

# bengin

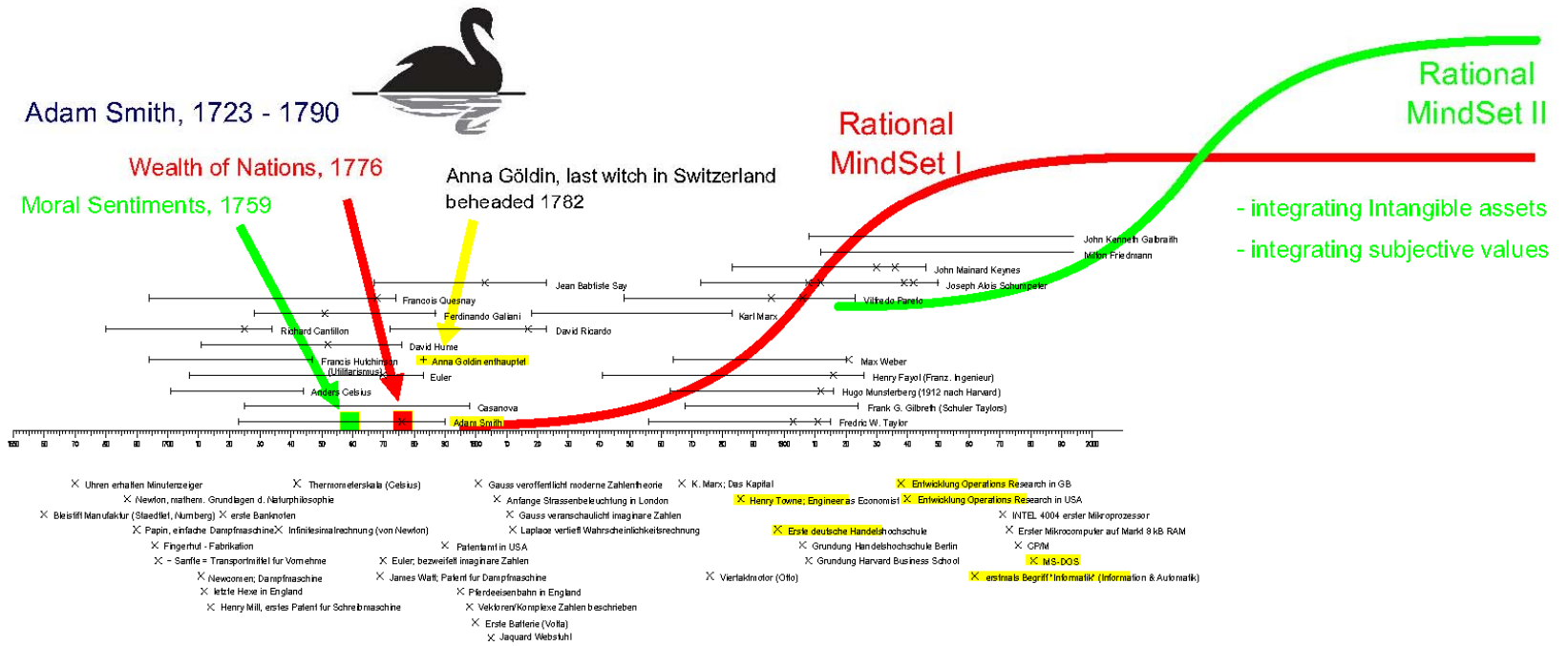
**Erweiterte Grundlagen für bessere Erklärungsmodelle**

© 2008 – Ingenieurbüro für Wirtschaftsentwicklung – Eggersriet  
peter.bretscher@bengin.com

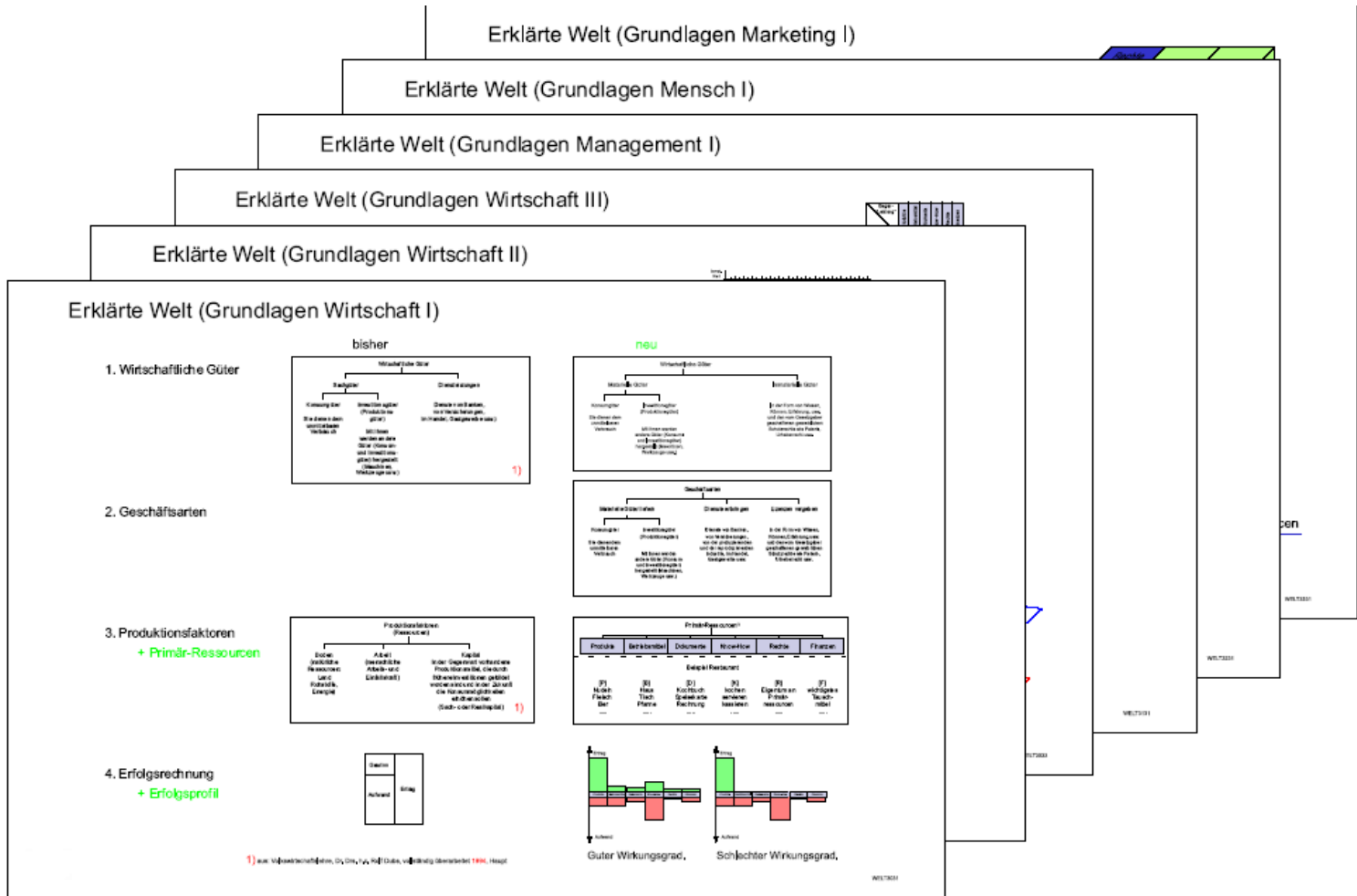
# Innovationskurven im ökonomischen MindSet

## Black Swan in the Fundamentals of Classic Economic MindSet

(Disruptive Innovation enables an enhanced Reasoning System for sustainable development.)



# Erklärte Welten, klassische und neue Sichtweisen



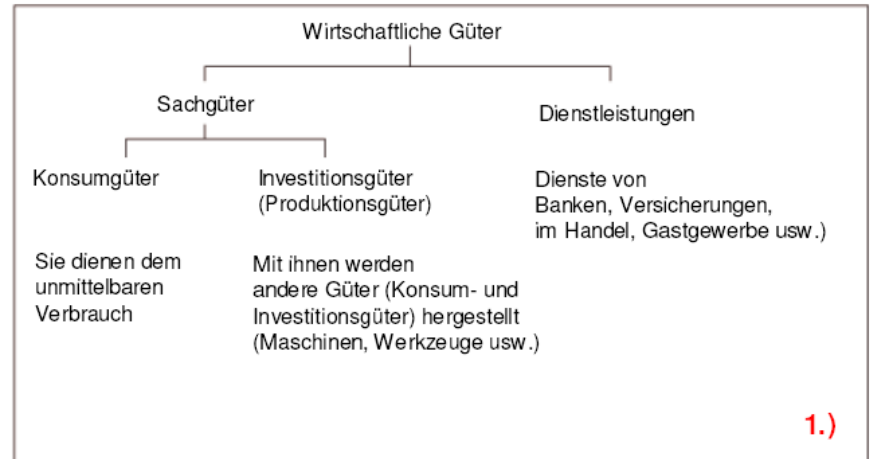
# Erklärte Welt (Grundlagen Wirtschaft I)

## 1. Wirtschaftliche Güter

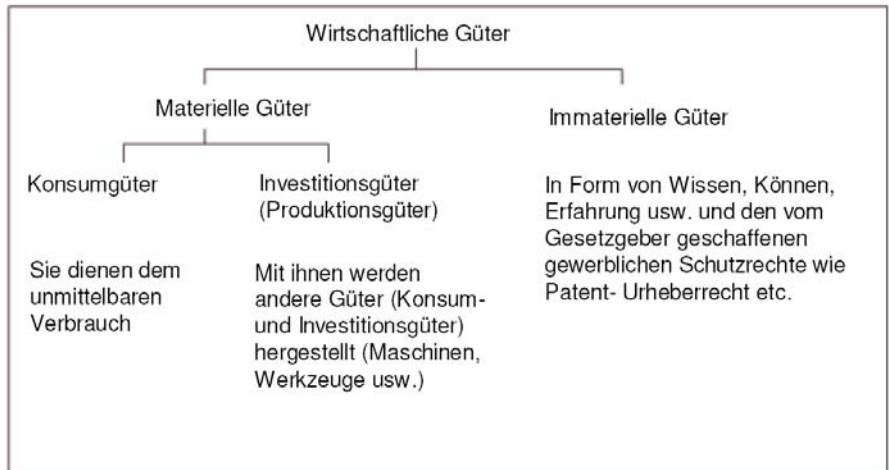
Neu erfolgt die Einteilung der wirtschaftlichen Güter in a) tangible Güter und (b) intangible Güter.

Dienstleistungen sind keine „wirtschaftlichen Güter“. Erst die Ergebnisse von Dienstleistungen sind "wirtschaftliche Güter".

bisher



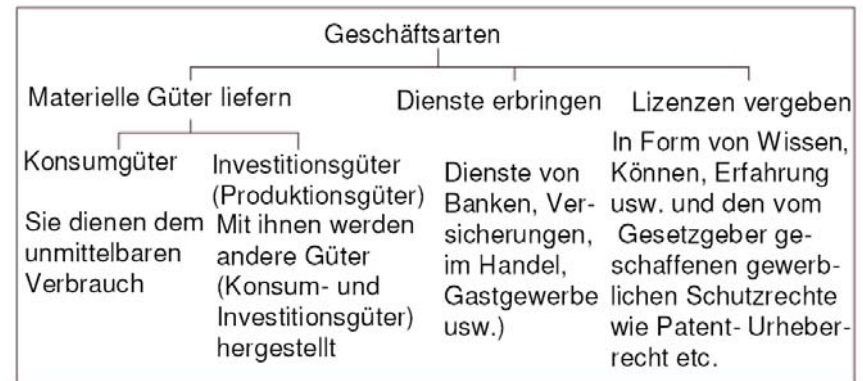
neu



# Erklärte Welt (Grundlagen Wirtschaft I)

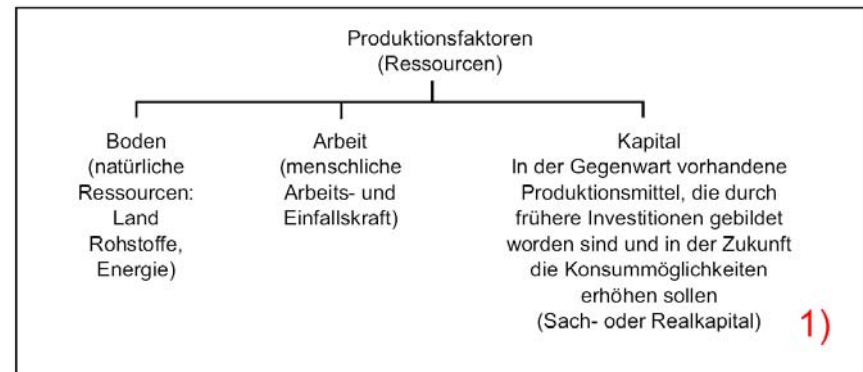
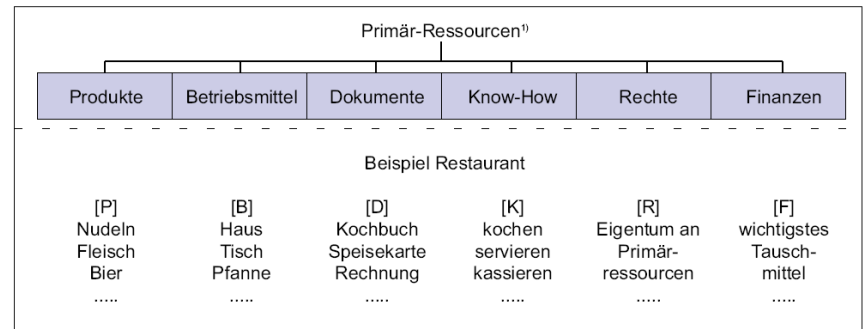
## 2. Geschäftsarten

Während „die Dienstleistungen“ in der klassischen Lehre noch „wirtschaftliche Güter“ waren, werden sie im neuen Paradigma nebst „Produkte liefern“ und „Rechte vergeben“ zur dritten Angebotsart.



## 3. Produktionsfaktoren + Primär-Ressourcen

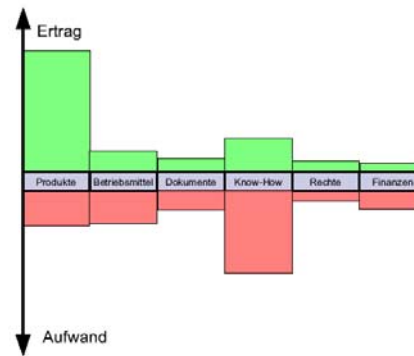
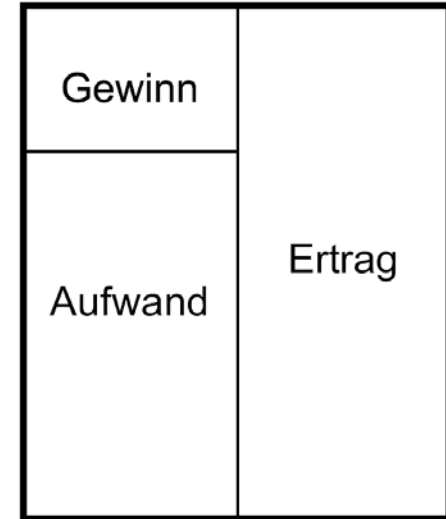
Die Produktionsfaktoren werden ersetzt durch die „tangiblen“ und „intangiblen“ Primärressourcen.



# Erklärte Welt (Grundlagen Wirtschaft I)

## 4. Erfolgsrechnung + Erfolgsprofil

Das Erfolgsprofil zeigt in Abhängigkeit vom Entwicklungszustand der Firma, wie sich Aufwand über die Primärressourcen verteilen.



Guter Wirkungsgrad.



Schlechter Wirkungsgrad.

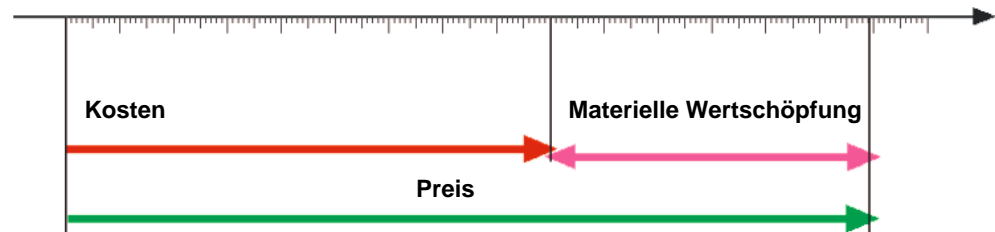
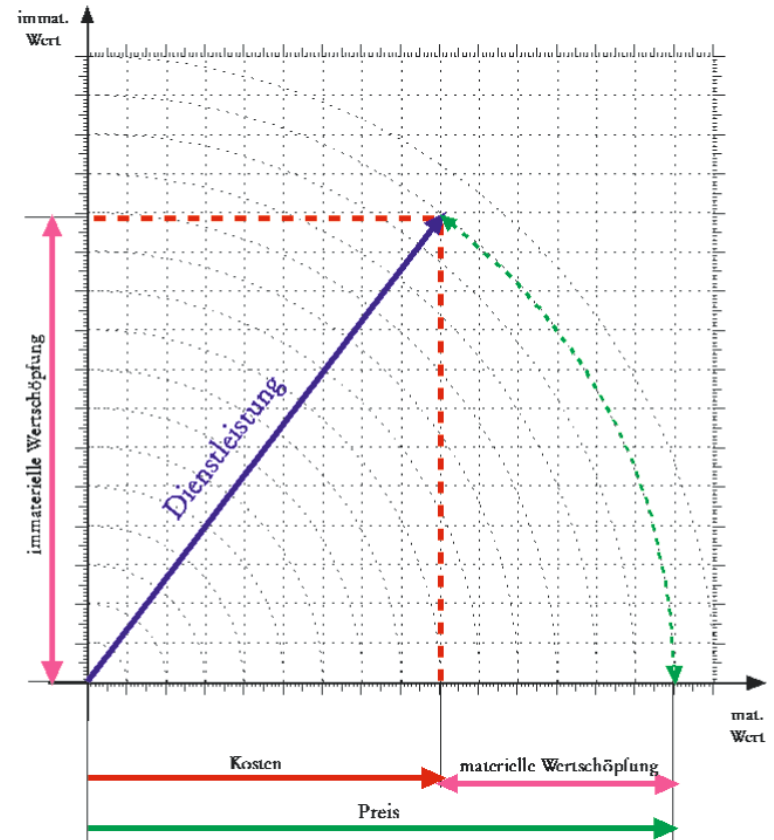
# Erklärte Welt (Grundlagen Wirtschaft II)

## 5. Wertmassstäbe (Wertschöpfung)

lineare -> vektorielle

Werte sind nicht ausschliesslich objektiv. Werte enthalten einen subjektiven Anteil, der auf einer zweiten Wertachse erscheint.

Mit dem Einführen einer zweiten Wertachse wird es möglich, subjektive Beurteilungskriterien hinsichtlich Qualität, Zukunft usw. nachvollziehbar aufzuzeigen und zu diskutieren.



# Erklärte Welt (Grundlagen Wirtschaft II)

## 6. Unternehmens“modelle“

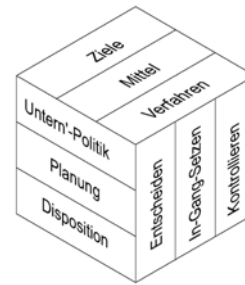
flach <-> 3D (Körper)

Wer mal ein Haus gebaut hat, weiss um den Nutzen dreidimensionaler Modelle. Aber nicht nur bei der Planung physischer Systeme – noch viel mehr bei der Planung ökonomischer Systeme – ist es von grossem Nutzen, wenn dreidimensionale Modelle zur Verfügung stehen. Sie sind vollständiger, und man hat die gleiche Vorstellung.

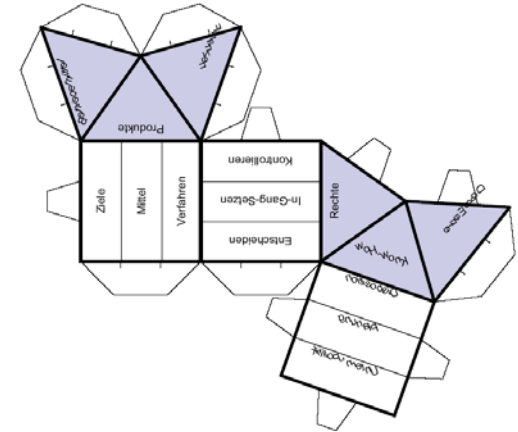
Wenn früher der St. Galler Würfel noch aus drei Seiten bestand...

Heute hat er sechs Seiten...

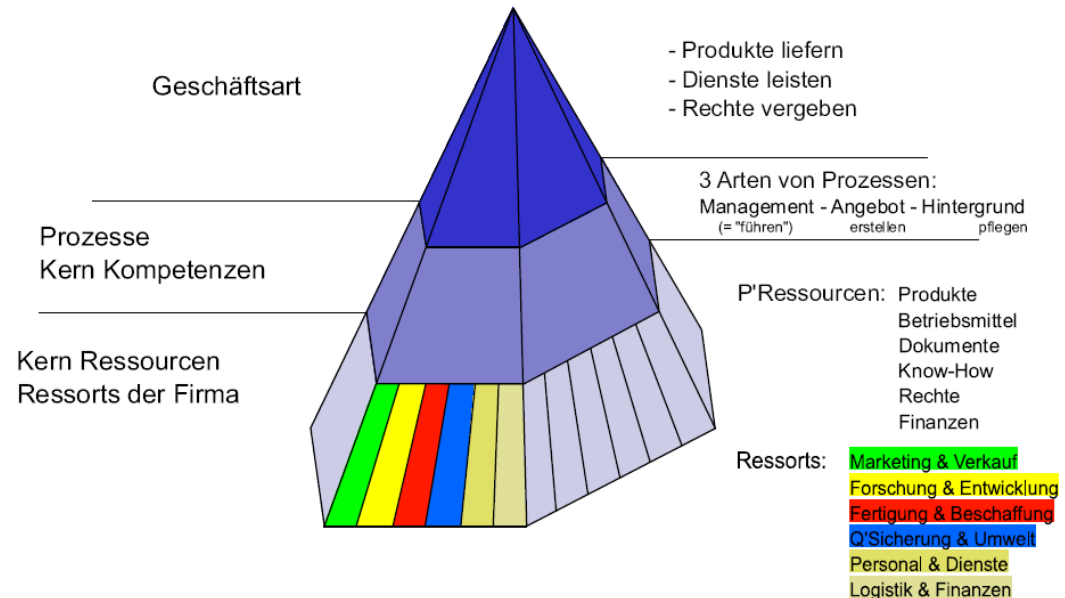
Wie ein richtiger Würfel...



Zum Beispiel: Führungsmodell  
Original Hans Ulrich, HSG



Die drei Ebenen einer Firma.





# Erklärte Welt (Grundlagen Wirtschaft III)

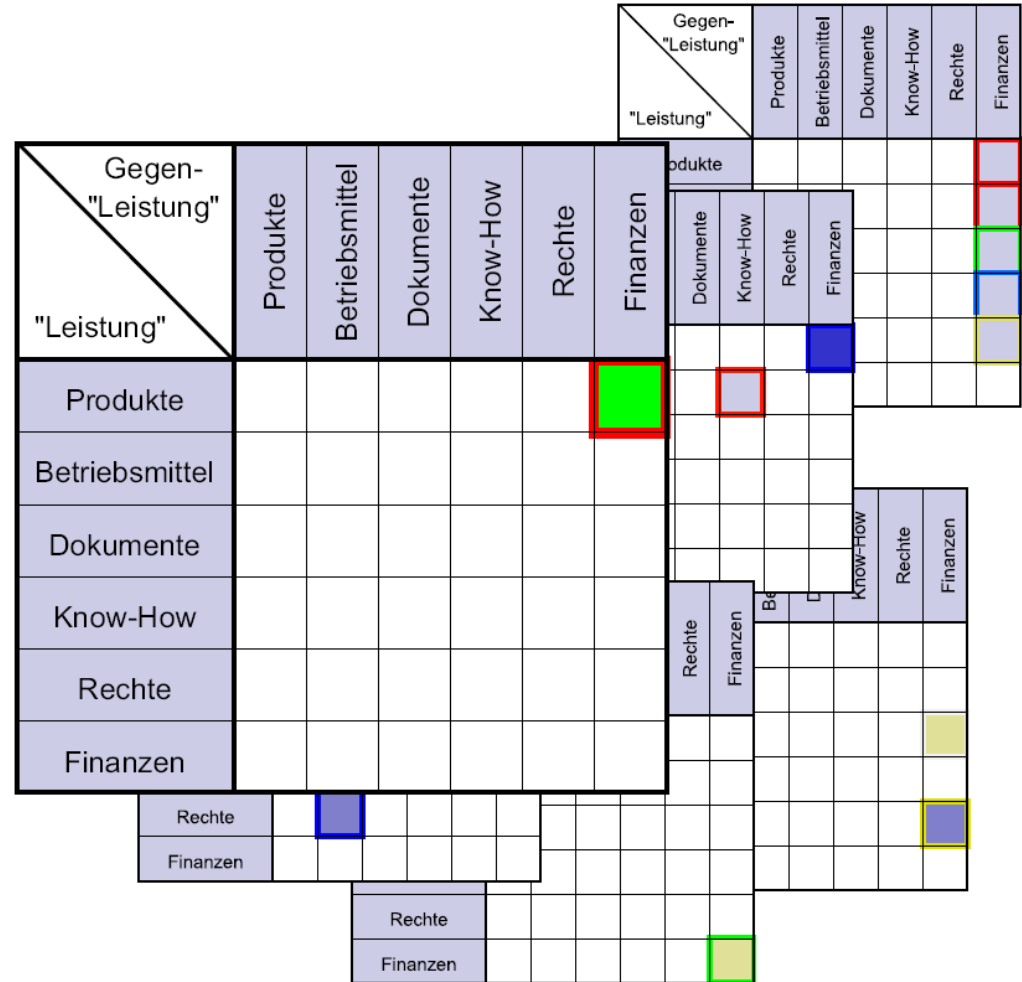
## 7. Tausch

Mehr als 400 Kombinationen!

Wenn jemand eine Leistung erbringt und dafür eine Gegenleistung erhält, spricht man von „tauschen“.

Es hat sich eingebürgert, Leistungen gegen Geld zu tauschen. Das ist aber „im Prinzip“ gar nicht notwendig. Gegenleistung kann auch irgendeine der Ressourcen sein.

Wichtig ist letztendlich, dass einem die Gegenleistung wertvoller ist als die Leistung, die man dafür erbringt. In internationalen Geschäften werden solche Möglichkeiten praktisch immer genutzt.

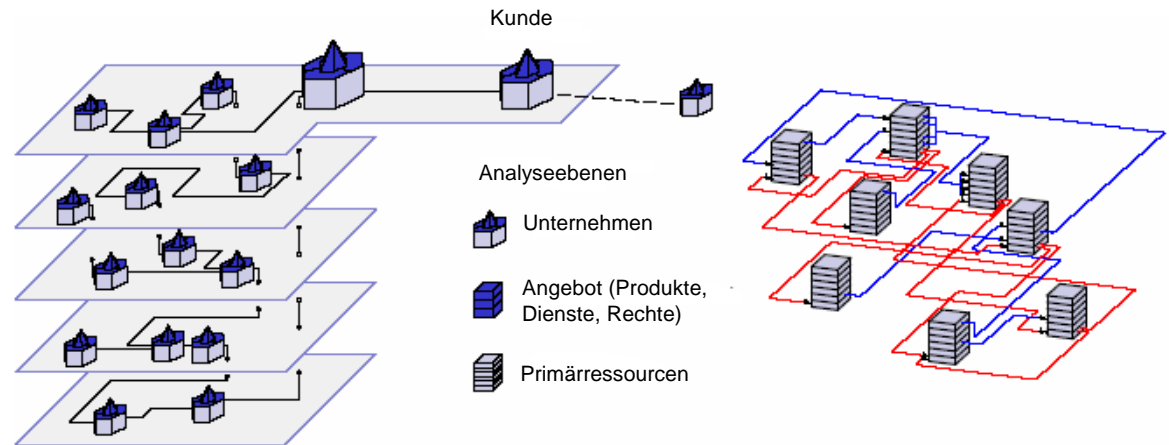
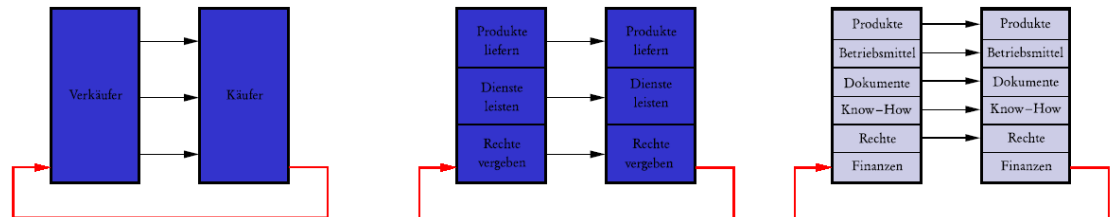


# Erklärte Welt (Grundlagen Wirtschaft III)

## 8. Wertschöpfung

Aus der „Wertschöpfungskette“ wird das „Wertschöpfungsnetz“.

In dem neuen Paradigma wird die Wertschöpfung als „Regelkreis von Anbieter und Nachfrager betrachtet. Gemäss den Regeln der WTO (World Trade Organisation) werden die Handelsströme in Produkte, Dienste und Rechte - oder deren Voraussetzungen (Primärressourcen) - kategorisiert und nach bilateralen oder multilateralen Kriterien optimiert.



# Erklärte Welt (Grundlagen Management I)

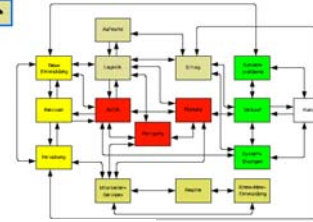
## 1. Fokus auf:

Aufgaben & Zusammenhänge  
(Sowohl die Hierarchie als auch die Prozesse zählen.)

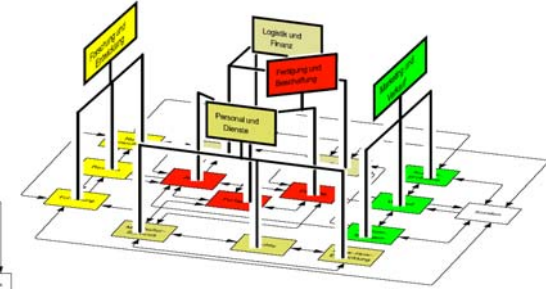
1. Hierarchie (Verantwortung)



2. Netzwerk (Prozesse)

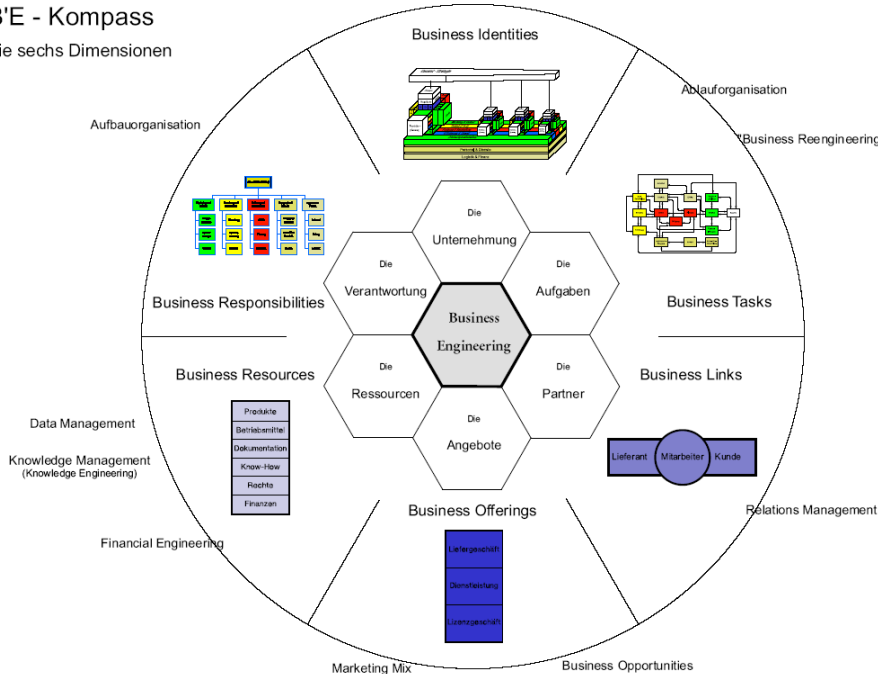


3. Kombination V&P  
(Verantwortung und Prozesse)



## B'E - Kompass

Die sechs Dimensionen

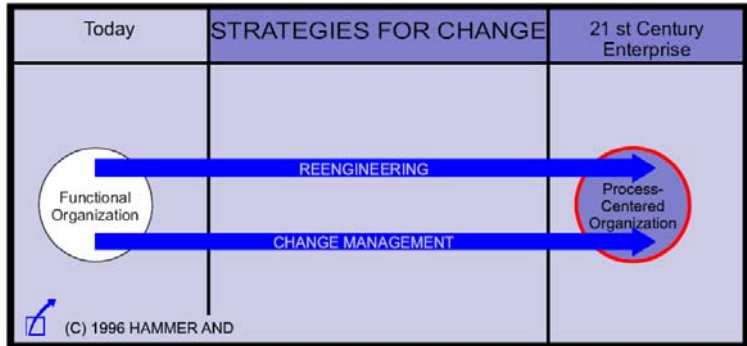
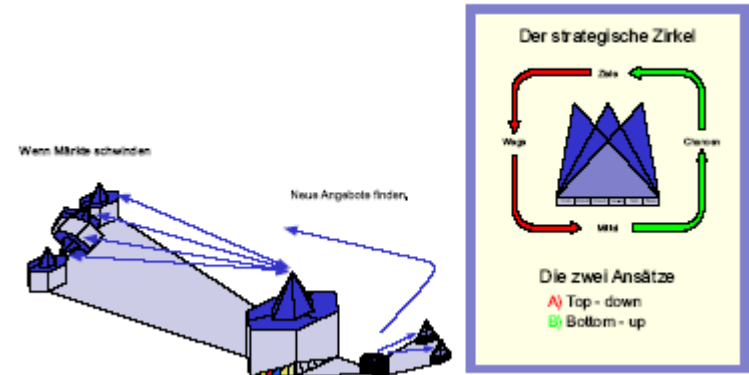


Im „Kompass“ sind alle sechs wichtigen Dimensionen dargestellt.

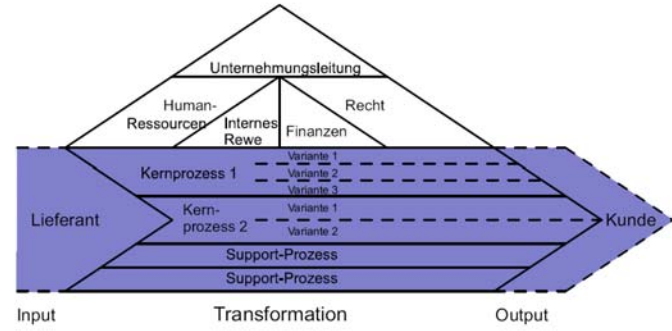
# Erklärte Welt (Grundlagen Management I)

## 2. Strategien

Der „Strategische Zirkel“ verbindet die klassische strategische Orientierung (Ziele - Wege - Mittel) mit der Innovationsorientierung (Mittel - Chancen - Ziele).



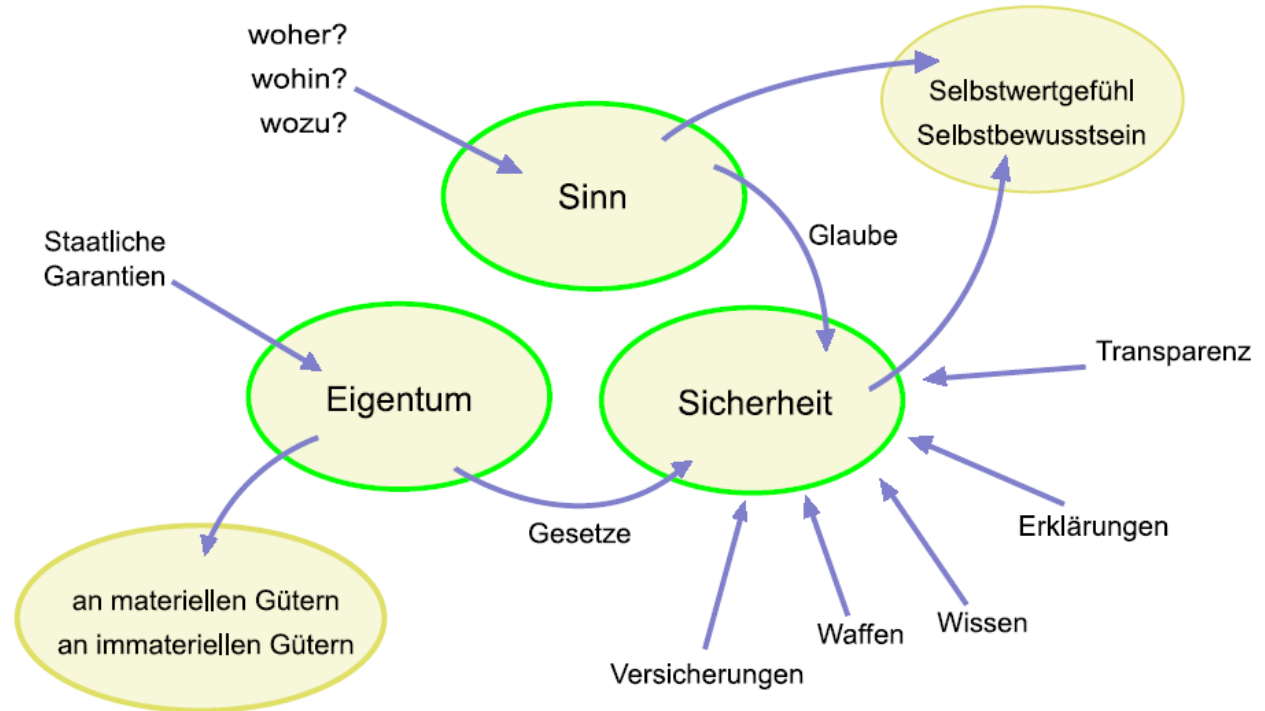
Out of Educational Offerings, July 1996



# Erklärte Welt (Grundlagen Mensch I)

## 1. Drei subjektive Säulen

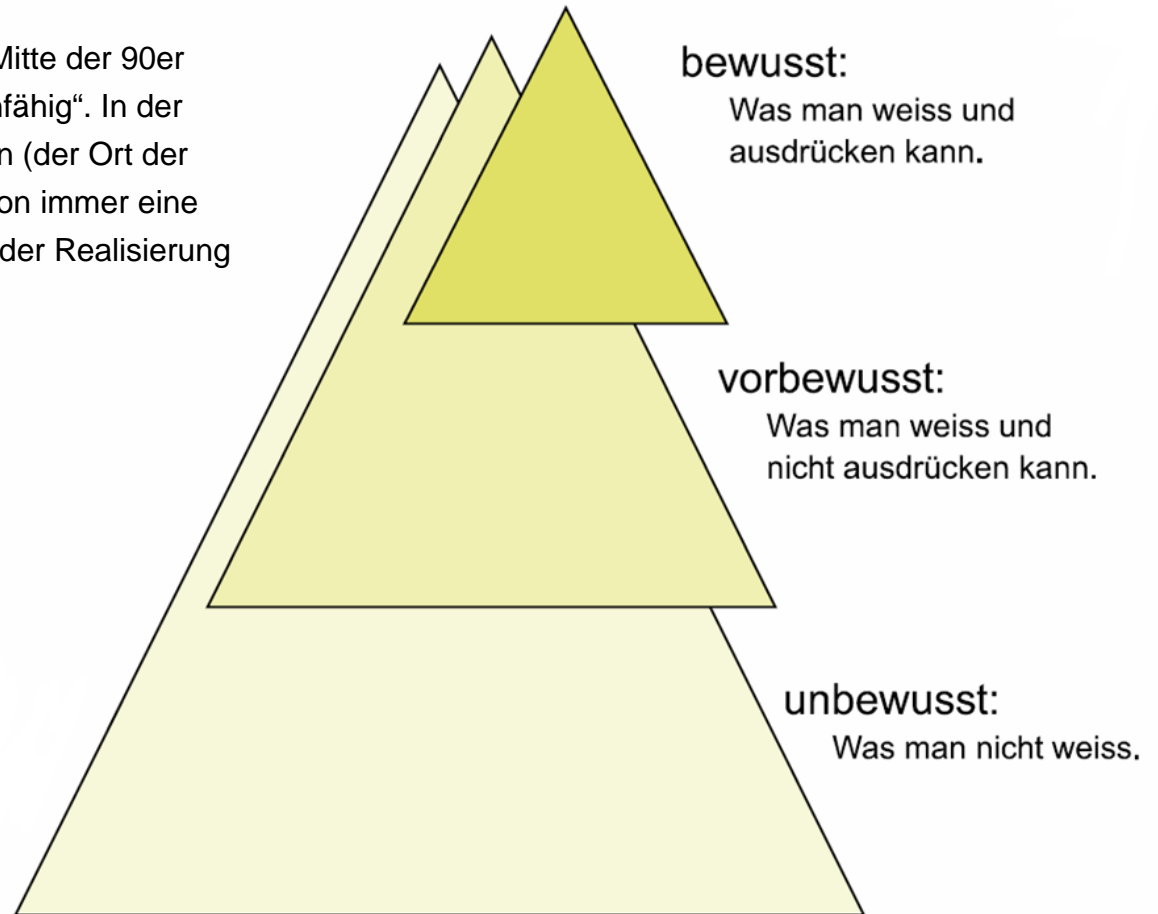
Sinn, Sicherheit und Eigentum sind drei zentrale Säulen für jede Persönlichkeit. Fördern Sie diese drei Säulen. Sie bilden das Fundament für jede gemeinsame Arbeit.



# Erklärte Welt (Grundlagen Mensch I)

## 2. Drei Ebenen des Bewusstseins

Das Vorbewusstsein wurde erst Mitte der 90er Jahre in der Theorie etwas „salonfähig“. In der Praxis spielte das Vorbewusstsein (der Ort der Erfahrung und des Könnens) schon immer eine wichtige Rolle – gerade auch bei der Realisierung von innovativen Lösungen.

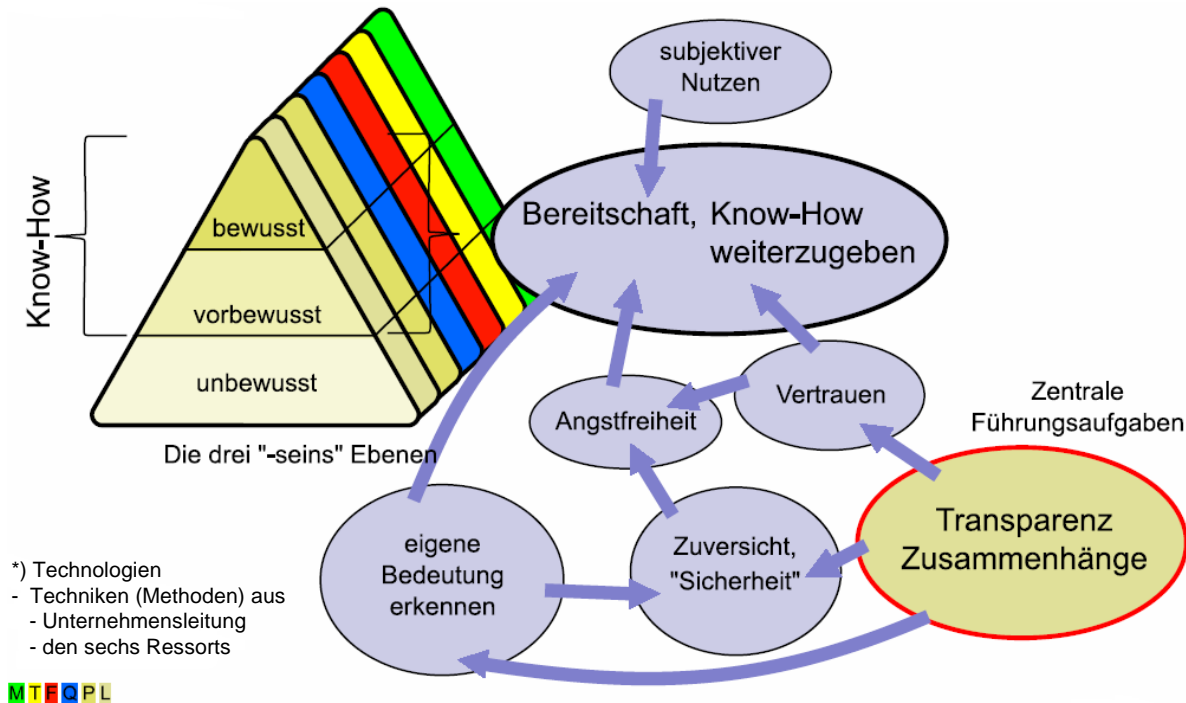


# Erklärte Welt (Grundlagen Mensch II)

## 3. Know-how und Transfer

Know-how, verstanden als Wissen UND Können, setzt sich aus der vorbewussten und der bewussten Ebene zusammen. Ganz zentral für das Funktionieren von Technologie- und Know-how-Transfers ist es, dass die Mitarbeiter auch das vorbewusste (implizite, tacite) Know-how weitergeben. Ein Transfer von Know-how wird nur gelingen, wenn die Mitarbeiter auch ihr Know-how weitergeben wollen. Schaffen Sie die dazu notwendigen Voraussetzung:

Transparenz, Sinn, Sicherheit, Eigentum



# Erklärte Welt (Grundlagen Marketing I)

## 4. Ansoff

Produkte -> Angebot

Die alten Produkt/Markt-Matrix wird durch eine Angebots/Markt-Matrix ersetzt. Die dritte Dimension wird dann durch die drei möglichen Angebote (Produkte liefern, Dienste erbringen und Rechte vergeben) gebildet. Dadurch eröffnen sich neue Geschäftsmöglichkeiten durch Diversifikation, welche im alten Raster nicht erkennbar sind.

Das Original 1957: Produkt- und Marktorientiert

J. Ansoff;  
Strategies for Diversifikation;  
Harvard Business Review,  
Sept./Okt. 1957

Produkte \ Märkte	alt	neu
alt	Markt-penetration	Markt-entwicklung
neu	Produkt-entwicklung	Diversi-fikation

	<i>Rechte</i>		
	<i>Dienste</i>		
	<i>Produkte</i>		
alt	Markt-penetration	Markt-entwicklung	
neu	Produkt-entwicklung	Diversi-fikation	
Angebot \ Märkte	alt	neu	

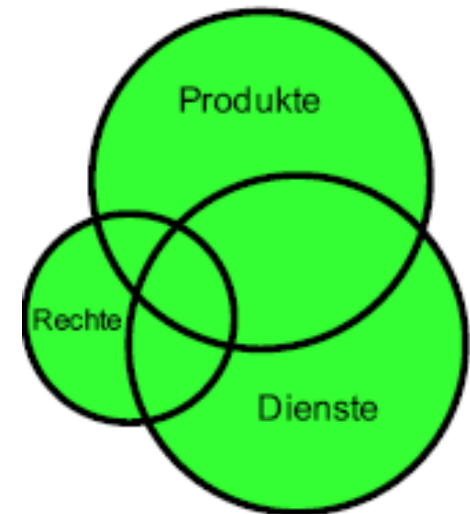


# Erklärte Welt (Grundlagen Marketing I)

## 5. Sieben Märkte

Nur konsequent ist es, wenn auch die Märkte unter diesem Gesichtspunkt betrachtet werden.

Die „reinen“ Geschäftsarten – und in der Realität natürlich die gemeinsamen Schnittmengen – erlauben es, wesentlich gezieltere Offerten zu stellen.

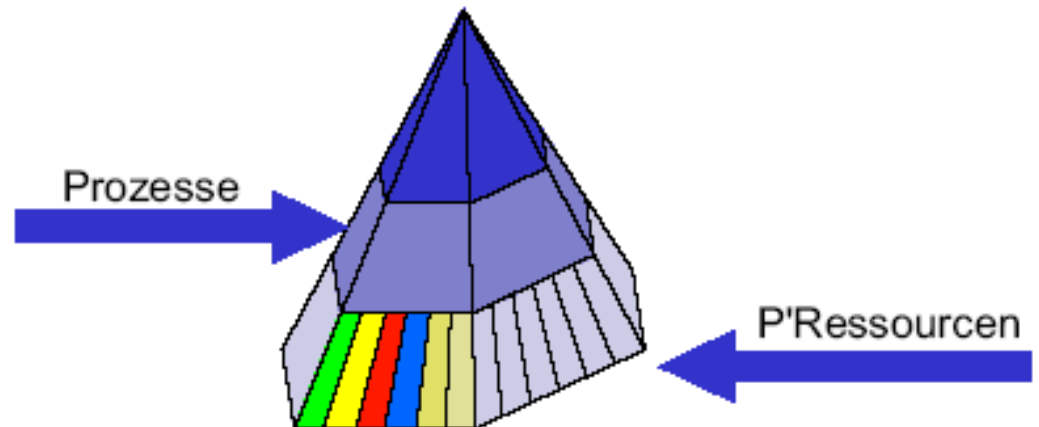


# Erklärte Welt (Grundlagen Marketing I)

## 6. Was der Kunde braucht

(Nicht „nur“ was er will!)

Nicht immer weiss der Kunde so richtig, was er eigentlich braucht. Die Analyse auf den drei Ebenen (Angebot, Prozesse, Ressourcen) bringt Transparenz über die effektiv notwendigen Leistungen und dadurch Angebote, welche dem Kunden wertvoller sind.



«Wir sind dabei,  
die traditionelle Betriebswirtschaftslehre,  
die ja nur einen Teil eines Betriebes erfasst,  
auszudehnen.»

Heik Afheldt, PROGNOSE, 05.02.86, TV DRS "vis a vis"

**bengin**

**Potenziale und Werte vollständiger darstellen.  
Damit man sie besser nutzen kann.**

# Danke

[www.bengin.com](http://www.bengin.com)

Taking care about resources and values.