

Platz.-Nr.: _____

Name: _____ Vorname: _____ Matr.-Nr.: _____

BERGISCHE UNIVERSITÄT WUPPERTAL
Fachbereich B Wirtschaftswissenschaft –
Schumpeter School of Business and Economics

Klausuraufgaben

Integrierter Studiengang Wirtschaftswissenschaft
Hauptprüfung
Organisation

Bachelor of Science Wirtschaftswissenschaft
BWiWi 2.1: Organisation

Bachelor of Science
Gesundheitsökonomie und Gesundheitsmanagement
BWiGes 5.1: Organisation

Prüfer:
Univ.-Prof. Dr. Michael J. Fallgatter

Prüfungstag: 03.08.2015

erlaubte Hilfsmittel: **keine**

Es sind **drei von vier** Aufgaben zu bearbeiten. Die Fragen sind gleichgewichtet.
Falls alle vier Aufgaben bearbeitet werden, werden nur die Aufgaben Nr. 1 bis Nr. 3 gewertet.

Bearbeiten Sie alle Aufgaben auf dem Klausurpapier.
Antworten auf dem Aufgabenbogen werden nicht bewertet.

Bei Unklarheiten in der Aufgabenstellung beschreiben Sie diese und treffen Sie zur weiteren
Bearbeitung der Aufgabe sinnvolle Annahmen.

Die Klausur besteht mit dem Deckblatt aus insgesamt 3 (drei) Seiten.

Unterschrift: _____

Aufgabe Nr. 1:

- a) Nennen und erläutern Sie kurz die drei Ansätze, die Führungskräfte zur Bewertung der organisationalen Effektivität (organizational effectiveness) nutzen können! [ca. 9 Minuten]
- b) Wie könnten die Themen „Entscheidungsfindung & Lernen“ (decision making & learning) (Kapitel 12) mit der Bewertung der organisationalen Effektivität zusammenhängen? Bitte nennen und erläutern Sie 4 mögliche Zusammenhänge! [ca. 16 Minuten]
- c) Welche Schwierigkeiten sehen Sie bei der Messung der organisationalen Effektivität im Hinblick darauf, dass es sich bei organisatorischen Fragestellungen häufig um dialektische Probleme handelt? [ca. 5 Minuten]

Aufgabe Nr. 2:

- a) Nennen Sie die drei organisatorischen Gestaltungsherausforderungen (organizational design challenges)! [ca. 6 Minuten]
- b) Während für zwei Gestaltungsherausforderungen der Zusammenhang „Je mehr von dem einen, desto weniger von dem anderen.“ gilt, kann man die dritte Gestaltungsherausforderung als „Je mehr von dem einen, desto mehr von dem anderen.“ verstehen. Geben Sie für jede der drei Gestaltungsherausforderungen den korrekten Zusammenhang an und erläutern Sie diesen! [ca. 12 Minuten]
- c) Bitte erläutern Sie, was mit den Begriffen Legitimation und Isomorphie gemeint ist! Nennen Sie die Formen, in denen Isomorphie auftreten kann! Wie hängen Isomorphie und Legitimation einer Organisation miteinander zusammen? [ca. 12 Minuten]

Aufgabe Nr. 3:

Das Unternehmen „Käsebrod“ mit Sitz in der Schweiz ist etabliert und erfolgreich in der Produktion und im Vertrieb verschiedener Milch- und Käseprodukte. Aufgrund seines Erfolgs möchte das Unternehmen nun in andere Bereiche des Lebensmittelmarktes einsteigen. Durch die Hinzunahme neuer Divisionen steigt die ohnehin schon sehr steile Hierarchie noch um eine Hierarchie-Ebene an.

- a) Erläutern Sie kurz, mit welchen Problemen das Unternehmen Käsebrod aufgrund der steilen Hierarchie konfrontiert sein könnte? [ca. 15 Minuten]
- b) Nennen und begründen Sie kurz, um welche Art der Unternehmensstrategie (corporate-level strategy) es sich bei dem Unternehmen Käsebrod handelt! [ca. 5 Minuten]

Falls Sie b) nicht gelöst haben, wählen Sie eine der folgenden Strategien auf Unternehmensebene aus und lösen Sie die Aufgabe c) entsprechend: 1) backward vertical integration / vertikale Rückwärtsintegration, 2) forward vertical integration / vertikale Vorwärtsintegration, 3) related diversification / verbundene Diversifikation, 4) unrelated diversification / unverbundene Diversifikation.

- c) Welche Anforderungen an die Organisationsstruktur und -kultur sind durch die in b) genannte Strategie erforderlich? Bitte begründen Sie Ihre Antwort! [ca. 10 Minuten]

Aufgabe Nr. 4:

- a) Unterscheiden Sie kurz evolutionären und revolutionären organisationalen Wandel! [ca. 8 Minuten]

Bitte lesen Sie den nachfolgenden Ausschnitt eines Artikels aus der Wirtschaftswoche (Quelle: WirtschaftsWoche Online, 17.06.15):

Die neue Konzernstruktur bei Volkswagen nimmt konkretere Formen an. VW-Chef Martin Winterkorn hat nun vor der Belegschaft bekräftigt, dass die Regionen und Marken des Autoriesen mehr Verantwortung erhalten sollen. [...]

Winterkorn machte vor den Mitarbeitern deutlich, dass die einzelnen Marken und Regionen durch den Umbau mehr Verantwortung erhalten sollen. Details nannte er nicht, betonte jedoch, dass es auf die richtige Balance zwischen zentraler Führung und mehr Eigenständigkeit der Marken ankomme. Daran arbeite das Management derzeit. VW brauche auch in Zukunft eine leistungsfähige und starke Zentrale in Wolfsburg.

Reuters hatte zu Wochenanfang von mehreren Insidern erfahren, dass das Autoimperium mit seinen insgesamt zwölf Marken in vier Einheiten zusammengefasst werden soll. Die Gruppen sollen künftig unabhängiger von der Zentrale in Niedersachsen über die Modellpolitik in den einzelnen Ländern entscheiden dürfen. VW erhofft sich davon höhere Verkaufszahlen, wenn die Autos stärker dem Geschmack in den verschiedenen Regionen angepasst werden.

- b) Handelt es sich bei VW um einen evolutionären oder einen revolutionären organisationalen Wandel? Begründen Sie Ihre Entscheidung! [ca. 10 Minuten; inkl. Lesen des Artikels]
- c) Nennen Sie drei Kräfte, die für organisationalen Wandel verantwortlich sein können, und erläutern Sie diese am Beispiel von VW! [ca. 12 Minuten]

Viel Erfolg!