



Steinbeis-Transferzentrum Wissensmanagement & Kommunikation

KAM.sys
Knowledge-Asset-Management

**Wissen, die flüchtige Ressource –
Ist der Wert von Wissen messbar?**

Hof, 24. Februar 2005

**Steinbeis-Transferzentrum
Wissensmanagement
& Kommunikation**

Am Heilbrunnen 47
72766 Reutlingen

Tel.: 07121 / 9463-330

www.steinbeis-wissensmanagement.de

Agenda

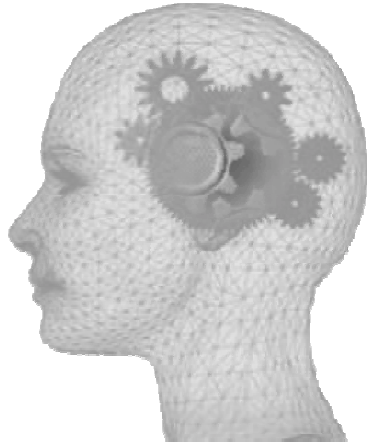
- 1. Warum soll Wissen bewertet werden?**
- 2. Was macht die Wissensbewertung so schwierig?**
- 3. Modelle der Wissensbewertung – ein Überblick**
- 4. Wissensbewertung – eine gelöste Frage?**

Warum wir Wissen messen wollen

„Nur was man messen kann, kann man managen.“

- Zielgenaue strategische Unternehmensentwicklung und Unternehmenssteuerung
- Angemessene Allokation von Ressourcen
- Profilierung als wissensorientiertes Unternehmen
- Sensibilisierung der Stakeholder
- Controlling des Wissensmanagements
„Das Ende der Unverbindlichkeit“ (Prof. Scholz)

Wissen in den Köpfen – Zahlen in den Büchern



- Wissen ist personengebunden
- Wissen ist kontextabhängig
- Wissen ist handlungsorientiert
- Wissen ist anwendungsbezogen

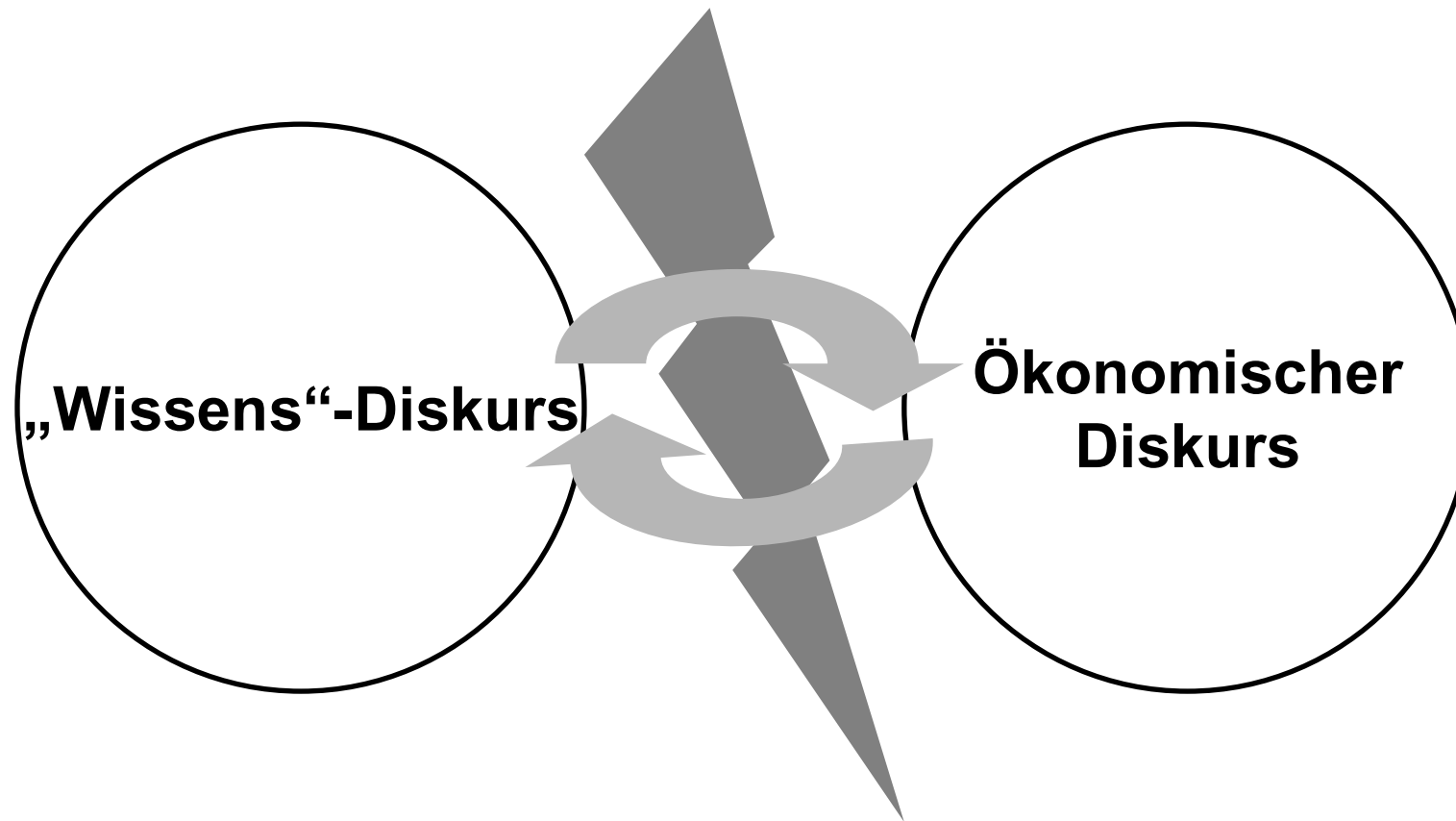
Wissen ist flüchtig



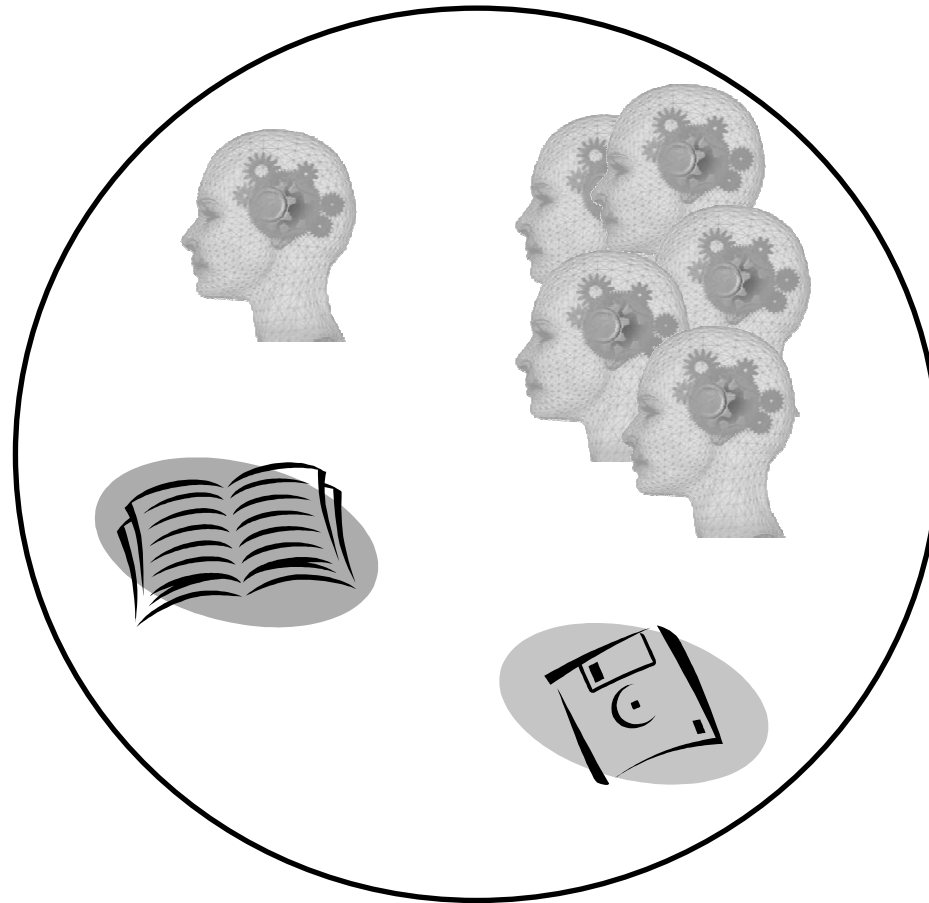
- Grundanforderungen einer Bilanz:
- reproduzierbare quantitative Ergebnisse
 - algorithmisch definierte Methoden
 - autonome Realanpassung

Bilanz ist definitiv

Situation heute: Kommunikationsstörungen



Sprachregelung: Wissensbasis



Agenda

- 1. Warum soll Wissen bewertet werden?**
- 2. Was macht die Wissensbewertung so schwierig?**
- 3. Modelle der Wissensbewertung – ein Überblick**
- 4. Wissensbewertung – eine gelöste Frage?**

Modelle der Wissensbewertung – ein Überblick

- Markt-, Buchwert-Relation
- Tobins q

- Intangible Assets Monitor
- Balanced Score Card - Skandia Navigator
- Wissensbilanz „Made in Germany“

- Humatics

Marktwert- Buchwert-Relation

Unternehmen	Anlagevermögen	Marktwert
IBM	18,3 Mrd. \$	151 Mrd. \$
Microsoft	1,5 Mrd. \$	307 Mrd. \$

Steckt das intellektuelle Kapital in der Differenz?

Tobins q

- Bezug zwischen Marktwert und Wiederbeschaffungswert:
 $q < 1$: Marktwert kleiner als Wiederbeschaffungswert
 $q > 1$: Marktwert größer als Wiederbeschaffungskosten
- Hohes q reflektiert Rentabilität der Investitionen in Technologie und Mitarbeiter
 Maß für Imitierbarkeit
 Wettbewerbsfähigkeit

Intangible Assets Monitor (Sveiby)

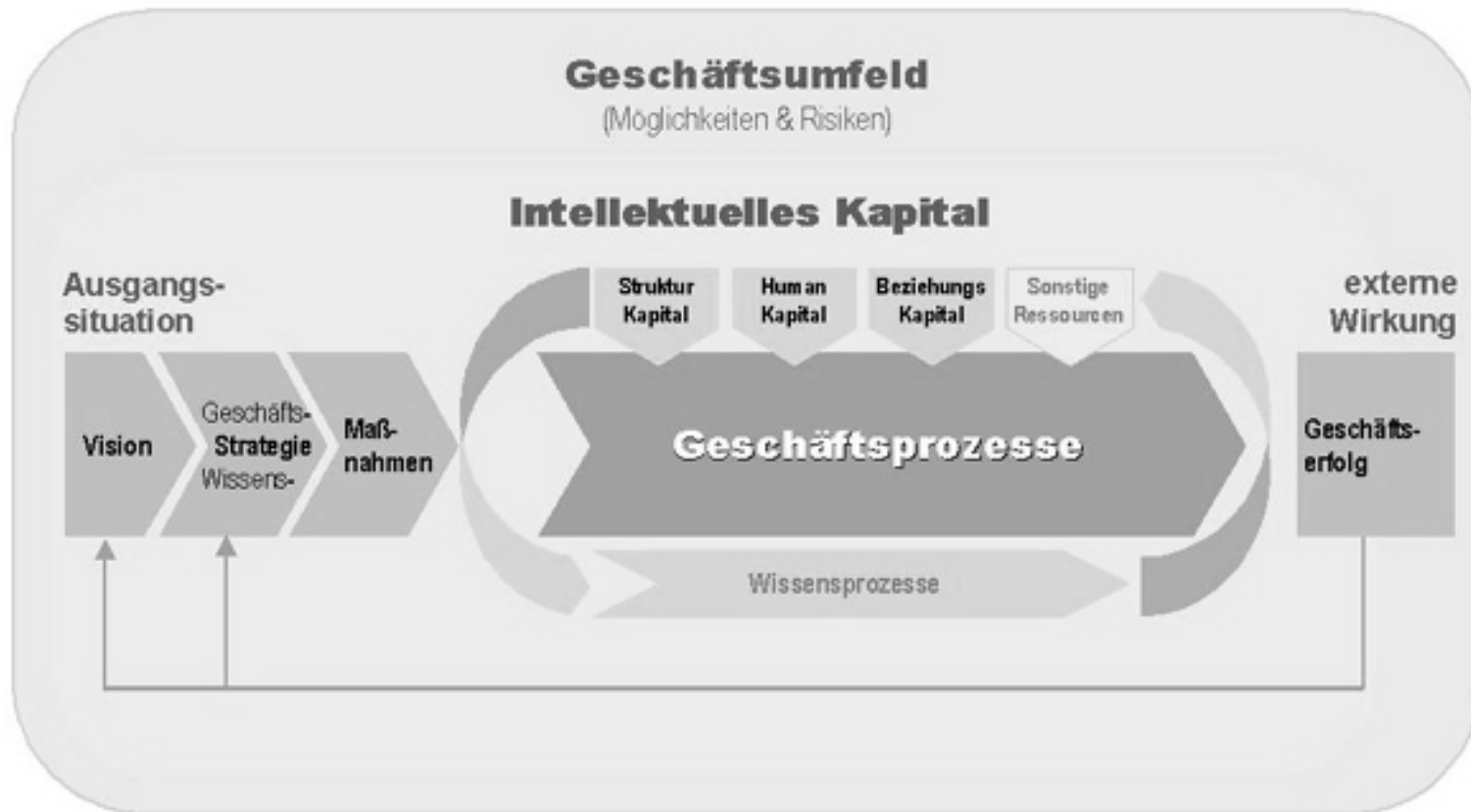
	Externe Strukturen	Interne Strukturen	Kompetenz Mitarbeiter
Wachstum / Erneuerung	<ul style="list-style-type: none"> • Umsatzwachstum • Imagefördernde Kunden 	<ul style="list-style-type: none"> • IT-Investitionen • F&E-Aufwand 	<ul style="list-style-type: none"> • Berufserfahrung • Ausbildungsniveau • Kompetenzfördernde Kunden
Effizienz	Veränderung Umsatz / Kundenzahl	Veränderung <ul style="list-style-type: none"> • Admin. Mitarbeiter / Mitarbeiter gesamt • Admin. Mitarbeiter / Umsatz 	Wertschöpfung pro <ul style="list-style-type: none"> • Kundenexperte • Mitarbeiter
Stabilität	<ul style="list-style-type: none"> • Wiederholungsaufträge • Umsatzanteil 5 größte Kunden 	<ul style="list-style-type: none"> • Fluktuation admin. Mitarbeiter • Anzahl Mitarbeiter jünger 2 Jahre 	<ul style="list-style-type: none"> • Durchschn. Alter Mitarbeiter • Unternehmenszugehörigkeit

(Monitor CELEMI 1994/95)

Balanced Scorecard – Skandia Navigator (Edvinsson)

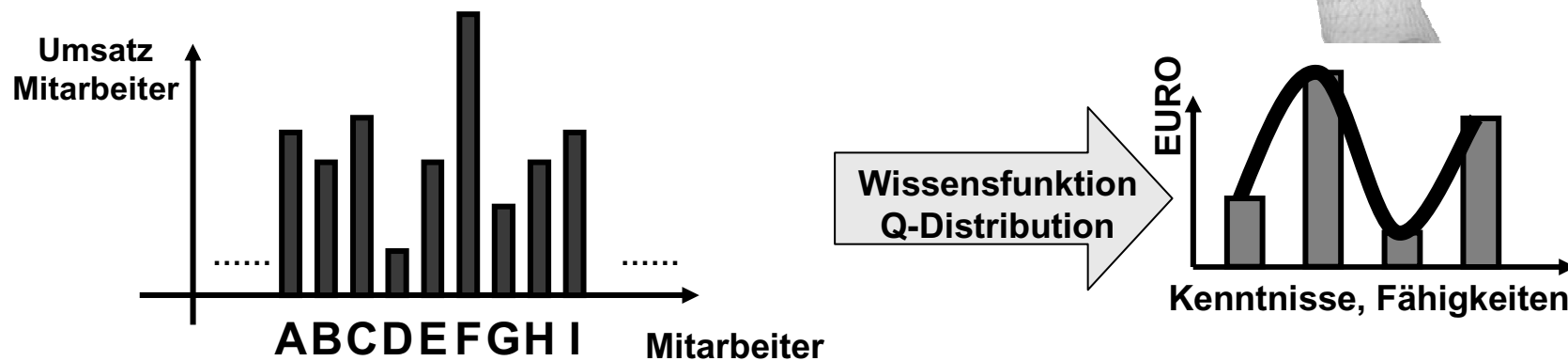


Wissensbilanz – Made in Germany



Humatics (Kreft)

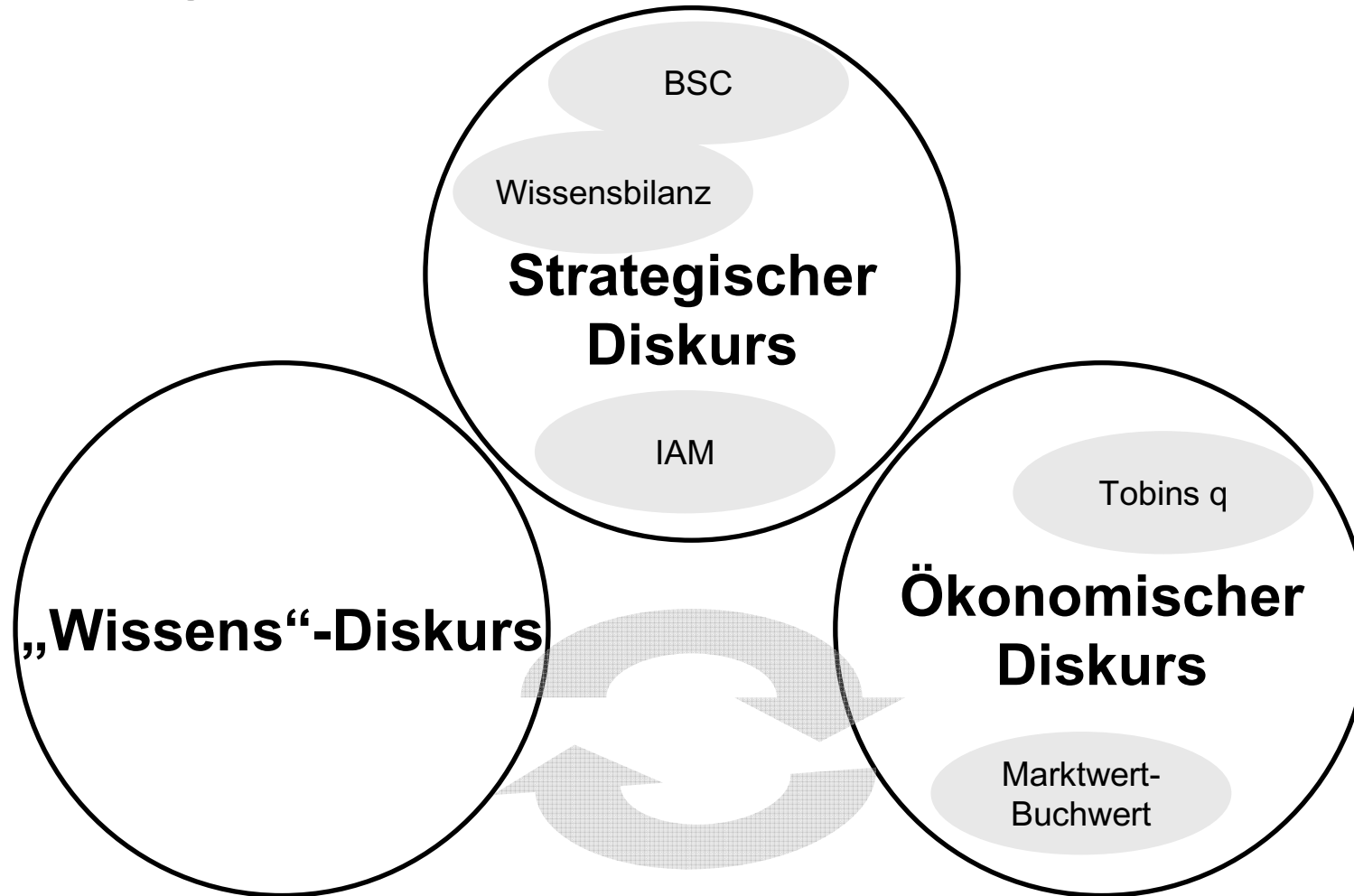
„Ein naturwissenschaftlicher Ansatz zur Quantifizierung von Wissen.“



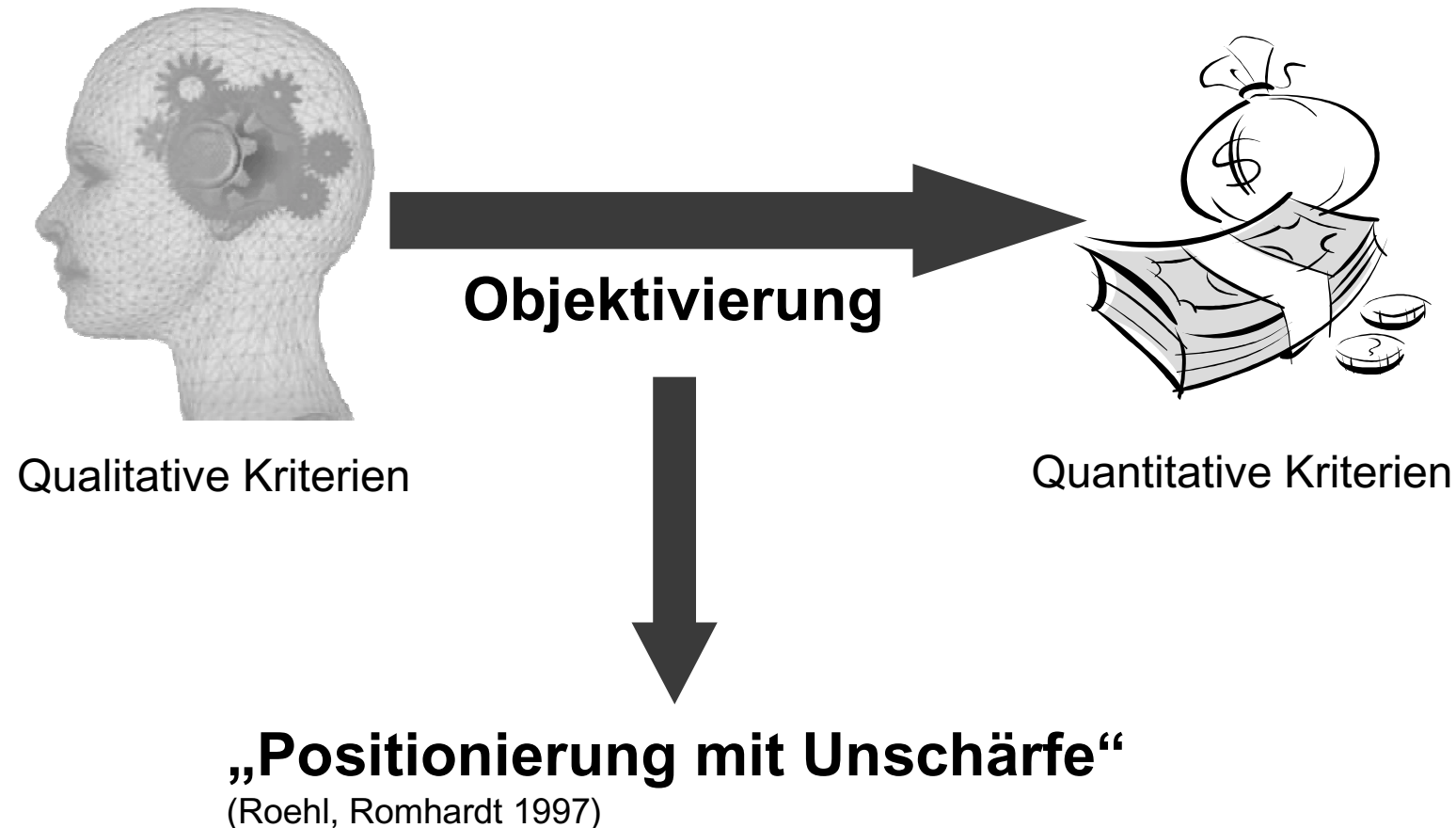
Agenda

- 1. Warum soll Wissen bewertet werden?**
- 2. Was macht die Wissensbewertung so schwierig?**
- 3. Modelle der Wissensbewertung – ein Überblick**
- 4. Wissensbewertung – eine gelöste Frage?**

Bewertung der Modelle



Wissensbewertung – eine gelöste Frage?





Danke für Ihre Aufmerksamkeit

Gabriele Vollmar

Steinbeis-Transferzentrum
Wissensmanagement & Kommunikation

Am Heilbrunnen 47
72766 Reutlingen

Telefon: 07121 / 9463-330
Telefax: 07121 / 9463-550

[gvollmar@steinbeis-
wissensmanagement.de](mailto:gvollmar@steinbeis-wissensmanagement.de)
www.steinbeis-wissensmanagement.de

