

# Wirtschaft für Ingenieure

Asha Schwegler

10. März 2022

## 1 Grundprinzipien der Betriebswirtschaft

**Ökonomisches Prinzip:** Spannungsverhältnis zwischen Unbegrenzte Bedürfnisse und knappe Ressourcen.

### 1.1 Gütereinteilung

**Güter werden aufgeteilt in:**

- Freie Güter
- Wirtschaftliche Güter

### 1.2 Markt

Der Markt besteht aus Zusammenwirkung von Nachfrage und Angebot.

**Nachfrage:** Entsteht aus Bedarf, der wiederum aus Bedürfnisse entsteht.

**Angebot:** Entsteht aus der Herstellung

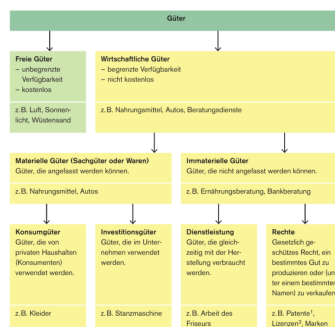


Abbildung 1: Gütereinteilung.



Abbildung 2: Dreifache Unternehmensverantwortung.

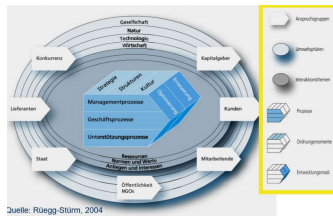


Abbildung 3: SGMM.

### 1.3 Dreifache Unternehmensverantwortung

Balance Akt zwischen:

- Gesamterhalt (Planet)
- Selbsterhalt (Profit)
- Miterhalt (People)

### 1.4 St. Galler Managementmodell

SGMM: 3.Generation von 2002

#### 1.4.1 Umweltsphären

Umweltsphären	Beobachtungsbereiche
Ökonomische Umwelt	Entwicklung Wirtschaft, Arbeitsmarkt, Teuerung, Wirtschaftsbeziehungen zum Ausland
Technologische Umwelt	Produktionsverfahren, Materialien, Transport- und Kommunikationsmittel etc.
Soziale Umwelt	Politische und gesellschaftliche Trends, Wohlbefinden der einzelnen Menschen etc.
Ökologische Umwelt	Rohstoffe, Energie, Klima, Abfälle, etc.

#### 1.4.2 Anspruchsgruppen / Stakeholder

1. Sind von der Tätigkeit der Unternehmen betroffen.
2. Haben Erwartungen und Ansprüche.

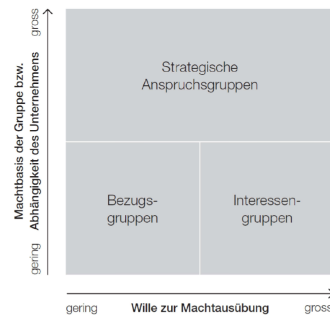


Abbildung 4: MachtausübungStakeholder.

#### **Machtausübung Primär:**

- faktische
- vertragliche
- gesetzliche
- oder normative Grundlagen

#### **Sanktionsgrundlage Sekundär:**

- gesellschaftspolitische
- wirtschaftsethische Konventionen

### **1.4.3 Interaktionsthemen**

#### **Interaktionsthemenanalyse:**

1. Bestimmte Anspruchsgruppe
2. Anliegen und Interessen aufzeigen
3. Vorliegende Normen und Werte prüfen

#### **Ressourcen:**

1. Arbeit, Boden, Kapital, Wissen
2. Marke, Reputation, Image, Vertrauen

#### **Vorgehen:**

##### **1. Sachverhalt:**

- Welche Ressource des Unternehmens ist betroffen
- In Welche Umweltsphäre spielt sich Sachverhalt ab

Interaktionsthemenanalyse am Beispiel der Unternehmung «Tesla»		
<b>Interaktionsthema</b> (Sachverhalt)	1. Elektromobilität	<b>Mögliche Gefahren aus Unternehmenssicht</b>
<b>Ressource</b> (Produktionsfaktor)	1a. Glaubwürdigkeit (Image) und Kapital	3a. Verlust an Glaubwürdigkeit, Imageschaden, sinkende Verkaufszahlen durch Kürzung von Subventionszahlungen
<b>Umweltsphäre</b> (Vorteil der Verflechtung)	1b. Natur/Umwelt	
<b>Anspruchsgruppe</b> (Stakeholder)	2. Kunden (konkret: Käufer von Tesla Automobilen)	<b>Mögliche Reaktionen aus Unternehmenssicht</b>
<b>Anliegen</b> (Verhaltensbeeinflussungsfähige Ziele)	2a. Umweltfreundliches Auto, «saubere» Mobilität	
<b>Interessen</b> (unmittelbarer Eigennutzen)	2b. Wenig CO <sub>2</sub> -Ausstoss, Steuererleichterungen	3b. Investitionen in F&E bei der Batterieproduktion, Lobbying in der Politik, um Subventionskürzungen zu verhindern, Imagekampagne
<b>Normen</b> (rechtliche Gesetze und Regeln)	2c. Umweltschutzgesetz, Verordnung über CO <sub>2</sub> -Emissionen, Subventionen	
<b>Werte</b> (entsprechender Lebens)	2d. Umweltschutz, Nachhaltigkeit	

Abbildung 5: Interaktionsthemenanalyse.

#### Strategie - Einordnung



Abbildung 6: StrategieEinordnung.

### 2. Welche Anspruchsgruppe:

- Anliegen / Ziele
- Interessen
- Normen (Gesetze und Regeln)
- Werte

### 3. Aus Unternehmenssicht:

- Gefahren
- Reaktionsmöglichkeiten

## 2 Strategie

Einordnung:

für Management-Entscheide:

Herausforderung	Handlungsebene	Aufgabenschwerpunkte
Konfligierende Anliegen und Interessen	Normatives Management	Aufbau unternehmerischer Legitimations- und Verständigungspotentiale
Komplexität und Ungewissheit der Marktbedingungen	Strategisches Management	Aufbau nachhaltiger Wettbewerbsvorteile
Knappheit der Produktionsfaktoren	Operatives Management	Gewährleistung effizienter Abläufe

Abbildung 7: ManagementEntscheide.

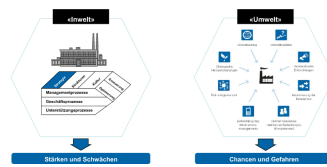


Abbildung 8: FaktorenEinfluss.

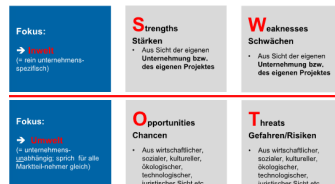


Abbildung 9: SwotAnalyse.

## 2.1 Strategiefindungsprozess

In vier Schritten:

1. Strategische Analyse
2. Strategische Planung
3. Strategische Umsetzung
4. Strategische Messung

## 2.2 Die strategische Analyse

Drei Modellen:

- SWOT-Analyse
- PESTEL-Analyse
- 5-Forces Modell von Porter

Faktoren, die Analyse beeinflussen

### 2.2.1 SWOT-Analyse:

**Kern-Kompetenzen:** Kompetenz als Wettbewerbsvorteil

- Wertvoll
- Selten
- Nicht oder schwer imitierbar
- Nicht substituierbar



Abbildung 10: GrundstrategieAnsätze.



Abbildung 11: Pestelanalyse.

### Unternehmensanalyse Beispiel Easyjet

Strenghts	Weaknesses
Moderne Flugzeuge mit tiefen Betriebskosten	Keine Interkontinentalflüge
Ersten Fluggesellschaften, Internetplattform zum Buchen	Gewisse (teure) Flughäfen nicht Streckennetz
Einheitliches Angebot (Bloss Ecenomy Class etc)	

Opportunities	Threats
Wetter(Schlecht in CH zu Gut Ausland)	Covid-19 Reisebeschränkungen
Trend Wochenende Städtereisen	Verteuerung Treibstoffkosten
Grössere Flugzeuge	Höhere Flughafentaxen
Steigender Wohlstand	Verlängerung Nachtflugsperre europ. Flughafen
	Neue Billig-Airlines

Die vier abgeleiteten Grundstrategieansätze:

### 2.2.2 PESTEL-Analyse

Untersucht den Einfluss der sechs **externen** Umweltfaktoren