

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

## 0.1 Gütereinteilung

Güter werden aufgeteilt in:

- Freie Güter
- Wirtschaftliche Güter

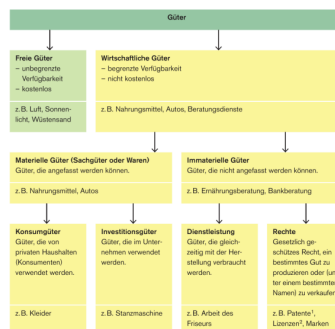


Abbildung 1: Gütereinteilung.

## 0.2 Markt

Der Markt besteht aus Zusammenwirkung von Nachfrage und Angebot.

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

**Angebot:** Entsteht aus der Herstellung

## 0.3 Dreifache Unternehmensverantwortung

Balance Akt zwischen:

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

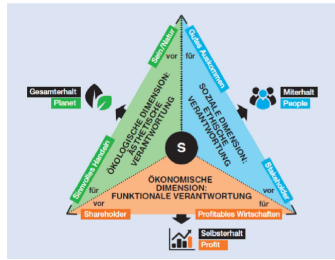


Abbildung 2: Dreifache Unternehmensverantwortung.

## 0.4 St. Galler Managementmodell

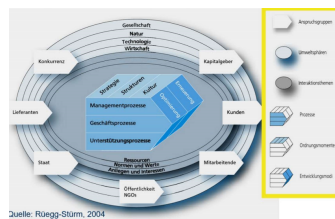


Abbildung 3: SGMM.

### 0.4.1 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.

### 0.4.2 Anspruchsgruppen / Stakeholder

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

#### Machtausübung Primär:

- faktische
- vertragliche
- gesetzliche
- oder normative Grundlagen

### Sanktionsgrundlage Sekundär:

- gesellschaftspolitische
- wirtschaftsethische Konventionen

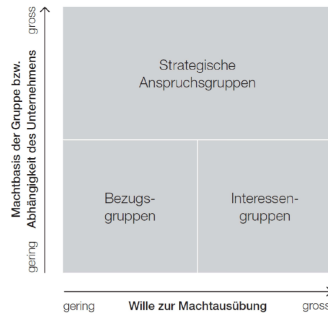


Abbildung 4: Machtausübung Stakeholder.

### 0.4.3 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

##### 2. Welche Anspruchsgruppe:

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

### 3. Aus Unternehmenssicht:

- Gefahren
- Reaktionsmöglichkeiten

Interaktionsthemenanalyse am Beispiel der Unternehmung «Tesla»		
<b>Interaktionsthema</b> (Software)	1. Elektromobilität	<b>Mögliche Gefahren aus Unternehmenssicht</b>
<b>Ressource</b> (Produktionsfaktor)	1a. Glaubwürdigkeit (Image) und Kapital	1a. Verlust an Glaubwürdigkeit, Imageschaden, sinkende Verkaufszahlen durch Kürzung von Subventionszahlungen
<b>Umweltsphäre</b> (Vorteil der Veränderung)	1b. Natur/Umwelt	
<b>Anspruchsgruppe</b> (Stakeholder)	2. Kunden (konkret: Käufer von Tesla Automobilen)	<b>Mögliche Reaktionen aus Unternehmenssicht</b>
<b>Anliegen</b> (Gesamtwertungsfähige Ziele)	2a. Umweltfreundliches Auto, «saubere» Mobilität	
<b>Interessen</b> (unmittelbarer Eigennutzen)	2b. Wenig Co <sub>2</sub> -Ausstoss, Steuererleichterungen	1b. 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> (entsprechendes/typ. Leben)	2d. Umweltschutz, Nachhaltigkeit	

Abbildung 5: Interaktionsthemenanalyse.