

bengin

Neue Grundlagen für Erklärungsmodelle

Erklärte Welten

Klassische und neue Sichtweisen

Erklärte Welt (Grundlagen Marketing I)

Erklärte Welt (Grundlagen Mensch I)

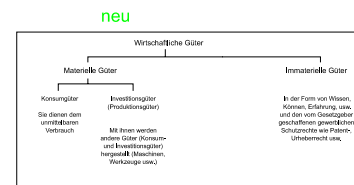
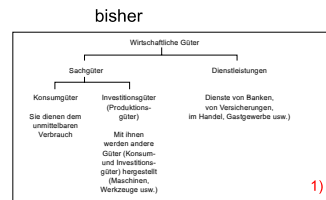
Erklärte Welt (Grundlagen Management I)

Erklärte Welt (Grundlagen Wirtschaft III)

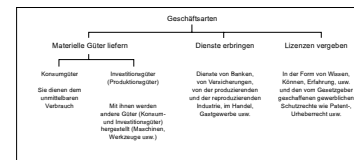
Erklärte Welt (Grundlagen Wirtschaft II)

Erklärte Welt (Grundlagen Wirtschaft I)

1. Wirtschaftliche Güter

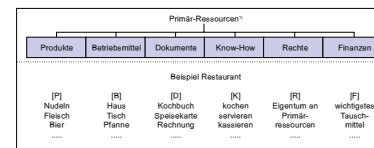
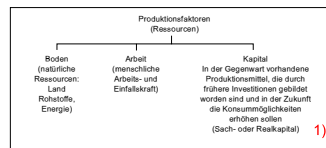


2. Geschäftsarten



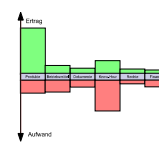
3. Produktionsfaktoren

+ Primär-Ressourcen



4. Erfolgsrechnung

+ Erfolgsprofil



Guter Wirkungsgrad.



Schlechter Wirkungsgrad.

1) aus: Volkswirtschaftslehre, Dr. Drs. h.c. Rolf Dubs, vollständig überarbeitet 1994, Haupt

Erklärte Welt (Grundlagen Wirtschaft I)

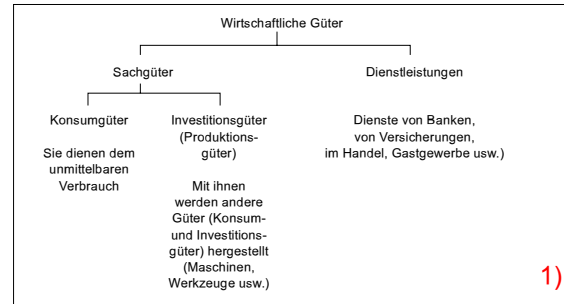
1. Wirtschaftliche Güter

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

Dienstleistungen sind keine "wirtschaftlichen Güter".

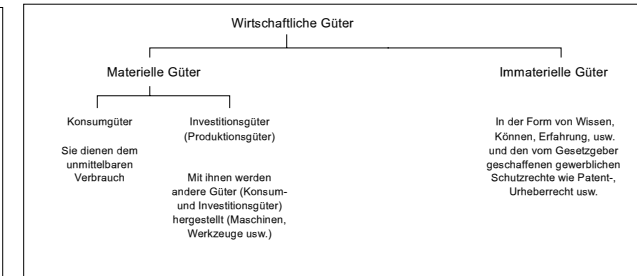
Erst die Ergebnisse von Dienstleistungen sind "wirtschaftliche Güter".

bisher



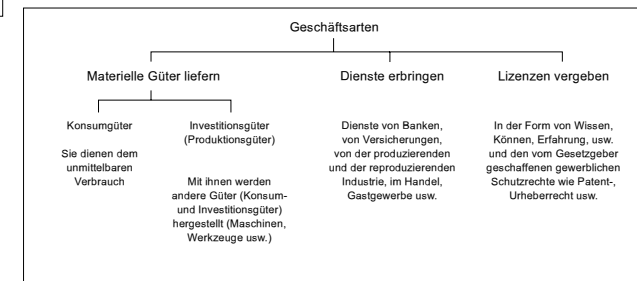
1)

neu



2. Geschäftsarten

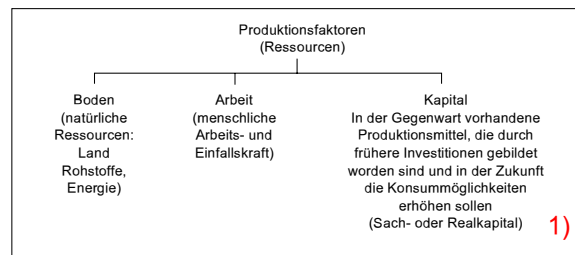
Während "die Dienstleistungen" in der klassischen Lehre noch "wirtschaftliche Güter" waren, werden sie im neuen Paradigma nebst "Produkte liefern" und "Rechte vergeben" zur dritten Angebotsart.



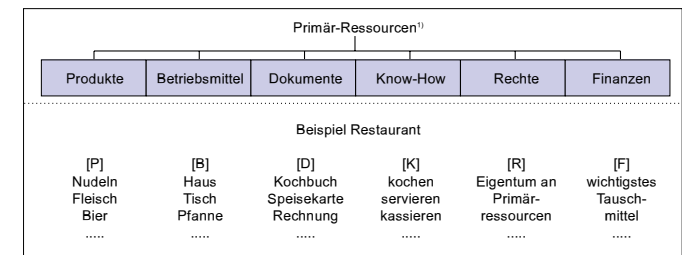
3. Produktionsfaktoren

+ Primär-Ressourcen

Die Produktionsfaktoren werden ersetzt durch die "tangiblen" und "intangiblen" Primärressourcen.



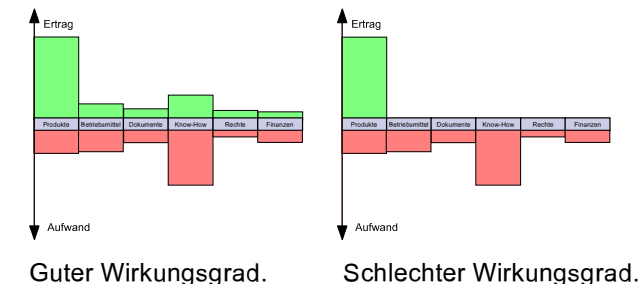
1)



4. Erfolgsrechnung

+ Erfolgsprofil

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



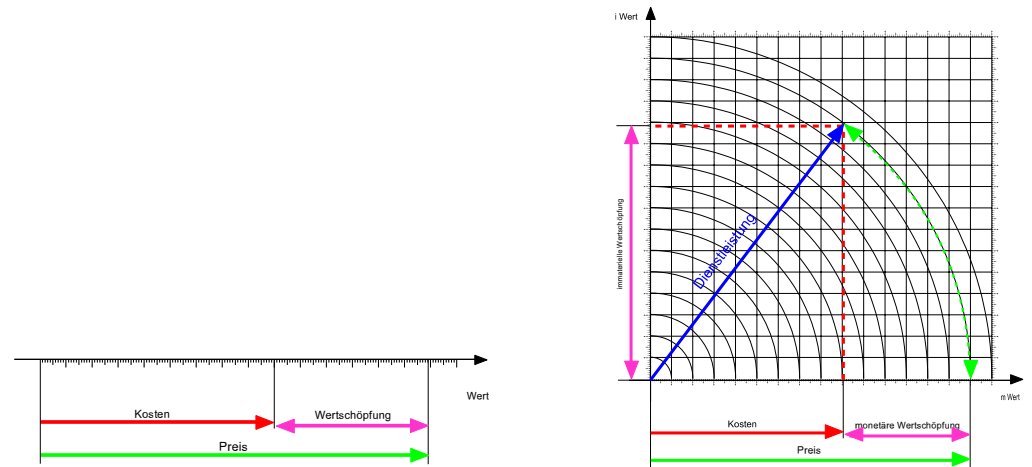
Erklärte Welt (Grundlagen Wirtschaft II)

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.



6. Unternehmens"modelle"

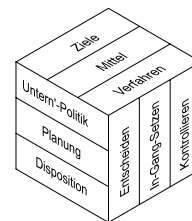
flach <-> 3D (Körper)

Wer schon jemals ein Haus gebaut hat, weiss um den Nutzen dreidimensionaler Modelle.

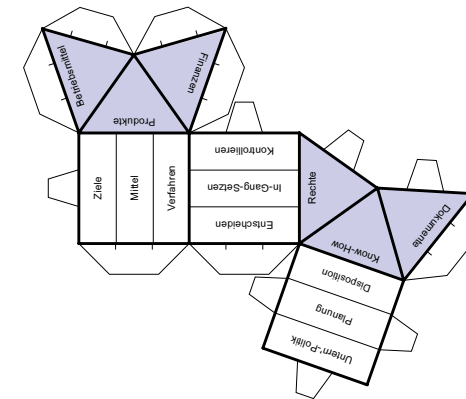
Aber nicht nur bei der Planung physischer Systeme - noch vielmehr bei der Planung ökonomischer Systeme - ist es von grossem Nutzen, wenn dreidimensionale Modelle zur Verfügung stehen. Sie sind vollständiger, und man hat die gleiche Vorstellung.

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

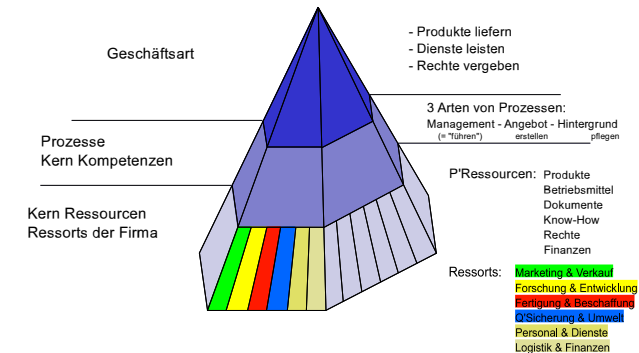
Heute hat er sechs Seiten... wie ein richtiger Würfel halt.....



Zum Beispiel: Führungsmodell
Original Hans Ulrich, HSG

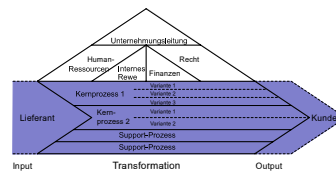
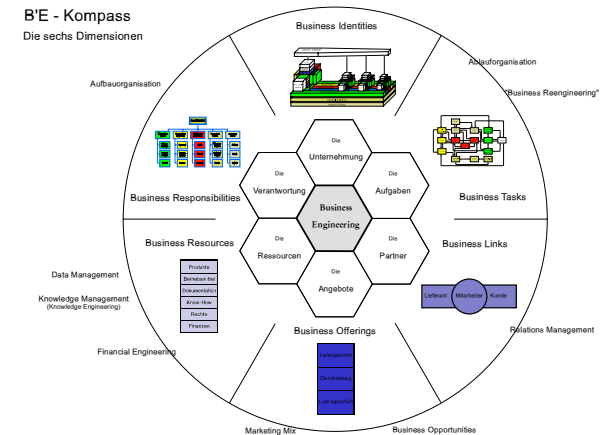
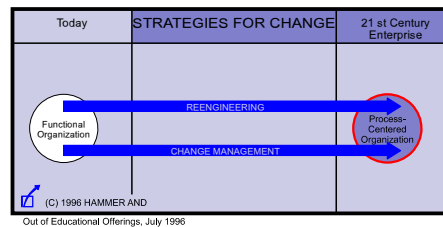
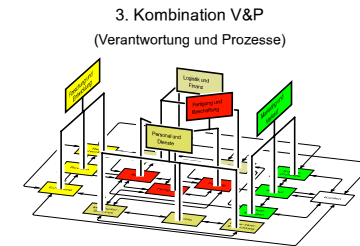
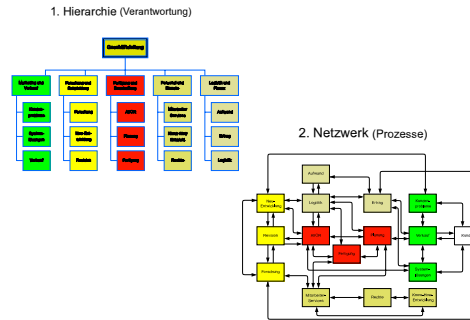


Die drei Ebenen einer Firma.

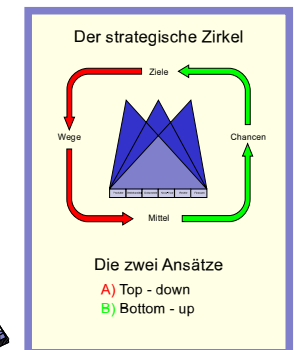
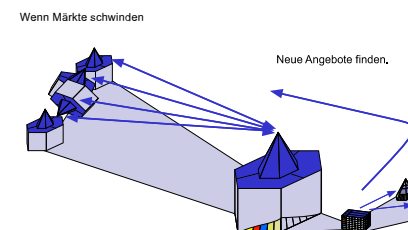


Erklärte Welt (Grundlagen Management I)

1. Fokus auf:
Aufgaben & Zusammenhänge



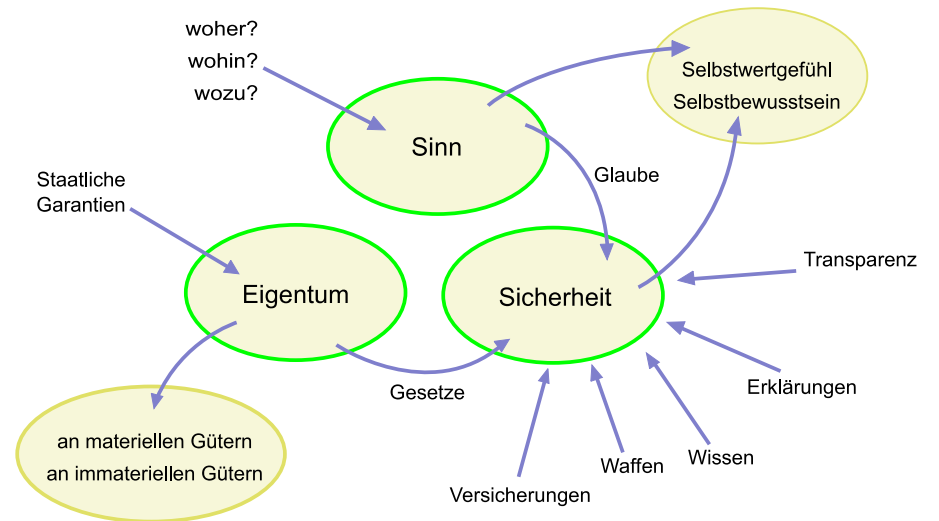
2. Strategien



Erklärte Welt (Grundlagen Mensch I)

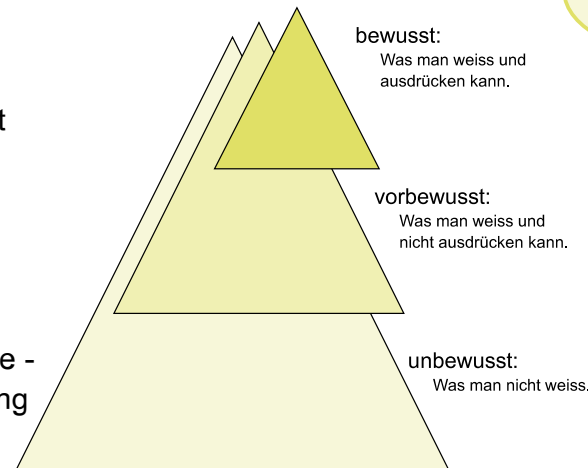
1. Drei subjektive Säulen

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



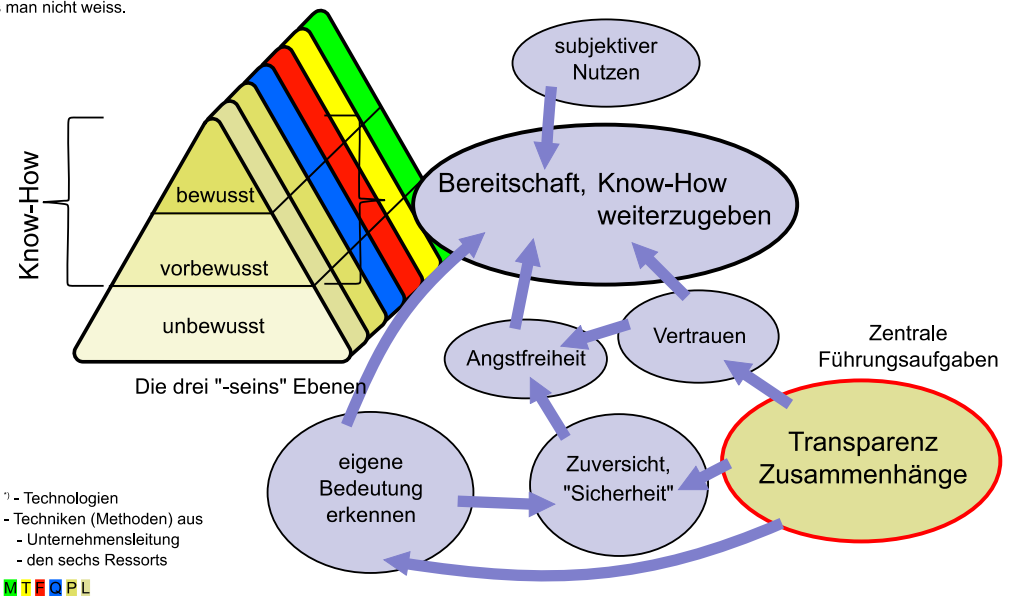
2. Drei Ebenen des Bewusstseins

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....



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 Voraussetzungen: Transparenz, Sinn, Sicherheit, Eigentum.....



- Technologien
- Techniken (Methoden) aus
- Unternehmensleitung
- den sechs Ressorts



Erklärte Welt (Grundlagen Marketing I)

1. Ansoff

Produkte -> Angebot

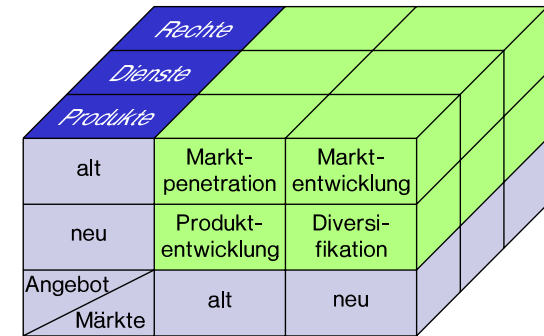
Die alte Produkt/Markt-Matrix wird durch eine Angebots/Markt-Matrix ersetzt.

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

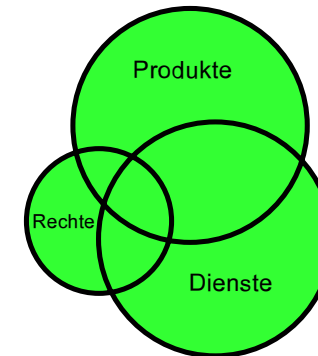
	Märkte	alt	neu
Produkte			
alt		Markt-penetration	Markt-entwicklung
neu		Produkt-entwicklung	Diversi-fikation



2. Sieben Märkte

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

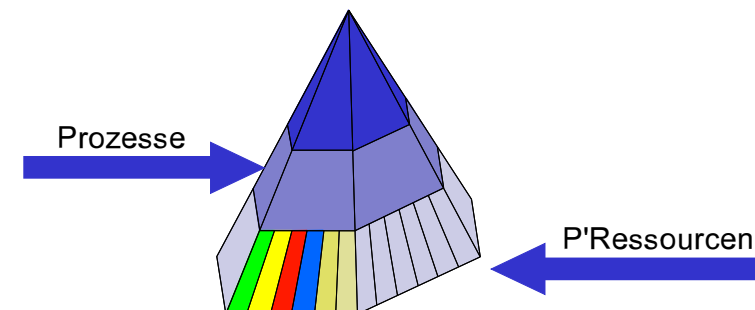
Die "reinen" Geschäftsarten - und in der Realität natürlich die gemeinsamen Schnittmengen - erlauben es, wesentlich gezieltere Offerten zu erstellen.



3. 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.



Anfragen und weitere Informationen

Ingenieurbüro für Wirtschaftsentwicklung

Peter Bretscher, Alpsteinstrasse 4, CH-9034 Eggersriet, Switzerland

Tel: +41 71 877 14 11

peter.bretscher@bengin.com

<http://www.bengin.com>

Die Darstellungen sind Teil der Business Engineering Systeme, Reg. Copyright TXu 512154.

Im gewerblichen Bereich dürfen diese Darstellungen (und Teile davon) ohne entsprechende Lizenz weder wiedergegeben noch verändert werden. Dies gilt auch für "derivative Werke" und Übersetzungen.

Unlizenzierte Verwendung wird veröffentlicht.

Strafrechtliche und zivilrechtliche Massnahmen bleiben vorbehalten.