. Das zwingt die Unternehmen dazu, innerbetriebliche Kosten zu senken und sich selbst viel öfter als noch vor 5 Jahren mit der Außenwelt zu vergleichen. Wenn das Unternehmen selbst das nicht tut, ergreifen die Kunden die Initiative und gleichen ihre Einkaufsliste für immer mehr Produkte übers Internet ab.

Das wachsende Interesse im Geschäftsbetrieb für Operational Excellence, Best Practices-Studien und Business Balanced Score Cards basiert auf diesen Entwicklungen. Das Internet ist eine Art Katalysator, um sich die ehrliche Frage nach der eigenen Kernkompetenz zu stellen. Dementsprechend muss es auch eine Antwort geben: Wo liegt das eigene, konkurrenzfähige Angebot und wo nicht. Mit anderen Worten, wo ist das „Innenbetriebliche“ mindestens genauso gut wie das „Außenbetriebliche“. Eine Zwei ist gut, aber nicht gut genug, wenn jemand anderer auf dem Markt eine Eins für die gleiche Leistung erhält. Diese Entwicklungen und die Auseinandersetzung mit den eigenen Kompetenzen zwingen Unternehmen heute dazu, sich auf die Gebiete zu beschränken, auf denen sie sehr gut bis ausgezeichnet sind.

Was genau bedeutet das für Ihre Unternehmensaktivität? Entscheidungen treffen, über das, was man in der Zukunft tut und über das, was man lieber sein lässt. Wenn man die vom Internet angebotenen Möglichkeiten der Kooperationen nutzt, muss man sich parallel der eigenen Kompetenzen bewusst sein. Gleichzeitig muss man die möglichen Partner herausfinden, die ebenfalls erstklassig auf ihrem Gebiet sind. Internet, Outsourcing, Offshoring, Near sourcing von Aktivitäten, die Selbstpräsentation als Geschäftspartner,