

Die »marktorientierte Prozess-Matrix« zur Verankerung von Kunden- und Konkurrenzorientierung in »unternehmerischen« Hochschulen.

Qualitätsmanagement ist in aller Munde: Offensichtlich kann Qualität nicht mehr vorausgesetzt werden, sondern muss durch Management erzeugt werden, indem dieses dafür sorgt, dass den Anforderungen der Märkte entsprochen wird. Als Königsweg gilt dabei seit geraumer Zeit Prozessmanagement. Vor diesem Hintergrund präsentiert der Beitrag ein aus drei Schritten bestehendes Rahmenmodell für die Verankerung von Marktorientierung im Makro-Prozessmanagement von Hochschulen. Das Modell beruht auf einer Systematisierung der hochschulischen Prozesslandschaft mit einer Matrix aus den zwei Dimensionen Kunden- und Konkurrenzorientierung, die an Beispielen kurz illustriert wird.

In: Hochschulmanagement 12 (1) 2017, S. 17-25