

Freitag, 20. März 2009

Wertproblematik

Wertschöpfung entsteht nur aus Wertschätzung, Wertschätzung für das Wesentliche. Diese verändert sich, denn die Wertschöpfungsketten entwickeln sich weiter. Zur Zeit hat 98% der an der Börse gehandelten Transaktionen nichts mit produzierendem Gewerbe zu tun. Vor 20 Jahren war das noch anders bzw. anders herum. Das bedeutet, dass Produkte nicht mehr den Wert darstellen, den sie mal hatten. Das ist in der Politik und in der Wirtschaft und bei den Menschen noch nicht angekommen.

Wir sind nun im Zyklus des Mehrwertes. Das heißt, es lässt sich alles gut, besser und teurer verkaufen, wenn man Mehrwerte schafft, die nicht zwingend etwas mit dem Produkt zu tun haben müssen. Wir entfernen uns somit vom Produktnutzen, was nichts ungewöhnliches ist, denn auch der eigentliche Produktnutzen hat Menschen weitaus weniger interessiert als ursprünglich die damit verbundenen Primärbedürfnisse. Aber auch diese entwickeln sich weiter. Somit entstehen sehr erfolgreiche Unternehmen, die mit den eigentlichen Produkten nichts am Hut haben, aber diese mit einem sensationellen Mehrwert verbinden. Und siehe da, dem Markt ist es egal. Ganz im Gegenteil, der orientiert sich mehr und mehr am Mehrwert. Wer das nicht sieht und nicht versteht, der kann dabei zusehen, wie sich sein Geschäftsmodell in Luft auflöst und andere plötzlich sein Geschäft machen.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 08:09