Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

Wissensbilanz
Made in Germany
Fit für den
Wissenswettbewerb

„Wissensbilanz – Made in Germany“

Projektstudie über weiche Faktoren als Teil der Unternehmenseinschätzung

Finanzmarkt Wirkungstest (Teil1)

Fraunhofer IPK Institut
Produktionsanlagen und
Konstruktionstechnik

[AK-WB]

Arbeitskreis Wissensbilanz



Herausgeber: Arbeitskreis Wissensbilanz

Autoren: Dipl.-Kfm. Sven Wuscher (Fraunhofer IPK)
M.A. Markus Will (Fraunhofer IPK)
Dr. Kay Alwert (alwert.)
Dr. Manfred Bornemann (Intangible Assets Management Consulting)

Oktober 2006

Impressum: © Arbeitskreis Wissensbilanz
(c/o) Fraunhofer Institut für Produktionsanlagen und Konstruktionstechnik (IPK)
Bereich Unternehmensmanagement
Direktor: Prof. Dr.-Ing. Kai Mertins
Pascalstraße 8-9
10587 Berlin
www.wissensmanagement.fhg.de
www.akwissensbilanz.org

Studie im Rahmen des vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie geförderten Projekts "Wissensbilanz – Made in Germany" im Rahmen der Initiative "Fit für den Wissenswettbewerb".

Kontakt: Sven Wuscher
Tel.: +49/(0)30 / 39006-303
Fax: +49/(0)30 / 393 25 03
E-Mail: sven.wuscher@ipk.fraunhofer.de

Inhaltsverzeichnis

1 Summary 4
2 Das Projekt „Wissensbilanz-Made in Germany“ Phase III 5
3 Hintergrund der Studie 6
3.1 Untersuchungsgegenstand 6
3.2 Vorgehen 6
3.3 Fragebogenaufbau 7
3.4 Untersuchungsstichprobe 8
4 Theoretischer Hintergrund 9
4.1 Grundsätze der Berichterstattung 9
4.2 Implikationen für die Befragung 10
5 Ergebnisse der Befragung 11
6 Vorschlag für einen Bericht über intellektuelles Kapital 25
7 Literaturverzeichnis 27
8 Anhang 28

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Annahmen über die Struktur eines Berichts über intellektuelles Kapital 7
Abb. 2: Tätigkeitsbereiche der befragten Finanzexperten 11
Abb. 3: Wichtigkeit der Strukturelemente 13
Abb. 4: Transparenz von Unternehmen 14
Abb. 5: Präzisere Einschätzung mit weichen Faktoren 14
Abb. 6: Nutzenbeitrag eines Berichts weicher Faktoren 15
Abb. 7: Aussagearten zum Nutzenbeitrag eines Berichts intellektuellen Kapitals 16
Abb. 8: Wichtigkeit von Aussagearten über weiche Faktoren 17
Abb. 9: Länge eines Berichts über intellektuelles Kapital 19
Abb. 10: Wichtigkeit der weichen Faktoren aus Sicht der Finanzexperten 20
Abb. 11: Rankingvergleich weicher Faktoren 21
Abb. 12: Mögliches Standardindikatorenset 22
Abb. 13: Durchschnittliche Zeitreihenlängen von Indikatoren 24
Abb. 14: Bedeutung von Indikatoren und Maßnahmen 24
Abb. 15: Berichtsvorschlag intellektuellen Kapitals 25

1 Summary

Die stark gewachsene Bedeutung von immateriellen Ressourcen in einer globalisierten und wissensbasierten Wirtschaft führt neben neuen Anforderungen an das Management dieser Ressourcen auch zu neuen Herausforderungen in der Unternehmensbewertung. Klassische, rein finanzorientierte Instrumente bilden den Unternehmenswert nur noch unzureichend ab und führen daher zu einer zunehmenden Informationsasymmetrie zwischen Unternehmen auf der einen und Kapitalgebern, insbesondere Banken, auf der anderen Seite.

Mit der vorliegenden Projektstudie soll untersucht werden, inwieweit ein Bericht über das „intellektuelles Kapital" von Unternehmen in der Kommunikation zwischen Unternehmen und Finanzexperten (Kreditvergabe, Analyse und Wirtschaftsprüfung) nützlich ist und wie ein solches Berichtsinstrument aufgebaut sein muss. Darüber hinaus wird untersucht, ob die Wissensbilanz, neben ihrer Funktion als Steuerungsinstrument, für die Berichterstattung gegenüber Kapitalgebern geeignet ist. Folgende zentrale Ergebnisse lassen sich aus der Befragung ableiten:

- Finanzexperten schätzen den Wert eines Berichtes über das intellektuelle Kapital von Unternehmen gleichermaßen hoch ein und gehen davon aus, dass dieser zum Abbau von Informationsasymmetrien zwischen Unternehmen und Kapitalgebern beitragen kann.
- Die o.g. Gruppen von Finanzexperten haben keine signifikant unterschiedlichen Anforderungen an einen Bericht über intellektuelles Kapital.
- Sowohl Struktur als auch Inhalt einer Wissensbilanz sind als Grundlage für einen solchen Bericht geeignet.
- Die befragten Finanzexperten stufen einzelne Elemente des intellektuellen Kapitals in ihrer Wichtigkeit anders ein als Unternehmen.
- Quantitative Größen (Indikatoren) haben aus Sicht der Befragten im Vergleich zu Beschreibungen und Interpretationen den größeren Aussagegehalt.
- Es existieren Indikatoren, die für alle Befragten eine hohe Relevanz zur Erklärung einzelner Elemente des intellektuellen Kapitals haben.
- Indikatoren sollten immer in Zeitreihen dargestellt werden, um die Vergleichbarkeit und Plausibilität der Berichterstattung zu erhöhen.
- Ein Bericht über intellektuelles Kapital sollte sich auf zehn Seiten beschränken, jedoch maximal 20 Seiten umfassen.

Aus den Befragungsergebnissen und einer im Vorfeld durchgeführten qualitativen Befragung von Experten[1] kann ein struktureller und inhaltlicher Vorschlag für einen Bericht über intellektuelles Kapital abgeleitet werden.[2]

[1] Arbeitskreis Wissensbilanz: Expertenrunde mit 9 Vertretern aus Banken und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften im Mai 2006
[2] Vgl. Abschnitt 6, S.25

2 Das Projekt „Wissensbilanz-Made in Germany“ Phase III

Das Projekt „Wissensbilanz – Made in Germany“ wurde 2004 vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) mit dem Ziel ins Leben gerufen kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) ein Werkzeug an die Hand zu geben ihr spezifisches Intellektuelles Kapital messbar, steuerbar und letztlich auch gegenüber Kapitalgebern kommunizierbar zu machen. In der laufenden Phase III des Projektes werden mit Unterstützung der Experten des Arbeitskreis Wissensbilanz (AK-WB) Wissensbilanzen in weiteren 38 Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen und Lebenszyklen, vom Start-up bis zur Unternehmensnachfolge erstellt.

Ziel ist es die Erkenntnisse aus dem Pilotprojekt mit 14 Unternehmen zu erweitern und auf eine breitere Basis zu stellen sowie die Erfahrungen aus den ersten beiden Phasen des Pilotprojekts zu konsolidieren, die Erfolgswirksamkeit in den Pilotunternehmen zu untersuchen und die Wissensbilanz-Methode um neue Module zu erweitern. U.a. soll eine Empfehlung ausgesprochen werden, wie eine einheitliche Methodik zu einer größeren Vergleichbarkeit von Wissensbilanzen zwischen einzelnen Unternehmen beitragen kann. Die Ergebnisse werden in einem erweiterten Wissensbilanz-Leitfaden 2.0 zusammengefasst und durch das BMWA kostenlos zur Verfügung gestellt.

Darüber hinaus soll der Finanzmarkt, vertreten durch Banken, Investmentfirmen und Analysten, noch stärker in die Wissensbilanz-Community einbezogen werden, um das Instrument auf breiter Basis für eine ganzheitliche Unternehmensbewertung einsetzen zu können. So soll die Akquisition von Eigenkapital und die Kreditaufnahme für den deutschen Mittelstand erleichtert werden. Hierfür werden in Expertenrunden und mittels Befragungen die speziellen Anforderungen aus Sicht des Finanzmarkts erfasst und in einem Experiment der Nutzen der Wissensbilanz bei der Bewertung von Unternehmen getestet.

Die nachstehende Studie ist als dritter von sechs Teilen einer Wirkungsanalyse über die Wissensbilanz im Projekt „Wissensbilanz – Made in Germany“ zu verstehen. Der erste und zweite Teil des Wirkungstests beschäftigt sich mit der Projektevaluation der KMU vor und nach dem Projekt, die Teile drei und vier handeln von den Untersuchungen am Finanzmarkt, während die Teile fünf und sechs die Aktivitäten des Moderatorennetzwerkes bzw. der Verbände evaluieren.

3 Hintergrund der Studie

3.1 Untersuchungsgegenstand

Im Rahmen des Teilprojekts „Wissensbilanz: Chance für den Finanzmarkt" untersucht die nachstehende Studie das Potenzial eines Berichtes über intellektuelles Kapital für die Unternehmensbewertung. Als Grundlage für die Untersuchung dient die Methode zur Wissensbilanzierung des Arbeitskreises Wissensbilanz.[3] Es wird erhoben, welche Elemente des zugrunde liegenden Wissensbilanzmodells in welcher Form für die Berichterstattung gegenüber dem Finanzmarkt verwendet werden können. Mit ‚Finanzmarkt' sind im Folgenden Finanzexperten gemeint, deren Tätigkeit die Unternehmenseinschätzung umfasst und die als Adressaten eines derartigen Berichts in Frage kommen. Dazu gehören für die weitere Betrachtung die Kategorien ‚Kreditvergabe', ‚Analysten' und ‚Wirtschaftprüfung'.

Ziel der vorliegenden Studie ist es, der Frage nachzugehen inwieweit ein Bericht über das „intellektuelles Kapital" von Unternehmen in der Kommunikation zwischen Unternehmen und Finanzexperten nützlich ist und wie ein solches Berichtsinstrument ggf. aufgebaut sein muss. Darüber hinaus wird untersucht, ob die Wissensbilanz, neben ihrer Funktion als Steuerungsinstrument, für die Berichterstattung gegenüber Kapitalgebern geeignet ist.

3.2 Vorgehen

Zur Erstellung der Studie wurde stufenweise vorgegangen. Durch einen Presseaufruf in zahlreichen Finanzmedien Anfang 2006 konnten Finanzexperten aus unterschiedlichsten Bereichen gewonnen werden an dem Projekt mitzuwirken. Im Mai 2006 wurde in einer ersten qualitativen Befragung ausgewählter Experten (Workshop in Frankfurt a.M.) erhoben, wie ein Bericht über intellektuelles Kapital aus Sicht von Finanzexperten aufgebaut sein muss und welche sonstigen Anforderungen dieser erfüllen sollte, um einen wesentlichen Beitrag zur Unternehmensbewertung zu liefern. Darauf basierend wurden Thesen aufgestellt und der folgende Fragebogen entwickelt.

[3] Vgl. Arbeitskreis Wissensbilanz: Methode, URL: http://www.akwissensbilanz.org/methode.htm [Stand: 01.10.2006]

3.3 Fragebogenaufbau

Bei der Konzeption des Fragebogens[4] wurden sowohl theoretisch hergeleiteten Anforderungen an die Berichterstattung intellektuellen Kapitals als auch die Erkenntnisse der bisherigen Projektarbeit zum Thema Wissensbilanz berücksichtigt.

Aus den Ergebnissen der Vorarbeit wurde folgende mögliche Struktur für einen Bericht über intellektuelles Kapital abgeleitet.

Nr.	Inhalte
1	Informationen über die Markt- und Branchensituation (Geschäftsumfeld)
2	Informationen über die Strategie des Unternehmens (Geschäftsstrategie)
3	Darstellung wesentlicher weicher Faktoren
4	Informationen über den Status Quo weicher Faktoren
5	Informationen zu Maßnahmen (Investitionen) in weiche Faktoren

Abb. 1: Annahmen über die Struktur eines Berichts über intellektuelles Kapital

Die Befragung ist in vier Fragenblöcke untergliedert und insgesamt sieben Seiten lang. Die erste Seite dient zur Ansprache der Zielgruppe und soll die Teilnehmer in das Thema der Befragung einführen. Im ersten Fragenblock werden allgemeine Angaben über die Person und ihre Berufstätigkeit abgefragt. Ziel dieses Fragenblocks ist es, für die Auswertung abhängige Variablen zu generieren. Der zweite Fragenblock dient zur Abfrage der möglichen Struktur eines Berichts über intellektuelles Kapital. Der dritte Block ist der umfangreichste Fragenkatalog und behandelt die einzelnen weichen Faktoren und ihre potenziellen Indikatoren. Im abschließenden vierten Fragenblock wird die Notwendigkeit potenzieller Maßnahmenbeschreibungen in einem Bericht über intellektuelles Kapital erhoben.

Bei der überwiegenden Anzahl von Fragestellungen werden den Befragten mehrere Komponenten bzgl. eines Sachverhalts vorgestellt, deren Wichtigkeitsgrad anhand einer ordinalen Skala von 1 (überhaupt nicht wichtig) bis 5 (sehr wichtig) bewertet werden soll. Für die Interpretation der Mittelwerte wird aufgrund der Skala ein Intervall von 0,8 für die Interpretationen von überhaupt nicht wichtig bis sehr wichtig verwendet.

Der Befragungen liegen jeweils einzelne Thesen zugrunde, die im Abschnitt 5 überprüft werden.

[4] Vgl. Anhang I, S.28

3.4 Untersuchungsstichprobe

Die vorliegende Auswertung basiert auf einem Stichprobenumfang von 68 Fragebögen, die im Zeitraum Juni bis September 2006 erhoben wurden. Bei den befragten Personen handelt es sich um Vertreter von 45 großen Banken und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, die im Rahmen des Projekts „Wissensbilanz – Made in Germany: Phase III“[5] als Finanzexperten im Teilprojekt „Wissensbilanz: Chance für den Finanzmarkt“ ausgewählt wurden.

Die befragten Personen sind durchweg Experten, die in ihren Organisationen leitende Positionen in den Bereichen der Unternehmensanalyse, Kreditvergabe oder Wirtschaftsprüfung einnehmen. Dabei weisen die befragten Personen in ihrer Tätigkeit mehrjährige Berufserfahrung auf.

Die Erfahrung und Position der Probanden lässt auf eine hohe Qualität der vorliegenden Daten schließen, sodass die Ergebnisse allgemein gültige Aussagen zulassen.

Die nachfolgenden Auswertungen wurden mit der Software ‚SPSS für Windows V.11.5.1.' durchgeführt. Auf die jeweilig angewendeten Auswertungsverfahren wird bei den einzelnen Thesen gesondert eingegangen. Die Ausgabetabellen der statistischen Tests sind jeweils im Anhang zu finden.

[5] Vgl. Arbeitskreis Wissensbilanz: Pilotprojekt – Phase III,
URL: http://www.akwissensbilanz.org/Projekte/phaseIII.htm [Stand: 01.10.2006]

4 Theoretischer Hintergrund

4.1 Grundsätze der Berichterstattung

In der Literatur existieren unterschiedliche Auffassungen zur Platzierung eines Berichts über intellektuelles Kapital im Rahmen der externen Berichterstattung. Zum einen wird vorgeschlagen, einen Bericht über weiche Faktoren als freiwillige Ergänzung zum Jahresabschluss zu veröffentlichen.[6] Mit diesem Vorschlag unterläge ein Bericht intellektuellen Kapitals grundsätzlich nicht der Prüfungspflicht, jedoch hat der Prüfer „die in dem nicht prüfungspflichtigen Teil enthaltenden Informationen kritisch zu lesen."[7] Um die Glaubwürdigkeit des Berichterstatters zu erhöhen, wird daher zum anderen empfohlen, „die wertorientierte Berichterstattung in den prüfungspflichtigen Lagebericht zu integrieren."[8] Dagegen spricht jedoch das häufig angeführte Prüfungsproblem.[9] Hierbei handelt es sich um die Schwierigkeit des Abschlussprüfers, einige weiche Faktoren nicht mit hinreichender Sicherheit beurteilen zu können.[10]

Unabhängig davon, ob ein Bericht über intellektuelles Kapital in den prüfungspflichtigen Teil des Lageberichts integriert wird, sollten die Angaben über weiche Faktoren allgemeinen Berichtsgrundsätzen genügen. Ein Bericht über intellektuelles Kapital sollte u.a. dem Wirtschaftlichkeitsprinzip genügen. Dabei müssen bei der Informationsbereitstellung „auch die Kosten der Implementierung und des Betriebs des Berichtssystems beachtet werden".[11] Neben der Wirtschaftlichkeit ist die Wesentlichkeit der Berichterstattung von hoher Bedeutung. Es sollen für den Berichtsleser relevante Informationen in einem angemessenen Detaillierungsgrad enthalten sein.[12]

Das Schnelligkeitsprinzip fordert die Bereitstellung von Berichten nach Möglichkeit innerhalb kürzester Zeit.[13] Bei Verwendung der Wissensbilanz als internes Steuerungssystem, kann diesem Grundsatz entsprochen werden, da die meisten relevanten Informationen bereits vorhanden sind. Voraussetzung dafür ist das Einhalten des Grundsatzes des Management Approach, bei dem sich die wertorientierte Berichterstattung „inhaltlich an der unternehmensinternen Berichterstattung orientieren"[14] soll.

Das Prinzip der Vergleichbarkeit fordert die zeitliche und formale Vergleichbarkeit der bereitgestellten Informationen. Die formale Vergleichbarkeit kann durch das Einhalten des Grundsatzes der Stetigkeit erreicht werden. Dabei müssen Inhalte, die in einen Bericht aufgenommen werden, auch im Zeitverlauf weiterhin Bestandteil bleiben.[15] Ergänzt wird die formale Vergleichbarkeit durch die Gewährleistung des Übersichtlichkeits-

[6] Vgl. Maul, Menninger (2000), S.533
[7] Arbeitskreis Externe Unternehmensrechnung der Schmalenbach-Gesellschaft (2002), S.2340
[8] Ebd.
[9] Vgl. Arbeitskreis "Immaterielle Werte im Rechnungswesen" der Schmalenbach-Gesellschaft für Betriebswirtschaft e.V. (2003), S.1234 f.
[10] Vgl. Arbeitskreis Externe Unternehmensrechnung der Schmalenbach-Gesellschaft (2002), S.2340
[11] Birk, (1991), S.59
[12] Ebd.
[13] Ebd.
[14] Arbeitskreis Externe Unternehmensrechnung der Schmalenbach-Gesellschaft (2002), S.2337
[15] Vgl. Arbeitskreis "Immaterielle Werte im Rechnungswesen" der Schmalenbach-Gesellschaft für Betriebswirtschaft e.V. (2003), S.1234

und Einheitlichkeitsprinzips, welche fordern, dass die gewählte Struktur eines Berichts kontinuierlich beibehalten werden sollte.[16] Die zeitliche Vergleichbarkeit von Berichten über intellektuelles Kapital kann durch den Grundsatz der Regelmäßigkeit erreicht werden. Dabei wird für den zu entwickelnden Berichtsvorschlag von einer jährlichen Berichterstattung im Rahmen der Jahresabschlusserstellung ausgegangen.[17] Durch die zeitliche Vergleichbarkeit wird darüber hinaus die Willkürfreiheit hergestellt.[18] Weitere allgemeine Berichtsgrundsätze sind die Grundsätze der Klarheit, Richtigkeit und Vollständigkeit, die bei der wertorientierten Berichterstattung zu beachten sind.[19]

4.2 Implikationen für die Befragung

Für die weitere Entwicklung eines Berichtsvorschlags sind die Grundsätze der Berichterstattung einzuhalten. Besonders der Grundsatz der Glaubwürdigkeit und die, in der Literatur diskutierte, Problematik der Prüfbarkeit der Angaben stellt offenbar eine Herausforderung dar, da bisher kein einheitliches Indikatorensystem im Zusammenhang der Berichterstattung intellektuellen Kapitals existiert. Für die Herstellung der Glaubwürdigkeit und der Vergleichbarkeit scheint eine Darstellung von „Indikatoren unter Angabe des aktuellen Werts der Berichtsperiode, Werte vergangener Berichtsperioden (soweit verfügbar) und wenn möglich des Zielwerts für zukünftige Perioden“[20] notwendig zu sein.

Daher werden im Folgenden neben der Anforderungsaufnahme einer möglichen Struktur auch für einen glaubwürdigen und vergleichbaren Inhalt ausgewählte Indikatoren auf ihren Erklärungsgehalt und ihren Nutzen für die Befragten hin untersucht.

[16] Vgl. Birk (1991), S.57
[17] Vgl. Arbeitskreis Externe Unternehmensrechnung der Schmalenbach-Gesellschaft (2002), S.2340
[18] Vgl. Arbeitskreis “Immaterielle Werte im Rechnungswesen” der Schmalenbach-Gesellschaft für Betriebswirtschaft e.V.(2003), S.1235
[19] Ebd.
[20] Ebd.

5 Ergebnisse der Befragung

Im Fragebogen werden in Frage I.3 die verschiedenen Tätigkeitsbereiche der Finanzexperten abgefragt. Dabei gehören zu der Gruppe ‚Analyse', die Kategorie ‚Investment' und die Kategorie ‚Sonstige'. Unter ‚Sonstige' wurden u.a. die Tätigkeitsbereiche ‚Risikomanagement', ‚Beratung' und ‚Unternehmensbewertung' genannt. Die Häufigkeiten der drei Auswertungsgruppen ‚Kreditvergabe', ‚Analyse' und ‚Wirtschaftsprüfung' verteilen sich wie folgt.

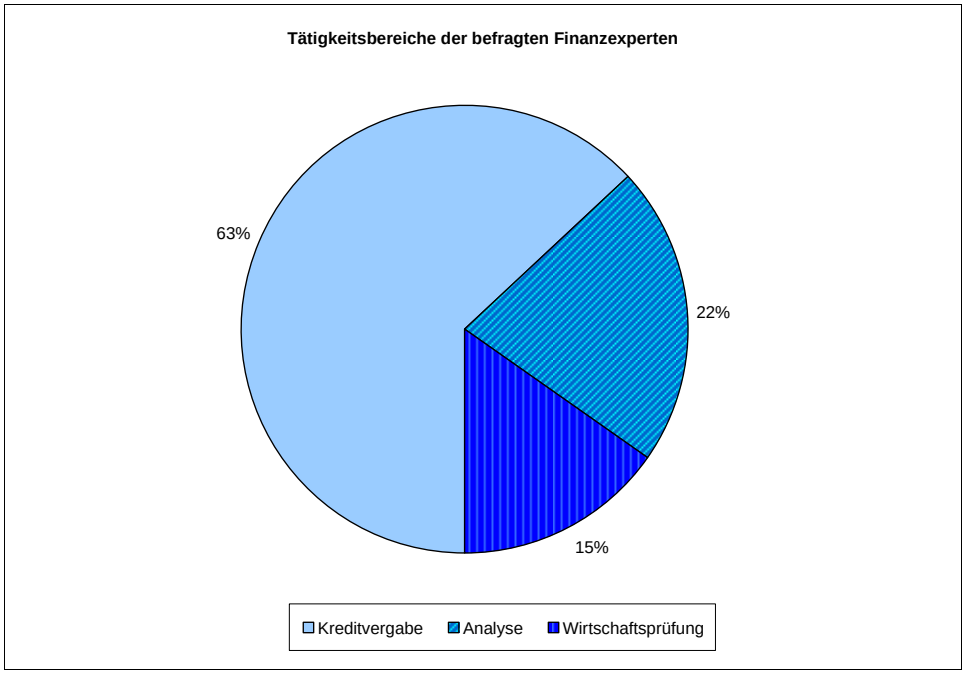


Abb. 2: Tätigkeitsbereiche der befragten Finanzexperten

These 1: Die Strukturanforderungen der Gruppe der Kreditvergabe, der Analysten und der Wirtschaftsprüfer sind nicht signifikant voneinander verschieden.

Der Fragebogen richtet sich an potenzielle Berichtsleser aus der Kreditvergabe, Analyse und Wirtschaftsprüfung. Die unterschiedlichen Berichtsadressaten gehen bei der Unternehmensbewertung differenziert vor. So ist die Kreditvergabe stärker an hausinterne Ratingverfahren gebunden, während Analysten bei größeren Unternehmen zusätzliche Informationen aus bspw. Lageberichten, Segmentberichten oder Zwischenberichten mit in die Beurteilung einfließen lassen. Wirtschaftsprüfer sind dagegen an gesetzliche Vorschriften zur Prüfung von Jahresabschlüssen und Lageberichten gebunden. Trotz der unterschiedlichen Bewertungs- bzw. Prüfungsvorgehensweisen wird davon ausgegangen, dass sich die Anforderungen an die Struktur eines Berichts nicht signifikant unterscheiden.

Die drei Auswertungsgruppen (Abb. 2) werden hinsichtlich der Frage II.3 analysiert. Dabei wird die Nullhypothese aufgestellt, dass die Strukturanforderungen in den Gruppen nicht verschieden sind. Zum Test der

Gegenhypothese wurde die einfaktorielle Varianzanalyse (ANOVA)[21] auf dem Signifikanzniveau $\alpha = 0{,}05$ durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass bei keinem der getesteten Strukturelemente das vorgegebene Signifikanzniveau erreicht wird, um die Gegenhypothese anzunehmen.[22] Die Nullhypothese kann daher nicht abgelehnt werden, sodass man davon ausgehen kann, dass die Strukturanforderungen in den Gruppen nicht signifikant verschieden sind. Dies bedeutet, dass die drei unterschiedlichen Auswertungsgruppen aus Abb. 2 keine differierenden Anforderungen an die Struktur eines Berichts über intellektuelles Kapital besitzen. Für die folgende Analyse werden die drei Gruppen ‚Kreditvergabe', ‚Analyse' und ‚Wirtschaftsprüfung' als Finanzexperten aufgefasst und undifferenziert voneinander betrachtet.

[21] Vgl. Bühl (2002), S.278ff.
[22] Vgl. Anhang II, S.32

These 2: Die Struktur einer Wissensbilanz kann als Strukturvorlage für einen Bericht über intellektuelles Kapital für den Finanzmarkt verwendet werden.

In Frage IV.3 wurden die Probanden befragt, ob sie einen Bericht weicher Faktoren bei einer Unternehmenseinschätzung berücksichtigen würden. Insgesamt haben 98,5% der Befragten dieser Frage mit ‚Ja' beantwortet. Die restlichen 1,5% wählten eine neutrale Antwort, während keiner der Befragten mit ‚Nein' antwortete. Insgesamt zeigt das Ergebnis, dass fast alle Befragten die Berichterstattung weicher Faktoren positiv bewerten. Im Zusammenhang mit der Frage II.3 kann außerdem festgehalten werden, dass der Strukturvorschlag in Anlehnung an die Struktur einer Wissensbilanz von allen Befragten angenommen wird, da die Mittelwerte aller Strukturelemente über 3,7 liegen und somit als ‚eher wichtig' oder ‚sehr wichtig' eingestuft wurden.

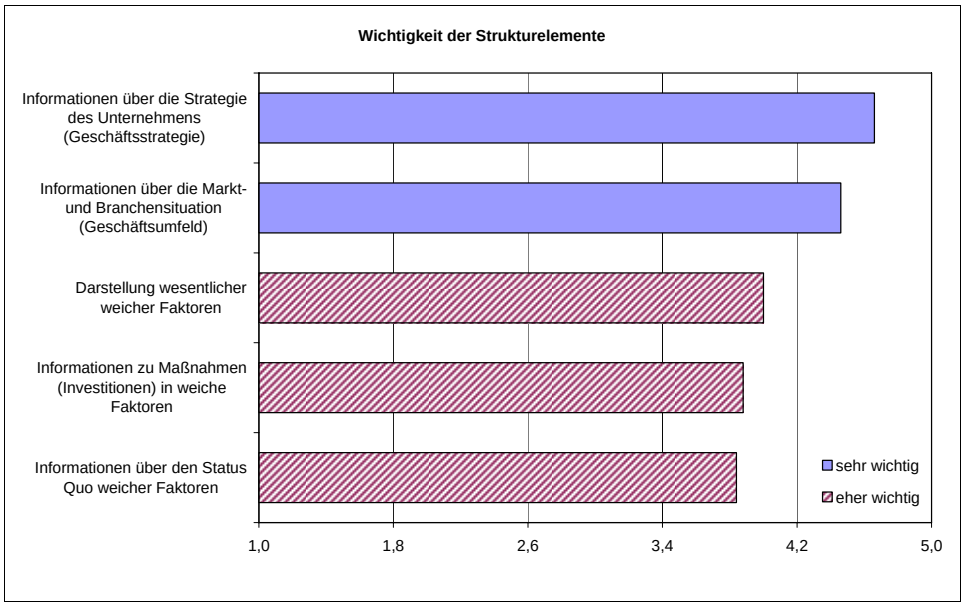


Abb. 3: Wichtigkeit der Strukturelemente

These 3: Informationen über weiche Faktoren können zu einer präziseren Einschätzung von Unternehmen beitragen und verbessern die Aussagekraft der Unternehmensberichterstattung.

Anhand dieser These soll überprüft werden, ob alle befragten Personen zustimmen, dass deutsche Unternehmen bzgl. ihrer weichen Faktoren eher intransparent sind und mehr Informationen zu einer präziseren Unternehmenseinschätzung beitragen können. Es wird erwartet, dass durch die Bereitstellung von mehr Informationen Informationsasymmetrien abgebaut werden können. Wenn ein Bericht intellektuellen Kapitals annahmegemäß zu einer präziseren Einschätzung beitragen kann, bleibt zu klären, welchen Nutzen die zusätzlichen Informationen eines derartigen Berichts im Vergleich zu den sonst vorhandenen Berichtsinstrumenten, wie bspw. Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung und Lagebericht haben. Es soll kritisch hinterfragt werden, inwieweit ein Nutzenbeitrag eines Berichts über intellektuelles Kapital vorliegt, und ob dieser Nutzenbeitrag zum Abbau von Informationsasymmetrien beitragen kann.

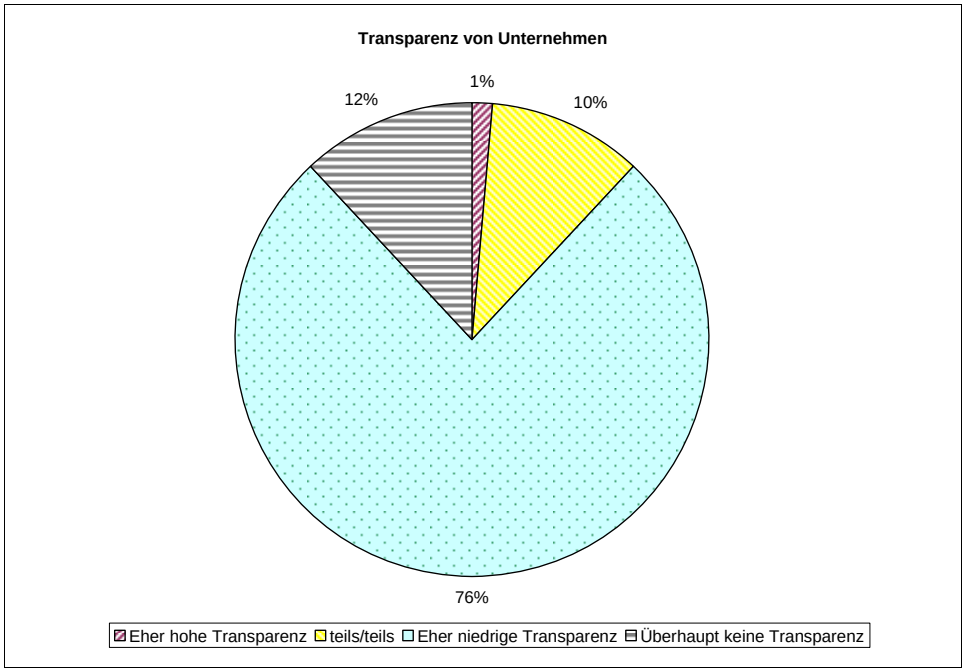


Abb. 4: Transparenz von Unternehmen

Die Auswertung der Frage II.2 zeigt, dass 89% der Befragten die Transparenz der Unternehmen als niedrig oder nicht existent einstufen. Dabei liegt der Mittelwert über alle Befragten bei 2,0 (eher niedrige Transparenz). Im Zusammenhang mit der Frage bzgl. der Transparenz von Unternehmen, wurden die Probanden in Frage II.1 gefragt, ob Informationen über weiche Faktoren aus ihrer Sicht zu einer präzisieren Unternehmenseinschätzung beitragen können.

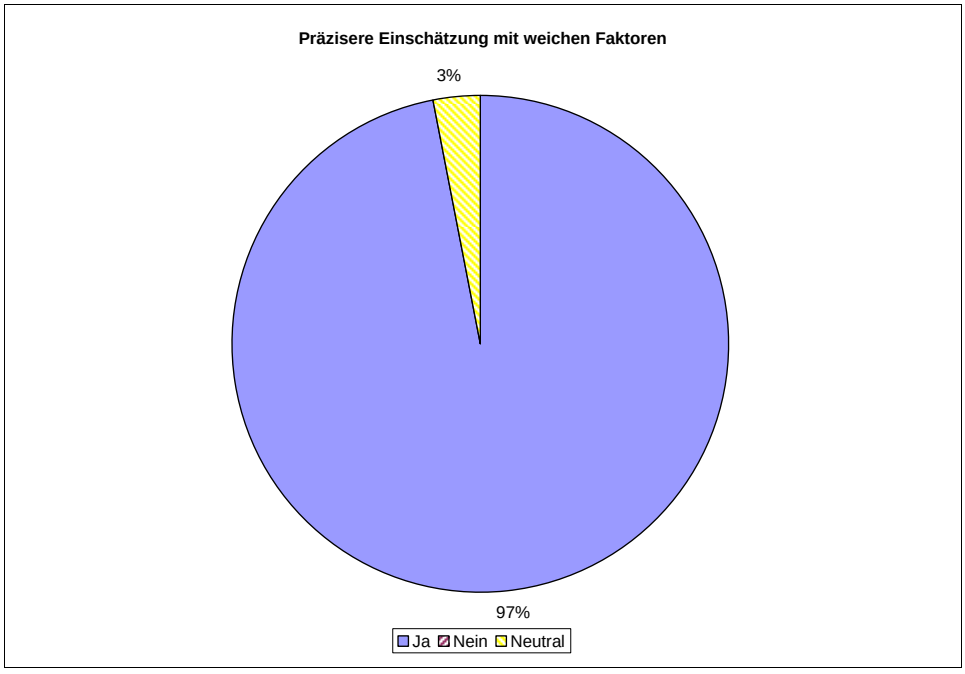


Abb. 5: Präzisere Einschätzung mit weichen Faktoren

Diese Frage bejahten 97%, wobei die Antwort ‚Nein' nicht gewählt wurde. Daher kann festgehalten werden, dass der niedrigen Transparenz der Unternehmen durch das Bereitstellen von strukturierten Informationen über weiche Faktoren entgegengewirkt werden kann. Offen bleibt an dieser Stelle allerdings wie hoch der Nutzenbeitrag eines solchen Berichts ist und wie stark dieser zum Abbau von Informationsasymmetrien beitragen kann. Um herauszufinden, wie die Befragten den Nutzenbeitrag einschätzen, wurde die Frage II.6 in den Fragebogen aufgenommen. Die Mittelwertanalyse ergibt einen Mittelwert von 3,9 und spricht somit einem Bericht über intellektuelles Kapital einen eher hohen Nutzen zu.

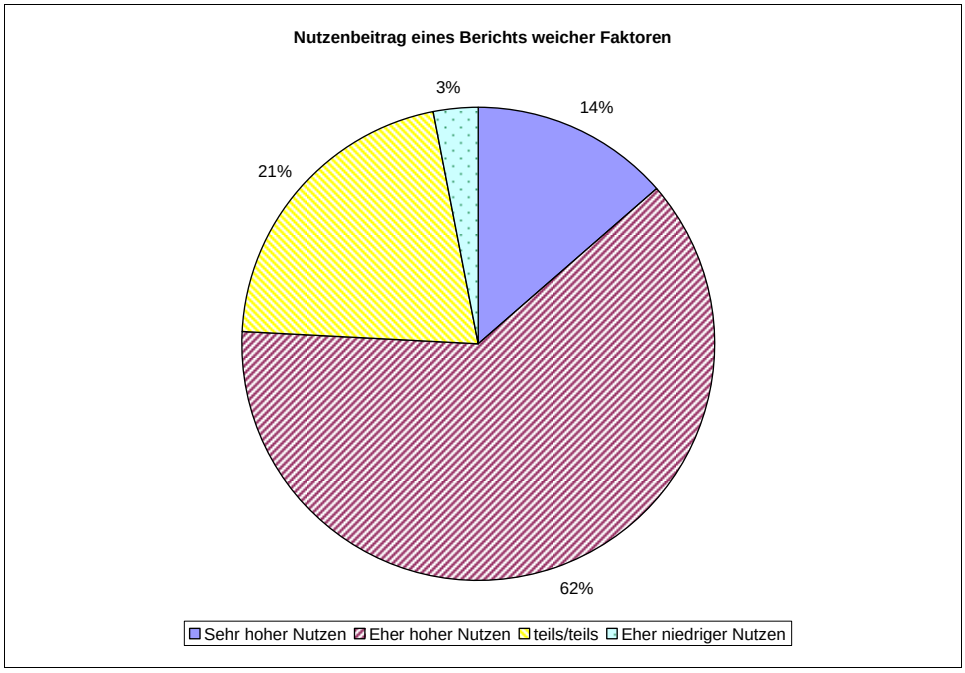


Abb. 6: Nutzenbeitrag eines Berichts weicher Faktoren

Abb. 6 zeigt, dass keiner der Befragten die Option ‚überhaupt keinen Nutzen' ausgewählt hat. Die Analyse ergibt, dass ein Bericht über intellektuelles Kapital einen Nutzenbeitrag für Kreditgeber, Analysten, oder Wirtschaftsprüfer liefert. Ob sich dieser Nutzenbeitrag auf die Unternehmenseinschätzung positiv oder negativ auswirkt, kann damit nicht erklärt werden.

Zusätzlich wurden die Umfrageteilnehmer in Frage II.6 um eine Begründung ihrer Einschätzung gebeten. Von den 68 Probanden haben 37 Personen eine Begründung abgegeben. Die Aussagen wurden in eine positive Aussagenkategorie, eine neutrale Aussagenkategorie sowie in eine negative bzw. fragende Aussagekategorie gegliedert.[23]

[23] Vgl. Anhang III, S.33

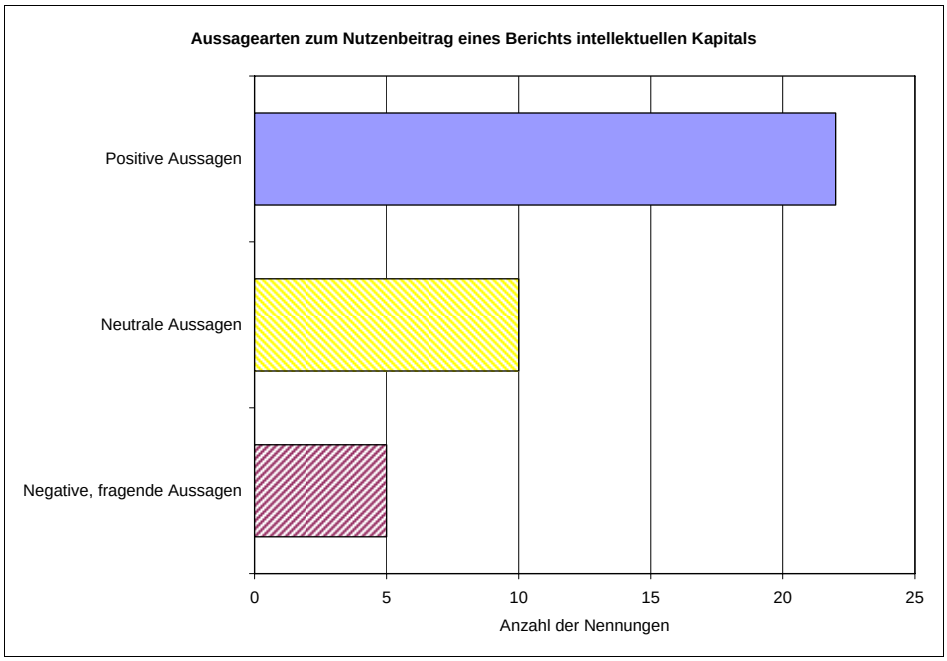


Abb. 7: Aussagearten zum Nutzenbeitrag eines Berichts intellektuellen Kapitals

Wie Abb. 7 zeigt, sind die meisten Begründungen positiver Art. In dieser Kategorie wird hauptsächlich angemerkt, dass Informationen über weiche Faktoren helfen, eine Aussage über die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens zu treffen und somit zu mehr Transparenz beitragen. In der Kategorie der neutralen Aussagen wird u.a. angemerkt, dass der Nutzenbeitrag eines Berichts weicher Faktoren von unterschiedlichen Faktoren wie der Branche oder den Unternehmensspezifika abhängig sei. Im Rahmen der negativen, fragenden Aussagen wurde von den Finanzexperten oftmals kritisch hinterfragt, inwieweit die Objektivität der Angaben gewährleistet sein kann und somit die Plausibilität der Daten angenommen werden kann.

These 4: Beschreibende Aussagen sind für die Befragten weniger relevant als Kennzahlen und deren Interpretationen.

Basierend auf dem Glaubwürdigkeitsprinzip als Anforderung an die Berichterstattung über intellektuelles Kapital, wird davon ausgegangen, dass qualitative Aussagen aus Sicht der Fragebogenteilnehmer weniger relevant sind als quantitative Größen und deren Interpretationen. Für einen Firmenkundenbetreuer einer Bank, einen Analysten oder Wirtschaftsprüfer sind Informationen dann nachvollziehbar und somit glaubwürdig, wenn diese auch mit prüfbaren und plausiblen Kennzahlen hinterlegt sind. Es wird davon ausgegangen, dass beschreibende Aussagen seitens der Unternehmen als zu subjektiv und nicht ausreichend glaubwürdig eingeschätzt werden.

Da die Wissensbilanzierung ein Selbstbewertungsprozess ist, wird der Frage nachgegangen, inwieweit qualitative Aussagen der Geschäftsleitung für die Glaubwürdigkeit eines Berichts aus Sicht der Befragten förderlich sind.

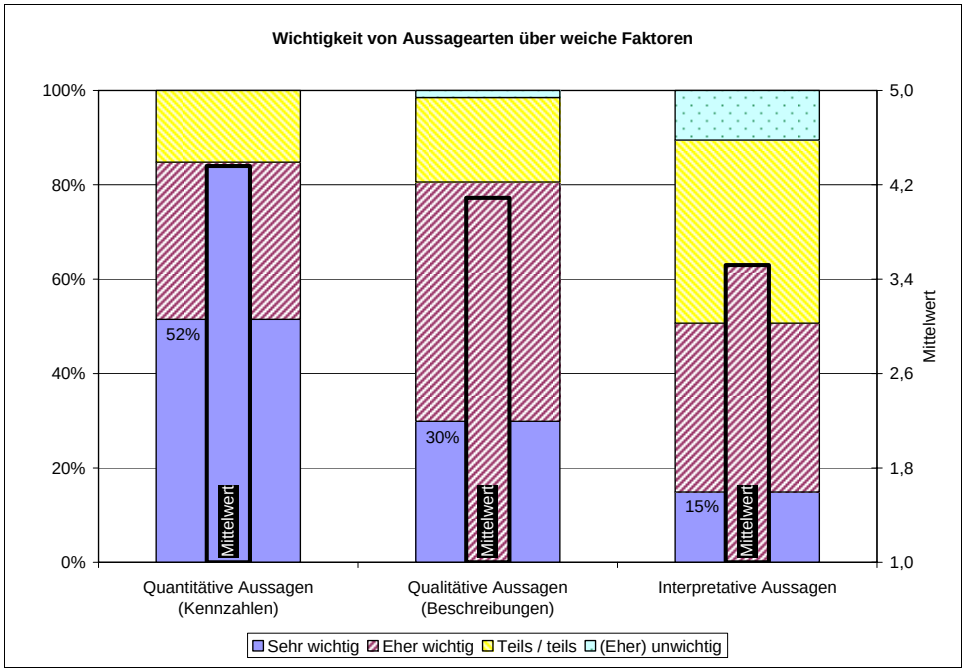


Abb. 8: Wichtigkeit von Aussagearten über weiche Faktoren

Die Analyse der Frage II.5 in Abb. 8, bei der die Probanden die Wichtigkeit von ‚Qualitativen Aussagen (Beschreibungen)', ‚Quantitativen Aussagen (Kennzahlen)' und ‚Unternehmenseigene Interpretationen (Erläuterungen/ Erklärungen)' einschätzen sollten, ergibt, dass ‚Qualitative Aussagen (Beschreibungen)' und ‚Interpretationen von Kennzahlen' im Mittel weniger wichtig sind als ‚Quantitative Aussagen (Kennzahlen)'.

Bei Betrachtung der prozentualen Häufigkeitsverteilung ist auffällig, dass die Kennzahlen und die qualitativen Beschreibungen von mehr als 80% der Befragten als ‚Eher wichtig' und ‚Sehr wichtig' eingestuft werden. Die Einstufung der Darstellung von Kennzahlen als ‚Sehr wichtig', ist konsistent mit der Empfehlung des DRS 15 ‚Lageberichterstattung' „Informationen auch quantifiziert, ggf. in Form von Indikatoren, anzugeben." [24]

[24] Deutsches Rechnungslegungs Standards Committee e.V. (2004), Tz. 117

Abschließend kann der These 4 zugestimmt werden, da die Kennzahlen weicher Faktoren für die Befragten wichtiger sind als die Beschreibungen weicher Faktoren. Es kann außerdem festgestellt werden, dass Interpretationen von Kennzahlen durch das berichtende Untenehmen im Vergleich zu Kennzahlen und Beschreibungen nur als bedingt wichtig wahrgenommen werden.

These 5: Der Umfang eines Berichts sollte mit der Größe des Unternehmens steigen, jedoch nicht länger als zehn Seiten lang sein.

Da in der Literatur Uneinigkeit besteht, einen Bericht über immaterielle Werte als Teil des Lageberichts oder als eigenständigen Bericht zu konzipieren, bleibt die Frage nach der optimalen Länge eines solchen Berichts offen. Unabhängig davon an welcher Stelle der Berichterstattung ein Bericht über intellektuelles Kapital angesiedelt werden soll, scheinen die beiden Grundsätze Wesentlichkeit und Vollständigkeit zu dem Konflikt zu führen, dass per se keine Aussage über die optimale Länge eines Berichts getroffen werden kann. Aufgrund der üblichen Umfänge bestehender Berichte wird vermutet, dass Finanzexperten eher bestrebt sind, kürzere Berichte lesen zu wollen und dass der geforderte Berichtsumfang mit der Unternehmensgröße korreliert.

Um der Frage nachzugehen wie lang ein Bericht über intellektuelles Kapital sein sollte, und inwieweit dieser unternehmensgrößenabhängig ist, werden die Nennungen der Fragestellung II.7 mittels einer Kreuztabelle auf ihren Zusammenhang mit den unterschiedlichen Unternehmensgrößenklassen aus Fragestellung I.5 untersucht.[25] Die Kreuztabelle zeigt zunächst, dass die Gesamtverteilung der Häufigkeiten in den Größenklassen inhomogen ist. So entfallen 78,4% der Nennungen auf die Klasse ‚Mittlere Unternehmen'. Weiterhin ist aus der Betrachtung der relativen Häufigkeiten ersichtlich, dass die geforderte Seitenanzahl mit der Unternehmensgröße zunimmt. So fordern alle Nennungen in der Klasse ‚Kleine Unternehmen' einen Bericht von unter fünf Seiten, während 66,7% der Nennung in der Klasse ‚Großunternehmen' einen Bericht mit elf bis zwanzig Seiten erwarten. Allerdings gelten diese Aussagen lediglich für die Gruppe der Probanden. Um die Aussagen auch auf die Grundgesamtheit zu übertragen, ist die Durchführung eines Chi-Quadrat-Tests notwendig.[26] Um zuverlässige Ergebnisse zu erreichen, ist es erforderlich, dass die erwarteten Häufigkeiten für jede Zelle in der Kreuztabelle mindestens fünf beträgt. Da diese Anforderung nicht erfüllt ist, kann das Ergebnis des Chi-Quadrat-Tests nicht interpretiert werden. 83,3% der Zellen der Kreuztabelle haben eine erwartete Häufigkeit kleiner als fünf, sodass statistisch nicht auf einen Zusammenhang zwischen der Unternehmensgröße und der Seitenanzahl eines Berichts intellektuellen Kapitals geschlossen werden kann.

Untersucht man mit der gleichen Vorgehensweise einen potenziellen Zusammenhang zwischen dem Umfang eines Berichts über intellektuelles Kapital und den Zielgruppen der Befragung, also den Klassen ‚Kreditvergabe', Analysten' und ‚Wirtschaftsprüfer', kommt man zu dem

[25] Vgl. Anhang IV, S.34
[26] Vgl. Brosius (2002), S. 396ff.

Ergebnis, dass auch hier aufgrund der Stichprobe keine zuverlässige Aussage über einen Zusammenhang getroffen werden kann.[27]

Trotzdem kann aufgrund der Häufigkeitsverteilung festgehalten werden, dass ein Bericht über intellektuelles Kapital niemals mehr als 20 Seiten umfassen sollte.

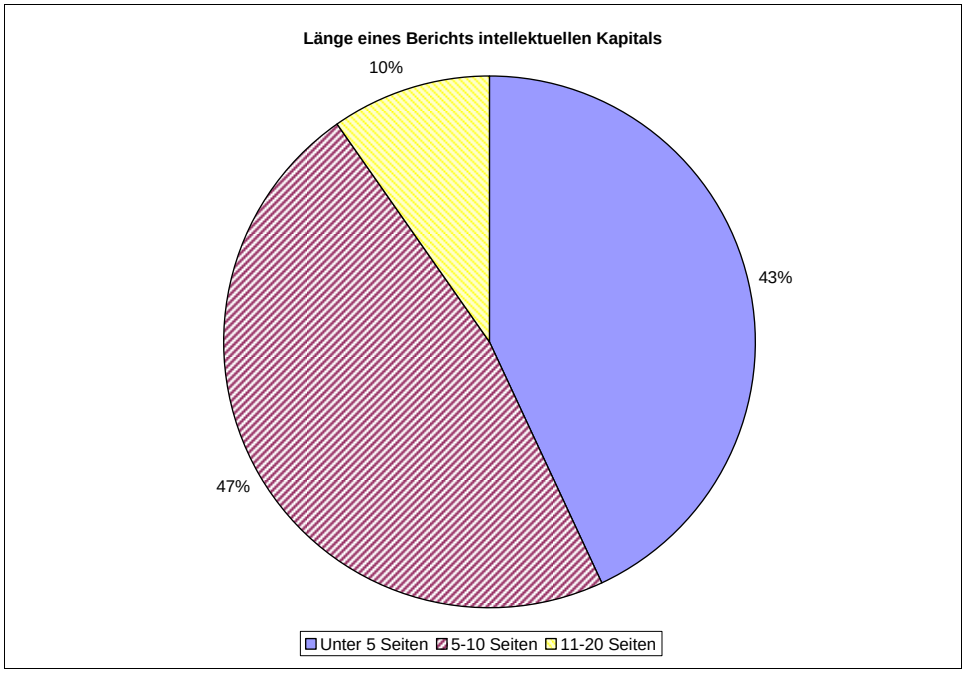


Abb. 9: Länge eines Berichts über intellektuelles Kapital

Abb. 9 zeigt, dass 90% aller Befragten nicht mehr als zehn Seiten für einen Bericht weicher Faktoren fordern. Hier wird deutlich, dass die Grundsätze der Wesentlichkeit und der Vollständigkeit gegenläufige Anforderungen darstellen. Dementsprechend kann nur insofern eine Empfehlung über eine angemessene Berichtslänge ausgesprochen werden, als dass diese von der Unternehmensgröße abhängig ist, und 20 Seiten nicht überschreiten sollte.

[27] Vgl. Anhang V, S.35

These 6: Finanzexperten stufen die Wichtigkeit der Kapitalarten des intellektuellen Kapitals anders ein als die Unternehmen.

Laut einer Untersuchung von 14 Wissensbilanzen in mittelständischen Unternehmen aus dem Jahre 2004, ist das Humankapital wichtiger als das Strukturkapital, während das Beziehungskapital im Vergleich als noch weniger wichtig wahrgenommen wird.[28] Der Faktor ‚Mitarbeitermotivation' ist aus Sicht der KMU ein wesentlicher Einflussfaktor im System der Unternehmung. Aufgrund der Außensicht von Finanzexperten, wird davon ausgegangen, dass diese eine differierende Priorisierung der Wichtigkeit von Einflussfaktoren aufweisen.

Die Wichtigkeiten der einzelnen weichen Faktoren aus der Befragung werden nachfolgend analysiert und mit der Studie von Alwert verglichen.

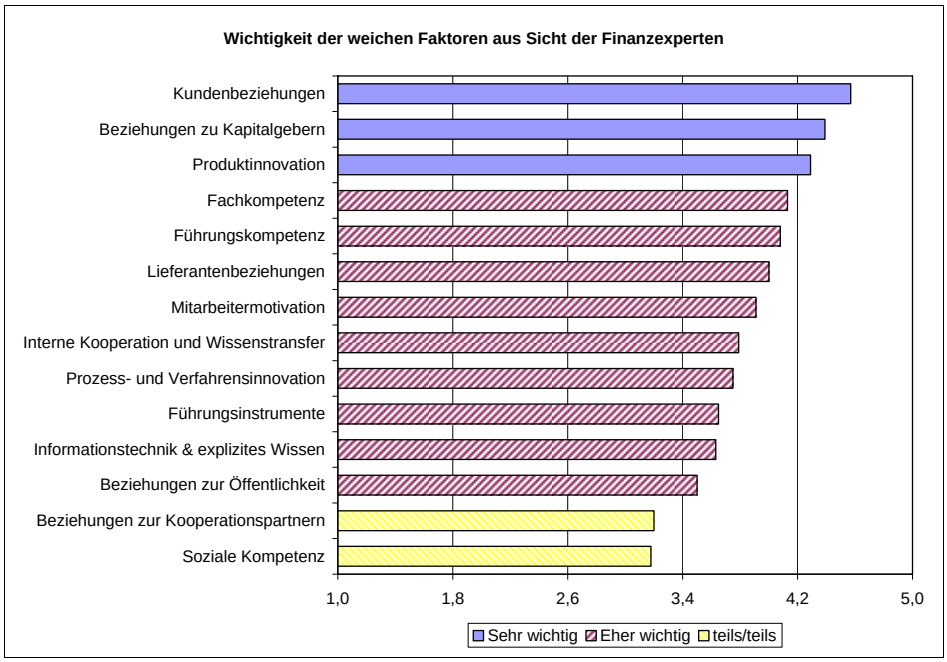


Abb. 10: Wichtigkeit der weichen Faktoren aus Sicht der Finanzexperten

Abb. 10 zeigt, dass die wichtigsten drei weichen Faktoren aus Sicht der befragten Finanzexperten die ‚Kundenbeziehungen', die ‚Beziehungen zu den Kapitalgebern' und die ‚Produktinnovation' sind. Auffällig ist, dass alle weichen Faktoren bis auf ‚Beziehungen zu Kooperationspartnern' und ‚Soziale Kompetenz' als wichtig eingestuft werden. Verglichen mit der Studie von Alwert zeigt sich, dass die befragten Finanzexperten die Wichtigkeit der meisten weichen Faktoren anders einschätzen als die mittelständischen Unternehmen selbst.

[28] Vgl. Alwert (2006), S.147f.

Weiche Faktoren	Ranking durch Finanz-experten	Ranking nach Alwert	Abstand
Beziehungen zu Kapitalgebern	**2**	**12**	**10**
Beziehungen zur Kooperationspartnern	**11**	**4**	**7**
Mitarbeitermotivation	**7**	**1**	**6**
Kundenbeziehungen	**1**	**6**	**5**
Soziale Kompetenz	**12**	**7**	**5**
Lieferantenbeziehungen	6	10	4
Führungskompetenz	5	2	3
Beziehungen zur Öffentlichkeit	10	11	1
Fachkompetenz	4	5	1
Prozess- und Verfahrensinnovation	8	8	0
Informationstechnik & explizites Wissen	9	9	0
Produktinnovation	3	3	0
Interne Kooperation und Wissenstransfer	n.e.v.	n.e.v.	n.e.v.
Führungsinstrumente	n.e.v.	n.e.v.	n.e.v.
			n.e.v. = nicht eindeutig vergleichbar

Abb. 11: Rankingvergleich weicher Faktoren

Abb. 11 zeigt die teilweise großen Unterschiede im Ranking von weichen Faktoren durch Finanzexperten und mittelständischen Unternehmen. Die größte Abweichung tritt bei der ‚Beziehung zu Kapitalgebern' auf. Während die Befragung am Finanzmarkt ergeben hat, dass dieser Faktor der zweitwichtigste ist, schätzen die Unternehmen diesen Faktor als vergleichsweise unwichtig ein. Diese Diskrepanz stützt die Aussage, dass Unternehmen eher intransparent für die Finanzmarktteilnehmer sind. Darüber hinaus spielt der Faktor ‚Beziehungen zu Kooperationspartnern' aus Sicht der Unternehmen eine wesentlich wichtigere Rolle, während die Umfrageteilnehmer diesen Faktor auf den vorletzten Platz verwiesen. Eine Erklärung für diese Abweichung könnte in der Wirkungsdauer von Kooperationen gefunden werden. Kooperationen sind strategische und somit langfristige Engagements der Unternehmen, die in der Unternehmensplanung oft eine zeitverzögerte positive Wirkung auf den Geschäftserfolg mit sich bringen sollen. Für Kreditgeber, Analysten oder Wirtschaftsprüfer sind dagegen eher kurz- bis mittelfristige Einschätzungen der Zukunftsfähigkeit von Unternehmen bedeutend. Daher erklärt sich, dass aus Sicht des Finanzmarkts die ‚Kundenbeziehungen' der wichtigste Faktor ist, während dieser aus Sicht der Unternehmen lediglich auf Platz sechs vorzufinden ist. Die Kundenbeziehungen sind aus Sicht der Banken, Analysten und Wirtschaftsprüfer ein sehr wichtiger Faktor, um Kredite zu gewähren, positive Ratings abzugeben, oder ein Unbedenklichkeitsvermerk bei der Jahresabschlussprüfung auszustellen. Bemerkenswert ist weiterhin, dass die beiden Faktoren ‚Mitarbeitermotivation' und die ‚Soziale Kompetenz' bei den Teilnehmern der Befragung eine wesentlich niedrigere Priorität darstellen als bei den Unternehmen. Erklären lässt sich dieses Ergebnis evtl. dadurch, dass diese beiden Humankapitalfaktoren sehr schwer zu erfassen sind, und für einen unternehmensexternen Betrachter nicht hinreichend plausibel ist, wie diese Faktoren kurz- oder mittelfristig zur Geschäftslage beitragen.

These 7: Es gibt kein Standardindikatorenset, dass für die Finanzexperten eine gleich hohe Wichtigkeit hat.

Kennzahlen bzw. Indikatoren können zu einer erhöhten Plausibilität und somit zu einer erhöhten Glaubwürdigkeit der Berichterstattung führen. Betrachtet man die bereits erstellten Wissensbilanzen in Deutschland[29], so stellt man fest, dass die dort verwendeten Indikatoren bisher bei der externen Kommunikation vernachlässigt wurden. Die für die Befragung ausgewählten Indikatoren sind ein erster Vorschlag. Bei der Auswahl der Indikatoren wurde darauf geachtet, dass diese von Unternehmen häufig verwendet werden und einfach und kostengünstig zu erheben sind. Als Grundlage für die Auswahl der abgefragten Indikatoren dient eine aktuelle Empfehlung des Arbeitskreis Wissensbilanz zur Verwendung von Indikatoren. Dieser Vorschlag wurde modifiziert, um den Fragebogen nicht mit zu vielen Abfragen zu versehen.[30] Betrachtet man die Menge an potentiellen Indikatoren und deren unterschiedlichen Interpretationen in Abhängigkeit vom Unternehmen, so wird vermutet, dass die vorgeschlagenen Indikatoren nicht alle im gleichen Maße relevant sind. Da die Indikatoren immer im Kontext des Unternehmens betrachtet werden müssen, wird davon ausgegangen, dass bei den Einschätzungen der Indikatoren ein hohes Streuungsmaß über alle Probanden zu erwarten ist.

Die Einschätzung der Wichtigkeit von Indikatoren durch die Finanzexperten wurde in der Fragestellung III.1 im Zusammenhang mit den jeweiligen weichen Faktoren abgefragt. Um zu untersuchen inwieweit es allgemein sehr wichtige Indikatoren gibt, werden die im Fragebogen vorgeschlagenen Indikatoren mit Hilfe eines t-Tests analysiert.[31]

		Testwert = 4.2						
						95% Konfidenz-intervall der Differenz		
Nr.	Indikatoren	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Untere	Obere	Mittel-wert
1	Ausbildung / Qualifikationen der Mitarbeiter	0,104	66	0,918	0,009	-0,164	0,182	4,209
2	Fluktuation (Zu- und Abgänge)	0,274	66	0,785	0,024	-0,150	0,198	4,224
3	Umsatzanteile nach Kundenstruktur	-0,354	66	0,724	-0,036	-0,238	0,166	4,164
4	Kundenzufriedenheit anhand Befragung	0,418	66	0,678	0,039	-0,147	0,224	4,239
5	Anzahl Kundenreklamationen	-0,632	66	0,530	-0,066	-0,273	0,142	4,134
6	Anzahl Produkte in der Entwicklung	0,770	66	0,444	0,069	-0,109	0,247	4,269
7	Durchschnittlicher Kapitalzins	-1,551	66	0,126	-0,185	-0,423	0,053	4,015
8	Lieferantenabhängigkeiten	1,676	66	0,098	0,158	-0,030	0,347	4,358
9	Krankenstand / Fehlzeiten	-1,963	66	0,054	-0,215	-0,433	0,004	3,985
10	Rating-Ergebnis	4,190	66	0,000	0,337	0,177	0,498	4,537
11	Nachfolgeregelungen (z.B. für Geschäftsführung und Schlüsselpositionen)	4,344	66	0,000	0,337	0,182	0,492	4,537
12	Anzahl und Umsatzanteil neuer Produkte	3,196	66	0,002	0,248	0,093	0,403	4,448
13	Kundenstruktur (Neukunden, Stammkunden...)	3,131	66	0,003	0,233	0,084	0,381	4,433

Abb. 12: Mögliches Standardindikatorenset

[29] Vgl. Arbeitskreis Wissensbilanz: Wissensbilanzen,
URL: http://www.akwissensbilanz.org/Infoservice/Wissensbilanzen.htm [Stand: 01.10.2006]
[30] Vgl. Anhang VI, S.36
[31] Vgl. Anhang VII, S.37

Abb. 12 zeigt diejenigen Indikatoren, die dem jeweiligen Kriterium entsprechen und somit für ein mögliches Standardindikatorenset empfohlen werden können.

Die Untersuchung der Frage III.2, bei der die Probanden nach der Mindest- und Höchstanzahl von Indikatoren je weichem Faktor befragt wurden, zeigt, dass im Mittel von den Probanden mindestens zwei (Mittelwert: 2,1) und höchstens fünf (Mittelwert: 4,5) Indikatoren gefordert werden.

Abschließend kann die These teilweise falsifiziert werden, da aufgrund des durchgeführten Tests 13 Indikatoren identifiziert wurden, sie für alle Befragten eine hohe Wichtigkeit im Zusammenhang mit der Berichterstattung über intellektuelles Kapital einnehmen und der eingangs erwähnten These widersprechen.

These 8: Zeitreihendarstellungen von Indikatoren und Maßnahmenbeschreibungen sind wichtige Bestandteile der Berichterstattung intellektuellen Kapitals.

Indikatoren weisen die Eigenschaft auf, dass eine Interpretation ohne einen Vergleichswert oft zu falschen Schlussfolgerungen führen kann. In Lageberichten werden bspw. zur Darstellung von Ergebniskennzahlen die Werte des Vorjahres angegeben, um die Entwicklung im Zeitverlauf zu erläutern.[32] Es wird davon ausgegangen, dass die Angabe von Zeitreihen der verwendeten Indikatoren einer besseren Vergleichbarkeit dient. An Zeitreihen lassen sich Entwicklungen ablesen, aus denen wiederum Zukunftsprognosen abgeleitet werden können. Aufgrund der Prognosefunktion von Lageberichten[33] wird vermutet, dass die Angabe von erwarteten Werten für Indikatoren wichtig ist. Da Banker, Analysten und Wirtschaftsprüfer im Rahmen ihrer Unternehmenseinschätzung auch die Beurteilung der Zukunftsfähigkeit von Unternehmen einfließen lassen, wird ergänzend davon ausgegangen, dass Maßnahmenbeschreibungen für die wesentlichen weichen Faktoren für die Befragten ebenso wichtig sind. Dabei sollten die Angaben in einem Bericht über weiche Faktoren im Einklang mit sonstigen Informationen des Unternehmens stehen. Dazu gehört die Konsistenz der Maßnahmen mit der Strategie und der Investitionsplanung des Unternehmens. Daher wird davon ausgegangen, dass Maßnahmenbeschreibungen aus Sicht der Umfrageteilnehmer eher detailliert dargestellt werden sollten.

Die Untersuchung der Fragestellungen nach den Mindest- und Höchstlängen von vergangenen Zeitreihen (Frage III.3) und zukünftigen Zeitreihen (Frage III.4) für Indikatoren ergibt, dass mindestens eine Einjahresdarstellung vergangenheits- und zukunftsorientierter Werte für Kennzahlen zu Vergleichszwecken erforderlich ist.

[32] Vgl. EnBW AG (2006), S.70
[33] Vgl. Deutsches Rechnungslegungs Standards Committee e.V. (2004), Tz.3

Indikatorenzeitreihen	Zeitreihe in Jahre (Mittelwert)	
	von	bis
Vergangenheitsorientierte Zeitreihe	1,8	4,3
Zukunftsorientierte Zeitreihe	1,5	3,7

Abb. 13: Durchschnittliche Zeitreihenlängen von Indikatoren

Abb. 13 zeigt, dass sowohl vergangene als auch zukünftige Vergleichszeiträume für Kennzahlen bis zu vier Jahre umfassen sollten.

Abschließend soll der Frage nachgegangen werden, wie wichtig Indikatoren und die Ausführungen der Maßnahmen sind und wie hoch der Detaillierungsgrad von Maßnahmenbeschreibungen sein sollte.

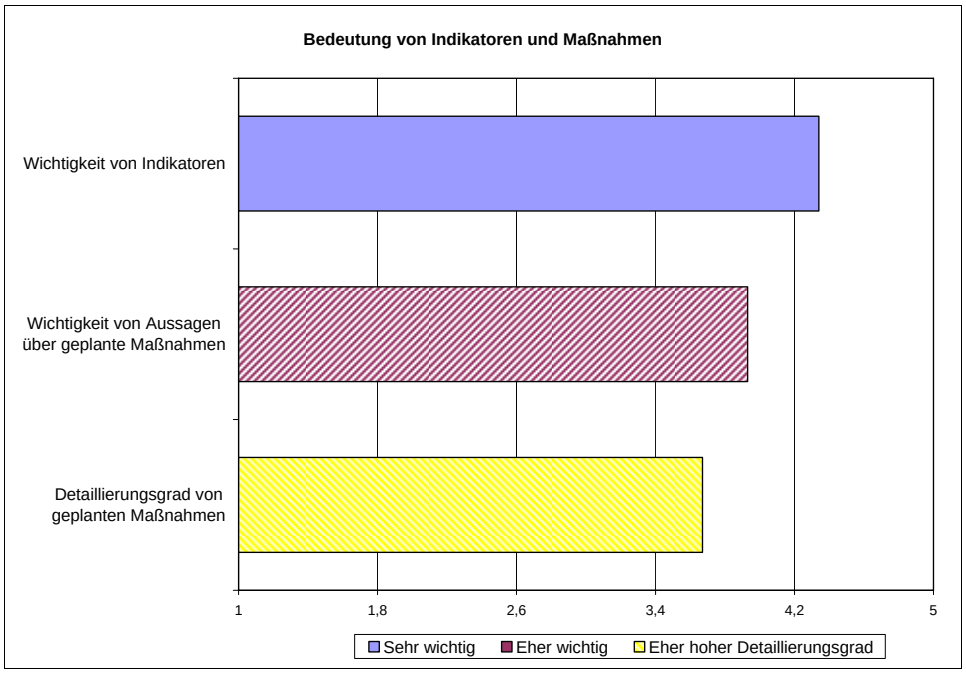


Abb. 14: Bedeutung von Indikatoren und Maßnahmen

Abb. 14 zeigt, dass Indikatoren insgesamt eine sehr hohe Wichtigkeit zugesprochen wird. Maßnahmen sind aus Sicht der Probanden ebenfalls bedeutend und sind eher detailliert zu beschreiben. Es kann festgehalten werden, dass Indikatoren und auch detaillierte Maßnahmenbeschreibungen ein Qualitätsmerkmal eines Berichtes sein können, da Finanzexperten Indikatoren und mit entsprechenden Investitionsvolumina verbundene Maßnahmenbeschreibungen jederzeit einem Plausibilitätscheck mit anderen Informationen über das Unternehmen unterziehen können.

6 Vorschlag für einen Bericht über intellektuelles Kapital

Die dargelegte Untersuchung ergibt, dass die Wissensbilanz eine gute Grundlage für einen zu entwickelnden Berichtsvorschlag über intellektuelles Kapital darstellt. Die im Fragebogen, in Anlehnung an die Wissensbilanz, geprüften Strukturen und Inhalte wurden durch die befragten Finanzexperten in den meisten Fällen für wichtig erachtet.

Aus den Befragungsergebnissen und im Mai 2006 durchgeführte Expertenrunde kann ein struktureller und inhaltlicher Vorschlag über einen Bericht über intellektuelles Kapital abgeleitet werden.

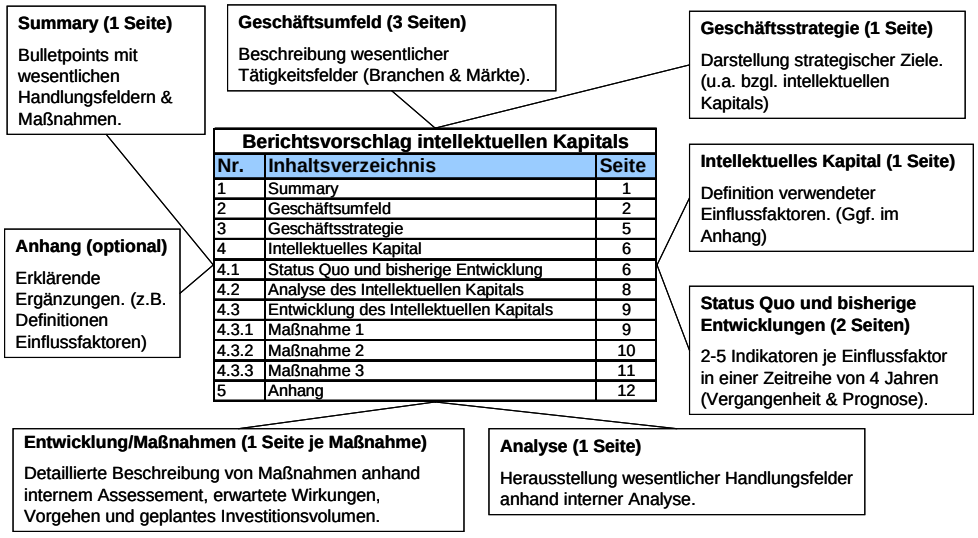


Abb. 15: Berichtsvorschlag intellektuellen Kapitals

Für die vorangestellte Zusammenfassung (Summary) sind die wesentlichen Erkenntnisse des Berichts heraus zu stellen, um den Berichtsleser einen ersten Eindruck zu vermittelt, welche Handlungsfelder das Unternehmen im Bereich des intellektuellen Kapitals identifiziert hat. Außerdem sollten in der Zusammenfassung die angestrebten Maßnahmen mit den verbundenen Investitionsvolumen übersichtlich beschrieben werden. Für die übersichtliche Darstellung eignet sich eine Auflistung der wesentlichen Informationen anhand von Aufzählungszeichen nach amerikanischem Vorbild auf einer Seite.

Der Abschnitt ‚Geschäftsumfeld' sollte möglichst ausführlich sein, besonders wenn der Bericht eigenständig fungieren soll. In diesem Fall sollten die wesentlichen Tätigkeitsfelder des Unternehmens im Zusammenhang mit der jeweiligen Branche und dem Wettbewerb ausgeführt werden. Für die Darstellung des Geschäftsumfelds sollten insgesamt bis zu drei Seiten eingeplant werden.

Der Abschnitt ‚Geschäftsstrategie' sollte nicht länger als eine Seite sein. Es ist wichtig bei der Ausführung der strategischen Ziele des Unternehmens die erfolgskritischen Strategien klar und nachvollziehbar herauszustellen. In diesem Abschnitt sollten ebenfalls die, auf die weichen Faktoren bezogenen, strategischen Ziele formuliert werden, sodass die nachstehenden Ausführungen des Berichts dem Kriterium der Plausibilität genügen können.

Der Abschnitt ‚Intellektuelles Kapital' beinhaltet eine Auflistung der verwendeten Definitionen von weichen Faktoren. Die Definitionen des intellektuellen Kapitals kann optional in den Anhang des Berichts integriert werden.

Der Abschnitt ‚Status Quo und bisherige Entwicklungen' sollte eine detaillierte Darstellung von Indikatoren beinhalten. Dabei wird empfohlen, die Standardindikatoren aus der vorliegenden Untersuchung für die Berichterstattung der jeweiligen weichen Faktoren zu verwenden, da diese aus Sicht des Finanzmarkts als sehr wichtig eingestuft wurden. Darüber hinaus sollten zu jedem weichen Faktor insgesamt zwei bis fünf aussagekräftige Indikatoren angegeben werden. Für jeden Indikator sollten Vergangenheitswerte der letzten vier Jahre und die erwarteten Entwicklungen für die nächsten Jahre enthalten sein. Die Indikatoren und ihre Zeitreihen sollten kurz interpretiert werden, um dem Leser einen Einblick in die bisherigen und zukünftigen Entwicklungen des Unternehmens zu ermöglichen. Weiterhin könnten an dieser Stellen bereits durchführte Maßnahmen im Bereich des intellektuellen Kapitals beschrieben werden. Aufgrund der geforderten Länge von zehn Seiten sollte dieser Abschnitt nicht länger als zwei Seiten sein.

Der Abschnitt ‚Analyse des Intellektuellen Kapitals' sollte eine Untersuchung des intellektuellen Kapitals anhand einer Potenzialanalyse beinhalten, um die wesentlichen Handlungsfelder im Bereich des intellektuellen Kapitals kurz und plausibel auf einer Seite herauszustellen.

Im Abschnitt ‚Entwicklung des Intellektuellen Kapitals' sollten die wesentlichsten Maßnahmen im Bereich des intellektuellen Kapitals detailliert und plausibel dargestellt werden. Dabei sollte beschrieben werden, welche Wirkungen aus den geplanten Maßnahmen zu erwarten sind und mit welchem Investitionsvolumen die Geschäftsleitung diese Maßnahmen umzusetzen plant. Es ist sinnvoll sich auf die wesentlichen, d.h. auf diejenigen Maßnahmen zu beschränken, die ein entsprechend hohes Investitionsvolumen erfordern und /oder eine entsprechend große Auswirkung auf die Geschäftstätigkeit haben. Jede der geplanten Maßnahmen sollte auf maximal einer Seite ausgeführt werden.

Nach den bisherigen Ausführungen ergibt sich ein Bericht mit einer Länge von mindestens elf Seiten ohne Anhang, wenn drei wesentliche Maßnahmen im Bericht abgeleitet und beschrieben werden. Wie die Analyse verdeutlicht, scheint der Anspruch der Beschränkung auf unter zehn Seiten nicht realisierbar zu sein. Im Zweifelsfall sollten die Berichtsverfasser daher eher ausführlicher sein, wenn es der Herstellung der Plausibilität dient und dem Prinzip der Wesentlichkeit entspricht.

7 Literaturverzeichnis

Alwert, Kay: Wissensbilanzen für mittelständische Organisationen, Stuttgart 2006.

Arbeitskreis „Immaterielle Werte im Rechnungswesen" der Schmalenbach Gesellschaft für Betriebswirtschaft e.V.: Freiwillige externe Berichterstattung über immaterielle Werte, in: Der Betrieb, Jg. 56 (2003), Heft 23, S.1233-1237.

Arbeitskreis Externe Unternehmensrechnung der Schmalenbach-Gesellschaft: Grundsätze für das Value Reporting, in: Der Betrieb, Jg.55(2002), Heft 45, S.2337-2340.

Birk, Stefan: Berichtssysteme – Operative Berichterstattung in Konzernen, Herrsching 1991.

Bühl, Achim, Zöfel, Peter: SPSS 11. Einführung in die moderne Datenanalyse unter Windows, 8. Aufl., München 2002.

Brosius, Felix: SPSS 11, Bonn 2002.

Deutsches Rechnungslegungs Standards Committee e.V. (Hrsg.): Deutscher Rechnungslegungsstandard Nr. 15 (DRS 15) Lageberichterstattung, Berlin 2004.

EnBW AG (Hrsg.): Zusammengefasster Lagebericht des EnBW-Konzerns und der EnBW AG,
URL:
http://www.enbw.com/content/de/investoren/_media/_pdf/geschaeftsberichte/geschaeftsberichte_2005/Lagebericht.pdf [Stand:01.10.2006].

Maul, Karl-Heinz, Menninger, Jutta: Das "Intellectual Property Statement" – eine notwendige Ergänzung des Jahresabschlusses?, in: Der Betrieb, Jg.53(2000), Heft 11, S.529-533.

8 Anhang

Anhang I: Fragebogen „Weiche Faktoren als Teil der Unternehmenseinschätzung"

Weiche Faktoren als Teil der Unternehmenseinschätzung



Sehr geehrte Damen und Herren,

mit dem vorliegenden Fragebogen möchten wir Ihre Anforderungen an ein Instrument zur Berichterstattung über weiche Faktoren (intellektuelles Kapital) aufnehmen. Es soll untersucht werden, wie ein solcher Bericht aus Ihrer Sicht aussehen sollte.

Bitte nehmen Sie sich für das Beantworten der folgenden Fragen ca. 20 Minuten Zeit.

Nachdem Sie den Fragebogen ausgefüllt haben, bitten wir Sie diesen Fragebogen an die folgende Adresse zu senden:

sven.wuscher@ipk.fraunhofer.de

Gerne können Sie uns den Fragebogen auch per Fax zukommen lassen:

Fax: +49 (0)30 393 25 03

Ihre Antworten werden selbstverständlich anonym behandelt. Die Ergebnisse dieser Befragung stellen wir Ihnen bei Interesse zur Verfügung.

Wir würden uns freuen, wenn Sie den Fragebogen auch an weitere Personen aus relevanten Tätigkeitsbereichen in Ihrem Hause weiterreichen würden.

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Mit freundlichen Grüßen,

Sven Wuscher

Fraunhofer IPK Berlin
Unternehmensmanagement
Sven Wuscher
Pascalstr. 8-9
10587 Berlin

Block I: Fragen zu Ihrer Person und Ihrer Tätigkeit

I.1	**Haben Sie in Ihrer beruflichen Tätigkeit im weitesten Sinne mit der Einschätzung / Bewertung von Unternehmen zu tun?**	
	☐	Ja
	☐	Nein

Wenn Sie „Nein" angekreuzt haben, endet hier die Befragung für Sie. Wir danken Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit!

I.2	**An wie viele Personen haben Sie diesen Fragebogen weitergeleitet?**	
	____	Personen

I.3	**In welchem Bereich sind Sie tätig?**	
	☐	Kreditvergabe
	☐	Investmentbereich
	☐	Wirtschaftsprüfungs- / Steuerberatungsgesellschaft
	☐	Sonstige: ____

I.4	**Wie lang sind Sie bereits in diesem Bereich aktiv?**	
	☐	Unter 5 Jahre
	☐	5 – 9 Jahre
	☐	Mehr als 10 Jahre

I.5	**Mit welchen Unternehmen haben Sie bei Ihrer Tätigkeit überwiegend zu tun?**		
	☐	Kleine Unternehmen	*Bis 9 Mitarbeiter und Umsatz bis unter 1 Mio. €*
	☐	Mittlere Unternehmen	*10 bis 499 Mitarbeiter und Umsatz von 1 bis 50 Mio. €*
	☐	Größere Unternehmen	*500 bis 5000 Mitarbeiter und Umsatz ab 50 Mio. €*
	☐	Großunternehmen	*Ab 5000 Mitarbeiter*

I.6	**Welchen Branchenschwerpunkt haben Sie bei Ihrer Tätigkeit?**	
	☐	Ja, und zwar ____
	☐	Keinen bestimmten Branchenschwerpunkt

Fraunhofer IPK Berlin
Unternehmensmanagement
Sven Wuscher
Pascalstr. 8-9
10587 Berlin

Block II: Berichtsstruktur

II.1	Können Informationen über welche Faktoren (intellektuelles Kapital) aus Ihrer Sicht zu einer präziseren Unternehmenseinschätzung als bisher beitragen?	Ja	Nein	Weiß ich nicht
		☐	☐	☐

II.2	Wie stufen Sie die derzeitige Transparenz der Unternehmen bei der Darstellung welcher Faktoren ein?	überhaupt keine Transparenz	eher niedrige Transparenz	teils / teils	eher hohe Transparenz	sehr hohe Transparenz
		☐	☐	☐	☐	☐

II.3	Wie stufen Sie bei der Einschätzung eines Unternehmens folgende Inhalte ein?	überhaupt nicht wichtig	eher unwichtig	teils / teils	eher wichtig	sehr wichtig
	Informationen über die Markt- und Branchensituation (Geschäftsumfeld)	☐	☐	☐	☐	☐
	Informationen über die Strategie des Unternehmens (Geschäftsstrategie)	☐	☐	☐	☐	☐
	Darstellung wesentlicher weicher Faktoren	☐	☐	☐	☐	☐
	Informationen über den Status Quo weicher Faktoren	☐	☐	☐	☐	☐
	Informationen zu Maßnahmen (Investitionen) in weiche Faktoren	☐	☐	☐	☐	☐

II.4	Wie stufen Sie bei der Einschätzung eines Unternehmens folgende Informationen über weiche Faktoren (intellektuelles Kapital) ein?	überhaupt nicht wichtig	eher unwichtig	teils / teils	eher wichtig	sehr wichtig
	Informationen über die Mitarbeiter des Unternehmens	☐	☐	☐	☐	☐
	Informationen über die Strukturen des Unternehmens	☐	☐	☐	☐	☐
	Informationen über Beziehungen zu externen Gruppen	☐	☐	☐	☐	☐

II.6	Wie stufen Sie die folgenden Arten von Aussagen beim Lesen eines Berichts zur Unternehmenseinschätzung ein?	überhaupt nicht wichtig	eher unwichtig	teils / teils	eher wichtig	sehr wichtig
	Qualitative Aussagen (Beschreibungen)	☐	☐	☐	☐	☐
	Quantitative Aussagen (Kennzahlen)	☐	☐	☐	☐	☐
	Unternehmenseigene Interpretationen von Kennzahlen (Erläuterungen / Erklärungen)	☐	☐	☐	☐	☐

II.6	Wie stufen Sie den Nutzen eines Berichts über welche Faktoren (intellektuelles Kapital) bei Ihrer Unternehmenseinschätzung ein?	überhaupt keinen Nutzen	eher niedriger Nutzen	teils / teils	eher hoher Nutzen	sehr hoher Nutzen
		☐	☐	☐	☐	☐
	Begründung: _____					

II.7	Wie viele Seiten für einen Bericht über welche Faktoren halten Sie für angemessen?	unter 5 Seiten	5 – 10 Seiten	11 – 20 Seiten	21 – 30 Seiten	mehr als 30 Seiten
		☐	☐	☐	☐	☐

Block III: Weiche Faktoren und Kennzahlen

Begriffsbestimmung:

Weiche Faktoren eines Unternehmens bezeichnen alle für die Geschäftstätigkeit wichtigen immateriellen Faktoren und deren Vernetzung untereinander. (z.B. **Fachkompetenz der Mitarbeiter, geistiges Eigentum, Kundenbeziehungen**)

Kennzahlen werden als quantitative Messgrößen verstanden, welche die weichen Faktoren des Unternehmens quantitativ belegen können. (z.B. **Ausbildungsstruktur, Anzahl Plakate, Anzahl Neukunden**)

III.1	Wie stufen Sie bei der Einschätzung eines Unternehmens Informationen zu folgenden weichen Faktoren und deren Kennzahlen ein?					
Weiche Faktoren	Kennzahlen	überhaupt nicht wichtig	eher unwichtig	teils / teils	eher wichtig	sehr wichtig
Fachkompetenz der Mitarbeiter		☐	☐	☐	☐	☐
	Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	☐	☐	☐	☐	☐
	Ausbildung / Qualifikationen der Mitarbeiter	☐	☐	☐	☐	☐
	Weiterbildungstage und -kosten	☐	☐	☐	☐	☐
	Altersstruktur der Mitarbeiter	☐	☐	☐	☐	☐
	Qualität der Fachkompetenz anhand Mitarbeiterbefragungen	☐	☐	☐	☐	☐
	_____	☐	☐	☐	☐	☐
Soziale Kompetenz der Mitarbeiter		☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl Konfliktfälle	☐	☐	☐	☐	☐
	Qualität sozialer Kompetenzen anhand Mitarbeiterbefragungen	☐	☐	☐	☐	☐
	_____	☐	☐	☐	☐	☐
Mitarbeitermotivation		☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl Mitarbeiterbefragungen	☐	☐	☐	☐	☐
	Mitarbeiterzufriedenheit anhand Befragungen	☐	☐	☐	☐	☐
	Teilnahmequoten an Mitarbeiterbefragungen	☐	☐	☐	☐	☐
	Fluktuation (Zu- und Abgänge)	☐	☐	☐	☐	☐
	Krankenstand / Fehlzeiten	☐	☐	☐	☐	☐
	_____	☐	☐	☐	☐	☐
Führungskompetenz		☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl Führungskräfte	☐	☐	☐	☐	☐
	Führungskräftequalität anhand Befragungen	☐	☐	☐	☐	☐
	Führungskräfte mit entsprechenden Schulungen	☐	☐	☐	☐	☐
	Weiterbildungstage & -kosten für Führungskräfte	☐	☐	☐	☐	☐
	_____	☐	☐	☐	☐	☐

Wissensbilanz Made in Germany
Fit für den Wissenswettbewerb
Fraunhofer Institut Produktionsanlagen und Konstruktionstechnik
IPK
[AK-WB]
Arbeitskreis Wissensbilanz

III.1	Wie stufen Sie bei der Einschätzung eines Unternehmens Informationen zu folgenden weichen Faktoren und deren Kennzahlen ein?					
Weiche Faktoren	Kennzahlen	überhaupt nicht wichtig	eher unwichtig	teils / teils	eher wichtig	sehr wichtig
Interne Kooperation und Wissenstransfer		☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl interner Abstimmungstreffen	☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl Kooperationsprojekte	☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl thematischer Arbeitsgruppen	☐	☐	☐	☐	☐
	Nachfolgeregelungen (z.B. für Geschäftsführung und Schlüsselpositionen)	☐	☐	☐	☐	☐
	Qualität der internen Kooperation und des Wissenstransfers anhand Befragungen	☐	☐	☐	☐	☐
	_____	☐	☐	☐	☐	☐
Führungsinstrumente		☐	☐	☐	☐	☐
	Qualität eingesetzter Führungsinstrumente anhand Befragungen	☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl Organisationseinheiten / Hierarchieebenen	☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl Führungskräftetreffen	☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl Mitarbeitergespräche	☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl Mitarbeiter mit leistungsbezogenen Gehaltsanteilen	☐	☐	☐	☐	☐
	_____	☐	☐	☐	☐	☐
Informationstechnik und explizites Wissen		☐	☐	☐	☐	☐
	IT-Aufwendungen	☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl Computerarbeitsplätze	☐	☐	☐	☐	☐
	Zugriffe Intranet / Wissensdatenbanken	☐	☐	☐	☐	☐
	Zufriedenheit mit IT und explizitem Wissen (Mitarbeiterbefragungen)	☐	☐	☐	☐	☐
	Kosten für explizites Wissen (z.B. Studien, Fachzeitschriften, Bücher, etc...)	☐	☐	☐	☐	☐
	_____	☐	☐	☐	☐	☐
Produktinnovation		☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl und Umsatzanteil neuer Produkte	☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl Produkte in der Entwicklung	☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl und Kosten von Patenten	☐	☐	☐	☐	☐
	Lizenzeinnahmen	☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl registrierter Marken	☐	☐	☐	☐	☐
	Qualität des Produktinnovation anhand Mitarbeiterbefragungen	☐	☐	☐	☐	☐
	_____	☐	☐	☐	☐	☐

III.1	Wie stufen Sie bei der Einschätzung eines Unternehmens Informationen zu folgenden weichen Faktoren und deren Kennzahlen ein?					
Weiche Faktoren	Kennzahlen	überhaupt nicht wichtig	eher unwichtig	teils / teils	eher wichtig	sehr wichtig
Prozess- und Verfahrensinnovation		☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl (umgesetzter) Verbesserungsvorschläge	☐	☐	☐	☐	☐
	Einsparungen durch Verbesserungsvorschläge	☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl und Qualität von Zertifikaten	☐	☐	☐	☐	☐
	Qualität der Prozess- und Verfahrenstechnik anhand Mitarbeiterbefragungen	☐	☐	☐	☐	☐
	_____	☐	☐	☐	☐	☐
Kundenbeziehungen		☐	☐	☐	☐	☐
	Kundenstruktur (Neukunden, Stammkunden...)	☐	☐	☐	☐	☐
	Kundenzufriedenheit anhand Befragung	☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl Kundenreklamationen	☐	☐	☐	☐	☐
	Umsatzanteile nach Kundenstruktur	☐	☐	☐	☐	☐
	Qualität der Kundenbeziehungen anhand Befragungen	☐	☐	☐	☐	☐
	_____	☐	☐	☐	☐	☐
Lieferantenbeziehungen		☐	☐	☐	☐	☐
	Lieferantenstruktur (Neulieferanten, Stammlieferanten...)	☐	☐	☐	☐	☐
	Lieferantenabhängigkeiten	☐	☐	☐	☐	☐
	Lieferantenreklamationen	☐	☐	☐	☐	☐
	Qualität der Lieferantenbeziehungen anhand Befragungen	☐	☐	☐	☐	☐
	_____	☐	☐	☐	☐	☐
Beziehungen zur Öffentlichkeit		☐	☐	☐	☐	☐
	Medienresonanz	☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl öffentlichkeitswirksamer Veranstaltungen	☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl Vorträge und Seminare	☐	☐	☐	☐	☐
	Marketingaufwand	☐	☐	☐	☐	☐
	Qualität der Beziehungen zur Öffentlichkeit anhand Befragungen	☐	☐	☐	☐	☐
	_____	☐	☐	☐	☐	☐
Beziehungen zu Kapitalgebern		☐	☐	☐	☐	☐
	Durchschnittlicher Kapitalzins	☐	☐	☐	☐	☐
	Rating-Ergebnis	☐	☐	☐	☐	☐
	Qualität der Beziehungen zu Kapitalgebern anhand Führungskräftebefragungen	☐	☐	☐	☐	☐
	_____	☐	☐	☐	☐	☐

III.1	Wie stufen Sie bei der Einschätzung eines Unternehmens Informationen zu folgenden weichen Faktoren und deren Kennzahlen ein?					
Weiche Faktoren	Kennzahlen	überhaupt nicht wichtig	eher unwichtig	teils / teils	eher wichtig	sehr wichtig
Beziehungen zu Kooperationspartnern		☐	☐	☐	☐	☐
	Mitgliedschaften in Vereinen, Verbänden und Arbeitskreisen	☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl externer Abstimmungstreffen	☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl Kooperationsprojekte	☐	☐	☐	☐	☐
	Anzahl betreuter Diplomarbeiten / Seminararbeiten	☐	☐	☐	☐	☐
	Qualität der Beziehungen zu Kooperationspartnern anhand von Befragungen	☐	☐	☐	☐	☐
	_____	☐	☐	☐	☐	☐

III.2	Wie viele Kennzahlen sollten nach Ihrer Meinung zu jedem weichen Faktor aufgeführt sein?	Von _____ bis _____ Kennzahlen je welcher Faktor

III.3	Wie lang sollte nach Ihrer Meinung eine Zeitreihe von Kennzahlen in die Vergangenheit gehen?	Von _____ bis _____ Jahre

III.4	Wie lang sollten nach Ihrer Meinung Zielvorgaben für Kennzahlen für die Zukunft dargestellt werden?	Von _____ bis _____ Jahre

Block IV: Abschluss

IV.1	Wie stufen sind für Ihre Unternehmenseinschätzung Informationen und Aussagen über zukünftige Investitionen (Maßnahmen) im Bereich welcher Faktoren ein?	überhaupt nicht wichtig	eher unwichtig	teils / teils	eher wichtig	sehr wichtig
		☐	☐	☐	☐	☐

IV.2	Wie detailliert sollte ein Unternehmen nach Ihrer Meinung das Investitionsvorhaben (Maßnahme) in welche Faktoren beschreiben?	überhaupt nicht detailliert	eher nicht detailliert	teils / teils	eher detailliert	sehr detailliert
		☐	☐	☐	☐	☐

IV.3	Würden Sie einen Bericht über welche Faktoren bei Ihrer Unternehmenseinschätzung berücksichtigen?	Ja	Nein	Weiß ich nicht
		☐	☐	☐

IV.4	Möchten Sie über die Ergebnisse dieser Studie informiert werden?	Ja	Nein
		☐	☐

IV.5	Wenn Sie Anregungen oder Bemerkungen haben, können Sie diese hier gerne notieren!

Vielen Dank!

Bitte senden Sie den Fragebogen zurück an

sven.wuscher@ipk.fraunhofer.de

oder an

Fax: +49 (0)30 393 25 03

Fraunhofer IPK Berlin
Unternehmensmanagement
Sven Wuscher
Pascalstr. 8-9
10587 Berlin

Anhang II: Einfaktorielle Varianzanalyse (ANOVA) der Strukturelemente eines Berichts intellektuellen Kapitals

ONEWAY ANOVA

		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
Inf. über Markt- und Branchensituation	Zwischen den Gruppen	1,570	2	,785	1,813	,172
	Innerhalb der Gruppen	26,414	61	,433		
	Gesamt	27,984	63			
Inf. über Strategie des Unternehmens	Zwischen den Gruppen	,134	2	,067	,168	,846
	Innerhalb der Gruppen	24,304	61	,398		
	Gesamt	24,438	63			
Darstellung wes. weicher Faktoren	Zwischen den Gruppen	1,295	2	,648	1,048	,357
	Innerhalb der Gruppen	37,689	61	,618		
	Gesamt	38,984	63			
Inf. über den Status Quo weicher Faktoren	Zwischen den Gruppen	1,580	2	,790	1,125	,331
	Innerhalb der Gruppen	42,857	61	,703		
	Gesamt	44,438	63			
Inf. zu Investitionen in weiche Faktoren	Zwischen den Gruppen	2,471	2	1,236	1,620	,206
	Innerhalb der Gruppen	46,529	61	,763		
	Gesamt	49,000	63			

Anhang III: Begründungen zum Nutzen eines Berichts weicher Faktoren

Aussagenkategorie	
	Aussagen der Befragten
Positive Aussagen	
	IK als wesentlicher EF
	IK bildet u.a. Basis für Unternehmenskultur und den Umgang mit Transparenz
	Grundsätzlich hoher Nutzen, bislang jedoch wenig Bereitschaft der Unternehmen diese Informationen zur Verfügung zu stellen (z.B. mit Hinweis auf Betriebsgeheimnis, Schutz vor Wettbewerbsvorteilen, etc.).
	Mitentscheidend für die zukünftige Entwicklung des Unternehmens
	Die Gesamtgewichtung des Unternehmens in Makro- und Mikrobereichen ist ansonsten unvollständig.
	Je nach Aussagekraft und Zusatzinformationen sowie Notwendigkeit zur Einschätzung sehr sinnvoll.
	Ehalt v. Informationen über Zukunftsfähigkeit des Unternehmens, Know-how-Aufbau u. Erhalt; Fähigkeit auf Veränderungen zu reagieren.
	Vorausschauend, Zukunftssicherung, flexibel, Innovativ
	Aufgrund der Frühwarnfunktion für die finanziellen Zahlen
	Dient u.a. der Abstimmung zw. Interner & externer Betrachtung / Einschätzung des KMU
	Sie geben Anhaltspunkte über die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens
	Aussagen über die Zukunftsfähigkeit
	Bildet die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens ab!
	macht den Unterschied zwischen Unternehmen einfach aus - MA ist wichtigstes Kapital
	"Nackte" Kennzahlen sind eher vergangenheitsorientiert, für künftige Entwicklungen sind weitere Infos notwendig.
	IK stellt u.a. Innovationskraft dar, garantiert somit Fortbestand des Unternehmens. Beziehungsmanagement (Lieferanten/Kunden) schafft Invormationsvorsprünge.
	Hierdurch bessere Zukunftseinschätzung möglich
	fehlende Belege für Nachhaltigkeit
	Wichtige Ergänzung zur Bonitätseinschätzung anhand harter Faktoren, gibt Hinweise auf interne Stärken und Schwächen und wie das Unternhemen damit umgeht.
	Verbessert Verständinis und Entwicklungseinschätzung der quantitativen Grundlagen
	Bessere Unternehmenseinschätzung
	Viele sehr wichtige Informationen, die aus Bilanzen-BWA nicht hervor gehen
Neutrale Aussagen	
	branchenabhängig
	Sehr individuell auf die jeweilige Unternehmenssituation bezoogen
	Aussage über Motivation, Struktur
	Weiterentwicklung hängt insbesondere von gleichen Faktoren ab, z.B. QM
	Bei entsprechender Qualität des Berichts steigt der Nutzen bis zu einem bestimmten grad an.
	hintergrundinformationen
	Für die Einschätzung der Partnerqualität wichtig.
	Hintergrundinformationen
	Wo steckt das Wissen, wie wird es für die Zukunft genutzt?
	Das Vorhandensein weicher Faktoren bzw. deren Ausprägung ist ein sehr interessanter Fakt, sofern die Wertschätzung durch ein Unternehmensführer aber nicht vorhanden und daher nicht verwendet wird ist es ...
Negative, fragende Aussagen	
	Zu den ganz wichtigen Faktoren gehören die Unternehmensstragtegie und die Ideen dahinter; daraus leitet sich die Zukunftsfähigkeit ab. Problem ist jedoch die Möglichkeit der objektiven Verifizierung
	entscheidend ist Objektivität der Daten und Relevanz für das Unternehmen
	Angaben werden vom Unternehmen häufig beschönigt
	Wie soll intellektuelles Kapital bewertet werden, gibt es Bewertungsmaßstab?
	Bei unternehmenseigenen Ausführungen, teilweise geschönt

Anhang IV: Kreuztabelle und Chi-Quadrat-Test mit Unternehmensgrößenklassen und Berichtsumfang

Mit Unternehmen welcher Größe haben Sie überwiegend zu tun? * Wie viele Seiten für einen Bericht sind angemessen Kreuztabelle

			Wie viele Seiten für einen Bericht sind angemessen			
			Unter 5 Seiten	5 - 10 Seiten	11 - 20 Seiten	Gesamt
Mit Unternehmen welcher Größe haben Sie überwiegend zu tun?	Kleine Unternehmen	Anzahl	2	0	0	2
		Erwartete Anzahl	,9	,9	,2	2,0
		% von Mit Unternehmen welcher Größe haben Sie überwiegend zu tun?	100,0%	,0%	,0%	100,0%
		% von Wie viele Seiten für einen Bericht sind angemessen	9,1%	,0%	,0%	3,9%
	Mittlere Unternehmen	Anzahl	18	19	3	40
		Erwartete Anzahl	17,3	18,8	3,9	40,0
		% von Mit Unternehmen welcher Größe haben Sie überwiegend zu tun?	45,0%	47,5%	7,5%	100,0%
		% von Wie viele Seiten für einen Bericht sind angemessen	81,8%	79,2%	60,0%	78,4%
	Größere Unternehmen	Anzahl	2	4	0	6
		Erwartete Anzahl	2,6	2,8	,6	6,0
		% von Mit Unternehmen welcher Größe haben Sie überwiegend zu tun?	33,3%	66,7%	,0%	100,0%
		% von Wie viele Seiten für einen Bericht sind angemessen	9,1%	16,7%	,0%	11,8%
	Großunternehmen	Anzahl	0	1	2	3
		Erwartete Anzahl	1,3	1,4	,3	3,0
		% von Mit Unternehmen welcher Größe haben Sie überwiegend zu tun?	,0%	33,3%	66,7%	100,0%
		% von Wie viele Seiten für einen Bericht sind angemessen	,0%	4,2%	40,0%	5,9%
Gesamt		Anzahl	22	24	5	51
		Erwartete Anzahl	22,0	24,0	5,0	51,0
		% von Mit Unternehmen welcher Größe haben Sie überwiegend zu tun?	43,1%	47,1%	9,8%	100,0%
		% von Wie viele Seiten für einen Bericht sind angemessen	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	15,407[a]	6	,017
Likelihood-Quotient	12,366	6	,054
Zusammenhang linear-mit-linear	6,987	1	,008
Anzahl der gültigen Fälle	51		

a. 10 Zellen (83,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,20.

Anhang V: Kreuztabelle und Chi-Quadrat-Test mit Tätigkeitsbereichen und Berichtsumfang

In welchem Bereich sind Sie tätig? * Wie viele Seiten für einen Bericht sind angemessen Kreuztabelle

			Wie viele Seiten für einen Bericht sind angemessen			
			Unter 5 Seiten	5 - 10 Seiten	11 - 20 Seiten	Gesamt
In welchem Bereich sind Sie tätig?	Kreditvergabe	Anzahl	13	24	2	39
		Erwartete Anzahl	14,5	19,5	5,0	39,0
		% von In welchem Bereich sind Sie tätig?	33,3%	61,5%	5,1%	100,0%
		% von Wie viele Seiten für einen Bericht sind angemessen	56,5%	77,4%	25,0%	62,9%
	Analysten	Anzahl	6	3	4	13
		Erwartete Anzahl	4,8	6,5	1,7	13,0
		% von In welchem Bereich sind Sie tätig?	46,2%	23,1%	30,8%	100,0%
		% von Wie viele Seiten für einen Bericht sind angemessen	26,1%	9,7%	50,0%	21,0%
	Wirtschaftsprüfer	Anzahl	4	4	2	10
		Erwartete Anzahl	3,7	5,0	1,3	10,0
		% von In welchem Bereich sind Sie tätig?	40,0%	40,0%	20,0%	100,0%
		% von Wie viele Seiten für einen Bericht sind angemessen	17,4%	12,9%	25,0%	16,1%
Gesamt		Anzahl	23	31	8	62
		Erwartete Anzahl	23,0	31,0	8,0	62,0
		% von In welchem Bereich sind Sie tätig?	37,1%	50,0%	12,9%	100,0%
		% von Wie viele Seiten für einen Bericht sind angemessen	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	9,015[a]	4	,061
Likelihood-Quotient	9,000	4	,061
Zusammenhang linear-mit-linear	,248	1	,619
Anzahl der gültigen Fälle	62		

a. 4 Zellen (44,4%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,29.

Anhang VI: Indikatorenauswahl weicher Faktoren

Humankapital	Strukturkapital	Beziehungskapital
Einflussfaktor	**Einflussfaktor**	**Einflussfaktor**
Indikatoren	**Indikatoren**	**Indikatoren**
Fachkompetenz der Mitarbeiter	**Interne Kooperation und Wissenstransfer**	**Kundenbeziehungen**
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	Anzahl interner Abstimmungstreffen	Kundenstruktur (Neukunden, Stammkunden...)
Ausbildung / Qualifikation	Anzahl Kooperationsprojekte	Kundenzufriedenheit anhand Befragung
Weiterbildungstage und -kosten	Anzahl thematischer Arbeitsgruppen	Anzahl Kundenreklamationen
Altersstruktur der Mitarbeiter	Nachfolgeregelungen (z.B. für Geschäftsführung und Schlüsselpositionen)	Umsatzanteile nach Kundenstruktur
Qualität der Fachkompetenz anhand Mitarbeiterbefragungen	Qualität der internen Kooperation und des Wissenstransfers anhand Befragungen	Qualität der Kundenbeziehungen anhand Befragungen
Soziale Kompetenz der Mitarbeiter	**Führungsinstrumente**	**Lieferantenbeziehungen**
Anzahl Konfliktfälle	Qualität eingesetzter Führungsinstrumente anhand Befragungen	Lieferantenstruktur (Neulieferanten, Stammlieferanten...)
Qualität sozialer Kompetenzen anhand Mitarbeiterbefragungen	Anzahl Organisationseinheiten / Hierarchieebenen	Lieferantenabhängigkeiten
	Anzahl Führungskräftetreffen	Lieferantenreklamationen
	Anzahl Mitarbeitergespräche	Qualität der Lieferantenbeziehungen anhand Befragungen
	Anzahl Mitarbeiter mit leistungsbezogenen Gehaltsanteilen	
Mitarbeitermotivation	**Informationstechnik und explizites Wissen**	**Beziehungen zur Öffentlichkeit**
Anzahl Mitarbeiterbefragungen	IT-Aufwendungen	Medienresonanz
Mitarbeiterzufriedenheit anhand Befragungen	Anzahl Computerarbeitsplätze	Anzahl öffentlichkeitswirksamer Veranstaltungen
Teilnahmequoten an Mitarbeiterbefragungen	Zugriffe Intranet / Wissensdatenbanken	Anzahl Vorträge und Seminare
Fluktuation (Zu- und Abgänge)	Zufriedenheit mit IT und explizitem Wissen (Mitarbeiterbefragungen)	Marketingaufwand
Krankenstand / Fehlzeiten	Kosten für explizites Wissen (z.B. Studien, Fachzeitschriften, Bücher, etc...)	Qualität der Beziehungen zur Öffentlichkeit anhand Befragungen
Führungskompetenz	**Produktinnovation**	**Beziehungen zu Kapitalgebern**
Anzahl Führungskräfte	Anzahl und Umsatzanteil neuer Produkte	Durchschnittlicher Kapitalzins
Führungskräftequalität anhand Befragungen	Anzahl Produkte in der Entwicklung	Rating-Ergebnis
Führungskräfte mit entsprechenden Schulungen	Anzahl und Kosten von Patenten	Qualität der Beziehungen zu Kapitalgebern anhand Führungskräftebefragungen
Weiterbildungstage & -kosten für Führungskräfte	Lizenzeinnahmen	
	Anzahl registrierter Marken	
	Qualität des Produktinnovation anhand Mitarbeiterbefragungen	
	Prozess- und Verfahrensinnovation	**Beziehungen zu Kooperationspartnern**
	Anzahl (umgesetzter) Verbesserungsvorschläge	Mitgliedschaften in Vereinen, Verbänden und Arbeitskreisen
	Einsparungen durch Verbesserungsvorschläge	Anzahl externer Abstimmungstreffen
	Anzahl und Qualität von Zertifikaten	Anzahl Kooperationsprojekte
	Qualität der Prozess- und Verfahrenstechnik anhand Mitarbeiterbefragungen	Anzahl betreuter Diplomarbeiten / Seminararbeiten
		Qualität der Beziehungen zu Kooperationspartnern anhand von Befragungen

Anhang VII: t-Test auf Wichtigkeit der Indikatoren[34]

t-Test auf Wichtigkeit der Indikatoren							
	Testwert = 4.2						
Indikatoren	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	95% Konfidenz-intervall der Differenz Untere	Obere	Mittel-wert
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	-12,097	66	0,000	-1,096	-1,276	-0,915	3,104
Ausbildung / Qualifikationen der Mitarbeiter	0,104	66	0,918	0,009	-0,164	0,182	4,209
Weiterbildungstge und -kosten	-8,384	65	0,000	-1,033	-1,279	-0,787	3,167
Altersstruktur der Mitarbeiter	-6,604	66	0,000	-0,707	-0,921	-0,494	3,493
Qualität der Fachkompetenz anhand Mitarbeiterbefragungen	-7,737	66	0,000	-0,901	-1,134	-0,669	3,299
Anzahl Konfliktfälle	-12,917	66	0,000	-1,469	-1,696	-1,242	2,731
Qualität sozialer Kompetenzen anhand Mitarbeiterbefragungen	-11,728	66	0,000	-1,394	-1,631	-1,157	2,806
Anzahl Mitarbeiterbefragungen	-13,921	66	0,000	-1,558	-1,782	-1,335	2,642
Mitarbeiterzufriedenheit anhand Befragungen	-5,902	65	0,000	-0,776	-1,038	-0,513	3,424
Teilnahmequoten an Mitarbeiterbefragungen	-7,719	65	0,000	-1,003	-1,263	-0,744	3,197
Fluktuation (Zu- und Abgänge)	0,274	66	0,785	0,024	-0,150	0,198	4,224
Krankenstand / Fehlzeiten	-1,963	66	0,054	-0,215	-0,433	0,004	3,985
Anzahl Führungskräfte	-8,550	66	0,000	-0,976	-1,204	-0,748	3,224
Führungskräftequalität anhand Befragungen	-4,305	65	0,000	-0,579	-0,847	-0,310	3,621
Führungskräfte mit entsprechenden Schulungen	-5,658	66	0,000	-0,663	-0,897	-0,429	3,537
Weiterbildungstagen & -kosten für Führungskräfte	-9,023	66	0,000	-0,961	-1,174	-0,749	3,239
Anzahl interner Abstimmungstreffen	-10,114	66	0,000	-1,424	-1,705	-1,143	2,776
Anzahl Kooperationsprojekte	-9,583	65	0,000	-1,215	-1,468	-0,962	2,985
Anzahl thematischer Arbeitsgruppen	-12,064	65	0,000	-1,458	-1,699	-1,216	2,742
Nachfolgeregelungen (z.B. für Geschäftsführung und Schlüsselpositionen)	4,344	66	0,000	0,337	0,182	0,492	4,537
Qualität der internen Kooperation und des Wissentransfers anhand Befragungen	-5,226	65	0,000	-0,670	-0,926	-0,414	3,530
Qualität eingesetzter Führungsinstrumente anhand Befragungen	-6,478	63	0,000	-0,856	-1,120	-0,592	3,344
Anzahl Organisationseinheiten / Hierarchieebenen	-8,323	66	0,000	-0,916	-1,136	-0,697	3,284
Anzahl Führungskräftetreffen	-10,394	66	0,000	-1,379	-1,644	-1,114	2,821
Anzahl Mitarbeitergeschpräche	-6,829	65	0,000	-0,927	-1,198	-0,656	3,273
Anzahl Mitarbeiter mit leistungsbezogenen Gehaltsanteilen	-3,378	66	0,001	-0,424	-0,674	-0,173	3,776
IT-Aufwendungen	-7,092	65	0,000	-0,882	-1,130	-0,634	3,318
Anzahl Computerarbeitsplätze	-11,993	66	0,000	-1,513	-1,765	-1,261	2,687
Zugriffe Intranet / Wissensdatenbanken	-6,517	66	0,000	-0,961	-1,256	-0,667	3,239
Zufriedenheit mit IT und eplizitem Wissen (Mitarbeiterbefragungen)	-6,961	66	0,000	-0,931	-1,198	-0,664	3,269
Kosten für explizites Wissen	-9,264	66	0,000	-1,230	-1,495	-0,965	2,970
Anzahl und Umsatzanteil neuer Produkte	3,196	66	0,002	0,248	0,093	0,403	4,448
Anzahl Produkte in der Entwicklung	0,770	66	0,444	0,069	-0,109	0,247	4,269
Anzahl und Kosten von Patenten	-3,004	65	0,004	-0,336	-0,560	-0,113	3,864
Lizenzeinnahmen	-4,233	64	0,000	-0,508	-0,747	-0,268	3,692
Anzahl registrierter Marken	-4,028	65	0,000	-0,473	-0,707	-0,238	3,727
Qualität des Produktinnovation anhand Mitarbeiterbefragungen	-7,104	65	0,000	-0,927	-1,188	-0,667	3,273

[34] Es wird die Nullhypothese aufgestellt, dass jeder Mittelwert nicht signifikant vom vorgegeben Mittelwert (4,2) verschieden ist. Getestet wird, ob die jeweiligen Mittelwerte den vorgegebenen Testwert in einem Konfidenzintervall von 95% unter- oder überschreiten. Für die Auswertung sind diejenigen Mittelwerte der Indikatoren von Bedeutung, die sich nicht signifikant von dem Testwert unterscheiden (p>0,05) und deren signifikante mittlere Differenz positiv ist (p<0,05 und mittlerer Differenz>0).