

Anwendung



IC-RATING

Wissenskapital (oder Intellectual Capital, IC) basiert auf wertschöpfenden Faktoren, deren Nutzen nicht in einer herkömmlichen Bilanzauflistung erscheint, der aber von ganz entscheidender Bedeutung für die Langzeitrentabilität einer Firma ist.

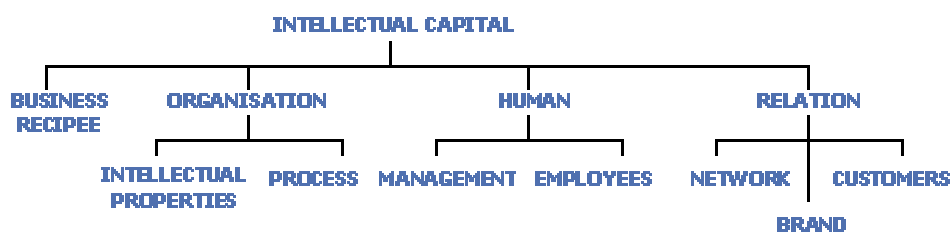
Die Verfahrensweise des IC-Rating leistet vollkommen neue Perspektiven: Der Focus richtet sich auf Untersuchungsziele, die tatsächlich über die Fähigkeit von wissensbasierenden Firmen entscheiden, mit dem Ziel, Nutzen für ihre Interessensgruppen zu schaffen.

IC-Rating bietet dem Management eine Basis, auf der die Wettbewerbsfähigkeit optimiert werden kann, z.B:

- Gründung eines modernen Kontrollsystems mit klar definierten und messbaren Zielen, um die zukünftige Rentabilität zu maximieren. Um die Erreichung des Zieles zu überprüfen, ist es möglich, diese Analyse beliebig zu wiederholen.
- Entwicklung einer methodischen Basis, um Aktivitäten, sowohl auf der Ebene des Managements als auch auf der operativen Betriebsebene, zu optimieren.
- Schaffung einer strukturierten Darstellung der Vermögenswerte, die Nutzen bringen, sei es in der Kommunikation auf dem Markt (Investorenbeziehungen, Jahresberichte usw.) wie auch innerhalb der Unternehmensorganisation. Hier schafft die Methode eine neue Ausgangsbasis und eine neue Begrifflichkeit für interne Aspekte, die für die Geschäftsabläufe notwendig sind.

Der Rahmen für das Konzept

Der Rahmen des Konzepts, der die Basis für das IC-Rating darstellt, ist im folgenden veranschaulicht.



Business Recipe besteht aus der Geschäftsidee einer Firma und ihrer Strategie, verknüpft mit den Markt-Bedingungen im ausgewählten Geschäftsbereich. Die Stärke einer unternehmerischen Geschäftsphilosophie zeigt sich z.B. darin, wie gut sie sich von anderen Firmen innerhalb ihres Geschäftsumfeldes unterscheiden und profilieren kann.

Organisational Structural Capital ist das Ergebnis der Bemühungen der Angestellten, ihr Wissen in die Firma einfließen zu lassen. Es ist personenunabhängig und 24 Stunden am Tag wirksam.

Geistiges Eigentum (Intellectual Properties) kann als gebündeltes und geschütztes Wissen bezeichnet werden. Beispiele für geistiges Eigentum sind etwa Patentrechte,

Lizenzvereinbarungen und intern entwickelte Software, die konkurrenzfähige Vorteile und vorübergehende Monopolstellungen schaffen.

Das *Prozess-Kapital (Processes)* ermöglicht es dem Arbeitnehmer, den finanziellen Gewinn seines Wissens und seiner Kompetenz zu erhöhen. Dieses Ziel wird dadurch erreicht, dass die Möglichkeiten für Mitarbeiter eines Unternehmens, sich auf ihre Hauptfähigkeiten zu konzentrieren, optimiert werden. Gut entwickelte Arbeitsabläufe und Methoden, effiziente IT-Unterstützung, wiedernutzbare Fähigkeiten und optimierte Organisationsstrukturen sind Beispiele dafür.

Human Capital umfasst all die Personen, die für eine Firma arbeiten. Es kann durch die Firma beispielsweise bei Abschluß von Arbeitsverträgen kontrolliert werden.

Das *Management* ist für die allgemeine Entwicklung des Wissenskapital verantwortlich, etwa indem sie den Gebrauch des Wissenskapital optimiert, um Vorteile für die Aktionäre der Firma zu schaffen. *Arbeitnehmer (Employees)* nutzen ihr Wissen und ihre Erfahrungen, um die Wünsche der Kunden zu erfüllen und um ihr Wissen in wieder nutzbare Strukturen und Abläufe zu übertragen. Dieses kollektive Wissen kann dann wiederum von anderen Mitarbeitern der Firma genutzt werden.

Relational Structural Capital. Interessensgruppen innerhalb des Geschäftsbereiches einer Firma tragen hauptsächlich zum Nutzen dieses Teils des Strukturkapitals bei.

Strukturkapital definiert sich durch Verträge und Kooperationen, Erkenntnisse und professionellem Ansehen, Kundenbeziehungen und Potential.

Netzwerke (Network). Das Netzwerk einer Firma baut sich aus allen Netzwerken auf, die für die zukünftige Rentabilität der Firma von entscheidender Bedeutung sind, wobei gegenwärtige Kunden ausgeschlossen werden. Beispiele für Netzwerke sind Einstellungs-, Verkaufs-, Kompetenz- und R&D Netzwerke. Die Stärke dieser Netzwerke entscheidet auch über die Wirksamkeit der Netzwerke.

Eine *Marke (Brand)* definiert sich über die Erkennbarkeit und das Ansehen in der bestimmten Zielgruppe und darüber, wie gut es der Firma gelungen ist, sich von ihren Konkurrenten abzuheben. Das wird dadurch erzielt, indem man die Marke stark macht und mit Werten assoziierbar macht, die in positiver Art und Weise die Firma von anderen unterscheidet.

Kunden (Customer). Neben Einnahmen zu erzielen hat die Kundenbasis auch andere positive Funktionen. Sie kann andere Qualitätskriterien hervorheben, da Kunden zugleich auch als Referenz einer Firma dienen. Kunden bergen ein gewisses Qualitätspotential sowohl für Mitarbeiter als auch für andere potentielle Kunden. Der wichtigste Aspekt ist jedoch die Fähigkeit, Kunden dauerhaft zu binden und neue zu gewinnen.

Wissenskapital. Das „business recipe“ stellt die Arbeitsbedingungen für die weiteren Komponenten des Wissenskapitals dar. Geschäftskonzept und Strategie werden für sich selbst bewertet, jedoch berücksichtigt diese Bewertung auch die Bedingungen für das Human Capital und Structural Capital in dem Zusammenhang, den das Geschäftskonzept herstellt. Der Wert des Wissenskapitals einer Firma besteht aus der Kombination der Stärke des Geschäftskonzepts und der ineinander greifenden Effizienz des Human / Structural Capitals.

Methodik

IC-Rating basiert auf Daten, die sowohl innerhalb der Firma aber auch extern erhoben worden sind, d.h. quantifizierte Interviews mit der Unternehmensleitung, den Arbeitnehmern und Kunden sowie Lieferanten.

Die Auswahl der Antwortenden hängt von ihrem jeweiligen speziellen Wissen über die Firma, und die Konkurrenz in der Geschäftsumgebung ab. Die Dauer eines IC-Rating wird auf etwa 6 –8 Wochen geschätzt.

Ergebnisse

Die Ergebnisse eines IC-Rating werden aus 3 unterschiedlichen Blickwinkeln dargestellt:

- Beurteilung der gegenwärtigen Wirksamkeit des IC
- Beurteilung der Firmenleistung, ihr IC zu erneuern und weiter zu entwickeln
- Beurteilung des Risikos einer Verringerung der gegenwärtigen Effizienz

Das Resultat eines IC-Rating ist quantifizierter Maßstab der Faktoren, die für die langfristige Rentabilität einer Firma von unterschiedlicher Bedeutung sind. Dieses Resultat kann sowohl als Entscheidungsgrundlage für Veränderungen als auch als Richtlinie bei alltäglichen Arbeitsprozessen genutzt werden.