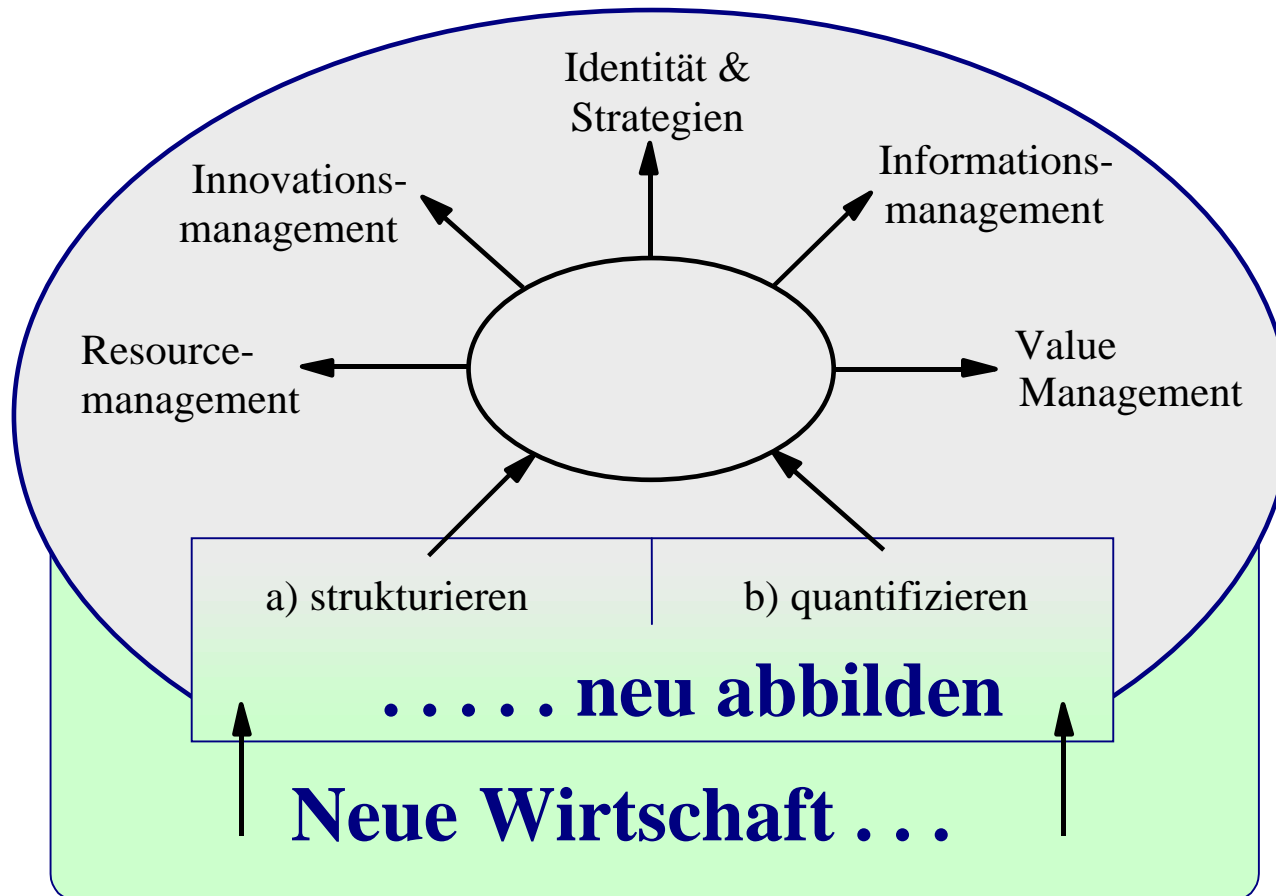


Die Realität neu verstehen

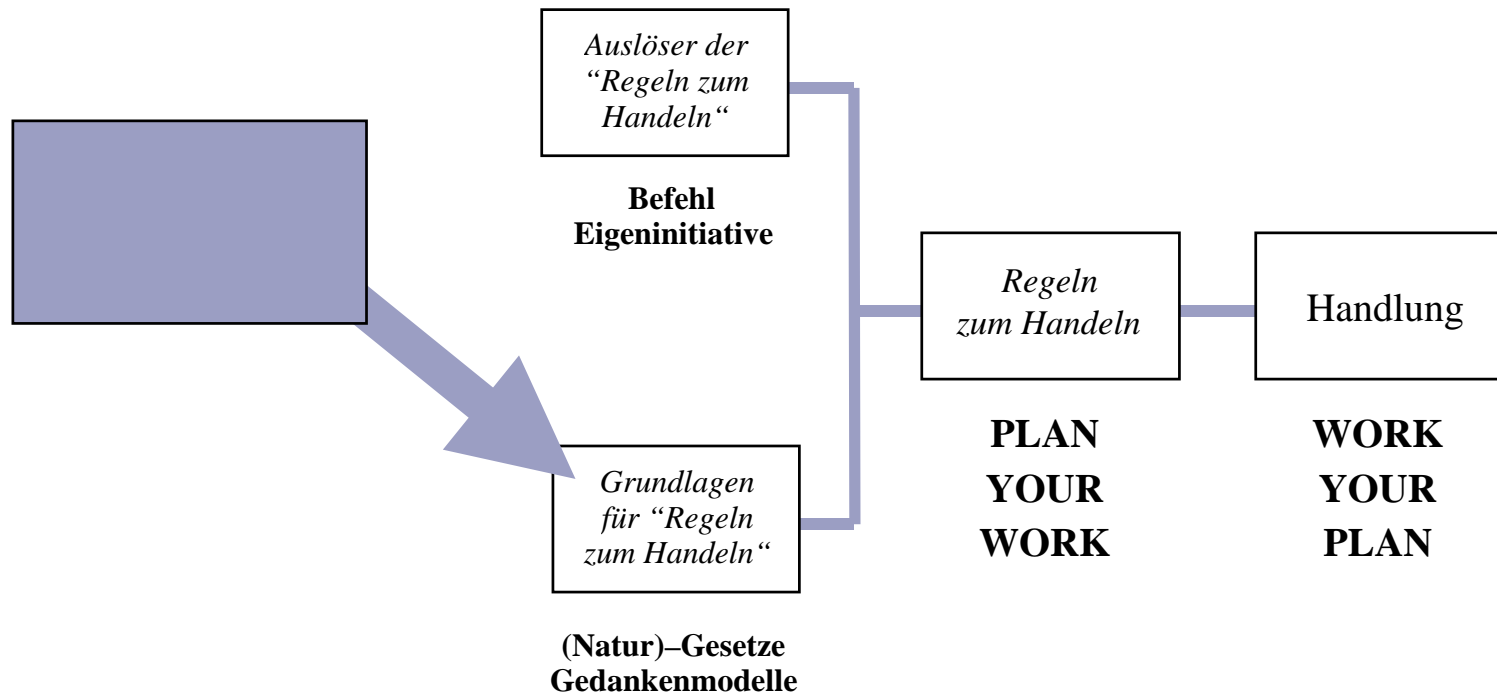
Die Einführung **neuer** Entdeckungen und **Grundlagen in der Theoriekonstruktion** (Magnetismus, Elektrizität, Relativitätstheorie...Immaterielle Werte) verbessert den Praxisbezug vieler klassischer Instrumente und schafft grundsätzlich **neue Optionen und Freiräume für Entscheidungsprozesse und Handlungen.**

Many of the patterns of nature we can discover only *after* they have been constructed by our mind.

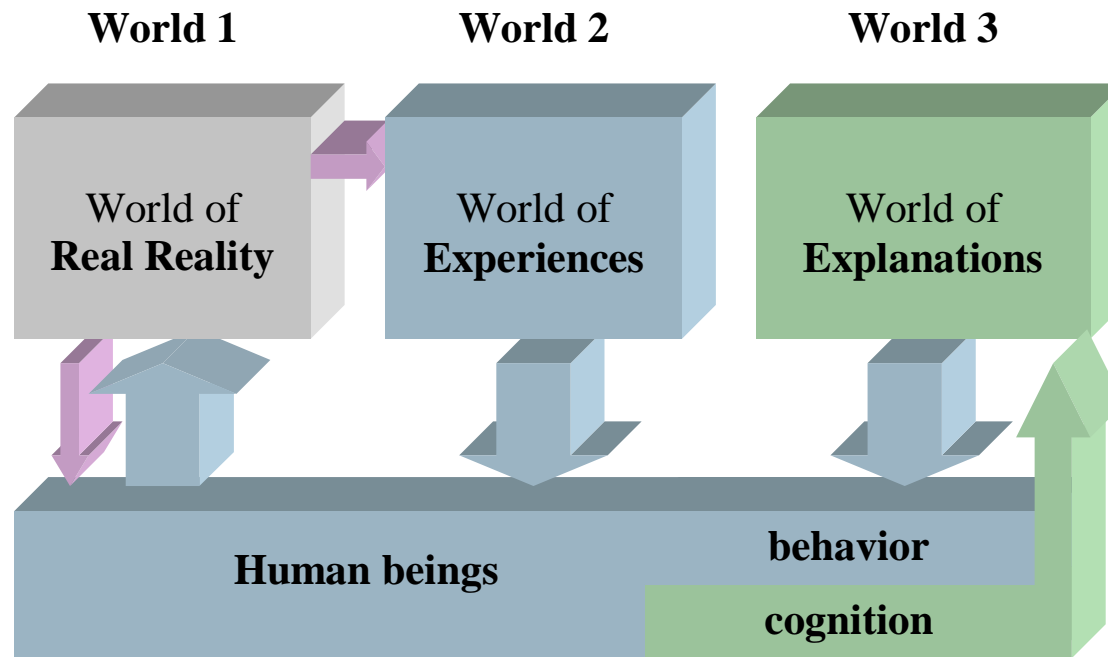
Friedrich von Hayek



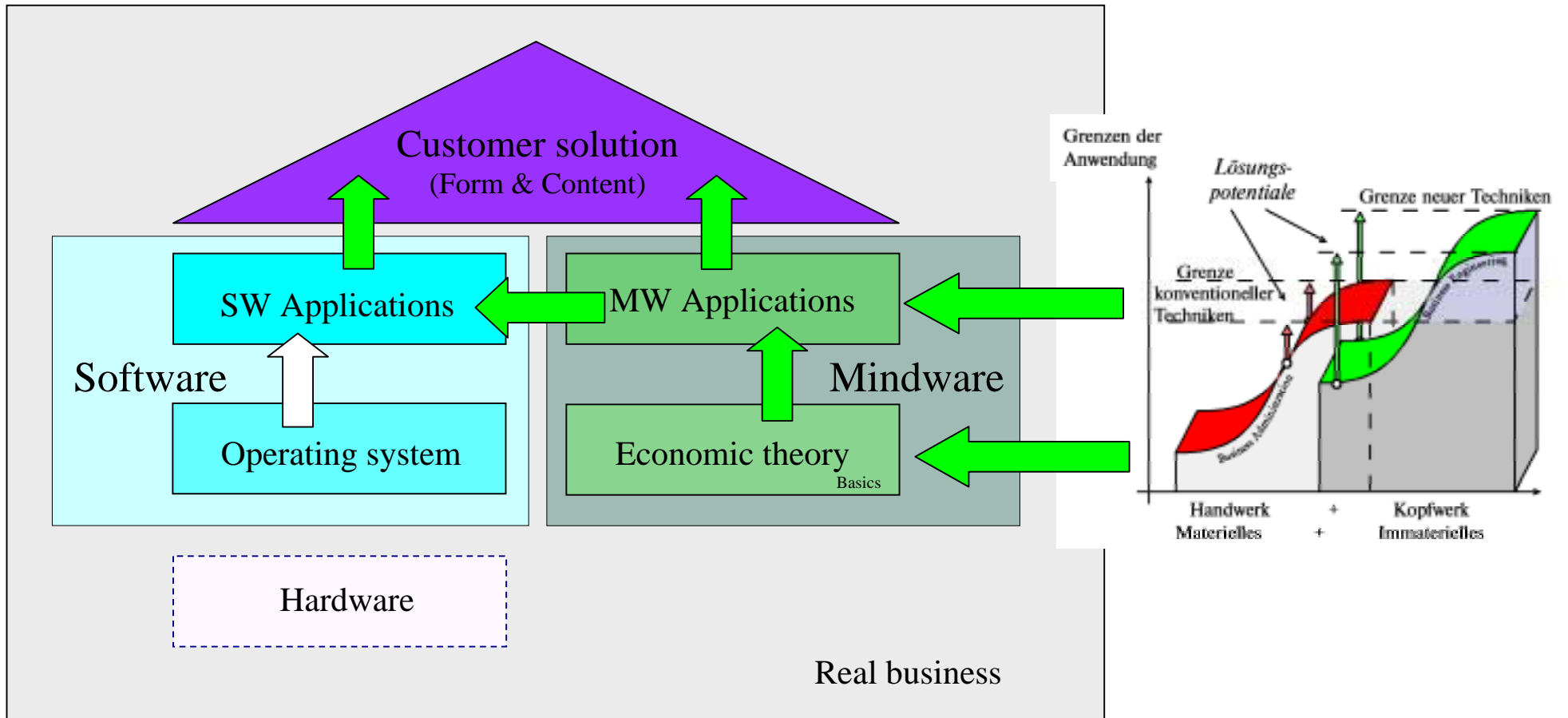
Anweisung an den menschlichen Geist



Poppers Three Worlds

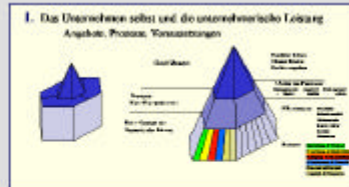


Business Simulation

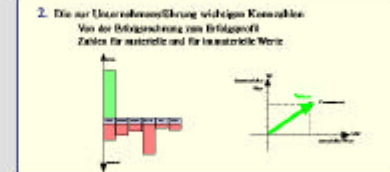


Unternehmen und Geschäfte

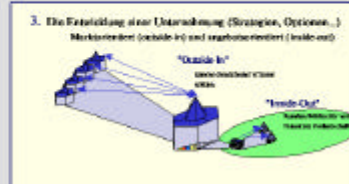
1. Strukturieren



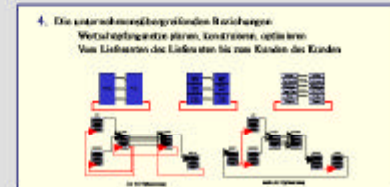
2. Quantifizieren



3. Orientieren



4. Optimieren



Evolutionäre Grundlagen und Instrumente für innovative Lösungen.

Business Engineering Systeme

**Many of the patterns of nature we can discover only
after they have been constructed by our mind.**

Friedrich von Hayek

Die hier vorgestellten Instrumente basieren auf innovativen Wirtschaftsmodellen, mit denen moderne Unternehmen und deren Geschäftsbeziehungen auf eine neue Art kartiert werden. Diese neuen Systemmodelle sind vollständig kompatibel zu den klassischen Wirtschaftstheorien. Sie geben dem Unternehmer bisher unbekannte neue Anregungen und eröffnen neue Freiheiten zur Orientierung und zur besseren Nutzung bereits vorhandener Lösungen und Ressourcen.

1. Strukturieren

In diesem Schwerpunkt werden die Strukturen einer Unternehmung auf drei Ebenen neu beleuchtet:

- Die drei möglichen Angebotsarten (Produkte liefern, Dienste leisten, Lizenzen vergeben)
- Die drei Basisprozesse als Voraussetzung für die Angebote:
 - Das Unternehmen führen,
 - die unternehmerische Leistung erstellen und
 - die Voraussetzungen pflegen und entwickeln.
- Die Voraussetzungen für die Prozesse
 - Die sechs Primärressourcen, die zur Durchführung einer Arbeit notwendig sind (Produkte, Betriebsmittel, Dokumente, Know-How, Rechte, Finanzen)
 - Die sechs Ressorts bzw. Orientierungen (Marketing, Entwicklung, Fertigung, QS, Mitarbeiter, Finanzen)

2. Quantifizieren

In diesem Schwerpunkt stehen zwei Elemente im Vordergrund:

- Im Erfolgsprofil wird visualisiert, welchen Entwicklungsstand das Unternehmen hat und wo noch Ertragsmöglichkeiten zu erwarten sind (besserer Wirkungsgrad des Systems).
- Als zweites Element in diesem Schwerpunkt wird mit einem "Vektor" eine zweite Dimension in die quantitative Werteerfassung eingeführt. Mit dieser Art von Abbildung können in Analogie zu einigen Algorithmen in der Physik nun auch in der Ökonomie materielle und immaterielle Werte gleichzeitig abgebildet und quantifiziert werden. Dies führt zu einer bisher unerreichten Abbildungsqualität.

3. Orientieren

In diesem Schwerpunkt stehen zwei sich ergänzende Orientierungen im Vordergrund:

- Bei der "Outside-in"-Orientierung ist der Markt die Ausgangslage und die Unternehmung wird diesen Anforderungen angepasst.
- Bei der "Inside-out"-Orientierung sind die Potentiale (Kombination der Primärressourcen) die Ausgangslage und es werden Märkte für (vorwiegend) intern bereits vorhandene und bewährte Problemlösungen gesucht.

4. Optimieren

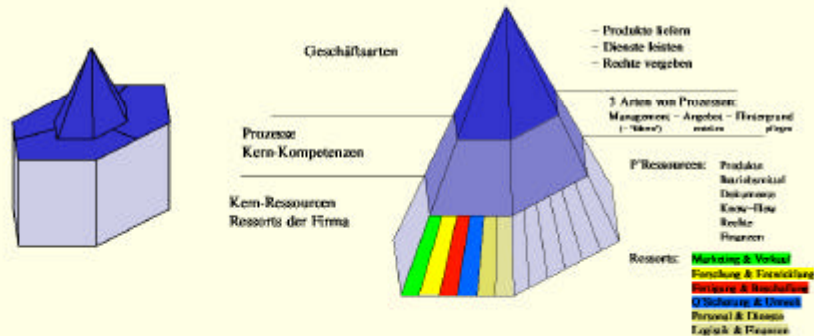
In diesem Schwerpunkt stehen die unternehmensübergreifenden Wertschöpfungsprozesse im Vordergrund. Geschäftsbeziehungen werden als Regelkreise verstanden, in denen der Verkäufer eine Leistung erbringt und dafür eine Gegenleistung erhält. Die Überlagerung von solchen Regelkreisen erlaubt in einem ersten Schritt die Visualisierung von ganzen Wertschöpfungsnetzen - und in der Folge dann deren Optimierung nach verschiedenen Kriterien. Für unternehmensinterne Wertschöpfungsprozesse werden analoge Abbildungen verwendet.



Die vier Schwerpunkte der original Business Engineering Systeme ©

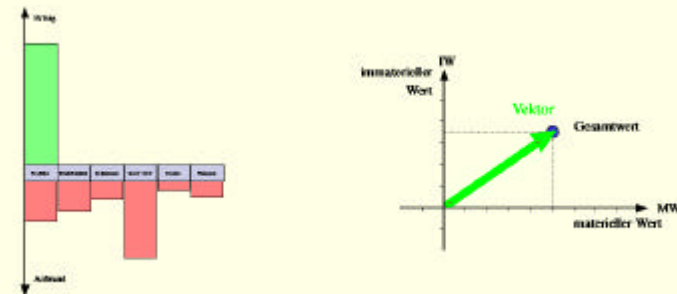
1. Das Unternehmen selbst und die unternehmerische Leistung

- Angebote, Prozesse, Voraussetzungen



2. Die zur Unternehmensführung wichtigen Kennzahlen

- Von der Erfolgsrechnung zum Erfolgsprofil
- Zahlen für materielle und für immaterielle Werte



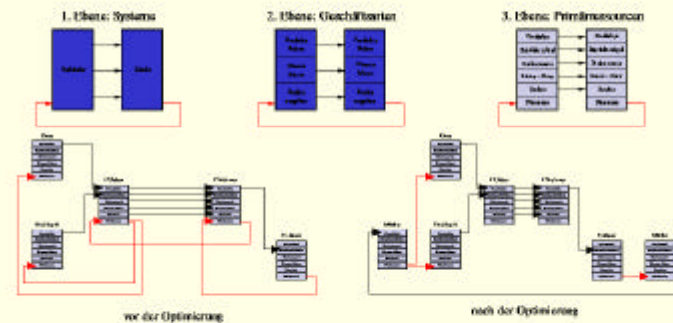
3. Die Entwicklung einer Unternehmung (Strategien, Optionen...)

- Marktorientiert (outside-in) und angebotsorientiert (inside-out)



4. Die unternehmensübergreifenden Beziehungen

- Wertschöpfungsnetze planen, konstruieren, optimieren
- Vom Lieferanten des Lieferanten bis zum Kunden des Kunden

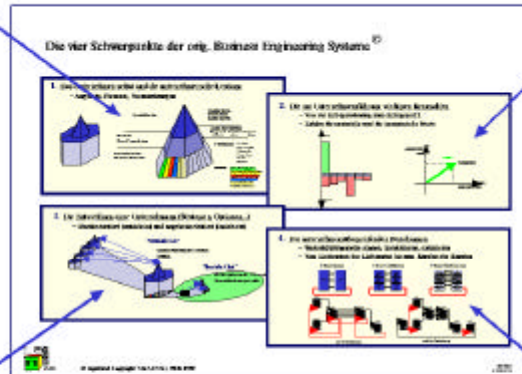


Zweck/Nutzen der vier Schwerpunkte

Das Potential kennenlernen, entdecken

- ▲ Angebote
- ▲ Prozesse
- ▲ Voraussetzungen

strukturieren
lokalisieren
aufbauen



Vollständigere Steuerungsinstrumente;
zum Beispiel für:

- ▲ Kostenstellenstruktur ergänzen durch Ertragsstellenstruktur (-kultur)
- ▲ Erfolgsprofil
- ▲ spezifische Kennzahlen (Kennzahlenstandard) für immaterielle Güter
- ▲ Unternehmensbewertung (materiell/immateriell)

Chancen für neue Geschäfte lokalisieren,
die schnell Erträge generieren.

- ▲ Massnahmen für Ergänzungsstrategien
 - ▲ entwickeln/durchführen
 - ▲ neue Sichtweisen/Instrumente vermitteln

(neue Verbindungen bestehender P-Ressourcen)

Durchblick bei komplexen Geschäften und Netzwerken

- ▲ Konstruktion und Optimierung von überlagerten Regelkreisen in der Wirtschaft.