



**Abschlussarbeit zur Erlangung des Bachelorgrades
„Bachelor of Arts“**

an der
Hochschule Aalen
Fakultät Wirtschaftswissenschaften
Studiengang Internationale Betriebswirtschaft

Intellectual Capital Statements

**Die Entwicklung der Berichterstattung des Intellectual Capital
Statements seit Einführung der „Danish Guidelines“ am Beispiel
dänischer Unternehmen**

Dominik Fischer, Matrikelnummer: 26939

Erstgutachter: Prof. Dr. Robert Rieg

Zweitgutachter: Dr. Huiyan Fu

Ausgabetermin: 01.04.2011

Abgabetermin: 30.09.2011

Abstrakt

Seit Beginn des Informationszeitalters wurde die Anzahl von Unternehmen, deren Wertschöpfung auf Wissen und Know-How basiert oder maßgeblich davon beeinflusst wird, immer größer. Dadurch stieg die Relevanz dieser immateriellen, nicht-greifbaren Vermögenswerte stetig an, ebenso wie das Verlangen danach, dieses intellektuelle Kapital messen, steuern und in die Berichterstattung der Unternehmen einfließen lassen zu können. Infolge dessen wurde eine Vielzahl von unterschiedlichen Methoden zur Messung und Bewertung dieser immateriellen Vermögenswerte entwickelt, um sowohl unternehmensintern als auch extern für die Stakeholder darüber zu berichten. Bis heute gibt es jedoch keine einheitlichen Richtlinien zur Erstellung einer solchen Berichterstattung, wodurch eine Vergleichbarkeit der Unternehmen aus externer Sicht, aufgrund mangelnder Transparenz kaum möglich ist. Die ersten national begrenzten, einheitlichen Richtlinien zur Erstellung eines Intellectual Capital Statements, wurden in ihrer neuesten Fassung im Jahr 2003 in Dänemark, vorgestellt. Um den eventuellen Erfolg und Nutzen und die heutige Relevanz dieser Vereinheitlichung der Berichterstattung ermitteln zu können, beschäftigt sich diese Arbeit mit der Entwicklung des Intellectual Capital Statements nach den Danish Guidelines. Zu Beginn wird erläutert, wie diese immateriellen Vermögenswerte aufgebaut sind. Dazu werden verschiedene Methoden zur Messung und Berichterstattung aufgezeigt und wo die traditionellen Methoden, wie HGB und IFRS an ihre Grenzen stoßen. Im Anschluss werden die Danish Guidelines erläutert. Das darauffolgende Kapitel beschreibt die Untersuchung der Intellectual Capital Statements dänischer Unternehmen von 2003 bis 2010. Darin wurden von fünf Unternehmen die Intellectual Capital Statements der vergangenen acht Jahre analysiert und auf Abweichungen untersucht. Aufgrund der nicht repräsentativen Untersuchung wurde das Danish Ministry of Science, Technology and Innovation ebenso, wie 71 Unternehmen (deren Antworten jedoch ausblieben) zusätzlich befragt. Das Ergebnis zeigt, dass die Danish Guidelines heute keine Relevanz mehr besitzen und viele Unternehmen auf andere Methoden, die einen starken „Trend-Charakter“ aufweisen und wenig Aussagekraft besitzen, ausgewichen sind. **Schlagwörter: Intellektuelles Kapital, dänische Richtlinien**

Abstract

Since the beginning of the information age the number of companies, whose businesses are based or at least influenced by knowledge and know-how, has increased. Due to this, the relevance of these intangible assets raised enormously, as well as the desire to measure, manage and to include this intellectual capital into corporate reports. Therefore a lot of different methods for measuring and managing intangible assets have been developed to report internally as well as externally for the companies' stakeholders. Until today there are still no standardized guidelines for the preparation of such a report about intellectual capital. A comparability of companies, due to a missing transparency is therefore almost impossible. The first national limited, but standardized guidelines for the preparation of an Intellectual Capital Statement has been presented in Denmark in 2003 and are called "The New Guidelines". To identify the potential success and benefit and also today's relevance of this standardization, this paper examines the development of reporting on Intellectual Capital Statements according to the Danish Guidelines. Firstly there is explained what these intangibles are and of what they consist. Based on this, different methods for measuring and reporting are presented and it is shown how traditional methods like IFRS and the German HGB hit their functional limits. In the following the Danish Guidelines are explained and the subsequent chapter describes the analysis of Intellectual Capital Statements of Danish companies between 2003 and 2010. Within this analysis the Intellectual Capital Statements of five companies during the last eight years were examined, inclusive discrepancies, modifications and the use of other methods. Based on the unrepresentative sample, questionnaires were sent to the Danish Ministry of Science, Technology and Innovation and to 71 companies (their answers stayed out). However, the result shows that Danish Guidelines are not relevant for today's reporting on intellectual capital and many companies use other methods, which have a kind of "trend-character" and have low information value.

Key words: Intellectual Capital, Danish Guidelines, Intellectual Capital Statements

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	IV
Abbildungsverzeichnis.....	V
Tabellenverzeichnis	VII
1. Motivation und Hintergrund.....	1
2. Bedeutung und Nutzen immaterieller Vermögenswerte.....	3
2.1. Begriffsbestimmungen	3
2.2. Positive und negative betriebswirtschaftliche Eigenschaften.....	4
2.3 Einfluss auf die Unternehmensbewertung.....	6
2.4. Einfluss auf die Berichterstattung	8
3. Klassifizierung von immateriellen Vermögenswerten.....	10
3.1. Unterschiedliche Ansätze	10
3.2. Humankapital.....	13
3.3. Strukturkapital	13
3.4. Beziehungskapital	14
4. Bewertungsmöglichkeiten des immateriellen Vermögens.....	15
4.1. Grund der Bewertung und Übersicht der Möglichkeiten	15
4.2. Konzepte zur Bewertung	17
4.2.1. Direct-Intellectual-Capital-Methoden	17
4.2.2. Marktkapitalisierungs-Methoden	20
4.2.3. Return-on-Assets-Methoden	24
4.2.4. Scorecard-Methoden.....	27
5. Entwicklung von traditionellen zu neuen Arten der Berichterstattung.....	34

5.1. Herausforderung für die traditionellen Rechnungslegungen.....	34
5.1.1. Kurze Einführung.....	34
5.1.2. HGB.....	35
5.1.3. IFRS.....	37
5.2. Ansätze neuer Berichterstattungen.....	41
5.2.1. Wissensbilanz – Made in Germany.....	41
5.2.2. Intellectual Capital Statement (InCaS) – Made in Europe	43
6. Dänische Richtlinien des Intellectual Capital Statements.....	44
6.1. Entstehung und Entwicklung seit den 1990er Jahren	44
6.2. Zielsetzung und Verwendungsmöglichkeit	45
6.3. Aufbau	47
6.3.1. Knowledge Narrative.....	47
6.3.2. Management Challenges.....	48
6.3.3. Initiatives	48
6.3.4. Indicators	48
6.4. Analysemodell	49
7. Untersuchung in Dänemark veröffentlichter Intellectual Capital Statements 2003 – 2010.....	50
7.1. Zielsetzung der Untersuchung	50
7.2. Durchführung.....	51
7.3. Vorstellung der Untersuchungsergebnisse	53
7.4. Zusammenfassung und Schlussfolgerung	60
8. Schlussbetrachtung	63

Anhang	65
Literaturverzeichnis	75
Ehrenwörtliche Erklärung	80

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	= Abbildung
bzgl.	= bezüglich
bzw.	= beziehungsweise
ca.	= circa
CD	= Compact Disc
d.h.	= das heißt
etc.	= et cetera (lat.: und so weiter)
e.V.	= eingetragener Verein
evtl.	= eventuell
f.	= folgende Seite
ff.	= fortfolgende Seiten
ggf.	= gegebenenfalls
HGB	= Handelsgesetzbuch
Hrsg.	= Herausgeber
IFAC	= International Federation of Accountants
IFRS	= International Financial Reporting Standards
ICS	= Intellectual Capital Statement
Jg.	= Jahrgang
Kap.	= Kapitel
lt.	= laut
Nr.	= Nummer
o.ä.	= oder ähnliche
OECD	= Organisation for Economic Cooperation and Development
PR	= Public Relations
S.	= Seite
Tab.	= Tabelle
u.a.	= und andere
u.v.m.	= und vieles mehr
Vgl.	= vergleiche
z.B.	= zum Beispiel

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Market-to-Book Ratio im Jahr 2007 der DAX 30 Unternehmen	7
Abb. 2: Übersicht der Klassifizierung nach Autoren geordnet	12
Abb. 3: Ansätze zur Steuerung immaterieller Vermögenswerte.....	17
Abb. 4: Konzept der Balanced Scorecard	29
Abb. 5: Skandia Navigator.....	31
Abb. 6: Intangible Assets Monitor	33
Abb. 7: Projektablauf zur Erstellung einer Wissensbilanz – Made in Germany...	42
Abb. 8: Projektablauf zur Erstellung eines Intellectual Capital Statements – Made in Europe	43
Abb. 9: Interne Zielsetzung der befragten Unternehmen.....	45
Abb. 10: Externe Zielsetzung der befragten Unternehmen.....	46
Abb. 11: Der Aufbau des Intellectual Capital Statements	49
Abb. 12: Analysemodell der Danish Guidelines	49
Abb. 13: Analyse untersuchungsrelevanter Unternehmen.....	53
Abb. 14: Übersicht der Berichterstattungen.....	55
Abb. 15: Einteilung der Kategorien der Intellectual Capital Statements.....	55
Abb. 16: Entwicklung der Berichterstattungen	57
Abb. 17: Entwicklung der Intellectual Capital Statements	58
Abb. 18: Entwicklung weiterer Berichterstattungen	59
Abb. 19: Indikatorenvergleich Jahresbericht – Environmental Report	60
Abb. 20: Befragung dänischer Unternehmen nach Bekanntheit des ICS	62

Abb. 21: Befragung dänischer Unternehmen nach Bekanntheit der Danish Guidelines 62

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Forschungsprojekte in verschiedenen Ländern zur Berichterstattung von Intellectual Capital	9
---	---

1. Motivation und Hintergrund

Wenn der Marktwert eines Unternehmens dessen Buchwert übersteigt, ist die Differenz in der Regel auf immaterielle Vermögenswerte zurückzuführen. Im Wandel der Zeit vom Industrie- zum Informationszeitalter hat der Anteil moderner Unternehmen, die stark wissensbasiert arbeiten, zugenommen. Somit sind der Anteil und die Bedeutung immaterieller Vermögenswerte, gemessen am gesamten Unternehmenswert, gestiegen. Patente, Know-how, Image, Marke oder Netzwerke, sind nur ein paar dieser nicht-greifbaren Vermögenswerte, die den Erfolg und den Wert eines Unternehmens beeinflussen können.

Um das Ausmaß dieses Einflusses jedoch bestimmen zu können, bzw. um die immateriellen Vermögenswerte steuern und kontrollieren zu können, müssen diese zuvor gemessen und bewertet werden. Da sie für die Werterhaltung und den Fortbestand eines Unternehmens oft von essentieller Bedeutung sind, manchmal sogar die Basis eines Unternehmens bilden, sollten sie deshalb wie materielle und finanzielle Vermögenswerte in die Berichterstattung eines Unternehmens einfließen. Hierbei stoßen viele der traditionellen Methoden zur Bewertung und Berichterstattung von Vermögenswerten methodisch oder auch aufgrund von gesetzlichen Vorgaben an ihre Grenzen, weshalb diese nicht-greifbaren Vermögenswerte am Ende eines Geschäftsjahres nicht in der Bilanz zu finden sind. Mit diesem Problem setzen sich Ökonomen bereits seit mehreren Jahrzehnten auseinander, wodurch eine Vielzahl von Verfahren entstanden ist, die versuchen, diese immateriellen, nicht greifbaren Vermögenswerte in monetäre Größen umzuwandeln, oder mittels Indikatoren zu bewerten. In diesem Zusammenhang entstanden zudem Methoden zur Berichterstattung, die es intern ermöglichen sollen, die immateriellen Vermögenswerte zu kontrollieren und zu managen und extern die Stakeholder, wie z.B. Investoren, Kunden oder auch potenzielle Mitarbeiter über diese Vermögenswerte zu informieren. Ziel dieser Art der Berichterstattung ist es, in Verbindung mit einer Unternehmensbilanz und dem Jahresbericht, ein ganzheitliches Bild des Unternehmens darzustellen, das Aufschluss über finanzielle, materielle und immaterielle Vermögenswerte, inklusive der nicht-greifbaren Vermögenswerte, gibt.

Ein großes Problem, vor allem in Bezug auf die externe Berichterstattung ist jedoch, dass es bis dato keine einheitlichen, verbindlichen Richtlinien gibt, wie diese Berichterstattungen über immaterielle Vermögenswerte erstellt und veröffentlicht werden sollen. Somit gibt es eine Vielzahl unterschiedlicher Methoden, die durch diese Uneinigkeit eine Vergleichbarkeit und gewisse Transparenz unmöglich machen. Denn die Unternehmen können entscheiden, ob, welche, wie viel und mit welcher Methode sie Auskunft über ihre immateriellen Vermögenswerte geben. Dadurch kann oftmals der Anschein erweckt werden, dass es nicht darum geht, Aufschluss über die verschiedenen Vermögenswerte eines Unternehmens zu geben, sondern lediglich um Imagepflege und PR.

Die skandinavischen Länder haben in den 1980er und 1990er Jahren eine Vorreiterrolle in der Entwicklung solcher Mess- und Berichterstattungsmethoden eingenommen, wodurch 2001 und darauffolgend 2003 die ersten nationalen Richtlinien für eine solche Berichterstattung in Dänemark eingeführt worden sind. Über die Jahre hinweg wurden in vielen weiteren Arbeitsgemeinschaften auf dem ganzen Globus weitere Richtlinien und Methoden entwickelt. Auch die traditionellen Berichterstattungen, wie HGB und IFRS haben sich mit diesem Thema auseinandergesetzt und Änderungen vorgenommen. Bis heute gibt es jedoch noch keine länderübergreifenden Richtlinien, wie es z.B. beim IFRS der Fall ist. Dass das Thema aber immer noch aktuell ist, zeigt z.B. die Weltkonferenz über intellektuelles Kapital, die vom 27. bis 28. Oktober 2011 in Bangkok stattfindet (8th International Conference on Intellectual Capital, Knowledge Management & Organisational Learning – ICICKM 2011).

All dies sind Gründe dafür, weshalb sich diese Arbeit mit der Entwicklung der Berichterstattung des Intellectual Capital Statements, seit der Einführung der Danish Guidelines im Jahr 2003, auseinandersetzt. Es soll Aufschluss darüber gegeben werden, ob die Richtlinien von den Unternehmen als Anleitung zur Erstellung eines solchen Berichts herangezogen worden sind, in welche Richtung sich die Berichterstattung entwickelt hat, ob sie heute noch Relevanz besitzt und welche weitere Entwicklungen sich abzeichnen lassen.

2. Bedeutung und Nutzen immaterieller Vermögenswerte

2.1. Begriffsbestimmungen

Der Begriff immaterielle Vermögenswerte vereint je nach Terminologie und Autor zahlreiche verschiedene Definitionen unter sich, wie z.B. **Intellectual Capital, Intangible Assets, Intangibles, Wissenskapital, Knowledge Assets, Intellectual Assets** oder **Intellectual Property**.

Patrick H. Sullivan, einer der Pioniere auf diesem Sachgebiet, definierte Intangibles als „...knowledge that can be converted into profit“.¹ Nach *Baruch Lev* hingegen handelt es sich bei immateriellen Vermögenswerte um „...a claim to future benefits that does not have a physical or financial (a stock or a bond) embodiment“.² Es hat sich bisher weder in Deutschland noch international eine einheitliche Definition oder Umschreibung etabliert. Eine negative Abgrenzung zu anderen Werten ist national wie international, ungeachtet der Möglichkeit zur bilanziellen Erfassung, jedoch üblich. Meistens wird dabei von **nicht monetären Werten ohne „körperliche Substanz“** gesprochen.³ Besteht ein Wert aus immateriellen wie auch materiellen Komponenten, wird er dann als immateriell klassifiziert, wenn die materielle Komponente nur eine untergeordnete Rolle spielt und vornehmlich zu Transport-, Dokumentations-, Speicherungs- oder Lagerungszwecken dient. Z.B. zählt eine Software als immaterieller Wert, obwohl sie auf einem Datenträger gespeichert ist.⁴ Trotz ihrer fehlenden physischen Substanz stehen die immateriellen Werte einem Unternehmen zur Wertschöpfung zur Verfügung, womit sie in der Lage sind, nachhaltige Werte zu generieren, und stellen somit einen Anspruch auf künftige (finanzielle) Rückflüsse dar.⁵

Die Begriffe Intangible Assets und Intangibles werden dabei allgemein eher von der rechnungswesenorientierten Literatur geprägt und beschreiben die Werte, die nach Rechnungslegungsstandards bilanziert werden können oder müssen. Von

¹ Sullivan, Value-Driven Intellectual Capital, 2000, S. 228

² Lev, Intangibles, 2001, S.5

³ Vgl. Arbeitskreis „Immaterielle Werte im Rechnungswesen“ der Schmalenbach-Gesellschaft für Betriebswirtschaft e.V., Erfassung immaterieller Werte in der Unternehmensberichterstattung vor dem Hintergrund handelsrechtlicher Rechnungslegungsnormen, 2004, S. 224

⁴ Vgl. Arbeitskreis „Immaterielle Werte im Rechnungswesen“ der Schmalenbach-Gesellschaft für Betriebswirtschaft e.V., Kategorisierung und bilanzielle Erfassung immaterieller Werte, 2001, S. 989

⁵ Vgl. Möller/Piwinger/Zerfuß, Immaterielle Werte, 2009, S. 5

Intellectual Property wird vor allem dann gesprochen, wenn es sich um rechtlich geschützte Werte, wie z.B. Lizenzen, Patente oder Marken handelt. Die volkswirtschaftlich dominierte Literatur spricht hingegen hauptsächlich von Wissenskapital oder Knowledge Assets, während sich im Bereich der Managementliteratur wiederum die Terminologie Intellectual Capital etabliert hat.

2.2. Positive und negative betriebswirtschaftliche Eigenschaften

Immaterielle Vermögenswerte besitzen spezielle Charakteristika, die sie kennzeichnen. Da gibt es auf der einen Seite die positiven Eigenschaften, die dem Unternehmen Vorteile bringen und negative Eigenschaften, die dem Unternehmen ökonomische Nachteile und damit auch Probleme bescheren.

Zu den positiven Eigenschaften gehört zum einen die **Nichtrivalität** der immateriellen Werte. Wenn man das Reservierungssystem einer Fluggesellschaft, also eine Software, die einen immateriellen Vermögenswert darstellt, als Beispiel heranzieht, kann man daran sehen, dass das Flugzeug zu einem bestimmten Zeitpunkt nur auf einer Route eingesetzt werden kann. Die Software hingegen kann zur gleichen Zeit vielfach eingesetzt werden. Zum Beispiel von Kunden, die direkt buchen, von Reiseveranstaltern, die für Kunden über das System buchen und von der Fluggesellschaft selbst, um die Reservierungen entgegenzunehmen und zu bearbeiten.⁶ Dies bedeutet, dass die immateriellen Vermögenswerte im Regelfall keine rivalisierenden Assets sind. Sie können zum gleichen Zeitpunkt unterschiedlich und in mehrfacher Weise eingesetzt werden, ohne dass dadurch eine Wertminderung zustande kommt. In dieser Mehrfachnutzung zeigt sich auch der sogenannte **Netzwerkeffekt**. Je mehr Kunden ihren Flug über das internetbasierte Reservierungssystem buchen, desto größer ist die Bedeutung und der Nutzen, den es erfüllt. Generell sind immaterielle Vermögenswerte durch hohe Fix- bzw. Anschaffungskosten gekennzeichnet, während ihre variablen Kosten sehr gering sind, oder gar keine existieren. Zudem verursachen sie nur geringe bis gar keine Grenzkosten. Dadurch ist die sehr gute **Multiplizierbarkeit**

⁶ Vgl. Matzler u.a., Immaterielle Vermögenswerte, 2006, S. 9 ff

und die hohe **Skalierbarkeit** eine weitere positive Eigenschaft immaterieller Vermögenswerte.⁷

Auf der anderen Seite gibt es aber auch die negativen Effekte immaterieller Werte. Aufgrund fehlender physischer Substanz und ihrer nicht konkurrierenden Eigenschaft ist es schwierig, sich das alleinige Eigentum an immateriellen Vermögenswerten zu sichern, wie die oftmaligen Verletzungen von z.B. Urheberrechten belegen. Hierbei zeigt sich die **begrenzte Ausschließbarkeit** von Nicht-Besitzern an der ökonomischen Nutzung von geistigem Eigentum. Dadurch wird die Grundbedingung der Marktwirtschaft, nämlich die Möglichkeit zu besitzen, andere vom Ertrag oder auch Verlust einer Sache auszuschließen, nicht erfüllt.⁸ Alle diese Investitionen in immaterielle Werte stellen häufig ein **besonderes Risiko** dar. Denn bei der Entstehung einer neuen Software sind besonders die ersten Schritte die riskantesten. Die Phase der Produktion des Inhalts der Software stellt dabei im Vergleich zur Herstellung und zum Vertrieb der CD einen Großteil der Investition dar, mit der großen Unsicherheit, ob das Produkt auf dem Markt genügend Absatz findet. Ein weiterer Nachteil immaterieller Vermögenswerte ist die **mangelnde Handelbarkeit**. Für materielle und finanzielle Vermögenswerte gibt es einen jeweiligen Markt auf dem sie gehandelt werden und wodurch sich ihr Wert bestimmt, wie z.B. bei Immobilien auf dem Immobilienmarkt oder für bestimmte Aktien auf dem Aktienmarkt.⁹ Bei immateriellen Vermögenswerten ist dies aber allzu oft nicht der Fall. Der Umfang immaterieller Vermögenswerte ist sehr oft nicht deutlich oder unvollständig definiert. Dadurch ist es für einen potenziellen Besitzer meistens nicht möglich die eindeutigen Rechte daran zu erwerben, weshalb sie nur selten marktgängig sind und wie materielle oder finanzielle Vermögenswerte gehandelt werden können. All diese positiven und negativen Eigenschaften wirken sich auf die Bestimmung des Wertes immaterieller Vermögenswerte aus und haben Einfluss auf den gesamten Unternehmenswert und die Berichterstattung.

⁷ Vgl. Möller/Piwinger/Zerfaß, Immaterielle Vermögenswerte, 2009, S. 7 ff

⁸ Vgl. Rieg, Immaterielle Werte – der Heilige Gral der Betriebswirtschaft?, 2006, S. 84

⁹ Vgl. Möller/Piwinger/Zerfaß, Immaterielle Vermögenswerte, 2009, S. 7 ff

2.3 Einfluss auf die Unternehmensbewertung

Die Bilanz eines Unternehmens, ob Einzelunternehmen oder internationaler Konzern weist in der Regel folgende Assetkategorien auf:

- finanzielles Vermögen
- materielles Vermögen
- immaterielles Vermögen

Die immateriellen Vermögenswerte, die nicht entgeltlich erworben wurden, erscheinen nicht in der Bilanz des Unternehmens und sind bei Start-up Unternehmen in der Regel auch noch kaum oder gar nicht vorhanden. Je länger ein Unternehmen jedoch am Markt ist, desto mehr wird es selbstgeschaffene Werte bei den immateriellen Vermögensgegenständen schaffen können. Wie z.B. einen Markenwert generieren, mehr Know-How ansammeln oder den Wert des Kundenstamms erhöhen. Die Summe und auch die Qualität der Vermögensgegenstände (materielle, finanzielle, immaterielle), die einem Unternehmen zur Verfügung stehen, bestimmen die Höhe und die Nachhaltigkeit der Erträge, die das Unternehmen erwirtschaften kann.¹⁰ Dies wiederum kann die Unternehmensbewertung, abhängig von der Bewertungsmethode, maßgeblich beeinflussen und die Lücke zwischen Markt- und Buchwert eines Unternehmens vergrößern.¹¹

Wie bereits erwähnt, ist die Tatsache, dass sich die Markt- und Buchwerte von Unternehmen in fast allen Branchen seit Jahren auseinander entwickeln präsent und ein weiteres deutliches Symptom für die zunehmende Relevanz immaterieller Vermögenswerte für den gesamten Unternehmenswert.¹²

Die folgende Grafik stellt die Markt- und Buchwerte aller DAX 30 Unternehmen aus dem Jahr 2007 dar. Der Anteil des Marktwertes variiert zwischen dem 1,67 fachen und 4,19 fachen des Buchwertes (vgl. Abb. 1).

¹⁰ Vgl. Creutzmann, Der Wert von immateriellen Vermögensgegenständen zur Steuerung von Unternehmen, 2005, S.31

¹¹ Auf die verschiedenen Arten zur Unternehmensbewertung wird in diesem Kapitel nicht weiter eingegangen, da sich Kapitel 3 dieser Arbeit mit den Bewertungsmöglichkeiten des immateriellen Vermögens näher beschäftigt.

¹² Vgl. Daum, Intangible Asset Management, 2005, S.4

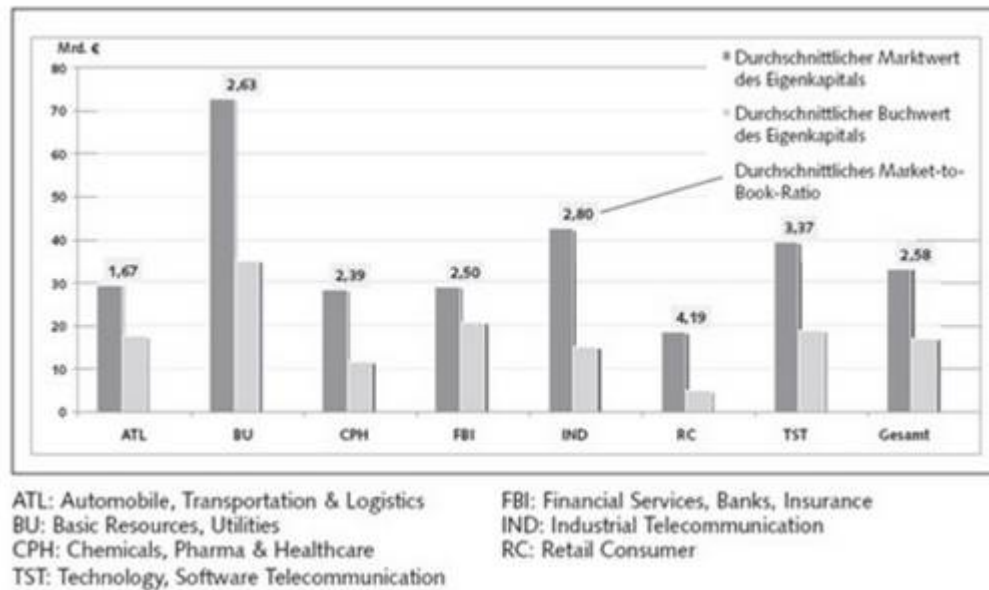


Abb. 1: Market-to-Book Ratio im Jahr 2007 der DAX 30 Unternehmen¹³

Oft wird bei der Differenz von Markt- zu Buchwert, bzw. dem Kaufpreis und dem Buchwert eines Unternehmens vom **Goodwill** gesprochen und ihn in Zusammenhang mit immateriellen Vermögenswerten gebracht. Deshalb ist es an dieser Stelle erforderlich, die Abgrenzung zum Goodwill deutlich zu machen. Der Goodwill, der als Differenz aus dem Ertragswert, bzw. im Falle eines Unternehmenserwerbs dem Kaufpreis abzüglich dem Nettosubstanzwert besteht, beinhaltet neben den nicht separat aktivierten immateriellen Werten auch weitere Komponenten, die nicht zu den immateriellen Vermögenswerten gehören. Z.B. bildet der Mehrpreis aus dem Verhandlungsgeschick des Verkäufers zwar einen Teil des Goodwills, ist aber kein immaterieller Wert. Zudem bestehen in einem Unternehmen aber neben den nicht dem Goodwill zuzuordnende auch noch separat aktivierte immaterielle Vermögenswerte.¹⁴

Das Problem, das sich aus der Zunahme der Bedeutung und dem Nutzen immaterieller Vermögenswerte ergeben hat ist, dass die Management-, Rechnungslegungs- und Controllinginstrumente mit dieser Entwicklung nicht Schritt gehalten haben. Somit stehen viele Manager vor einem Problem, wenn sie erklären müssen, wie sich der Wert ihres Unternehmens denn zusammensetzt, da über die Wirkungsweise zwischen Investitionen und Intangibles, und Intangibles und dem Unternehmenswert häufig Unkenntnis herrscht. Während bei

¹³ Vgl. Möller/Piwinger/Zerfaß, Immaterielle Vermögenswerte, 2009, S. 79

¹⁴ Vgl. Arbeitskreis „Immaterielle Werte im Rechnungswesen“ der Schmalenbach-Gesellschaft für Betriebswirtschaft e.V., Kategorisierung und bilanzielle Erfassung immaterieller Werte, 2001, S. 991

Unternehmen wie SAP oder McKinsey vor allem das Wissen der Mitarbeiter eine zentrale Stellung einnimmt, oder bei Coca-Cola und Nike vor allem der Markenwert, sind z.B. bei Facebook besonders die Netzwerkeffekte ausschlaggebend.¹⁵ Ein „erfolgreiches“ Management und auch eine angepasste Berichterstattung über die immateriellen Vermögenswerte sind daher wichtig, um sowohl intern als auch extern die Wirkungsweise zwischen Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und den Einfluss auf den Unternehmenswert zu verstehen und darüber zu informieren. Denn nur so kann man einen optimalen Nutzen daraus ziehen.

2.4. Einfluss auf die Berichterstattung

Göran Roos, Stephen Pike und Lisa Fernström von Intellectual Capital Services Ltd., einem Strategieberatungsunternehmen in London, beschreiben das Ziel einer Berichterstattung in *Péter Hórvath's* und *Klaus Möller's* „*Intangibles in der Unternehmenssteuerung*“ wie folgt:

„Disclosure should provide relevant, reliable and timely information to those who need to know it so that they can make decisions concerning their relations with the company. At the same time, the information released by the company must not lead to the compromise of sensitive strategic information that would give unfair advantages to others.“¹⁶

Aufgrund des Strukturwandels hin zu einer wachsenden Bedeutung des tertiären Sektors kommt den immateriellen Werten eine gestiegene Relevanz zu und stellt sowohl die interne als auch die externe Berichterstattung von Unternehmen vor neue Herausforderungen.¹⁷ Bereits 1999 wurden diese Probleme nach einer Studie von *Rylander, Jacobson und Roos* auf der „2nd World Conference on Intellectual Capital“ wie folgt definiert:

¹⁵ Vgl. Stoj, *Intangibles – Die unternehmerische Herausforderung des 21. Jahrhunderts*, 2003, S. 3 f

¹⁶ Göran Roos, Stephen Pike, Lisa Fernström, *Intellectual Capital Management, Measurement and Disclosure*, 2004, S.147

¹⁷ Vgl. Arbeitskreis „Immaterielle Werte im Rechnungswesen“ der Schmalenbach-Gesellschaft für Betriebswirtschaft e.V., *Freiwillige externe Berichterstattung über immaterielle Werte*, 2003, S. 1233

- Die asymmetrische Informationsverteilung nimmt zu, ebenso wie der Anteil des Unternehmenswertes, der von immateriellen Vermögenswerten abhängig ist.
- Langfristige Informationen, die speziell für die Strategie eines Unternehmens von Bedeutung sind, fehlen bei der Berichterstattung und sind besonders für externe Stakeholder, insbesondere Investoren, extrem wichtig.
- Eine standardisierte und vergleichbare Form der Berichterstattung von intellektuellem Kapital bleibt das Hauptproblem.
- Wertschöpfungsmodelle könnten zusätzliche Informationen bereitstellen um die gesetzlich verlangten traditionellen Berichterstattungen zu ergänzen.¹⁸

Um die Bilanzadressaten über den Stand und die Entwicklung von nicht bilanziell aktivierbaren immateriellen Vermögenswerten zu informieren, wurden Anfang der 1990er Jahre weltweit einige Projekte, die Berichterstattungen entwickelten, ins Leben gerufen. Das Ziel dabei war und ist, die Öffentlichkeit über die aktuelle und zukünftige Leistungsfähigkeit wertgenerierender Faktoren zu informieren, um den Marktwert eines Unternehmens zu steigern.¹⁹ Es gibt aber bis heute noch keinen internationalen Standard für die Berichterstattung dieser immateriellen Vermögenswerte.

Land	Forschungsprojekt
Kanada	Canadian Performance Reporting Initiative (CPRI / CICA)
UK	Centre for Exploration of Science and Technology (CEST)
	CIMA and Cranfield University – Understanding corporate value: managing and reporting intellectual capital
EU	PRISM Project
	E*Know-Net Project (MERITUM's successor)
	Intellectual Capital Statement – Made in Europe
	Wissensbilanz – Made in Germany
Nordische Länder	Nordic Industrial Fund – The Nordika Project, Frame
	Danish Guideline for Intellectual Capital Statements
USA	Intangible Research Project
	Ross Institute of Accounting Research, Stern School of New York – The Intangible Research Project

Tab. 1: Einige Forschungsprojekte zur Berichterstattung von Intellectual Capital²⁰

¹⁸ Vgl. Hörvath/Möller, Intangibles in der Unternehmenssteuerung, 2004, S.149

¹⁹ Vgl. Hörvath/Möller, Intangibles in der Unternehmenssteuerung, 2004, S.146

²⁰ Vgl. Hörvath/Möller, Intangibles in der Unternehmenssteuerung, 2004, S.150

Es haben jedoch einzelne Institutionen in verschiedenen Projekten dazu Richtlinien entworfen (vgl. Tab. 1). Auf diese Thematik und insbesondere auf die Entwicklung von traditionellen zu neuen Arten der Berichterstattung wird in Kapitel 5 dieser Arbeit genauer eingegangen.

3. Klassifizierung von immateriellen Vermögenswerten

3.1. Unterschiedliche Ansätze

Wie bereits bei der Definition, gibt es auch bei der Klassifizierung immaterieller Vermögenswerte weder national noch international eine einheitliche Darstellung. *Leif Edvinsson*, Mit-Initiator des **Skandia Navigators** (einer der ersten Ansätze zur systematischen Messung immaterieller Ressourcen), ebenso wie *Michael S. Malone*, teilte die immateriellen Vermögenswerte zunächst in **Humankapital** und **Strukturkapital** auf.²¹ Das Humankapital entspricht hierbei der Möglichkeit des Unternehmens durch verschiedene Maßnahmen, wie z.B. Aus- und Weiterbildungsinvestitionen, das Wissen, das in den Personen gebunden ist, für sich zu nutzen. Das Strukturkapital ist all das, was „im Büro bleibt, wenn die Mitarbeiter nach Hause gehen“ und lässt sich weiter in Kunden- und Organisationskapital aufteilen, das nochmals in Innovations- und Prozesskapital untergliedert wird.²²

Thomas A. Stewart, der den **IC Navigator** schuf, teilt die immateriellen Vermögenswerte in seinem Buch: „Intellectual Capital – The New Wealth of Organizations“ in **Human-, Struktur- und Kundenkapital** ein.²³ Das Kundenkapital beschreibt hierbei unter anderem, ebenso wie beim Beziehungskapital, die Beziehung zum Kunden.

Das von der EU finanzierte Projekt **MERITUM** (Measuring Intangibles to Understand and Improve Innovation Management) klassifizierte immaterielle Vermögenswerte 1999 in **Humankapital, Kunden, Technologie und Prozesse**,

²¹ Vgl. Edvinsson/Malone, *Intellectual Capital*, 1997, S. 52

²² Vgl. Möller/Piwinger/Zerfaß, *Immaterielle Vermögenswerte*, 2009, S. 217

²³ Vgl. Stewart, *Intellectual Capital*, 1997, S. 79 ff

ähnlich wie nach den Danish Guidelines.²⁴ Bereits 2002 gliederten sie sich aber der Mehrheit an und kategorisierten in **Human-, Struktur- und Beziehungskapital**.²⁵

Verschiedene Studien von Mitgliedern der **IFAC** (International Federation of Accountants), wie z.B. der **ICAS** (The Institute of Chartered Accountants of Scotland) klassifizieren das intellektuelle Kapital in **Humankapital, Strukturkapital und Beziehungskapital**.²⁶

Ähnlich wie Stewart kategorisiert das **InCaS** (Intellectual Capital Statement) Consortium, in ihrer European ICS Guideline, in **Human-, Struktur- und Beziehungskapital**.²⁷

Robert S. Kaplan und *David P. Norton*, die maßgeblich an der Entwicklung der **Balanced Scorecard** beteiligt waren, fokussieren neben dem **Humankapital** auch auf das **Informations- und Organisationskapital**.²⁸

Einen anderen Ansatz hingegen liefern sowohl *Roman Stoi* als auch *Karl-Erik Sveiby*, der den **Intangible Assets Monitor** entwickelte. Sie teilen das intellektuelle Kapital vor allem in **externes und internes Kapital**, wobei Sveiby zusätzlich in die Kategorie **Mitarbeiterkompetenz** einteilte. Als extern bezeichnet Stoi das Kapital, das „kein Eigentum des Unternehmens“ ist und als intern das Kapital, das „Eigentum des Unternehmens“ ist. Somit zählt das Humankapital, Kundenkapital und Partner-/ Allianzkapital als extern, da ein Unternehmen an seinen Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartnern und dem damit verbundenen intellektuellen Kapital kein Eigentum erwerben kann. Demzufolge ist ein Unternehmen nur im Besitz seines Strukturkapitals, das sich weiter in Imagekapital und Organisationskapital aufteilen lässt.²⁹

Eine einstufige und breitere Kategorisierung der immateriellen Werte schuf der Arbeitskreis „Immaterielle Werte im Rechnungswesen“ der Schmalenbach-Gesellschaft für Betriebswirtschaft e.V., indem er sieben Kategorien definierte.

²⁴ Vgl. MERITUM, Preliminary results, 1999, S. 11

²⁵ Vgl. MERITUM, Guidelines for managing and reporting on intangibles, 2002, S. 13

²⁶ Vgl. Mangena/Pike/Li, Intellectual Capital Disclosure Practices and Effects on the Cost of Equity Capital: UK Evidence, 2010, S. VII

²⁷ Vgl. European ICS Guideline, 2009, S. 7

²⁸ Vgl. Möller/Piwinger/Zerfaß, Immaterielle Vermögenswerte, 2009, S. 217

²⁹ Vgl. Hörvath/Möller, Intangibles in der Unternehmenssteuerung, 2004, S. 190

Humankapital, Kundenkapital, Lieferantenkapital, Investorkapital, Prozesskapital, Standortkapital und Innovationskapital.³⁰

Humankapital	Strukturkapital						<i>Edvinsson / Malone</i>	
	Kundenkapital	Organisationskapital						
		Innovationskapital	Prozesskapital					
Humankapital	Strukturkapital	Kundenkapital					<i>Stewart</i>	
Humankapital	Kunden	Technologie	Prozesse					<i>MERITUM 1999</i>
Humankapital	Strukturkapital	Beziehungskapital					<i>MERITUM 2002</i>	
Humankapital	Strukturkapital	Beziehungskapital					<i>ICAS</i>	
Humankapital	Strukturkapital	Beziehungskapital					<i>InCaS</i>	
Humankapital	Strukturkapital	Organisationskapital					<i>Kaplan / Norton</i>	
Mitarbeiter-kompetenz	internes Kapital		externes Kapital				<i>Stoi / Sveiby</i>	
	Strukturkapital		Humankapital	Kundenkapita	Allianz-/ Partnerkapital			
	Imagekapital	Organisationskapital						
Human-kapital	Kunden-kapital	Lieferanten-kapital	Investor-kapital	Prozess-kapital	Standort-kapital	Innovations-kapital	<i>Arbeitskreis „Immaterielle Werte im Rechnungswesen“</i>	

Abb. 2: Übersicht der Klassifizierung nach Autoren geordnet³¹

Wie man in der Abbildung 2 erkennen kann, basieren die meisten Kategorisierungen der immateriellen Vermögenswerte auf Human-, Struktur- und Beziehungskapital, gleichwohl sie manchmal weitere Unterkategorien oder abgewandelte Namen beinhalten. Denn die Priorität der einzelnen Unterteilungen, sowie die Hinzufügung oder der Ausschluss einzelner Kategorien, hängt vom Autor ab und welche Ziele er damit verfolgt. Da sich diese über die Zeit hinweg

³⁰ Vgl. Hörvath/Möller, Intangibles in der Unternehmenssteuerung, 2004, S. 226

³¹ Eigene Darstellung

verändern, unterliegt auch die Kategorisierung der immateriellen Vermögenswerte dem Wandel der Zeit.

Da die Unterteilung in **Human-, Struktur- und Beziehungskapital** zum Verständnis eine hohe Relevanz besitzt, werden diese Kategorisierungen im Folgenden näher betrachtet.

3.2. Humankapital

Das Humankapital wird oft als das Kapital bezeichnet, das Mitarbeiter mitnehmen, wenn sie das Unternehmen verlassen. Es beinhaltet das Wissen, die Fähigkeiten und Qualifikationen, die Erfahrungen und das Talent von den Mitarbeitern in einem Unternehmen. Manches davon liegt in der Einzigartigkeit einer Person, manches davon ist weiter verbreitet und bei vielen vorhanden.³² Beispiele dafür sind die **Innovationsfähigkeit, Kreativität, Toleranz, Motivation, Lernfähigkeit, Erfahrungsschatz oder Grad der Ausbildung der Mitarbeiter**. Dieses implizite, noch unentwickelte Wissen kann in explizites, deutliches Wissen umgewandelt werden, wie z.B. in ein neuartiges, revolutionäres Produktionsverfahren. Dadurch wird Humankapital in Strukturkapital umgewandelt, was somit zum Eigentum des Unternehmens wird. Das Humankapital ist deshalb von entscheidender Bedeutung, da es die Quelle für Innovation und strategische Neuerungen ist.³³ Wenn es also für ein Unternehmen zur Wertgenerierung durch Innovationen geht, spielt das Humankapital eine bedeutende Rolle, denn „Money talks, but does not think; machines perform, often better than any human being can, but do not invent“.³⁴

3.3. Strukturkapital

Das Strukturkapital wird im Gegensatz zum Human- und Beziehungskapital oft als das Wissen beschrieben, das am Ende eines Arbeitstages im Unternehmen

³² Vgl. Hörvath/Möller, Intangibles in der Unternehmenssteuerung, 2004, S. 103

³³ Vgl. Hörvath/Möller, Intangibles in der Unternehmenssteuerung, 2004, S. 475

³⁴ Stewart, Intellectual Capital, 1997, S.86

bleibt. Strukturkapital ist das interne Kapital, wie z.B. **Patente, Geschäfts- oder Produktionsprozesse, interne Kommunikationsinstrumente, Computersysteme, sowie die Atmosphäre und die Unternehmenskultur.**³⁵ Durch Strukturkapital kann externes Kapital, wie z.B. das Wissen, das in einer einzelnen Person verankert ist, in internes Kapital umgewandelt werden, das nun auch im Besitz des Unternehmens ist. Das Strukturkapital wird also von Humankapital aufgebaut; wie umfangreich, bzw. welche Qualität das Strukturkapital jedoch besitzt, hängt wiederum vom Humankapital ab. Ziel ist es, vor allem das Humankapital der einzelnen Mitarbeiter mit den strukturierten, leicht zugänglichen und intelligenten Arbeitsprozessen produktiver zu machen.³⁶ Denn auch „die Klügsten der Welt benötigen ein System, das die Früchte ihres Gedankenguts vereint, anhäuft, weiterentwickelt oder weiterverbreitet.“³⁷ Das „insourcing“, bzw. die Integration von externen Kompetenzen in die interne Unternehmensstruktur führt dazu, dass das intellektuelle Kapital dauerhaft gesteigert werden kann; auch wenn z.B. Mitarbeiter das Unternehmen verlassen oder Kunden- und Lieferantenbeziehungen abbrechen.

3.4. Beziehungskapital

Das Beziehungskapital eines Unternehmens gehört wie das Humankapital zum externen Kapital und basiert auf dem Netzwerk sozialer Beziehungen, das ein Unternehmen bei der Leistungserbringung unterstützt.³⁸ Es bildet quasi die externe Struktur eines Unternehmens. Beispiele dafür sind **Kunden- und Lieferantenbeziehungen, Partnerschaften, Kooperationen** oder auch die **Beziehung zu anderen Stakeholdern wie Anteilseignern**. Diese Beziehungen bestimmen das Bild, das der Markt von dem Unternehmen hat und dadurch auch den Wert des Beziehungskapitals. Dazu, welche Beziehungen einen Einfluss auf das Image des Unternehmens haben, gibt es von den Experten jedoch unterschiedliche Meinungen. *Edvinsson* und *Malone* legen ihren Fokus vor allem auf aktuelle und potenzielle Kunden und deren Bedürfnisse, während *Roos* und

³⁵ Vgl. Hörvath/Möller, Intangibles in der Unternehmenssteuerung, 2004, S.475

³⁶ Vgl. Dillerup/Göttert/Gedeon, Wissensbilanz und Controlling von Strukturkapital, 2005, S. 59

³⁷ Stewart, Der vierte Produktionsfaktor, 1998, S.114

³⁸ Vgl. Dillerup/Göttert/Gedeon, Wissensbilanz und Controlling von Strukturkapital, 2005, S. 59

Wexler die Beziehungen zu Lieferanten, Subunternehmern, Wettbewerbern, Partnern und das gegenseitig entwickelte Vertrauen zu anderen Marktteilnehmern mit einbeziehen. *Sveiby* und *Itami* betrachten zudem den Einfluss, den ein Unternehmen über seine Lieferanten und Verkaufskanäle auf die Endkunden hat, bzw. die Beziehung zwischen Kunden und Lieferanten.³⁹

4. Bewertungsmöglichkeiten des immateriellen Vermögens

4.1. Grund der Bewertung und Übersicht der Möglichkeiten

Um ein Unternehmen optimal steuern zu können, bedarf es neben der Klarheit über die Ausstattung von materiellem und finanziellem Vermögen auch der **Übersicht über den Anteil immaterieller Vermögenswerte**. Dazu müssen die immateriellen Vermögenswerte jedoch bewertet werden, d.h., sie sollten nach einem zuvor festgelegten Bewertungsschema quantifiziert werden und ggf. mit einer Vergleichsgröße in Relation gesetzt werden. Denn nur, wenn sich die Ausprägung des Wertes bestimmen lässt, kann ein eventuell vordefinierter Zielerreichungsgrad überprüft werden und ggf. Maßnahmen zur Verbesserung vorgenommen werden.⁴⁰

Um bei **Unternehmenskäufen und Unternehmenszusammenschlüssen** (Mergers & Acquisitions) den wahren Wert des Kauf-, bzw. Übernahmeobjektes bestimmen zu können, ist es erforderlich, die immateriellen Vermögenswerte zu bewerten. Denn somit hat der Käufer oder das übernehmende Unternehmen eine Ausgangsbasis für spätere eventuell notwendige Abschreibungen.⁴¹

Im Mittelpunkt der **wertorientierten Unternehmensführung** (Value Based Management) steht die Steigerung des Unternehmenswertes. Da Markt- und Buchwert eines Unternehmens in der Regel eine Differenz aufweisen, müssen somit auch die immateriellen Vermögenswerte einer Bewertung unterzogen

³⁹ Vgl. Solitander, *When Sharing becomes a Liability*, 2011, S. 14

⁴⁰ Vgl. Möller/Piwinger/Zerfaß, *Immaterielle Vermögenswerte*, 2009, S. 13 ff

⁴¹ Vgl. Sveiby, *Methods for Measuring Intangible Assets*, 2010, S. 2 ff

werden, damit sich die Zusammensetzung des Unternehmenswertes möglichst exakt bestimmen lässt.

Auch im Rahmen von **Finanzierungsentscheidungen** spielen immaterielle Vermögenswerte eine wichtige Rolle. Denn der Wert des immateriellen Vermögens hat Auswirkungen auf die Beurteilung des Risikos, das mit der Finanzierungsentscheidung zusammenhängt. Dies hat letztlich Einfluss auf die Höhe der Zinsen und wirkt sich somit auf die Kapitalkosten des Unternehmens aus. Dadurch ist eine Möglichkeit zur Bewertung des immateriellen Vermögens äußerst wichtig.⁴²

Mit der Bewertung immaterieller Vermögenswerte kann sowohl internes als auch externes **Benchmarking** betrieben werden, da man die Ausprägung der Vermögensbestandteile zwischen den verschiedenen Einheiten aufgrund der Bewertung miteinander vergleichen kann.

Die verfügbaren Schemata, um immaterielle Vermögenswerte zu bewerten, unterteilen sich in **monetäre und nicht-monetäre Konzepte** und ob die immateriellen Vermögenswerte dabei **einzel**n oder **gesamt** bewertet werden (siehe Abb. 3). Die monetären Konzepte, die einzeln bewerten, sind die **Direct-Intellectual-Capital-Methoden**, während **Marktkapitalisierungs-Methoden** oder **Return-on-Assets-Methoden** gesamt bewerten. Alle monetären Methoden ermitteln einen z.B. in Euro quantifizierbaren Wert. Die nicht-monetären Ansätze, wie die **Scorecard-Methoden** hingegen, bewerten einzeln und bilden die Ausprägung von immateriellem Vermögen mittels Indikatoren ab.⁴³

Die Konzepte lassen sich grundlegend in die vier bereits genannten Kategorien (Scorecard-Methoden, Direct-Intellectual-Capital-Methoden, Marktkapitalisierungs-Methoden und Return-on-Assets-Methoden) einteilen. Im Folgenden werden die Methoden genauer erklärt und ausgewählte Konzepte, die für diese Arbeit Relevanz besitzen, detaillierter betrachtet.

⁴² Vgl. Möller/Piwinger/Zerfaß, Immaterielle Vermögenswerte, 2009, S. 14

⁴³ Vgl. Möller/Piwinger/Zerfaß, Immaterielle Vermögenswerte, 2009, S. 18

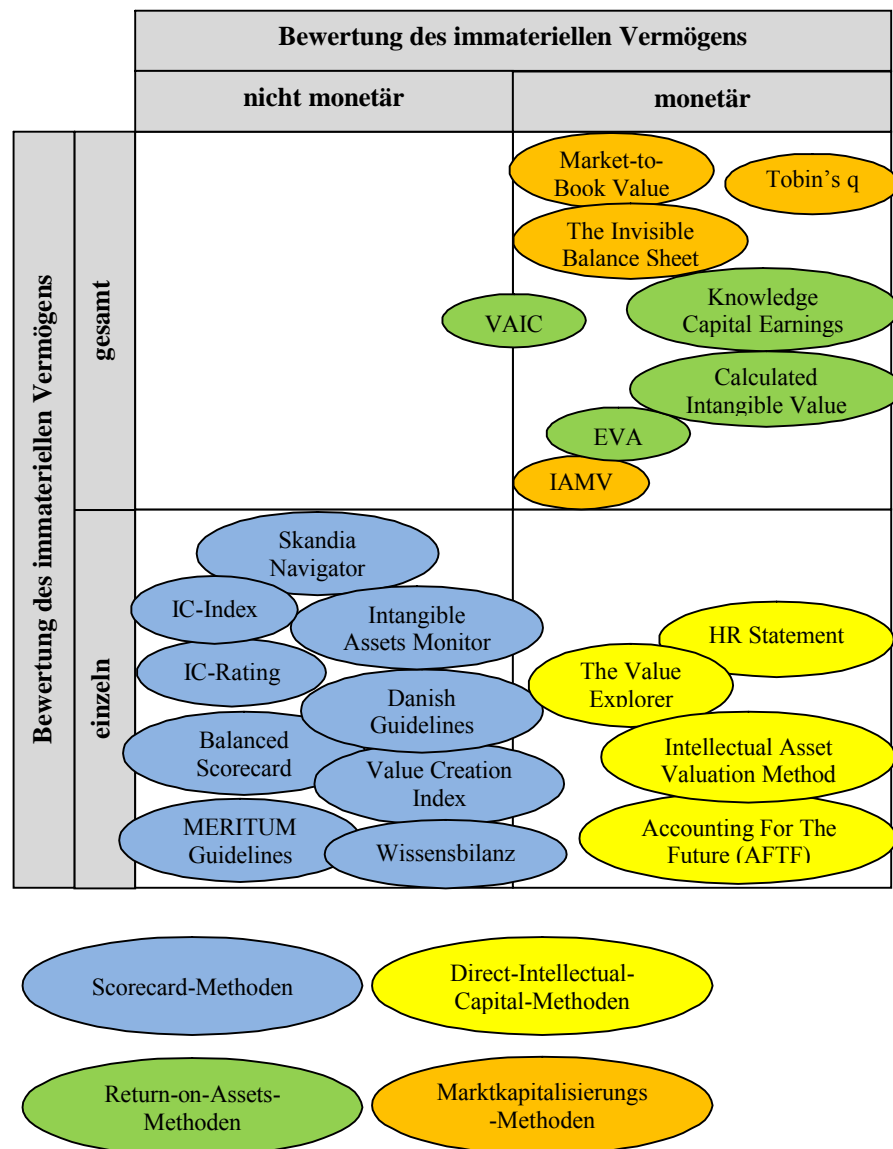


Abb. 3: Ansätze zur Steuerung immaterieller Vermögenswerte⁴⁴

4.2. Konzepte zur Bewertung

4.2.1. Direct-Intellectual-Capital-Methoden

Bei den Direct-Intellectual-Capital-Methoden (DIC-Methoden) werden die Bestandteile des immateriellen Vermögens **einzel**n identifiziert und bewertet. In Summe erhält man einen **monetären Wert** des gesamten immateriellen Kapitals des Unternehmens. Beispiele dafür sind die „**Intellectual Asset Valuation**

⁴⁴ Eigene Darstellung in Anlehnung an Sveiby 2007

Method“ nach *Patrick H. Sullivan*, „**Accounting For The Future (AFTF)**“ von *Humphrey Nash*, „**HR-Statement**“ von *Guy Ahonen* oder „**The Value Explorer**“ nach *Daniel Andriessen* und *René Tissen*, was im Folgenden genauer beschrieben wird.⁴⁵

The Value Explorer:

Der Value Explorer gehört zu den DIC-Methoden um immaterielle Ressourcen zu erkennen und finanziell zu bewerten. Entwickelt wurde diese Methode von der 1997 gegründeten Tochterfirma KAS (Knowledge Advisory Services) der niederländischen KPMG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. 1998 nahm KAS an einem vom dänischen Wirtschaftsministerium initiierten Pilotprojekt teil, wodurch der Value Explorer bei sechs Klienten von KAS angewandt wurde. Das ganze Konzept, inklusive Handlungsempfehlung und Berichterstattung für den Klienten, gliedert sich in fünf Schritte.⁴⁶

Zuerst wird eine Liste über die **Kernkompetenzen** und der daran beteiligten immateriellen Vermögenswerte des Unternehmens erstellt, um die unternehmensspezifischen Stärken messen zu können. Dabei ist es bei der oft großen Anzahl immaterieller Vermögenswerte wichtig, diejenigen herauszufiltern, die für das Unternehmen am relevantesten sind. Es geht beim Value Explorer nicht nur darum, den wirtschaftlichen Wert eines Unternehmens herauszufinden, sondern gerade diese immateriellen Werte herauszufiltern, die dem Unternehmen einen zusätzlichen Wert verschaffen können. Denn gerade diese immateriellen Vermögenswerte spielen für den künftigen Erfolg des Unternehmens eine strategisch wichtige Rolle. Jedoch sollten sie nicht einzeln betrachtet werden, da sie nur in Verbindung mit anderen immateriellen Werten Synergien erzeugen können. Um also die immateriellen Werte herauszufinden, die die Kernkompetenz des Unternehmens ausmachen und somit für den langfristigen Wohlstand des Unternehmens eine wichtige Rolle spielen, muss man verschiedene Arten von intellektuellem Kapital in Kombination betrachten. Z.B. lassen sich die Fähigkeiten der Mitarbeiter (Humankapital) nur mittels Produktionsprozessen,

⁴⁵ Vgl. Sveiby, *Methods for Measuring Intangible Assets*, 2010

⁴⁶ Vgl. Andriessen, *Implementing the KPMG Value Explorer*, 2005, S.6 f

einer entsprechenden Unternehmenskultur (Strukturkapital) und einer guten Beziehung zu Geldgebern und Kunden (Beziehungskapital) in Wert umwandeln.⁴⁷

Im zweiten Schritt wird jede ermittelte Kernkompetenz darauf untersucht, welchen Beitrag sie zur Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens leisten kann. Da die Vorteile, die diese Kompetenzen mit sich bringen, nicht in allen Bereichen gleich groß sind und variieren können, ist es für das Management wichtig, die Stärken und Schwächen, bzw. die größeren und kleineren Vorteile der Kompetenzen ermitteln zu können. Dazu wird jede Kernkompetenz **fünf verschiedenen Tests**, die mittels einer jeweiligen Checkliste durchgeführt werden, unterzogen:

- Der „test for value added“ bezieht sich auf den Wert, den die jeweilige Kompetenz für den Kunden hat.
- Der „test for competitiveness“ fokussiert auf die Wettbewerbsfähigkeit,
- der „test for potential“ ermittelt das zukünftige Potential der jeweiligen Kompetenz,
- der „test for sustainability“ bezieht sich auf die Nachhaltigkeit und
- der „test for robustness“ soll Aufschluss über die Robustheit der jeweiligen Kernkompetenz geben.⁴⁸

Im dritten Schritt wird das ermittelte intellektuelle Kapital nun **monetär bewertet**. Weit verbreitet sind drei Möglichkeiten: der Kostenansatz, der Marktansatz oder der Ertragsansatz, von denen jeder seine Stärken und Schwächen hat. Der Value Explorer nutzt den Ertragsansatz, der auf dem Erwartungsprinzip basiert. Zunächst wird der erwartete Ertrag des Unternehmens bestimmt. Dann wird der Anteil bestimmt, den das ermittelte intellektuelle Kapital am Gesamtertrag hat. Natürlich werden dabei die anderen Kapitalarten (finanzielle und materielle Vermögenswerte), die ebenso einen Teil des Gesamtertrags erwirtschaften, berücksichtigt. Mit einem Diskontsatz wird der gegenwärtige Wert (Barwert) der Erträge durch das intellektuelle Kapital berechnet, was dem Wert des intellektuellen Kapitals entspricht.

⁴⁷ Vgl. Andriessen, Implementing the KPMG Value Explorer, 2005, S.7

⁴⁸ Vgl. Andriessen/Tissen, Weightless Wealth, 2000, S. 172 ff

Im vierten und fünften Schritt wird eine **Managementagenda** auf Basis der Ergebnisse erstellt, Empfehlungen ausgesprochen, wie der Wert des intellektuellen Kapitals verbessert werden kann und ein **Report** erstellt.

Der Value Explorer bietet seinem Nutzer einen monetären Wert als Ergebnis, was im externen Reporting seine Wirkung zeigen kann, indem Stakeholdern ein monetärer Beweis für Kernkompetenzen und versteckte Vermögenswerte dargelegt wird. Intern kann es dem Management zur Verbesserung der strategischen Entwicklung des Unternehmens beitragen, indem die Kompetenzen und der Werte der dahinter steckt, aufgezeigt wird. Zudem bietet der Value Explorer dem Management eine konkrete Agenda an.⁴⁹ Doch obwohl das Konzept des Value Explorers einen schlüssigen Eindruck macht, hat sich die Methode nicht etabliert und war nach der Auflösung des KAS im Jahr 2003 nicht mehr in Gebrauch.

Allgemein stoßen die direkten Bewertungsverfahren in der Realität schnell an ihre Grenzen, da eine objektive Wertermittlung, wie z.B. der Kundenbeziehung oder der Managementqualität kaum durchführbar ist.⁵⁰

4.2.2. Marktkapitalisierungs-Methoden

Die Marktkapitalisierungs-Methoden gehören wie die Direct-Intellectual-Capital-Methoden zu den **monetären Bewertungsmodellen**; jedoch wird das immaterielle Vermögen nicht einzeln, sondern in seiner **Gesamtheit** identifiziert und bewertet. Dazu wird die Differenz zwischen Marktkapitalisierung und Buchwert, bzw. dem Eigenkapital der Anteilseigner als monetärer Wert des intellektuellen Kapitals interpretiert. Ansätze sind hierbei „**Market-to-Book Value (Marktwert-Buchwert-Relation)**“, „**Tobin's q**“ von *James Tobin*, „**Investor Assigned Market Value (IAMV)**“ nach *Ken Stanfield* oder „**The Invisible Balance Sheet**“ von *Karl-Erik Sveiby*, wovon die gängigsten im Folgenden genauer erläutert werden.⁵¹

⁴⁹ Vgl. Andriessen, Implementing the KPMG Value Explorer, 2005, S.7 f

⁵⁰ Vgl. Hörvath/Möller, Intangibles in der Unternehmenssteuerung, 2004, S. 195

⁵¹ Vgl. Möller/Piwinger/Zerfuß, Immaterielle Vermögenswerte, 2009, S. 18

Market-to-Book Value (Marktwert-Buchwert-Relation):

Der Wert des gesamten immateriellen Vermögens wird durch die Differenz zwischen dem Buchwert und Marktwert bestimmt. Der Buchwert ergibt sich aus dem Bilanzwert, der nach Abzügen, Zu- oder Abschreibungen entsprechend den Bewertungsvorschriften übrig bleibt. Der Marktwert wird hingegen durch den Aktienmarkt (Preis pro Aktie x Anzahl der Aktien) bestimmt.⁵²

Marktwert
– Buchwert
<hr/>
= Intellektuelles Kapital

Dieses Verfahren ist zwar aufgrund der einfachen Anwendung sehr beliebt, birgt aber auch große Risiken. So wird z.B. davon ausgegangen, dass die Differenz zwischen Buchwert und Marktwert automatisch intellektuelles Kapital ist. Es gibt aber eine Vielzahl von Faktoren, die sowohl den Markt-, als auch den Buchwert beeinflussen, die mit immateriellem Vermögen oder intellektuellem Kapital nichts gemein haben. Z.B. können bei Investitionen die Abschreibungen nicht immer proportional zur Abnutzung stehen, wodurch der Buchwert beeinflusst wird.

Allgemein kann der Buchwert durch Ansatz- und Bewertungswahlrechte beeinflusst werden. Wenn ein Unternehmen z.B. seine Schulden erhöht, verringert sich der Buchwert. Die Differenz zwischen Markt- und Buchwert (vorausgesetzt, der Marktwert übersteigt den Buchwert) wird jedoch größer, was aber nicht auf eine Erhöhung des immateriellen Vermögens zurückzuführen ist. Beim Marktwert ist es ähnlich. Spekulationen an der Börse oder konjunkturelle Einflüsse können den Marktwert beeinflussen, ohne dass es einen Zusammenhang mit dem intellektuellen Kapital gibt.⁵³ Ebenso wäre es wohl kaum zu erklären, dass ein Unternehmen, dessen Marktwert unter dem Buchwert liegt, „negatives intellektuelles Kapital“ besitzt.⁵⁴ Hinzu kommt, dass nicht jedes Unternehmen an der Börse notiert ist und die Ermittlung des Marktwertes somit auf diese Weise nicht durchgeführt werden kann.

⁵² Vgl. Bilanzbuchhalter- und Controllerclub Steiermark, Immaterielle Vermögenswerte, 2003, S. 7

⁵³ Vgl. North/Probst/Romhardt, Wissen messen – Ansätze, Erfahrungen und kritische Fragen, 1998, S. 160

⁵⁴ Vgl. Controller Akademie, Das Intellektuelle Kapital im Unternehmen, 2005, S. 4

Anhand dieser Beispiele wird deutlich, dass dieser Indikator nur eine sehr geringe Aussagekraft besitzt und für die Messung und Bewertung von einer so komplexen Ressource wie intellektuelles Kapital nicht sehr geeignet ist.

Tobin's q:

Die Tobin's q Methode wurde 1963 vom Nobelpreisträger und Wirtschaftswissenschaftler *James Tobin* zur Bewertung von Investitionsentscheidungen entwickelt. Dabei wird der Marktwert eines Vermögensgegenstandes mit dessen Wiederbeschaffungskosten in Relation gesetzt. In diesem Fall, zur Bewertung des gesamten immateriellen Vermögens eines Unternehmens, ist das q eine Kennzahl, bzw. der Quotient aus dem Marktwert eines Unternehmens und dessen Wiederbeschaffungs- oder Reproduktionskosten.⁵⁵

$$q = \frac{\text{Marktwert des Unternehmens}}{\text{Wiederbeschaffungskosten}}$$

Der Quotient kann somit Hinweise auf versteckte Vermögenswerte eines Unternehmens geben. *Alan Greenspan*, der bis 2006 Vorsitzender der US-Notenbank war hat beobachtet, dass ein hohes q die Investition in Technologien und Humankapital widerspiegelt. Dadurch wird das q (größer als 1) zu einem Messwert für etwas Einzigartiges, was andere Unternehmen nicht aufweisen können.⁵⁶

Wenn der Quotient $q > 1$ ist, bedeutet dies, dass der Marktwert den Wiederbeschaffungswert übersteigt. Dies kann so interpretiert werden, dass der Markt bereit ist, mehr für einen Unternehmensanteil zu bezahlen, als er in der Wiederbeschaffung kosten würde. Ein Käufer oder Investor tut dies natürlich nur dann, wenn er das „Gefühl“ hat, dass er hohe Rückflüsse erwarten kann. Und dieses „Gefühl“ orientiert sich an Fakten, wie z.B. Image, Know-How, Anzahl der

⁵⁵ Vgl. Bilanzbuchhalter- und Controllerclub Steiermark, Immaterielle Vermögenswerte, 2003, S. 7

⁵⁶ Vgl. Neumann, Wissensmanagement und Change, 2000, S. 54

Patente, Qualität der Produkte, Entwicklung des Unternehmens in der Vergangenheit, Zufriedenheit der Mitarbeiter, Unternehmenskultur, Wettbewerbsvorteile, u.v.m. All dies weist darauf hin, dass das Unternehmen sein immaterielles Vermögen gut einsetzt und nutzt, und dass es eine gute Berichterstattung darüber gibt.

Wenn der Quotient $q = 1$ ist bedeutet dies, dass der Marktwert des Unternehmens gleich den Reproduktionskosten ist. Das Unternehmen ist also nicht mehr wert, als das, was bilanziell festgestellt werden kann. Investoren können darin also nicht mehr Wert erkennen, als die materiellen und finanziellen Vermögensgegenstände aufweisen; somit auch kein intellektuelles Kapital. Dies spricht eher für eine negative Zukunftsfähigkeit des Unternehmens.

Wenn der Quotient $q < 1$ ist, dann übersteigen die Wiederbeschaffungskosten den Marktwert des Unternehmens. Das kann Hinweis darauf geben, dass die Technologie, die Prozesse oder schlicht das gesamte Produkt eines Unternehmens überholt ist und daraus Ertragsschwächen resultieren. Dadurch ist es für Investoren uninteressant zu investieren, weil sie woanders höhere Verzinsungen, bzw. Rückflüsse erwarten, was natürlich den Marktwert senkt. Für das Unternehmen selbst bedeutet dies, dass es entweder kaum immaterielle Werte besitzt und auch nicht darin investiert, oder dass es ein Defizit in der Nutzung und Berichterstattung gibt.⁵⁷

Die Interpretation des q als Maßzahl für intellektuelles Kapital oder Wissen im Unternehmen basiert auf zwei unterschiedlichen Annahmen. Zum ersten, dass der Markt das Unternehmen inklusive seiner immateriellen Vermögenswerte korrekt bewertet und mittels Börsenkurs eine vollständige Bewertung liefert. Und zum zweiten, dass die höheren Profite, die ein Unternehmen gegenüber seinen Mitbewerbern erzielen kann, auf verstecktem Wissen oder intellektuellem Kapital basieren.⁵⁸

Die Kennzahl des Tobin's q ist nur dann hilfreich, wenn man verschiedene Unternehmen über einen gewissen Zeitraum damit vergleicht. Denn diese Methode kann nur einen Vergleichswert ermitteln, über diesen man dann

⁵⁷ Vgl. Neumann, Wissensmanagement und Change, 2000, S. 56

⁵⁸ Vgl. Bilanzbuchhalter- und Controllerclub Steiermark, Immaterielle Vermögenswerte, 2003, S. 7

Rückschlüsse ziehen kann. Vorteilhaft an dieser Methode ist die einfache Berechnung, und dass das Problem unterschiedlicher Abschreibungsraten umgangen wird.

Ein Nachteil aller Marktkapitalisierungsverfahren ist, dass sie keine tiefgehenden Informationen liefern, da sie keinen Aufschluss über die Ursachen und Zusammenhänge der immateriellen Wertschöpfung beinhalten. Daher sind sie nur beschränkt zur oberflächlichen Beurteilung von intellektuellem Kapital nützlich.⁵⁹

4.2.3. Return-on-Assets-Methoden

Die Return-on-Assets-Methoden stellen wie die Marktkapitalisierungs-Methoden den Wert des immateriellen Vermögens mit einer **monetären Größe** und in seiner **Gesamtheit** dar. Dabei wird zunächst die Gesamtkapitalrendite des Unternehmens mit dem Durchschnitt der Rentabilität der Branche verglichen. Die Differenz, die sich daraus ergibt, wird dann mit dem durchschnittlichen materiellen Vermögen des Unternehmens multipliziert, um das Jahresdurchschnittseinkommen der immateriellen Vermögenswerte zu berechnen. Durch Division mit den durchschnittlichen Kapitalkosten des Unternehmens erhält man eine Schätzung über den Wert der immateriellen Vermögenswerte.⁶⁰ Bekannte Ansätze hierbei sind der „**Economic Value Added (EVA)**“ nach *Joel Stern* und *Thomas Stewart*, der „**Value Added Intellectual Coefficient (VAIC)**“ von *Ante Pulic*, der „**Calculated Intangible Value (CIV)**“ von NCI Research und der Kellogg School of Business und *Thomas Stewart* oder der „**Knowledge Capital Earnings**“ von *Baruch Lev*, von denen wie zuvor die bekanntesten, bzw. relevantesten genauer erläutert werden.

Economic Value Added (EVA):

Das Konzept des EVA wurde in den 1990er Jahren von der Unternehmensberatung Stern Stewart & Co entwickelt und ist eine Kennzahl, die

⁵⁹ Vgl. Neumann, Wissensmanagement und Change, 2000, S. 57

⁶⁰ Vgl. Hörvath, Möller, Intangibles in der Unternehmenssteuerung, 2004, S. 196

als Indikator für die Produktivität eines Unternehmens dienen soll. Der EVA stellt den Differenzbetrag zwischen dem Geschäfts- bzw. Periodenergebnis und dem dafür aufgewendeten Vermögen dar.⁶¹

$$\text{EVA} = \text{NOPAT} - \text{aufgewendetes Vermögen} \times \text{WACC}$$

NOPAT: Net Operating Profit After Tax (Ergebnis vor Zinsen und nach Steuern)

WACC: Weighted Average Cost of Capital (durchschnittlicher Kapitalkostensatz)

Mit dem EVA Ansatz lässt sich darstellen, welche Strategien und Investitionen wertsteigernd sind und welche Verluste erwirtschaftet werden, und er gibt Aufschluss über die tatsächliche Performance des Unternehmens. Denn wertsteigernd sind jeweils die Strategien, deren Rendite höher ist als die Kosten des investierten Kapitals. Dies beinhaltet indirekt natürlich auch die Investitionen in immaterielle Vermögenswerte. Somit kann überprüft werden, inwieweit eine Investition in immaterielle Vermögenswerte zur Wertsteigerung des Unternehmens beiträgt.

Die Schwächen des EVA Ansatzes sind zum einen, dass durch eine Erhöhung des NOPAT oder eine Reduzierung des investierten Vermögens oder des Kapitalkostensatzes der EVA erhöht wird, ohne dass immaterielle Vermögenswerte daran beteiligt sind. Zum anderen werden zur Berechnung des EVA bereits gesicherte Daten aus der Vergangenheit verwendet und keine prognostizierten Werte. Dies mag vielleicht auch seinen Vorteil haben, jedoch sind für die Bewertung des Wissenskapitals auch zukünftige Aussagen von Bedeutung.⁶²

Calculated Intangible Value (CIV):

Das Calculated Intangible Value Konzept wurde von dem Unternehmen "NCI Research" in Zusammenarbeit mit der „Kellogg School of Business“ an der Northwestern University entwickelt. Beim CIV handelt es sich um eine Kennzahl,

⁶¹ Vgl. Stern Stewart & Co, Intellektuelles Eigentum, 2011

⁶² Vgl. Fischer, Economic Value Added (EVA), 1999

die zur besseren Beurteilung eines Unternehmens dienen soll. Die Methode basiert auf einem Verfahren, das ursprünglich zur Ermittlung des Markenwertes aufgebaut wurde. Wenn man bei der Bewertung von Marken davon ausgeht, dass vergleichbare Produkte allein durch ihre Marke einen höheren Preis erzielen können, so geht man beim CIV davon aus, dass Unternehmen, die ihre organisationale Wissensbasis⁶³ besser entwickeln und nutzen, eine höhere Eigenkapitalrendite erzielen können, als vergleichbare andere Unternehmen, die eine weniger entwickelte organisationale Wissensbasis besitzen oder sie nicht so gut nutzen.⁶⁴ Um den CIV in sieben Schritten berechnen zu können, müssen folgende Faktoren ermittelt werden:

1. Der **durchschnittliche Gewinn vor Steuern** während einer Periode der letzten drei Jahre wird berechnet.
2. Der **durchschnittliche Wert des Anlagevermögens** während einer Periode der letzten drei Jahre wird berechnet.
3. Die **Gesamtkapitalrendite (ROA) des Unternehmens** wird berechnet.
4. Die **durchschnittliche Gesamtkapitalrendite der Branche** der letzten drei Jahre wird berechnet. Diese wird dann mit der in Schritt drei ermittelten Gesamtkapitalrendite des Unternehmens verglichen. Um den CIV berechnen zu können, muss die Gesamtkapitalrendite des Unternehmens über der des Branchendurchschnitts liegen.
5. Der **zusätzliche Ertrag**, um den die Unternehmenseinnahmen die durchschnittlichen Brancheneinnahmen übersteigen, wird berechnet. Dazu wird die aus Schritt vier ermittelte durchschnittliche Gesamtkapitalrentabilität der Branche mit dem durchschnittlichen Wert des Anlagevermögens aus Schritt zwei multipliziert. Dieser Wert wird von dem aus Schritt eins errechneten durchschnittlichen Gewinn vor Steuern subtrahiert und spiegelt somit den Überschussgewinn, den das Unternehmen - im Vergleich zur Branche - im Durchschnitt erzielt hat, wieder.
6. Die Steuerquote für das Unternehmen aus den letzten drei Jahren wird nun berechnet und mit dem Überschussgewinn aus Schritt fünf multipliziert. Dieser Wert wird nun vom eigentlichen Überschussgewinn aus Schritt

⁶³ Organisationale Wissensbasis beschreibt die Gesamtheit des relevanten Wissen in einem Unternehmen

⁶⁴ Vgl. North, Wissensorientierte Unternehmensführung, 2011, S. 234

fünf subtrahiert, wodurch sich der **Netto-Zusatzertrag** ergibt, der dem immateriellen Vermögen zugeordnet werden kann.

7. Im letzten Schritt wird der Net Present Value (NPV) des Netto-Zusatzertrages berechnet, was den **Barwert** des immateriellen Vermögens darstellt.⁶⁵

$\text{CIV} = \frac{(\text{ØGewinn v. St.} - \text{Ø ROA Branche} \times \text{ØWert AV}) \times (1 - \text{Steuerquote})}{\text{Kapitalkosten}}$

Wie bei der Economic Value Added Methode kann man mit der Calculated Intangible Value Methode keine genauen Aussagen über die Zukunft des Unternehmens treffen. Nur wenn die Berechnung des CIV in regelmäßigen Abständen gemacht wird, kann am Verlauf mittels geeigneter Prognoseverfahren eine künftige Entwicklung abgeschätzt werden.

Die CIV Methode zeigt vor allem die Leistungsfähigkeit eines Unternehmens im Vergleich zu Unternehmen aus der Branche. Jedoch ist die Methode aufgrund der aggregierten Werte nicht in der Lage, die Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge von Interventionen und Veränderungen der Wissensbasis aufzuzeigen.⁶⁶ Zudem kann die Objektivität der Kennzahl hier ebenfalls wieder in Frage gestellt werden, da sich einige Werte der Unternehmen, z.B. durch Aufdeckung stiller Reserven, problemlos manipulieren lassen können.⁶⁷

4.2.4. Scorecard-Methoden

Die Scorecard-Methoden basieren im Gegensatz zu den drei bisherigen Methoden auf einer **nicht monetären** Bewertungsweise. Hierbei werden die immateriellen Vermögenswerte **einzeln** identifiziert, klassifiziert und anschließend mit Hilfe von **Indikatoren** gemessen und dargestellt.⁶⁸ Einige der bekanntesten Ansätze sind die „**Balanced Scorecard**“ nach *Robert S. Kaplan* und *David P. Norton*, der für das

⁶⁵ Vgl. Christ, Wissensorientierte Führung, 1999, S. 21

⁶⁶ Vgl. North, Wissensorientierte Unternehmensführung, 2011, S. 234

⁶⁷ Vgl. Bilanzbuchhalter- und Controllerclub Steiermark, Immaterielle Vermögenswerte, 2003, S. 8

⁶⁸ Vgl. Hörvath/Möller, Intangibles in der Unternehmenssteuerung, 2004, S. 196

schwedische Versicherungsunternehmen Skandia entwickelte „**Skandia Navigator**“ von *Leif Edvinsson* und *Michael S. Malone*, der „**Intangible Assets Monitor**“ nach *Karl-Erik Sveiby*, oder der mit der Wharton Business School zusammen mit Capgemini, Ernst & Young und Forbes entwickelte „**Value Creation Index**“. Die vom Danish Ministry of Science, Technology and Innovation (DMSTI) herausgegebenen „Danish Guidelines“ werden in Kapitel sechs und sieben dieser Arbeit ausführlicher erläutert. Zunächst werden aber einige der anderen Konzepte genauer erklärt.

Balanced Scorecard:

Das Konzept der Balanced Scorecard wurde entwickelt, um die Aussagekraft von traditionellen, finanziell orientierten Kennzahlen zu verbessern und hat sich zu einem vollständigen Planungs- und Managementsystem entwickelt.⁶⁹ Nach *David P. Norton* und *Robert S. Kaplan*, den Entwicklern dieses Ansatzes, sollte die Balanced Scorecard Methode in der Lage sein, folgende kritische Prozesse zu meistern:

- Die Klärung und Herunterbrechung von Vision und Strategie.
- Die Kommunikation und Verknüpfung von strategischen Zielen und Maßnahmen.
- Die Planung und Festlegung von Zielen und die Abstimmung strategischer Initiativen.
- Die Verbesserung von strategischem Feedback und Lernen.

Dazu wird die Unternehmensstrategie aus vier Perspektiven betrachtet:

⁶⁹ Vgl. North, Wissensorientierte Unternehmensführung, 2011, S. 239

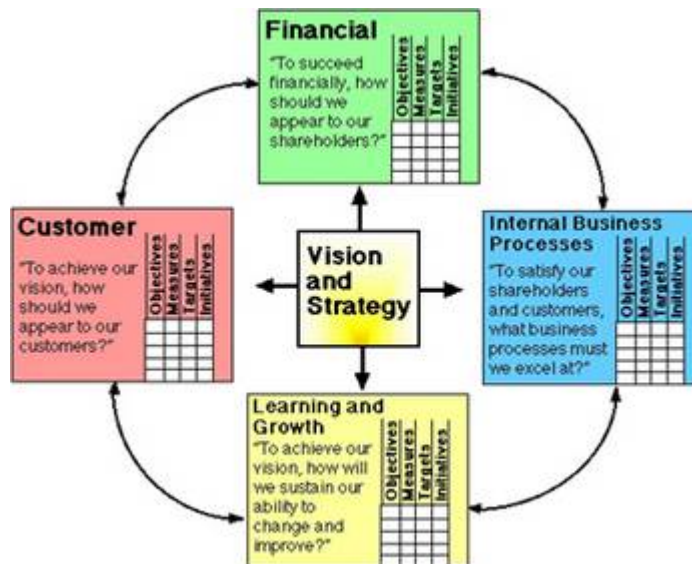


Abb. 4: Konzept der Balanced Scorecard⁷⁰

Aus der **Finanzperspektive**, die dazu dient, den Erfolgsbeitrag einzelner betrieblicher Maßnahmen finanziell zu bestimmen, um die Auswirkungen ökonomischen Handelns so überprüfen zu können. Messgrößen dafür sind z.B. der Return on Investment (ROI) oder die Gesamtkapitalrendite.

In der **Kundenperspektive** können Markt- oder Kundensegmente definiert werden, in denen das Unternehmen verstärkt agieren möchte. Messgrößen hierfür sind z.B. die Kundenzufriedenheit, die Intensität der Kundenbindung oder die Anzahl neuer Kunden.

Mit der **internen Prozessperspektive** werden Geschäftsprozesse definiert, zur Erreichung der Kunden- und finanziellen Ziele.

Die vierte Perspektive ist die **Lern- und Entwicklungsperspektive**. Diese lässt sich aufteilen in die Kategorien: Fähigkeiten der Mitarbeiter, Güte der Informationssysteme und Motivation, die jeweils mittels eigener Indikatoren gemessen werden.⁷¹

Die Finanz- und Kundenperspektive stehen dabei für die Ergebnisse und Ziele, die das Unternehmen für sich zu erreichen hofft; die interne Prozessperspektive und

⁷⁰ Robert S. Kaplan und David P. Norton, "Using the Balanced Scorecard as a Strategic Management System," Harvard Business Review, 1996, S 76

⁷¹ Vgl. Bilanzbuchhalter- und Controllerclub Steiermark, Immaterielle Vermögenswerte, 2003, S. 9

die Lern- und Entwicklungsperspektive sind die Treiber der Strategie und beschreiben wie diese Ziele und Ergebnisse erreicht werden können. Die verschiedenen Perspektiven werden demnach nicht nur nebeneinander gestellt, sondern auch in ihren Ursache-Wirkungs-Zusammenhängen dargestellt. Die Balanced Scorecard ist ein strategisches Managementsystem, mit dem die operative Umsetzung einer langfristigen Strategie unterstützt werden kann. Sie stellt aber nicht direkt einen Bezug zum intellektuellen Kapital eines Unternehmens her. Es soll vor allem das Blickfeld des Managements von den traditionellen und finanziellen Aspekten um alle relevanten Aspekte erweitert werden und so zu einem ausgeglichenen Bild führen. Zentral lässt sich erkennen, dass sich jedes Unternehmen sein eigenes, maßgeschneidertes und kontextspezifisches Indikatorenset erarbeiten muss, um die für sie relevanten Dimensionen zu erfassen und zu steuern.⁷²

Skandia Navigator:

Der Skandia Navigator, der beim schwedischen Versicherungs- und Finanzdienstleister Skandia in Zusammenarbeit mit *Leif Edvinsson* entwickelt wurde, war einer der ersten Ansätze, um immaterielle Ressourcen systematisch zu messen. 1994 wurde er als Anhang zum Jahresbericht zum ersten Mal veröffentlicht; 1998 als das Unternehmen in wirtschaftliche Schieflage geriet wieder eingestellt.

Das gesamte Modell basiert auf der Idee, dass Unternehmen nachhaltig Wert schaffen, indem sie Visionen verfolgen und daraus entstehende Strategien systematisch umsetzen. Aus diesen Strategien lassen sich Erfolgsfaktoren ableiten, die in fünf Fokusbereiche aufgeteilt werden können.⁷³

⁷² Vgl. North, Wissensorientierte Unternehmensführung, 2011, S. 239 f

⁷³ Vgl. Günther, Unternehmenssteuerung mit Wissensbilanzen – Möglichkeiten und Grenzen, 2005, S. 68

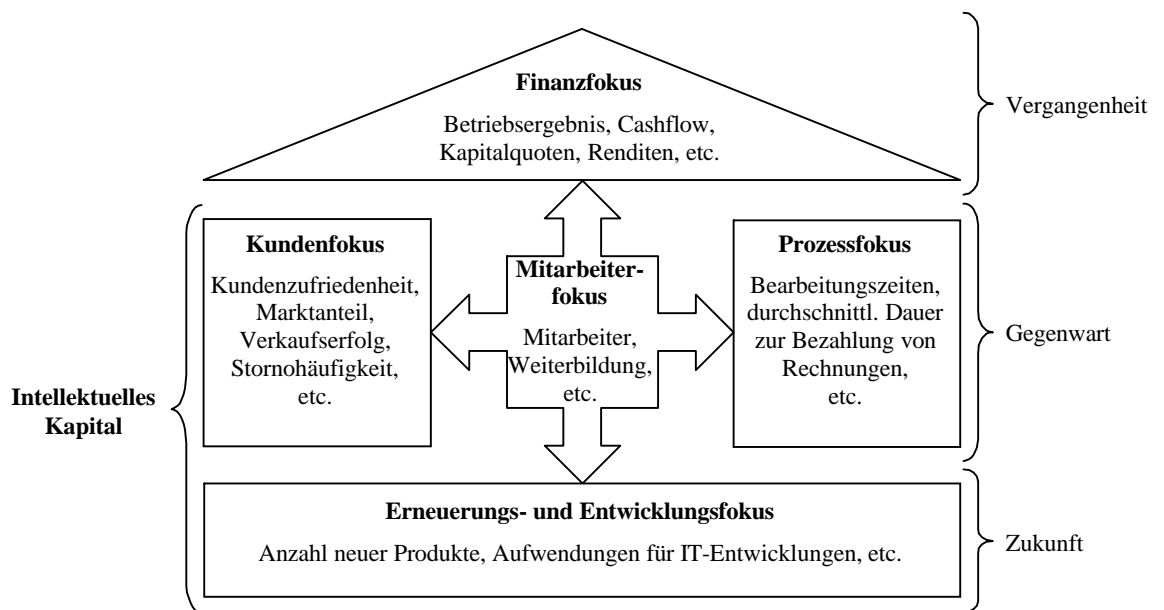


Abb. 5: Skandia Navigator⁷⁴

Der Finanzfokus enthält die finanziellen Ergebnisse und traditionellen Kennzahlen, wie z.B. Jahresabschlussgrößen des Unternehmens. Er stellt die Vergangenheit dar, da diese finanziellen Ergebnisse aus vergangenen Handlungen und Vorgängen resultieren. Der Kunden-, Mitarbeiter- und Prozessfokus stellen die gegenwärtigen Aktivitäten des Unternehmens dar, während sich der Erneuerungs- und Entwicklungsfokus auf die Zukunft bezieht. Seine Indikatoren messen, wie gut sich ein Unternehmen z.B. durch neue Produktentwicklungen auf die Zukunft vorbereitet.

Diese vier Perspektiven stellen das intellektuelle Kapital eines Unternehmens dar. Der Prozessfokus bildet zusammen mit dem Erneuerungs- und Entwicklungsfokus das Strukturkapital des Unternehmens, der Kundenfokus das Beziehungskapital und der Humanfokus im Zentrum bildet das Humankapital, die Intelligenz des Unternehmens und interagiert mit allen anderen Fokusarealen, wie in der Abbildung dargestellt.⁷⁵

Als einer der ersten Ansätze, der mittels Indikatoren die immateriellen Ressourcen eines Unternehmens gemessen hat, ist besonders der Einbezug der traditionellen finanziellen Kriterien zu erwähnen. Dadurch wird ein Zusammenhang zwischen intellektuellem und finanziellem Kapital eines Unternehmens dargestellt, da sich

⁷⁴ Eigene Darstellung in Anlehnung an Edvinsson/Malone 1997

⁷⁵ Vgl. Hörvath/Möller, Intangibles in der Unternehmenssteuerung, 2004, S. 197

letztlich natürlich auch die Generierung von immateriellen Ressourcen in finanziellen Erfolg auswirken soll. Kritisiert wurde an diesem Modell jedoch, dass die, wie in der Balanced Scorecard dargestellten Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge in Ansätzen zwar vorhanden sind und oft verbal erläutert wurden, jedoch nicht systematisch in das Konzept integriert sind.⁷⁶

Intangible Assets Monitor:

Der Intangible Assets Monitor wurde von *Karl-Erik Sveiby* entwickelt, nachdem er sich bereits seit Beginn der 1980er Jahre mit dem Thema Wissensmanagement auseinandergesetzt hatte.⁷⁷

Bei dieser Methode wird das immaterielle Vermögen eines Unternehmens in drei Komponenten eingeteilt:

- **externe Struktur**
- **interne Struktur**
- **Kompetenz der Mitarbeiter**

Hinter der externen Struktur verbergen sich die Beziehungen zu Kunden und Lieferanten sowie Markennamen, Warenzeichen und Image des Unternehmens. Die interne Struktur beschreibt Prozesse, Technologien, Patente, Computer- und Verwaltungssysteme - kurz all das, was übrig bleibt, wenn die Mitarbeiter das Unternehmen verlassen. Sveiby beurteilte diese drei Kategorien nach drei verschiedenen Gesichtspunkten:⁷⁸

- **Wachstum / Erneuerung**
- **Effizienz**
- **Stabilität**

Alle Indikatoren werden somit nach Komponente und Gesichtspunkt eingeteilt.

⁷⁶ Vgl. Günther, Unternehmenssteuerung mit Wissensbilanzen – Möglichkeiten und Grenzen, 2005, S. 68

⁷⁷ Vgl. Bilanzbuchhalter- und Controllerclub Steiermark, Immaterielle Vermögenswerte, 2003, S. 10

⁷⁸ Vgl. North, Wissensorientierte Unternehmensführung, 2011, S. 235 f

	Externe Struktur	Interne Struktur	Kompetenz der Mitarbeiter
Wachstum / Erneuerung	z.B. imagefördernde Kunden, etc.	z.B. Anzahl neuer Patente, etc.	z.B. durchschnittl. Ausbildungsdauer, etc.
Effizienz	z.B. Ertrag pro Kunde, etc.	z.B. Anteil des Verwaltungspersonals, etc.	z.B. Wertschöpfung pro Fachkraft, etc.
Stabilität	z.B. Kunden mit Folgeaufträgen, etc.	z.B. Mitarbeiterjahre des Verwaltungspersonals, etc.	z.B. Mitarbeiterjahre der Fachkräfte, etc.

Abb. 6: Intangible Assets Monitor⁷⁹

An der Klassifizierung in die verschiedenen Komponenten und Gesichtspunkte zeigt sich gleichzeitig die Problematik und Kritik an dieser Methode – nämlich die Abgrenzung der Indikatoren. Denn für viele Indikatoren gäbe es auch eine gute Begründung, sie einer anderen Kategorie zuzuordnen.⁸⁰

Wenn man all diese verschiedenen Methoden miteinander vergleicht, lässt sich erkennen, dass besonders die **Scorecard Methoden**, die mittels Indikatoren das intellektuelle Kapital eines Unternehmens bewerten, das praktikabelste Vorgehen aufweisen und sich besonders auf das Management von immateriellen Ressourcen fokussieren. Denn in Abhängigkeit seiner spezifischen Visionen und Strategien lässt sich für jedes Unternehmen eine individuelle Auswahl von Indikatoren erstellen. Bei den **Direct-Intellectual-Capital-** und den **Return-on-Assets-Methoden** wird oft bemängelt, dass sie aufgrund der enthaltenen Annahmen nur vage und teilweise schwer nachvollziehbare Ergebnisse liefern. Wohingegen die **Marktkapitalisierungs-Methoden** dadurch kritisiert werden, dass sie zum einen die Annahme treffen, dass der Wert der immateriellen Vermögenswerte der Differenz aus Markt- und Buchwert entspricht und sie zum anderen eine mangelhafte Steuerungsunterstützung besitzen.⁸¹ Die Ermittlung eines monetären Wertes für das immaterielle Vermögen scheint daher wenig sinnvoll. Bei einer Veräußerung des Unternehmens oder einzelner immaterieller Vermögensgegenstände könnte es gegebenenfalls relevant sein, jedoch spielt

⁷⁹ Eigene Darstellung in Anlehnung an Sveiby 1997

⁸⁰ Vgl. North, Wissensorientierte Unternehmensführung, 2011, S. 236

⁸¹ Vgl. Stoi, Intangibles – Die unternehmerische Herausforderung des 21. Jahrhunderts, 2003, S. 2 f

dabei das Verhandlungsgeschick oft eine größere Rolle bei der Bestimmung des Wertes und des Veräußerungspreises.⁸²

5. Entwicklung von traditionellen zu neuen Arten der Berichterstattung

5.1. Herausforderung für die traditionellen Rechnungslegungen

5.1.1. Kurze Einführung

Die bisher vorgestellten Methoden zur Bewertung von intellektuellem Kapital dienen dazu, auch Bericht über diejenigen immateriellen Vermögenswerte zu erstatten, die gesetzlich und mittels weltweit anerkannter Rechnungslegungsstandards oft nicht bilanziert werden können. Im Zuge der Globalisierung und dem steigenden Wettbewerb um international konkurrierendes Kapital hat sich die Gewichtung der Investoreninteressen verstärkt, was die Unternehmen immer mehr zu einer Ausrichtung auf internationale Kapitalmärkte führt. Dies hat natürlich auch einen Einfluss auf die externe Rechnungslegung, die sich seit Jahren im Wandel befindet und versucht, sich an die sich ändernden Begebenheiten anzupassen. 1998 trat dazu das **Kapitalaufnahmeerleichterungsgesetz (KapAEG)** in Kraft, um die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen zu verbessern. Daraufhin wurde ein Standardisierungsrat gegründet, der die **Deutschen Rechnungslegungsstandards (DRS)** beschloss, um die deutschen Vorschriften an die internationalen Standards (vor allem US-GAAP und IFRS) anzugleichen.⁸³ Heute bzw. seit 2007 sind kapitalmarktorientierte Unternehmen mit Sitz in der Europäischen Union verpflichtet, ihren Konzernabschluss nach den Vorschriften der **IFRS** zu erstellen, welche ebenso laufend an neue Begebenheiten angepasst werden. Die letzte große Reform war 2009 die Verabschiedung des **Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes (BilMoG)**, welches das Bilanzrecht in Deutschland reformierte.

⁸² Vgl. Hörvath/Möller, Intangibles in der Unternehmenssteuerung, 2004, S. 197

⁸³ Vgl. Schäfer Lindenmayer, Externe Rechnungslegung und Bewertung von Humankapital, 2005, S. 22

Im Folgenden sollen die Möglichkeiten aufgezeigt werden, in welchem Umfang immaterielle Vermögensgegenstände gemäß gesetzlicher Vorschriften und Rechnungslegungsstandards, die national, international und für diese Arbeit die größte Akzeptanz und Relevanz besitzen, bilanziert werden können. Dazu zählen die Vorgaben des **Handelsgesetzbuches (HGB)**, unter Berücksichtigung des 2009 verabschiedeten Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes (BilMoG) und die **internationalen Rechnungslegungsstandards (IFRS)** nach heutigem Stand.

5.1.2. HGB

Als ursprünglicher primärer Zweck der Handelsbilanz gilt für alle Kaufleute der **Gläubigerschutz**. Dies wird durch den in § 242 Abs. 1 HGB geregelten Zwang zur Selbstinformation über die Schuldendeckungsfähigkeit mittels einer „vorsichtigen“ bilanziellen Gegenüberstellung von Vermögen und Schulden erreicht.⁸⁴ Die Informationsbereitstellung (siehe 5.1.4. IFRS), die vor der Verabschiedung des BilMoG als sekundärer Zweck galt, wurde durch diese Reformation des Bilanzrechts gestärkt und an die IFRS angenähert.

Eine Legaldefinition von immateriellen Vermögensgegenständen existiert auch im Rahmen des HGB nicht, es muss sich jedoch um Vermögensgegenstände im handelsrechtlichen Sinne handeln. Da der Begriff des Vermögensgegenstandes im HGB ebenso wenig definiert ist, gibt es dazu auch keine einheitliche Auffassung. In der Literatur wird dazu oft über die bereits erwähnte Selbstinformation über die Schuldendeckungsfähigkeit folgende Kriterien abgeleitet: **wirtschaftlicher Wert**, **Einzelbewertbarkeit** und **Einzelverwertbarkeit**, die ein Vermögensgegenstand besitzen muss um als solcher zu gelten.⁸⁵ Gemäß § 266 Abs. 2 HGB gliedern sich die immateriellen Vermögensgegenstände des Anlagevermögens in vier Gruppen auf:

- Selbst geschaffene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte;

⁸⁴ Vgl. Möller/Piwinger/Zerfaß, Immaterielle Vermögenswerte, 2009, S. 51

⁸⁵ Vgl. Schäfer Lindenmayer, Externe Rechnungslegung und Bewertung von Humankapital, 2005, S. 23

- entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte, sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten;
- Geschäfts- oder Firmenwert (Goodwill);
- geleistete Anzahlungen auf solche Werte.

Ansatz und Erstbewertung:

Für die **selbst erstellten immateriellen Vermögensgegenstände** des Anlagevermögens, wenn sie als solche gelten und die Kriterien erfüllen, besteht ein **Aktivierungswahlrecht**. Ausgenommen sind hiervon die in § 248 Abs. 2 HGB genannten Bilanzierungsverbote für selbst geschaffene Marken, Drucktitel, Verlagsrechte, Kundenlisten oder vergleichbare immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens.⁸⁶ Bei einer Ausübung des Wahlrechts muss zwischen Forschung und Entwicklung unterschieden werden, da lt. § 255 Abs. 2a HGB nur die Aufwendungen für Entwicklung als Herstellkosten angesehen werden und demnach bilanziell aktiviert werden können. Die Forschungsaufwendungen sind demnach unverändert als Aufwendungen zu erfassen.

Im Bereich der **entgeltlich erworbenen immateriellen Vermögensgegenstände** des Anlagevermögens hat sich durch das BilMoG kein Unterschied in der Vorgehensweise ergeben. Es besteht weiterhin eine Aktivierungspflicht der immateriellen Vermögensgegenstände zu Anschaffungskosten.

Der **Geschäfts- oder Firmenwert**, der auch als Goodwill bekannt ist, ergibt sich, wie bereits in Kapitel 2.3. dieser Arbeit erwähnt, aus dem Differenzbetrag zwischen dem Ertragswert, bzw. im Falle eines Unternehmenserwerbs dem Kaufpreis und dem Nettosubstanzwert. Für einen selbstgeschaffenen Goodwill besteht ein Aktivierungsverbot, wohingegen der erworbene Goodwill lt. § 246 Abs. 1 als zeitlich begrenzt nutzbarer Vermögensgegenstand gilt und somit Aktivierungspflicht besteht.

⁸⁶ Vgl. § 248 Abs. 2 HGB

Geleistete Anzahlungen sind als Vorleistungen auf erwartete, künftige Vermögenszugänge zu betrachten und daher aktivierungspflichtig.⁸⁷

Folgebewertung:

In der Folgebewertung sind die abnutzbaren immateriellen Vermögensgegenstände, egal ob selbst geschaffen oder entgeltlich erworben, planmäßig und nur im Falle einer dauerhaften Wertminderung auf den beizulegenden Wert abzuschreiben. Falls der Wertminderungsgrund wegfällt besteht ein Wertaufholungsgebot, das durch die fortgeführten Anschaffungs- und Herstellungskosten begrenzt ist.

Der erworbene Goodwill hingegen ist über seine individuelle betriebliche Nutzungsdauer abzuschreiben. Dies kann sich z.B. über die voraussichtliche Bestandsdauer des erworbenen Unternehmens, die Stabilität und Bestandsdauer der Branche des erworbenen Unternehmens, u.a. bestimmen.⁸⁸

5.1.3. IFRS

Der primäre Zweck der IFRS liegt in der Unterstützung der Investoren (oder auch potenzieller Investoren) bei ihren Anlageentscheidungen über das Kaufen, Halten oder Verkaufen von Anteilen des berichteten Unternehmens.⁸⁹ Im Gegensatz zum HGB bietet das IFRS eine Definition an, welche Kriterien ein Vermögenswert erfüllen muss, um als solcher gelten zu können. Die Voraussetzungen sind,

- dass eine verfügbare Ressource vorliegt, welche aufgrund von Ereignissen der Vergangenheit von einem Unternehmen beherrscht wird; und
- von der erwartet wird, dass durch sie dem Unternehmen ein künftiger wirtschaftlicher Nutzen zufließt.⁹⁰

⁸⁷ Vgl. Möller/Piwinger/Zerfaß, Immaterielle Vermögenswerte, 2009, S. 65

⁸⁸ Vgl. Möller/Piwinger/Zerfaß, Immaterielle Vermögenswerte, 2009, S. 68

⁸⁹ Vgl. Möller/Piwinger/Zerfaß, Immaterielle Vermögenswerte, 2009, S. 51

⁹⁰ Vgl. IFRS, 2010, S. 590

Im Rahmen einer konkreten Aktivierungsfähigkeit müssen darüber hinaus weitere Ansatzkriterien erfüllt sein:

- Es muss wahrscheinlich sein, dass der erwartete künftige wirtschaftliche Nutzen zufließen wird; und
- die Anschaffungs- oder Herstellungskosten müssen verlässlich ermittelt werden können.

Ansatz und Erstbewertung:

Bei einem **selbstgeschaffenen immateriellen Vermögenswert** des Anlagevermögens gibt es im Gegensatz zum HGB kein Wahlrecht, falls die Ansatzkriterien erfüllt sind. Im IFRS gibt es lediglich eine Aktivierungspflicht, falls die Kriterien erfüllt sind und ein Aktivierungsverbot, falls die Kriterien nicht erfüllt sind. Marken, Drucktitel, Verlagsrechte, Kundenlisten, etc. werden nicht von vorneherein, wie im HGB als selbstgeschaffene immaterielle Vermögenswerte, ausgeschlossen. Es kommen jedoch wie im HGB nur die in der **Entwicklungsphase angefallenen Herstellungskosten** für eine Aktivierung in Betracht. Forschungskosten unterliegen dem strikten Aktivierungsverbot und können nur als Aufwendungen erfasst werden.⁹¹ Die Kriterien, die ein aus der Entwicklung entstehender immaterieller Vermögenswert erfüllen muss, sind im IAS 38.57 geregelt:

- Die Fertigstellung des immateriellen Vermögenswertes kann technisch soweit realisiert werden, dass er genutzt oder verkauft werden kann.
- Das Unternehmen beabsichtigt den immateriellen Vermögenswert fertig zu stellen und ihn zu nutzen oder zu verkaufen.
- Das Unternehmen ist fähig, den immateriellen Vermögenswert zu nutzen oder zu verkaufen.
- Die Art und Weise, wie der immaterielle Vermögenswert voraussichtlich einen künftigen wirtschaftlichen Nutzen erzielen wird kann nachgewiesen werden.

⁹¹ Vgl. Möller/Piwinger/Zerfaß, Immaterielle Vermögenswerte, 2009, S. 58

- Adäquate technische, finanzielle und sonstige Ressourcen sind verfügbar, so dass die Entwicklung abgeschlossen und der immaterielle Vermögenswert genutzt oder verkauft werden kann.
- Das Unternehmen ist fähig, die dem immateriellen Vermögenswert während seiner Entwicklung zurechenbaren Ausgaben verlässlich zu bewerten.

Wenn all diese Kriterien erfüllt sind, ist der selbsterstellte immaterielle Vermögenswert, bzw. die Aufwendungen für seine Entwicklung aktivierungspflichtig.⁹²

Im Rahmen des Ansatzes und der Erstbewertung für **entgeltlich erworbene immaterielle Vermögenswerte** des Anlagevermögens muss ein Vermögenswert **identifizierbar** sein, um ihn vom Geschäfts- oder Firmenwert unterscheiden zu können. D.h., er ist separierbar und kann vom Unternehmen getrennt und verkauft, übertragen, lizenziert, vermietet oder getauscht werden. Ferner muss der immaterielle Vermögenswert durch das bilanzierende Unternehmen **beherrscht** werden und ein **zukünftiger wirtschaftlicher Nutzen** erwartet werden können. Wenn diese Kriterien erfüllt sind, besteht für den erworbenen immateriellen Vermögenswert Aktivierungspflicht.⁹³

Die Regelung für die Aktivierung des **Geschäfts- oder Firmenwertes (Goodwill)** beim Ansatz oder der Erstbewertung ist im IFRS im Grunde gleich wie im HGB, bzw. sie wurden durch das BilMoG dem IFRS angeglichen. Demnach ist ein **erworbener Goodwill aktivierungspflichtig**, besitzt jedoch im Gegensatz zu den Regelungen des HGB eine unbestimmte Nutzungsdauer. Ein **selbsterstellter Goodwill** unterliegt wie im HGB dem **Ansatzverbot**.⁹⁴

Folgebewertung:

Im Rahmen der Folgebewertung sind sowohl **selbsterstellte** als auch **erworbene immaterielle Vermögensgegenstände** entweder nach den **fortgeführten**

⁹² Vgl. IFRS, 2010, S. 604

⁹³ Vgl. IFRS, 2010, S. 592

⁹⁴ Vgl. Möller/Piwinger/Zerfaß, Immaterielle Vermögenswerte, 2009, S. 60

Anschaffungs- oder Herstellungskosten oder einer **erfolgsneutralen Neubewertung zum Fair Value** zu bewerten. Die Neubewertung bringt jedoch einige Einschränkungen mit sich. Demnach setzt diese Methode nach IAS 38.72 das Vorhandensein eines aktiven Marktes voraus, der neben einer jederzeitigen Handelbarkeit und Preistransparenz auch eine gewisse Homogenität der gehandelten Güter voraussetzt. Da sich immaterielle Vermögensgegenstände, wie Marken, Patente, etc. gerade durch ihre Individualität und nicht ihre Homogenität auszeichnen, scheidet diese Möglichkeit im Regelfall aus. Nach der Anschaffungs- oder Herstellungskostenmethode ist der Buchwert jährlich um seine planmäßige und ggf. außerplanmäßige Abschreibung zu vermindern. Bei Wegfall des Wertminderungsgrundes wird auf den aktuell erzielbaren Betrag aufgewertet, wobei die planmäßig fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten nicht überschritten werden dürfen.

Der **erworbene Goodwill** unterliegt im Gegensatz zum HGB **keiner planmäßigen Abschreibung** und ist stattdessen einmal jährlich zu einem festzulegenden Termin auf seine Werthaltigkeit zu prüfen.⁹⁵

Wenn man die Regelungen des HGB und des IFRS betrachtet und miteinander vergleicht, erkennt man, dass sich das HGB durch die Reformierung mittels BilMoG dem IFRS angenähert hat. Die Grundzüge sind sehr ähnlich, da beide die Möglichkeit eröffnen entgeltlich erworbene wie auch selbst erstellte immaterielle Vermögensgegenstände in der Bilanz zu aktivieren. Natürlich unterscheiden sich die Kriterien um Nuancen, jedoch legen beide die grundsätzliche Richtung fest, wie z.B., dass für selbst erstellte immaterielle Vermögensgegenstände lediglich die Entwicklungskosten dafür angesetzt werden dürfen und keine Aufwendungen für die Forschung. Ebenso beim Geschäfts- oder Firmenwert, der lediglich aktiviert werden darf, wenn er erworben ist.

Manche Kritik, wie z.B. die von *Andreas Haaker* oder *Lothar Schruoff* bemängelt, dass durch das BilMoG der Gläubigerschutz, der als primäres Ziel bei der Bilanzierung nach HGB gilt, in den Hintergrund gedrängt wird. Als Beispiel

⁹⁵ Vgl. Möller/Piwinger/Zerfaß, Immaterielle Vermögenswerte, 2009, S. 62

nennen sie das Wahlrecht bei der Aktivierung selbst erstellter immaterieller Vermögensgegenstände des Anlagevermögens, bzw. derer Entwicklungskosten.⁹⁶

Anhand solcher Kritiken und auch anhand der Tatsache, dass sich zum einen die IFRS laufend verändern, und dass die Verabschiedung des BilMoG im Jahr 2009 die größte Reformation des HGB in seiner Geschichte war, erkennt man, dass die traditionellen Rechnungslegungen und Bilanzierungsvorschriften einer gewissen Herausforderung gegenüberstehen. Diese Herausforderung ergibt sich daraus, dass sich die Unternehmen in einem ständigen Wandel befinden; durch zunehmende Globalisierung ebenso, wie durch die Zunahme wissensorientierter Unternehmen. Dass diese traditionelle Form der Berichterstattung, im Hinblick auf die gestiegene Relevanz des immateriellen Vermögens im Laufe der letzten Jahrzehnte nur noch unzureichend gerecht wird, ist ein Grund, weshalb sich Berichterstattungen, die sich Wissensbilanzen oder Intellectual Capital Statements, o.ä. nennen, in allen Wirtschaftsräumen entwickelt haben. Die Inhalte sind zwar nicht bilanzierbar, aber dennoch kommunizierbar.

Gerade in Ergänzung zur unternehmensinternen Steuerung immaterieller Vermögenswerte ist eine entsprechende Kommunikation der daraus resultierenden Informationen nach außen hin erforderlich; „insbesondere [auch] vor dem Hintergrund des Stakeholder-Ansatzes, der das Unternehmen als Instrument zur Befriedigung der Ansprüche verschiedener Anspruchsgruppen definiert, ...“.⁹⁷

5.2. Ansätze neuer Berichterstattungen

5.2.1. Wissensbilanz – Made in Germany

Eine dieser neuen Methoden zur Berichterstattung über intellektuelles Kapital, ist die Wissensbilanz – Made in Germany. Der Arbeitskreis Wissensbilanz startete 2003 ein Pilotprojekt zur Entwicklung einer Methode, um intellektuelles Kapital, besonders für kleine und mittelständische Unternehmen besser bewerten, verstehen und kommunizieren zu können. Gefördert wurde dieses Projekt unter

⁹⁶ Vgl. Möller/Piwinger/Zerfaß, Immaterielle Vermögenswerte, 2009, S. 66

⁹⁷ Möller/Piwinger/Zerfaß, Immaterielle Vermögenswerte, 2009, S. 13

anderem vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie und dem Fraunhofer Institut für Produktionsanlagen und Konstruktionstechnik. Nach drei vorangegangenen Projektphasen, wird die vierte Projektphase 2011 abgeschlossen.⁹⁸ Die Wissensbilanz – Made in Germany gehört zu den indikatorbasierten Scorecard-Methoden und kategorisiert das immaterielle Vermögen in Human-, Struktur- und Beziehungskapital.

Unternehmensintern werden aus den Visionen und Strategien Maßnahmen abgeleitet, die auf die verschiedenen Dimensionen des intellektuellen Kapitals (Human-, Struktur- und Beziehungskapital) positioniert werden. Dadurch sollen sie die Geschäftsprozesse und somit auch den Geschäftserfolg beeinflussen können.⁹⁹

Zur Erstellung und Veröffentlichung der Wissensbilanz hat der Arbeitskreis Wissensbilanz einen Leitfaden herausgegeben, der die Erstellung eines solchen Berichts in acht Schritten beschreibt (vgl. Abb. 7).

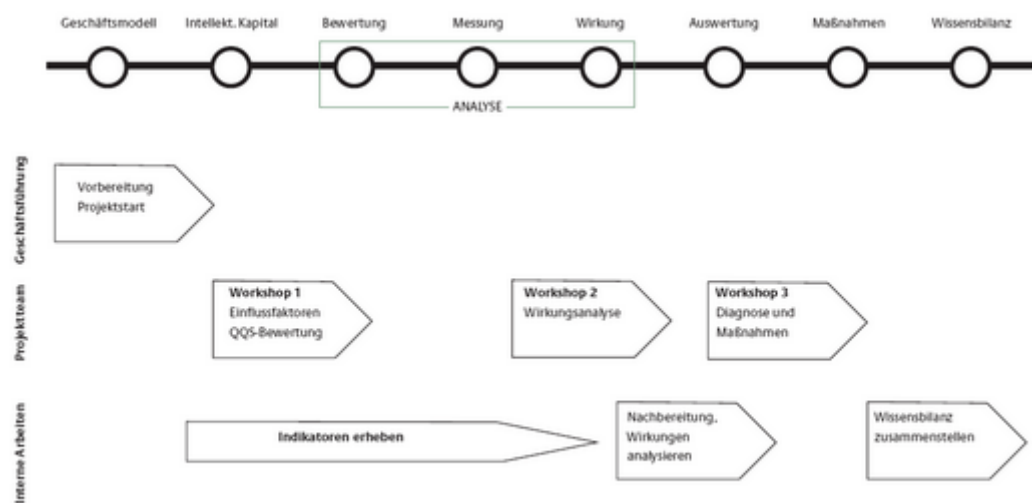


Abb. 7: Projektablauf zur Erstellung einer Wissensbilanz – Made in Germany¹⁰⁰

⁹⁸ Arbeitskreis Wissensbilanz, Leitfaden 2.0 zu Erstellung einer Wissensbilanz, 2008, S. 5 ff

⁹⁹ Vgl. North, Wissensorientierte Unternehmensführung, 2011, S. 240

¹⁰⁰ Leitfaden 2.0 zur Erstellung einer Wissensbilanz, S. 12

5.2.2. Intellectual Capital Statement (InCaS) – Made in Europe

Das Intellectual Capital Statement – Made in Europe ist ein europaweites Projekt, das von der Europäischen Kommission 2006 initiiert worden ist. Dieses Projekt verfolgt, ebenso wie die Wissensbilanz – Made in Germany, das Ziel, eine Methode zu entwickeln um intellektuelles Kapital besser bewerten, verstehen und kommunizieren zu können. Anstoß für das Projekt war das im Jahr 2000 auf dem Gipfel von Lissabon definierte Ziel, dass sich die Europäische Union bis 2010 zum dynamischsten und wettbewerbfähigsten Wirtschaftsraum der Welt entwickelt. Um die damals 23 Millionen kleinen und mittelständischen Unternehmen darin zu unterstützen, wurde die „European ICS Guideline“ erstellt, die dem Leitfaden des Arbeitskreises Wissensbilanz zur Erstellung einer Wissensbilanz – Made in Germany sehr ähnelt. Projektkoordinator hierbei ist das Fraunhofer Institut für Produktionsanlagen und Konstruktionstechnik, das ebenfalls im Projekt des Arbeitskreises Wissensbilanz federführend mitwirkt.¹⁰¹

Der Aufbau dieses Intellectual Capital Statements – Made in Europe ist wie bei der Wissensbilanz – Made in Germany aufgebaut. Das immaterielle Vermögen wird ebenfalls in Human-, Struktur- und Beziehungskapital aufgebaut, worauf die definierten Maßnahmen und Strategien positioniert werden, um so in die Geschäftsprozesse und den Geschäftserfolg einfließen zu können. Der Aufbau erfolgt in fünf Schritten, die denen der Wissensbilanz – Made in Germany ebenfalls sehr ähneln (vgl. Abb. 8).

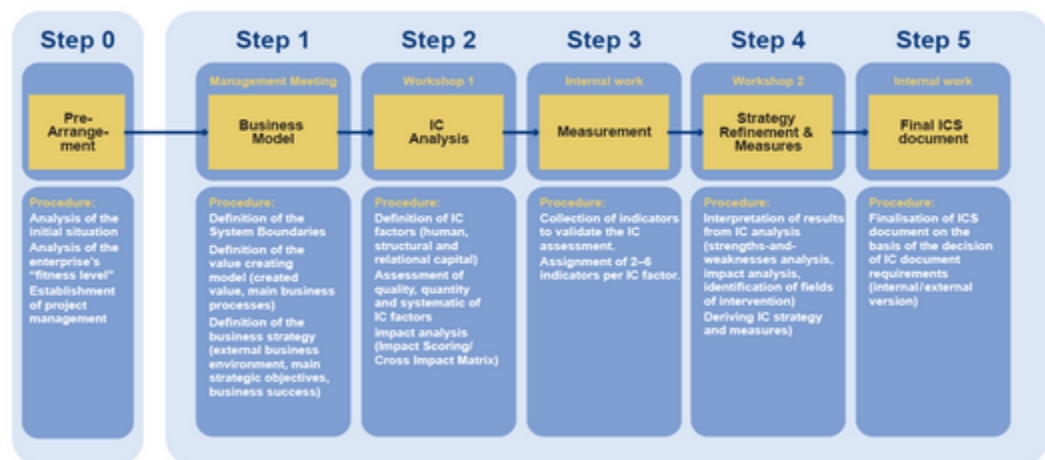


Abb. 8: Projektablauf zur Erstellung eines Intellectual Capital Statements – Made in Europe¹⁰²

¹⁰¹ Vgl. InCaS Consortium, European ICS Guideline, 2009 S. 4 ff

¹⁰² Intellectual Capital Statement – Made in Europe, European ICS Guideline, S 9

Auf nationaler und europäischer Ebene sind diese neuen Ansätze zur Berichterstattung über immaterielle Vermögenswerte zwei sehr aktuelle Projekte, die sich in der Vorgehensweise sehr dem dänischen Modell ähneln, das im Folgenden näher erläutert wird.

6. Dänische Richtlinien des Intellectual Capital Statements

6.1. Entstehung und Entwicklung seit den 1990er Jahren

Nachdem sich zu Beginn der 1990er Jahren vor allem im skandinavischen Raum immer mehr Methoden zur Messung und Bewertung immateriellen Vermögens entwickelt haben (z.B. Skandia Navigator oder Intangible Assets Monitor), entschied sich das Danish Industry and Trade Development Council dazu, den Nutzen einer solchen Berichterstattung zu untersuchen. Dazu wurden von zehn skandinavischen Unternehmen die verschiedenen Berichte über ihr intellektuelles Kapital miteinander verglichen und ihre Gemeinsamkeiten, Vor- und Nachteile untersucht.¹⁰³ Aus dieser Untersuchung heraus initiierte die Danish Agency for Development of Trade and Industry in Zusammenarbeit mit dem Berater *Arthur Andersen* und den Professoren *Jan Mouritsen* und *Per Nikolaj D. Bukh* ein eigenes Projekt. In diesem Projekt von 1997 bis 2000 nahmen zunächst 17 dänische Unternehmen teil, woraus sich 2001 die erste dänische „Guideline for Intellectual Capital Statements“ ergab. In einem darauf aufbauenden Projekt von 2001 bis 2002, unter der Leitung des Danish Ministry of Science, Technology and Innovation nahmen nach eigenen Angaben des Ministeriums 100 dänische Unternehmen teil, die ihre Intellectual Capital Statements nach den Richtlinien von 2001 erstellten. Nach einer Evaluierung brachte das Danish Ministry of Science, Technology and Innovation im Jahr 2003 die bis heute unveränderte Richtlinie „Intellectual Capital Statements – The New Guideline“ heraus.¹⁰⁴

¹⁰³ Vgl. The Danish Industry and Trade Development Council, *Intellectual Capital Accounts*, 1997, S. 6 ff

¹⁰⁴ Vgl. Ministry of Science, Technology and Innovation, *Intellectual Capital Statements – The New Guidelines*, 2003, S. 3 ff

6.2. Zielsetzung und Verwendungsmöglichkeit

Das Intellectual Capital Statement gehört wie der Intangible Assets Monitor oder der Skandia Navigator zu den **Scorecard-Methoden** und basiert auf einem individuell erarbeiteten Indikatorenmodell. Es gilt als Teil des Wissensmanagements in einem Unternehmen und stellt die Strategie zum Umgang mit Wissen dar. Dazu gehört die Herausarbeitung von Zielen, das Aufzeigen von Handlungen und daraus resultierende Ergebnisse, sowie die Anwendung und Entwicklung der Wissensressourcen. Ebenso beinhaltet es die interne und externe Kommunikation dieser Strategie. Daher ist das Intellectual Capital Statement sowohl **Managementwerkzeug**, um Werte zu generieren als auch **Kommunikationswerkzeug**, um diese nach innen und außen zu kommunizieren. Im Zuge des Projektes wurden durch Untersuchungen interne und externe Ziele festgelegt, die mittels Intellectual Capital Statement erreicht werden sollen.

Interne Zielsetzung:

Intern soll das Intellectual Capital Statement einem Unternehmen dazu dienen, seine Wissensressourcen zu steuern und weiterzuentwickeln. Ebenso nannten die am Projekt teilnehmenden Unternehmen als internes Ziel die Identifikation von Kontrollindikatoren, um über ihre Kompetenzen zu berichten und weitere Innovationen hervorzubringen (vgl. Abb. 9).¹⁰⁵

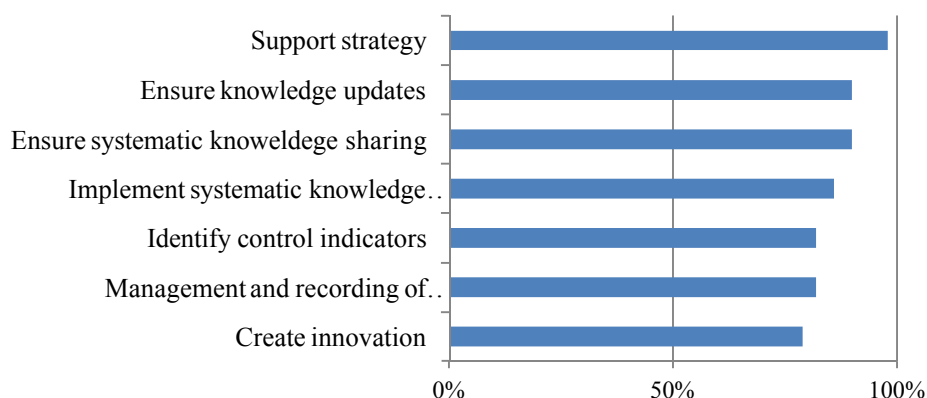


Abb. 9: Interne Zielsetzung der befragten Unternehmen¹⁰⁶

¹⁰⁵ Vgl. Ministry of Science, Technology and Innovation, Intellectual Capital Statements – The New Guidelines, 2003, S. 7 f

¹⁰⁶ Ministry of Science, Technology and Innovation, 2003

Externe Zielsetzung:

Extern – was für diese Arbeit von größerem Interesse ist – soll das Intellectual Capital Statement als Kommunikationswerkzeug dienen, um die verschiedenen Stakeholder über das intellektuelle Kapital des Unternehmens zu informieren. Ebenso sollen die Ziele, die dazu erforderlichen Maßnahmen und Ergebnisse aufgezeigt werden. Dadurch soll das Unternehmen mehr Aufmerksamkeit erreichen und für diese Zielgruppen an Interesse gewinnen, was wiederum neue Arbeitskräfte, Kunden und Investoren anziehen soll. Bei der Befragung der Unternehmen nannten diese als oberstes Ziel, das sie erreichen wollen, zu zeigen, dass Humankapital der wichtigste Vermögenswert ist, ebenso wie die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens. Zudem nannten 70 Prozent der befragten Unternehmen als Ziel, ein Verständnis für ihre Produkte und Dienstleistungen zu erzeugen. Ebenso möchten sie durch das Intellectual Capital Statement den Finanzbericht ergänzen und sich in Bezug auf ihre Wettbewerber eine Position aufbauen. (vgl. Abb. 10).¹⁰⁷

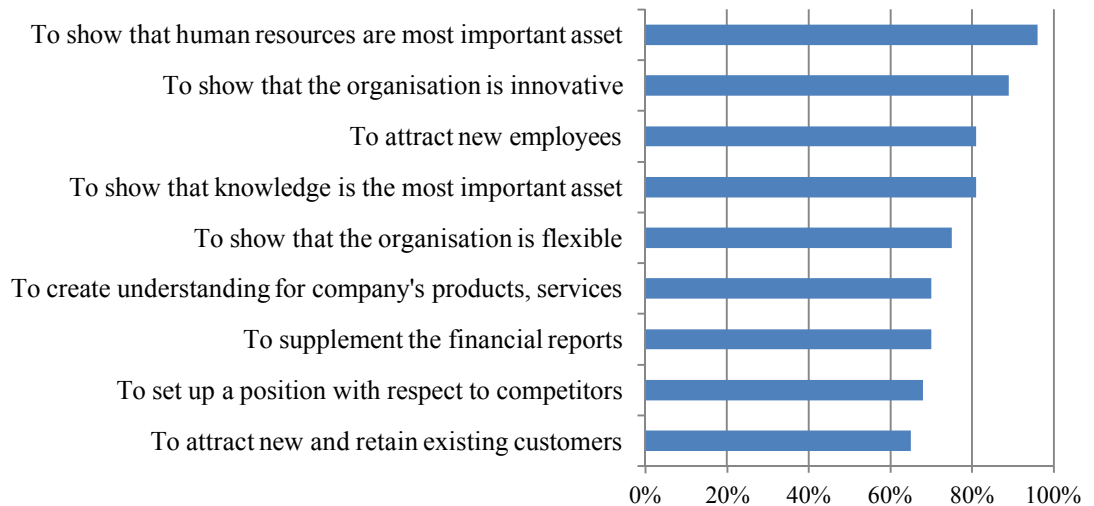


Abb. 10: Externe Zielsetzung der befragten Unternehmen¹⁰⁸

¹⁰⁷ Vgl. Ministry of Science, Technology and Innovation, Intellectual Capital Statements – The New Guidelines, 2003, S. 7 f

¹⁰⁸ Ministry of Science, Technology and Innovation, 2003

6.3. Aufbau

Das Intellectual Capital Statement teilt das intellektuelle Kapital in vier Kategorien ein:

- **Mitarbeiter**
- **Kunden**
- **Prozesse**
- **Technik / Technologie**¹⁰⁹

Dies entspricht der in Kapitel 3 bereits erwähnten, gebräuchlichsten Klassifizierung in Humankapital (Mitarbeiter), Beziehungskapital (Kunden) und Strukturkapital (Prozesse, Technik / Technologie). Der Aufbau eines Intellectual Capital Statements findet in vier Phasen statt: **Knowledge Narrative**, **Management Challenges**, **Initiatives** und **Indicators**, die im Folgenden noch genauer beschrieben werden.¹¹⁰

6.3.1. Knowledge Narrative

Der Knowledge Narrative, der auch als Use Value bezeichnet wird, spiegelt den **Wert und den Nutzen** wieder, den ein Kunde aus den Produkten oder Dienstleistungen eines Unternehmens beziehen kann. Um diesen Nutzenwert, den das Unternehmen dem Kunden anbieten möchte, erzeugen zu können, bedarf es verschiedener Ressourcen. Somit zeigt der Knowledge Narrative, welche Wissensressourcen benötigt werden, um dem Kunden einen Nutzenwert bieten zu können. Am Beispiel eines Mobiltelefonherstellers könnte der Knowledge Narrative beinhalten, dass ein Kunde mit dem Kauf eines Mobiltelefons ein Produkt mit modernstem Design auf dem neuesten Stand der Technik erhält (vgl. Abb. 11).

¹⁰⁹ Vgl. Ministry of Science, Technology and Innovation, Intellectual Capital Statements – The New Guidelines, 2003, S. 10

¹¹⁰ Da die Richtlinien nicht in deutscher sondern nur in dänischer und englischer Sprache vorliegen, werden diese Grundbegriffe in englischer Sprache belassen.

6.3.2. Management Challenges

Die Management Challenges in der zweiten Phase beschreiben die **Herausforderungen**, die es zu meistern gilt, um den Knowledge Narrative aus der ersten Phase erfüllen zu können. In diesem Schritt werden die Wissensressourcen beschrieben, die benötigt werden. Im Beispiel des Mobiltelefonherstellers könnte in Bezug auf den erwähnten Knowledge Narrative die Produktentwicklung eine Herausforderung sein, die es zu meistern gilt, um dem Kunden modernes Design und neueste Technik anbieten zu können (vgl. Abb. 11).

6.3.3. Initiatives

Im dritten Schritt werden aus den Management Challenges die Initiatives abgeleitet. Dies sind die **operativen Maßnahmen**, die durchgeführt werden müssen, um die Herausforderungen, die im zweiten Schritt bestimmt worden sind, meistern zu können. Hier im Beispiel könnte eine der Initiatives die Untersuchung der Kundenerwartung und Kundenzufriedenheit in Bezug auf die Produkte des Unternehmens sein (vgl. Abb. 11).

6.3.4. Indicators

Um die Wirkung der Maßnahmen in Bezug auf die gesetzten Ziele messbar zu machen, werden im letzten Schritt Indikatoren festgelegt. Dadurch lässt sich die Entwicklung des intellektuellen Kapitals im vorangegangenen Zeitraum ablesen und neue Ziele für den kommenden Zeitraum bestimmen.¹¹¹ Es werden Indikatoren für die vier Kategorien Mitarbeiter, Kunden, Prozesse und Technik / Technologie festgelegt, die jeweils den **Input** (welche Wissensressourcen ein Unternehmen hat), den **Prozess** (welche Aktivitäten unternommen werden, um die Wissensressourcen weiter zu entwickeln) und den **Output** (welche Ergebnisse damit erreicht werden) beschreiben können. Im genannten Beispiel könnten dies

¹¹¹ Vgl. Ministry of Science, Technology and Innovation, Intellectual Capital Statements – The New Guidelines, 2003, S. 11 ff

z.B. die Anzahl durchgeführter Kundenzufriedenheitsstudien, die Ergebnisse dieser Studien in Bezug auf Zufriedenheit und Erwartungen oder auch die Anzahl neuer Entwicklungsprojekte für neue Produkte, etc. sein (vgl. Abb. 11).

Knowledge Narrative	Management Challenges	Initiatives	Indicators
Kunde erhält Produkte mit modernem Design und neuester Technik	Produktentwicklung	Untersuchung der Kundenerwartung und Kundenzufriedenheit	Anzahl durchgeführter Kundenzufriedenheitsstudien

Abb. 11: Der Aufbau des Intellectual Capital Statements¹¹²

6.4. Analysemodell

Gleichzeitig mit der Veröffentlichung der „neuen Richtlinien“ brachte das Danish Ministry of Science, Technology and Innovation im Jahr 2003 eine Anleitung zur Analyse der Indikatoren eines Intellectual Capital Statements heraus. Dieses Analysemodell teilt die Indikatoren, wie bereits in Kapitel 6.3.4. erwähnt in die vier Kategorien und ihre Charaktere ein. Da eine Vielzahl der Unternehmen ihre Indikatoren in dieser Form präsentieren, ist es an dieser Stelle von Interesse, den Aufbau anhand der folgenden Abbildung 12 zu erläutern.¹¹³

Evaluation criteria Knowledge resources	Effects What happens	Activities What is done	Resources What is created
Employees	• •	• •	• •
Customers	• •	• •	• •
Processes	• •	• •	• •
Technologies	• •	• •	• •

Abb. 12: Analysemodell der Danish Guidelines¹¹⁴

¹¹² Eigene Darstellung in Anlehnung an Ministry of Science, Technology and Innovation, 2003

¹¹³ Vgl. Ministry of Science, Technology and Innovation, Analysing Intellectual Capital Statement, 2003, S. 4

¹¹⁴ Ministry of Science, Technology and Innovation, 2003

Die vier beschriebenen Schritte (Knowledge Narrative, Management Challenges, Initiatives und Indicators) bilden den gesamten Aufbau eines Intellectual Capital Statement nach den Danish Guidelines. Die Darstellung in Text, Zahlen und Schaubildern ist jedem Unternehmen selbst überlassen. Ebenso wie viele Indikatoren zur Messung und Veranschaulichung herangezogen werden, oder ob das Statement innerhalb des Jahresberichtes, oder als zusätzliches Dokument veröffentlicht wird.

Nach dem Danish Financial Statement Act, der gesetzlichen Regelung über den Jahresabschluss in Dänemark aus dem Jahre 2002, besteht für Unternehmen in Dänemark keine grundsätzliche Pflicht zur Erstellung eines Intellectual Capital Statements. Große private Unternehmen müssen allerdings ihre immateriellen Ressourcen im Jahresbericht darstellen, wenn diese Ressourcen für die zukünftigen Einnahmen des Unternehmen von besonderer Bedeutung sind. Die Darstellung der Ressourcen kann entweder in den Jahresbericht integriert, oder als separates Dokument veröffentlicht werden. Das Intellectual Capital Statement unterliegt generell keiner Prüfungspflicht. Wenn es jedoch in den Jahresbericht integriert ist, unterliegt es den gleichen Prüfungsanforderungen wie der Rest des Jahresberichts.¹¹⁵

7. Untersuchung in Dänemark veröffentlichter Intellectual Capital Statements 2003 – 2010

7.1. Zielsetzung der Untersuchung

Wie im vorherigen Kapitel erwähnt, waren die im Jahre 2003 veröffentlichten Danish Guidelines zur Erstellung und Veröffentlichung eines Intellectual Capital Statements die ersten nationalen Richtlinien, die dazu dienen sollten, die Berichterstattung über intellektuelles Kapital zu vereinheitlichen. Durch die Veröffentlichung soll es besonders den externen Stakeholdern leichter fallen, sich

¹¹⁵ Vgl. Ministry of Science, Technology and Innovation, Intellectual Capital Statements – The New Guidelines, 2003, S. 47

ein **ganzheitliches Bild eines Unternehmens** schaffen zu können und auch auf Basis dessen, Unternehmen besser miteinander vergleichen zu können.

Als Kernthema dieser Arbeit soll die Entwicklung der Berichterstattung nach den Danish Guidelines von 2003 bis heute über die Jahre hinweg genauer betrachtet werden. Da die gesamte Thematik der immateriellen Vermögenswerte ein sehr weites Feld ist, soll untersucht werden

- **was die Unternehmen im Laufe der letzten acht Jahre berichteten,**
- **ob der Inhalt der Berichte irgendwelchen Einflüssen oder eventuellen „Modeerscheinungen“ unterlag und**
- **ob sie dabei den Richtlinien treu geblieben sind.**

Es soll zudem untersucht werden,

- **ob sich die Danish Guidelines über die Jahre bei den dänischen Unternehmen als Methode zur externen Berichterstattung über Intellectual Capital etablieren konnten und**
- **welche Relevanz sie heute besitzen.**

7.2. Durchführung

Da nach einer zweijährigen Projektphase im Februar 2003 das Danish Ministry of Science, Technology and Innovation die bis heute aktuellste Fassung der Danish Guidelines veröffentlichte, wurde als Zeitraum für die Untersuchung der Berichterstattungen die Jahre 2003 bis 2010 gewählt.

Um möglichst viele Intellectual Capital Statements über die Jahre 2003 bis 2010 hinweg von möglichst vielen Unternehmen untersuchen zu können, wurden zunächst alle zwischen 1997 und 2002 am Projekt teilnehmende Unternehmen, die vom Danish Ministry of Science, Technology and Innovation erwähnt werden, auf die Veröffentlichung ihrer Intellectual Capital Statements untersucht.

Insgesamt ergab sich daraus eine Liste mit 100 Unternehmen, die auf ihre Intellectual Capital Statements untersucht wurden.¹¹⁶

Da für diese Untersuchung das Internet als einzige Datenquelle zur Verfügung stand, konnten nur die Intellectual Capital Statements jener Unternehmen herangezogen werden, die diese Daten über das Internet freizugänglich und in englischer Sprache zur Verfügung stellten.

Um eine mögliche Entwicklung in der Berichterstattung eines Unternehmens untersuchen zu können, wurden zudem weitere Prämissen festgelegt. Zum einen, dass die für die Untersuchung relevanten Daten eines Unternehmens im Zeitraum zwischen 2003 und 2005 für mindestens ein Jahr und im gesamten Zeitraum zwischen 2003 und 2010 für mindestens vier Jahre, via Internet veröffentlicht sein müssen.

Anhand all dieser Kriterien wurden fünf Unternehmen gefunden, die ihre jährlichen Unternehmensberichte in den Jahren 2003 bis 2005 mindestens einmal und zwischen 2003 und 2010 mindestens viermal veröffentlichten.

Die gesamte Untersuchung gliedert sich in mehrere Schritte. Zuerst wurde die geringe Anzahl relevanter Unternehmen analysiert. Daraufhin wurde der jeweilige Aufbau der Intellectual Capital Statements eines Unternehmens und ggf. Abweichungen zu anderen Arten der Berichterstattung, die mögliches intellektuelles Kapital enthalten, untersucht. Somit wurde die Entwicklung der Berichterstattung der fünf Unternehmen analysiert und Gemeinsamkeiten, die auf eine gewisse Tendenz schließen lassen können, herausgearbeitet.

Zudem wurden alle Unternehmen, die keine Informationen bezüglich ihrer Intellectual Capital Statements über das Internet bereitstellten, per E-Mail (insofern Kontaktadressen vorhanden waren) befragt¹¹⁷,

- ob ihr Unternehmen noch ein Intellectual Capital Statement nach den Danish Guidelines erstellt und darüber berichtet;

¹¹⁶ Vgl. „Liste zu untersuchender Unternehmen“ im Anhang S. 63

¹¹⁷ Es wurde von 40 Unternehmen die Kontaktdaten ermittelt und diese angeschrieben – Anschreiben befindet sich im Anhang S. 70

- falls dies nicht der Fall ist, ob sie eine andere Methode nutzen, um ihr intellektuelles Kapital zu bewerten und ggf. darüber zu berichten;
- oder ob sie eine Berichterstattung über intellektuelles Kapital einfach aufgegeben haben.

Ebenfalls wurde eine E-Mail an das Danish Ministry of Science, Technology and Innovation geschrieben und gefragt,

- ob das Ministerium noch an dieser Form der Berichterstattung arbeitet;
- falls nicht, welche Gründe es dafür gibt;
- und ob das Ministerium Informationen bzgl. der aktuellen Relevanz der Danish Guidelines besitzt.

Zum Zeitpunkt der Abgabe dieser Arbeit standen alle Antworten von Seiten der Unternehmen noch aus. Das Ministerium hat geantwortet, was in die Vorstellung der Untersuchungsergebnisse mit einfließt.

7.3. Vorstellung der Untersuchungsergebnisse

Da zu Beginn der Untersuchung auffällig war, dass unter den angegebenen Prämissen nur 5% der potenziellen Unternehmen für eine weitere Betrachtung in Bezug auf die Entwicklung ihrer Berichterstattung in Betracht kommen, bedarf dies einer näheren Analyse.

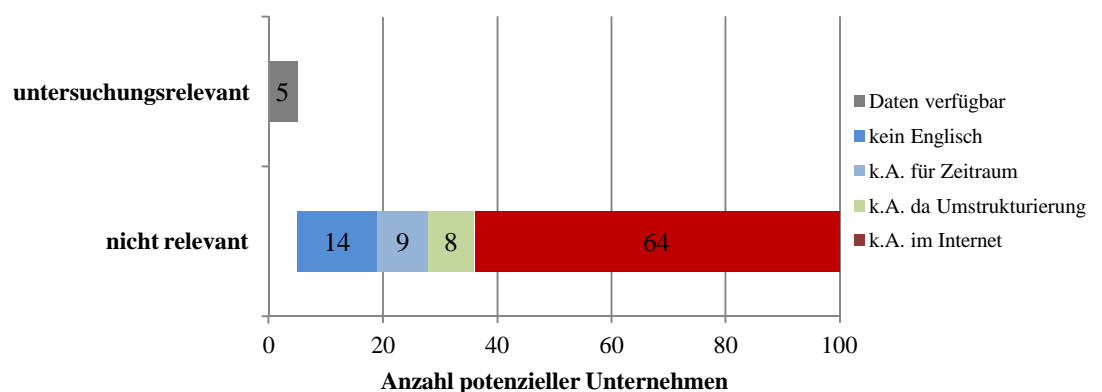


Abb. 13: Analyse untersuchungsrelevanter Unternehmen¹¹⁸

¹¹⁸ Eigene Darstellung

Von den 100 untersuchten Unternehmen entsprachen 95 und demnach 95% nicht den vorgegebenen Prämissen und wurden deshalb nicht in die Untersuchung mit einbezogen.

Für 14% waren zwar Daten vorhanden, jedoch nicht in Englischer Sprache und daher nicht möglich zu untersuchen.

Neun der potenziellen Unternehmen veröffentlichten Intellectual Capital Statements, jedoch lagen diese nicht im vorgegebenen Zeitraum. Zumeist waren auf den Internetseiten nur die Unternehmensberichte der letzten ein bis zwei Jahre, die jedoch, um eine Entwicklung in der Berichterstattung untersuchen zu können, eine unzureichende Datenmenge darstellen.

Weitere 8% der potenziellen Unternehmen konnten deshalb nicht auf Intellectual Capital Statements untersucht werden, da sie durch Umstrukturierungen nicht mehr in ihrer ursprünglichen Unternehmensform waren und die damaligen Unternehmensberichte nicht mehr frei zur Verfügung stehen. In allen acht Fällen wurden die Unternehmen entweder von anderen Konzernen übernommen oder schlossen sich in einer anderen Form zusammen, wobei sie in ihrer neuen Form keine Intellectual Capital Statements veröffentlichten.

Der häufigste Grund, weshalb es nicht möglich war, diese Unternehmen für die Untersuchung einzubeziehen ist, dass 64 Unternehmen über das Internet entweder keine Angaben über ihre Unternehmensberichte machen, oder sie über keinen eigenen Internetauftritt verfügen. Grund dafür könnte sein, dass viele am Projekt teilgenommene Unternehmen sehr klein und mittelständisch sind und sie keine Pflicht zur Veröffentlichung ihrer Unternehmensberichte haben, wie z.B. das Architektenbüro „Arkitektgruppen Aarhus“ oder der Supermarkt „Carl Strandberg Supermarked“.¹¹⁹

Für folgende fünf Unternehmen waren die Unternehmensberichte von 2003 bis 2010 für jedes Jahr zugänglich.

¹¹⁹ „Liste zu untersuchender Unternehmen“ im Anhang S. 63

Unternehmen	Coloplast A/S	COWI A/S	Gabriel A/S	ATP	Ramboll A/S
Intellectual Capital Statement	Stakeholder Report	Intellectual Capital Report	Supplementary Report	Knowledge Statement	Supplementary Holistic Report
Sonstige Berichterstattungen	The UN's Global Compact	Sustainability Report	Corporate Social Responsibility	Social Responsibility	Corporate Social Responsibility Report
	Corporate Responsibility Report			Responsibility Report	
		Green Accounts	Environmental Report	Climate Report	

Abb. 14: Übersicht der Berichterstattungen¹²⁰

Alle Unternehmen erstellten ihre Intellectual Capital Statements nach den Danish Guidelines, integrierten sie im Jahresbericht, nutzten jedoch individuelle Bezeichnungen. Zusätzlich erstellten alle Unternehmen im Laufe des Untersuchungszeitraums zusätzliche Berichte, über die nachhaltige Entwicklung des Unternehmens und soziale Aktivitäten wie Corporate Social Responsibility Reports (CSR), Sustainability Reports, The UN's Global Compact Report, etc. Manche veröffentlichten zudem Berichte über ihre Aktivitäten für den Klimaschutz und die Umwelt, wie Climate Reports, Environmental Reports oder Green Accounts.

Inhaltlich unterscheiden sich die Berichte der fünf Unternehmen nur gering, wobei kein Unternehmen die Kategorien so einteilt, wie in den Richtlinien beschrieben.

	Coloplast A/S	COWI A/S	Gabriel A/S	ATP	Ramboll A/S
Intellectual Capital Statement	Stakeholder Report	Intellectual Capital Report	Supplementary Report	Knowledge Statements	Supplementary Holistic Report
Kategorien	Customers	Customers	Customers	Clients	Customer and employee results
					Consultancy
	Employees	Employees	Employees	Employees	Human resources
					Values and leadership
	Society		Society		Society results
		Processes		Business Procedures	Strategic processes
					Structural resources
	Shareholders		Shareholders		Economic results

Abb. 15: Einteilung der Kategorien der Intellectual Capital Statements¹²¹

Es wird bei jedem der untersuchten Unternehmen die Wirkung auf die Kunden und Klienten bewertet, die Zufriedenheit, Zu- oder Abnahme der Anzahl der

¹²⁰ Eigene Darstellung

¹²¹ Eigene Darstellung

Kunden, etc. Ebenso misst jedes Unternehmen seine Mitarbeiterzufriedenheit, die Verteilung der Mitarbeiter auf Geschlecht und Alter, evtl. den Umsatz pro Mitarbeiter, etc. Erste Unterschiede gibt es in Bezug auf die Kategorie „Society“ und „Society results“. In dieser Kategorie bewerteten zwei von drei aller untersuchten Unternehmen die Umwelteinflüsse in Bezug auf Energiebedarf, Industrieabfälle, etc. Ramboll A/S hingegen bewertete in dieser Kategorie die Attraktivität seines Unternehmens auf Studenten. In der in Abbildung 15 blau hinterlegten Kategorie „Prozesse“ machen ebenfalls drei von fünf Unternehmen Angaben über ihre IT Ausgaben, best practices, Ausgaben für Entwicklungskosten, etc. Ebenfalls drei von fünf Unternehmen berichteten in der Kategorie „Shareholders“ oder „Economic results“ über ihr Betriebsergebnis und andere Finanzkennzahlen, die bereits im Finanzbericht des Jahresberichtes erwähnt worden sind.

Es sind viel Gemeinsamkeiten zu erkennen, jedoch erstellte kein Unternehmen sein Intellectual Capital Statement exakt wie in den Danish Guidelines empfohlen nach den Kategorien „Employees“, „Cutomers“, „Processes“ und „Technologies“.

Ebenfalls variieren die Unternehmen in der Anzahl ihrer Indikatoren, jedoch sind Tendenzen in der Verteilung erkennbar. Demnach werden die meisten Indikatoren für die Kategorien „Customers“ und „Employees“ eingesetzt und die Kategorie „Processes“ tendenziell mit weniger Indikatoren bestückt, was über die Jahre hinweg, solange die Unternehmen ein Intellectual Capital Statement erstellen, auch so bleibt.

Die folgende Grafik veranschaulicht die deutliche Entwicklung der Intellectual Capital Statements. In den Jahren 2003 bis 2005 veröffentlichten alle fünf Unternehmen ein Intellectual Capital Statement, was bis 2008 kontinuierlich abnahm. In den Jahren 2008 und 2009 veröffentlichten lediglich zwei der fünf untersuchten Unternehmen ein Intellectual Capital Statement; im Jahr 2010 war COWI A/S das einzige Unternehmen.

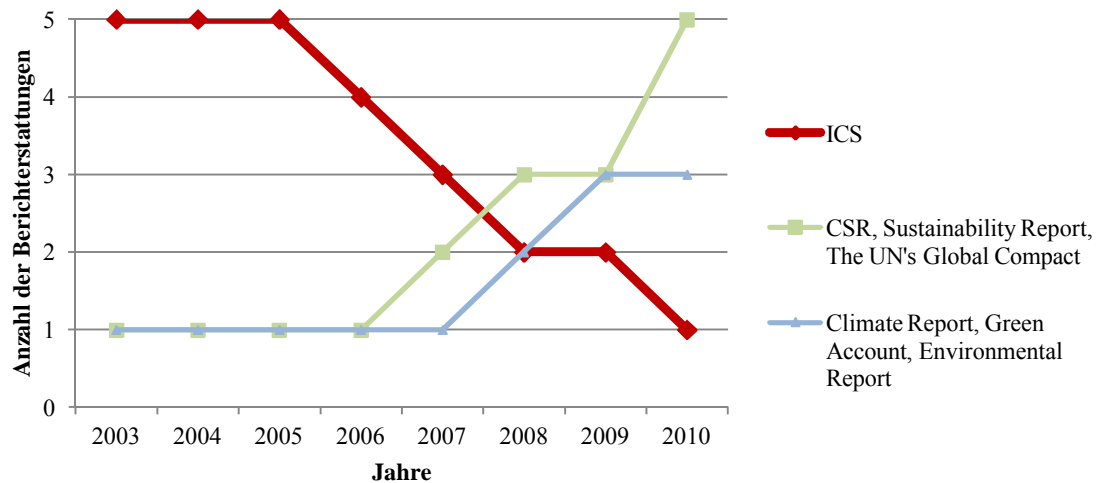


Abb. 16: Entwicklung der Berichterstattungen¹²²

Im Gegensatz dazu ist die deutliche Entwicklung der anderen Berichte zu erkennen. Bis 2006 war es lediglich das Unternehmen Gabriel A/S, das einen Environmental Report veröffentlichte und Coloplast A/S, das seine nachhaltige Entwicklung mit einem The UN's Global Compact Bericht zum Ausdruck bringen wollte. In den Jahren 2007 und 2008 stieg die Anzahl dieser Berichterstattungen stark an. Bis 2010 wurden von allen fünf Unternehmen jeweils ein Bericht über die soziale Verantwortung des Unternehmens und sonstige nachhaltige Entwicklungen und drei Berichte über ihren Beitrag zum Klimaschutz veröffentlicht.

Wie bereits erwähnt wird beim Intellectual Capital Statement die Ausprägung und Entwicklung des intellektuellen Kapitals eines Unternehmens mittels Indikatoren gemessen. Die Anzahl der Indikatoren, die ein Unternehmen bestimmt, kann somit darauf hinweisen, wie wichtig es einem Unternehmen ist, über sein intellektuelles Kapital zu berichten. Da die Entwicklung und Aufbereitung dieser Kennzahlen mit einem gewissen Arbeitsaufwand und somit auch Kosten (z.B. in Form von Arbeitsentgelt) verbunden ist, kann man davon ausgehen, dass je wichtiger es für ein Unternehmen ist, über sein intellektuelles Kapital zu berichten, desto mehr Indikatoren herangezogen werden. Ebenso kann man aus betriebswirtschaftlicher Sicht davon ausgehen, dass ein Unternehmen aus diesem finanziellen Aufwand auch einen gewissen Nutzen erwartet. Daher kann die Anzahl der Indikatoren, die die Unternehmen über die Jahre entwickeln und

¹²² Eigene Darstellung

Kennzahlen dazu berechnen einen Hinweis darauf geben, ob sich der erwartete Nutzen erfüllt hat.

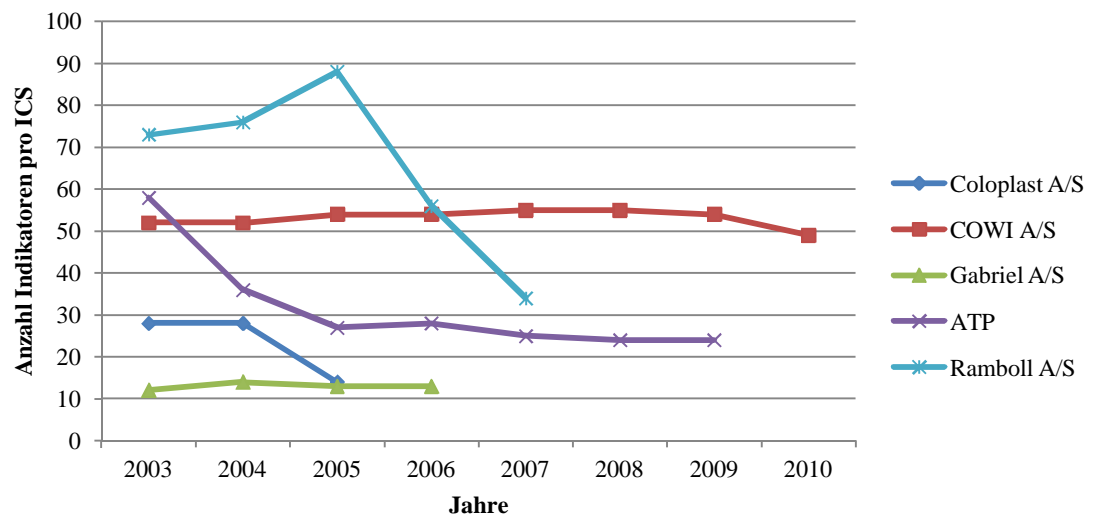


Abb. 17: Entwicklung der Intellectual Capital Statements¹²³

Die Grafik zeigt einerseits auf, wie viele Jahre das jeweilige untersuchte Unternehmen ein Intellectual Capital Statement veröffentlicht hat und die Entwicklung seiner Indikatoren. Hierbei ist ein klarer Trend erkennbar. Zum einen, dass die Unternehmen nach und nach aufgehört haben ein Intellectual Capital Statement zu veröffentlichen und zum anderen, dass die Anzahl der verwendeten Indikatoren rückläufig war.

Hierbei gab es keine Anzeichen dafür, dass sich die Anzahl der Indikatoren auf andere Kategorien innerhalb des Intellectual Capital Statements verlagerten, sondern allgemein über alle Kategorien hinweg zurück gegangen sind.

Die Rückschlüsse die aus dieser Entwicklung gezogen werden können sind, dass sich der erwartete Nutzen bei den Unternehmen womöglich nicht eingestellt hat, weshalb sie nach und nach die Aufwendungen für die Berechnung der Kennzahlen der jeweiligen Indikatoren einschränkten, bis schließlich nach und nach kein Intellectual Capital Statement mehr veröffentlicht wurde. Die einzige Ausnahme bildet hierbei das Unternehmen COWI A/S, das im Jahre 2010 immer noch ein Intellectual Capital Statement veröffentlichte, jedoch mit einer geringeren Anzahl an Indikatoren.

¹²³ Eigene Darstellung

Anhand dieser Entwicklung des Intellectual Capital Statements stellt sich die Frage, ob die Unternehmen einfach aufhören über ihr intellektuelles Kapital zu berichten, weil sie darin keinen Nutzen sehen, oder ob es, wie bereits in Abb. 16 angedeutet, eine Verlagerung auf andere Arten von Berichterstattungen gibt, die mit einem ähnlichen Arbeitsaufwand betrieben werden. Hinweis darauf kann eine Untersuchung der Entwicklung der Anzahl von Indikatoren geben, die die Unternehmen für ihre Social Responsibility Reports, Climate Reports, Green Accounts, etc. verwenden.

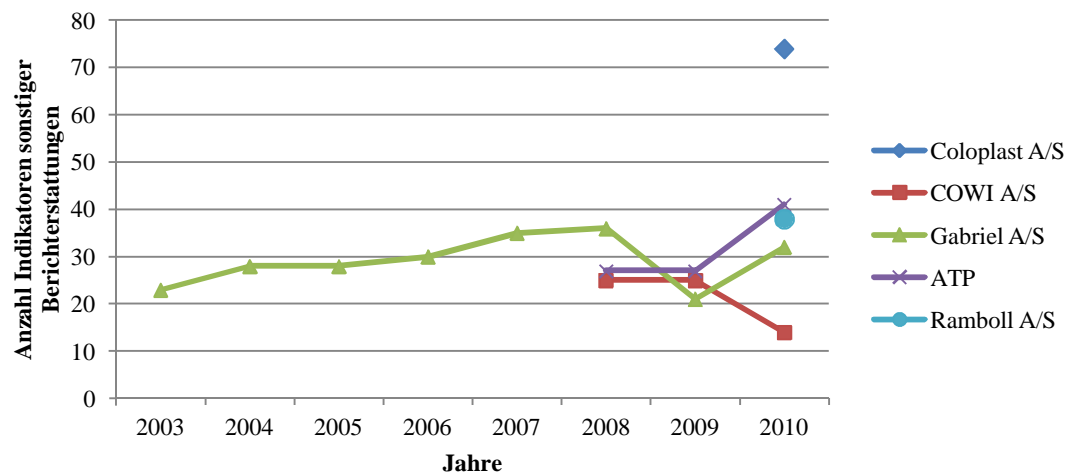


Abb. 18: Entwicklung weiterer Berichterstattungen¹²⁴

Anhand der Häufung in den Jahren 2008 bis 2010 ist zu erkennen, dass die Unternehmen ab diesem Zeitraum angefangen haben, ihre Aktivitäten zum Klimaschutz, ihren Einsatz für soziale Verantwortung und nachhaltige Entwicklung, etc. mit Hilfe von Indikatoren darzustellen und zu messen. Die vorhandenen Daten sind jedoch nur bedingt aussagekräftig, da sich lediglich für Gabriel A/S eine Entwicklung über einen längeren Zeitraum erkennen lässt, die jedoch über die Jahre hinweg betrachtet, relativ konstant verläuft.

Was bei genauerer Betrachtung jedoch auffällt ist, dass bei Berichterstattungen, die zusätzlich oder als Ersatz zum Intellectual Capital Statement erstellt werden, Indikatoren doppelt bzw. in der gleichen Form im neuen Bericht publiziert werden.

Als Beispiel ein Teil des Intellectual Capital Statements von Gabriel A/S aus dem Jahr 2006 mit vier Messungen über Energieverbrauch, Wasserverbrauch,

¹²⁴ Eigene Darstellung

Chemieinsatz und Industrieabfälle (links). Und im Vergleich dazu dieselben Tabellen im Environmental Report von Gabriel A/S aus demselben Jahr 2006 (rechts).

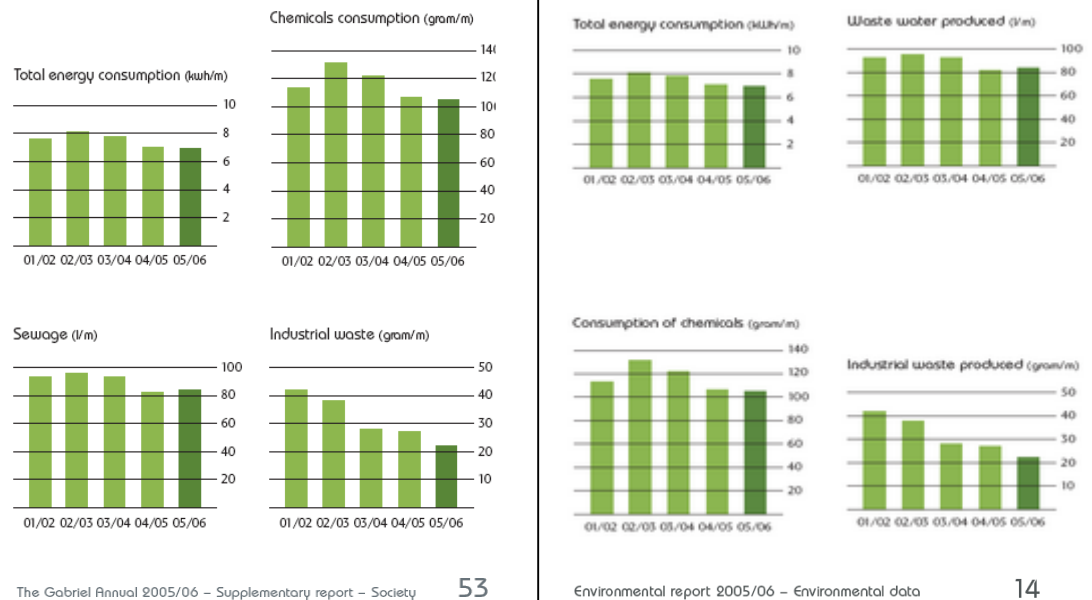


Abb. 19: Indikatorenvergleich Jahresbericht – Environmental Report¹²⁵

Diese Form der Doppelbelegung von Indikatoren findet sich bei jedem der fünf untersuchten Unternehmen wieder.

7.4. Zusammenfassung und Schlussfolgerung

Betrachtet man im Zeitalter des Internets die geringe Anzahl an Intellectual Capital Statements, die Stand heute über dieses Medium zugänglich sind, wird schnell klar, dass diese Art der Berichterstattung nicht den Zweck erfüllt, wozu sie vom Danish Ministry of Science, Technology and Innovation untersucht und Richtlinien dafür entwickelt worden sind. Denn besonders in der externen Berichterstattung sollte das Intellectual Capital Statement als Kommunikationswerkzeug dienen, um die Stakeholder des Unternehmens über sein intellektuelles Kapital zu informieren.¹²⁶ Wie die Untersuchung zu Beginn zeigte, waren alle 100 Unternehmen am Projekt beteiligt und erstellten alle

¹²⁵ Jahresbericht und Environmental Report, Gabriel A/S

¹²⁶ Vgl. Ministry of Science, Technology and Innovation, Intellectual Capital Statements – The New Guidelines, 2003, S. 7 f

mindestens ein Intellectual Capital Statement nach den Danish Guidelines. Acht Jahre später sind von 64% der Unternehmen keine Angaben darüber via Internet veröffentlicht. Dies lässt entweder darauf schließen, dass die Unternehmen die Intellectual Capital Statements nur noch als internes Managementwerkzeug nutzen, oder sich von dieser Art der Berichterstattung abwandten. Als Indiz für Letzteres könnte die Entwicklung der Intellectual Capital Statements und der weiteren Berichte, wie Corporate Social Responsibility Reports, Climate Reports, etc., die in Abb. 16 dargestellt sind, dienen. Die Untersuchung von 5% der Unternehmen ist sicherlich nicht repräsentativ, jedoch sind die Tendenzen klar erkennbar. Danach nimmt die Relevanz von Intellectual Capital Statements besonders seit 2005 erheblich ab. Im Gegensatz dazu nimmt die Relevanz von anderen Berichterstattungen, die z.B. die soziale Verantwortung, die ein Unternehmen trägt, wie auch dessen Beitrag zum Klimaschutz messen soll, seit 2007 erheblich zu.

Was die Relevanz des Intellectual Capital Statements nach den Danish Guidelines ebenfalls sehr in Frage stellt, ist die Antwort des Danish Ministry of Science, Technology and Innovation auf die Frage, ob das Ministerium noch an dieser Art der Berichterstattung arbeitet.¹²⁷ Nach Angaben des Ministeriums wurde seit der Veröffentlichung der Richtlinien im Jahr 2003 von Seiten des Ministeriums nicht mehr daran gearbeitet. Eine Evaluierung des Projektes durch das Unternehmen Ramboll, das bereits im Jahr 2005 mit der Veröffentlichung eines Intellectual Capital Statements nach den Danish Guidelines aufhörte (vgl. Abb. 16), gibt diese Eindrücke wieder. Nach dieser Studie, die im Oktober 2005 veröffentlicht wurde, wurden 299 dänische Unternehmen befragt, ob sie mit dem Konzept einer Berichterstattung über intellektuelles Kapital vertraut sind (vgl. Abb. 20).¹²⁸

¹²⁷ Vgl. Brief an das Danish Ministry of Science, Technology and Innovation, im Anhang S. 71

¹²⁸ Vgl. Ramboll, Evaluering of viden-regnskaber, 2005, S. 66 ff

		Are you familiar with the concept of 'intellectual capital statements'?			
		No	Partly	Yes	Number
Total		23%	13%	64%	299
How many employees are there in the company?	1 - 20 employees	80%	0%	20%	10
	21 - 100 employees	29%	15%	57%	185
	101 - 500 employees	13%	10%	76%	67
	501 - 1000 employees	0%	6%	94%	16
	Above 1000 employees	0%	19%	81%	21

Abb. 20: Befragung dänischer Unternehmen nach Bekanntheit des ICS¹²⁹

Nach dieser Umfrage sind 64% der befragten Unternehmen mit einem Konzept zur Messung von intellektuellem Kapital bestens vertraut, 77% von allen befragten Unternehmen sind die Danish Guidelines jedoch völlig unbekannt.

		Do you know the public guideline "Guideline for intellectual capital Statements"?			
		No	Partly	Yes	Number
Total		77%	10%	13%	299
How many employees are there in the company?	1 - 20 employees	100%	0%	0%	10
	21 - 100 employees	82%	7%	11%	185
	101 - 500 employees	76%	13%	10%	67
	501 - 1000 employees	56%	13%	31%	16
	Over 1000 employees	43%	29%	29%	21

Abb. 21: Befragung dänischer Unternehmen nach Bekanntheit der Danish Guidelines¹³⁰

Zudem veröffentlichen nur 7% der befragten Unternehmen ein Intellectual Capital Statement.

Vieles deutet darauf hin, dass die Veröffentlichung von Intellectual Capital Statements nach den Danish Guidelines nur eine vorübergehende „Modeerscheinung“ war, heute kaum mehr Relevanz besitzt und sich vorwiegend auf Dänemark beschränkte. Seit 2007 überträgt sich dies wohl auf andere Formen von Berichterstattungen, wie Social Responsibility Reports, Climate Reports oder Environmental Reports, etc. Zum einen nutzen alle fünf untersuchten Unternehmen einige der Indikatoren aus ihrem Intellectual Capital Statement in derselben Form für einen anderen Bericht, wodurch der Inhalt in vielen Fällen dem des Intellectual Capital Statements entspricht. Zum anderen veröffentlichte die

¹²⁹ Evaluering of viden-regnskaber, Ramboll 2005, S.68

¹³⁰ Evaluering of viden-regnskaber, Ramboll 2005, S.72

Danish Commerce and Companies Agency im Jahr 2009 Richtlinien zur Erstellung eines Corporate Social Responsibility Reports.¹³¹ Seit 2009 ist eine solche Erstellung eines Corporate Social Responsibility Reports für größere dänische Unternehmen im Danish Financial Statement Act zudem verpflichtend geregelt.¹³²

8. Schlussbetrachtung

In Anbetracht der Tatsache, dass der Anteil hoch technologisierter und wissensbasierter Unternehmen besonders in Industrieländern seit geraumer Zeit zunimmt, steigt die Relevanz immaterieller Vermögenswerte immer mehr an, da ihr Unternehmenserfolg von diesen nicht-greifbaren Faktoren, dem Wissen und intellektuellen Kapital abhängt. Daher ist es sinnvoll und auch notwendig, dieses immaterielle Vermögen zu messen und zu bewerten, um seine Entwicklung abzubilden und in die Unternehmensstrategie einbinden zu können. Da durch die traditionellen Methoden zur Berichterstattung, wie HGB, IFRS, etc. diese immateriellen Vermögenswerte nicht immer im gewünschten und erforderlichen Umfang erfasst und dargestellt werden können, wurden im Laufe der letzten Jahrzehnte viele Methoden zur Messung und Berichterstattung von immateriellem Vermögen entwickelt.

Die Scorecard-Methoden haben sich dabei als sehr nützliches Instrument erwiesen, da intellektuelles Kapital, das oftmals nicht in monetären Größen gemessen werden kann, durch maßgeschneiderte Indikatoren individuell abgebildet werden kann. Denn besonders bei nicht-greifbarem Vermögen, dem kein monetärer Wert zugeordnet werden kann, ist es für das Unternehmen wichtig, über die Ausprägung Bescheid zu wissen, um es steuerbar zu machen und Entwicklungen erkennen zu können. Dies betrifft jedoch vor allem die interne Berichterstattung.

Aufgabe der externen Berichterstattung ist es, dem Stakeholder eine gewisse Transparenz eines Unternehmens zu verschaffen, womit Unternehmen

¹³¹ Vgl. Danish Commerce and Companies Agency, Reporting on corporate social responsibility, 2009

¹³² Vgl. Danish Financial Statement Act

vergleichbarer sind. Bei einer freiwilligen Berichterstattung, wie dem Intellectual Capital Statement hat das Unternehmen die Wahl, welche und wie viele Informationen es den Stakeholdern bereitstellt. Um dabei eine wirkliche Vergleichbarkeit schaffen zu können, bedarf es zunächst einer einheitlichen Methode zur Messung und Berichterstattung von immateriellem Vermögen mit dazugehörigen verbindlichen Richtlinien. Denn wie die Untersuchung zeigte, sind manche Methoden primär im Einsatz, um als PR- und Marketinginstrumente zu fungieren, die den Unternehmen je nach „sozialem Druck“ und Trends ein „grünes Image“ verpassen oder ihnen „soziale Verantwortung“ bescheinigen sollen.

Diese Untersuchung der Entwicklung der Danish Guidelines war durch die geringe Anzahl untersuchter Unternehmen (5%) zwar nicht repräsentativ, wurde aber durch die Antwort des Ministeriums und den Evaluierungsbericht von Ramboll bestätigt. Darin zeigte sich, dass die Danish Guideline zwar die erste nationale Richtlinie zur Erstellung eines Intellectual Capital Statements war, die Relevanz jedoch seit Beginn in Frage gestellt werden kann. Denn die Richtlinien blieben über die Jahre hinweg regional, bzw. national begrenzt und waren laut Evaluierungsbericht im Jahre 2005 von 299 befragten Unternehmen nur bei 13% bekannt. Selbst von staatlicher Seite, wo das Projekt über das Danish Ministry of Science, Technology and Innovation initiierte wurde, ist seit Veröffentlichung der Richtlinien im Jahr 2003 nicht weiter daran gearbeitet worden. Stattdessen wurde ein neues Projekt mit ähnlichem Aufwand in die Wege geleitet, um über die Corporate Social Responsibility dänischer Unternehmen zu berichten.

Wenn man den Nutzen dieser Berichterstattungen für Stakeholder aus externer Sicht betrachtet, stellt sich die Frage, ob es denn überhaupt notwendig ist, Informationen dieser Art nach außen zu kommunizieren, oder ob daraus zwangsläufig eine PR- und Marketingkampagne wird. Denn ob diese extern veröffentlichten freiwilligen Berichte mit den darin enthaltenen Kennzahlen wirklich dafür verantwortlich sind, dass sich ein Unternehmen weiterentwickeln kann, sollte kritisch hinterfragt werden.

Anhang

Liste untersuchter Unternehmen

Unternehmen	verfügbar	nicht verfügbar, da			
		kein Englisch	k. A. für Zeitraum	k. A. da Umstrukturierung	k. A. im Internet
Aktivitetshuse Idavang					x
Albertslund Apotek	x				
Amphion			x		
Amtssparekassen Fyn					x
Andersen Management International A/S				x (zu Andersen Advisory Group)	
Arbejdstilsynet					x
Arkitektgruppen Aarhus K/S					x
Arhus Amt					x
ATP	x				
BankInvest					x
BDO ScanRevision			x		
Bon A'Parte Postshop A/S	x				
Bülow Management	x				
Byggecentrum	x				
Byggeplandata A/S					x
CarlBro Group A/S				x (jetzt Grontmij)	
Carl Strandberg Supermarked					x
Center for Ledelse		x			
Coloplast A/S	x				
COWI	x				
Dan Net A/S					x
Danisco A/S			x		
Danish Insurance Institute Rungstedgaard A/S					x
Danish Medicines Agency					x
Danmarks Journalisthøjskole					x
Dansk Metal	x				
Dansk Shell A/S					x
Dans System Industri A/S					x
Dansk Transport og Logistik					x
Dansk Rumforskningsinstitut					x
Dantherm					x
Datasupport A/S					x
Dator A/S				x (jetzt Rapidionline)	
Det Danske Handelskammer					x
DIEU				x (jetzt Mannaz)	x
DTM Management Consultants					x
Energi Fyn	x				
Ementor Denmark A/S				x (jetzt Traen)	
Effectiv Reklame A/S					x
Erhvervs- og Selskabsstyrelsen					x
Ericsson Telebit A/S					x
Eterra A/S					x
Finansministeriet					
Finansradet	x				x
Foreningen af Statsautoriserede Revisorer	x				
Forsvarets Bygningstjeneste	x				
Forsyningsvirksomhederne Aalborg	x				
FKI Logistex Crisplant				x (jetzt Beumer Group)	
Fodevareøkonomisk Institut					x
Forsikringshøjskolen Rungstedgaard A/S					x
Frederiksberg Forsyning					x
GN StorNord			x		
Gabriel A/S	x				
H.C. Hovmand A/S					x
Herning Handelsskole					x
Herning Kommune Skatteafdeling					x
Hofman-Bang Zacco A/S			x		
Hotel Impala A/S					x
Hvalso Apotek					x
Idavang Aktivitetshuset					x
International Transport Denmark	x				x
IT-Højskolen i København					x

KMD A/S					x
Kobnhavns Fondsbors			x		
Kobenhavn Havn A/S					x
KOE					x
Kommunedata A/S					x
Lægemiddelstyrelsen			x		
Ledernes Hovedorganisation		x			
LO			x		
Lindh Stabell Horten A/S					x
Maxon Telecom A/S					x
Meku A/S					x
Mellemfolkeligt Samvirke					x
Navision A/S					x
Nellemann Konsulenterne A/S					x
Nord Data A/S					x
Observer Danmark København					x
Odense Customs and Tax Region					x
Økonomistyrelsen					x
Odense Tekniske Skole					x
Patientklagenævnet					x
Privathospitalet Molholm					x
QualiWare Consulting ApS					x
Registrerede Revisorer					x
Ramboll	x				
Ronne Kommune, Teknik & Miljø					x
Roskilde Kommune Forsyning		x			
Scandiaconsult				x (zu Ramboll)	
Sofartsstyrelsen					x
Statens Byggeforskningsinstitut					x
Systematic Software Engineering A/S			x		
The Swedish Civil Aviation Administration (SCAA)					
TIC Danmark					x
Teknologisk Institut					x
Tele & Data					x
Told og Skat		x			
Told- og Skattestyrelsen					x
Visionik A/S					x
WM Data				x (zu Logica)	

Untersuchung der Unternehmen

	Company:	Coloplast A/S								
	Sector:	Manufacturing and distribution of care products for the hospital and nursing care sector								
	Kind of reporting / structure:	Stakeholder Report (yearly) as part of annual report from 2002 Reporting on the UN's Global Compact from 2006 no Stakeholder Report anymore from 2010 Corporate Responsibility Report as an additional report								
Stakeholder Report (within annual report)	Year	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	
	Number of indicators	28	28	14						
	Customers									
	Cooperation with retailers, professionals and users	x	x	x						
	Customer satisfaction measurements	x	x	x						
	Development projects through AIM (Accelerate Ideas to Market)	x	x	x						
	Research and Development Costs	x	x	x						
	Complaints	x	x							
	Delivery performance	x	x	x						
	Employees									
	Employee satisfaction and loyalty measurement	x	x	x						
	Job rotations	x	x							
	Staff turnover	x	x							
	Absence	x	x							
	Unsolicited job applications	x	x							
	Managerial positions filled internally	x	x							
	Number of management training days			x						
	Society									
	Emission of volatile organic compounds	x	x							
	Use of electricity	x	x							
	Use of water	x	x							
	Generation of process waste, polymers	x	x	x						
	Industrial accidents and frequency	x	x	x						
	New jobs created	x	x	x						
	Economic contribution	x	x							
	Shareholders									
	Patent applications	x	x							
	Patent rights	x	x							
	New products' share of revenue	x	x							
	Revenue per employee	x	x	x						
	Operating profit per employee	x	x							
	Economic profit per employee	x	x							
	Total shareholder return	x	x	x						
	Number meetings with investors			x						
	Increase or decrease of share value			x						
The UN's Global Compact (within annual report)	Principles / Activities									
	Protect and respect human rights	x	x	x		x				
	No complicity in human rights abuses	x	x	x		x		x	x	
	Uphold the freedom of association and recognition of the right to collective bargaining	x	x	x		x		x	x	
	Eliminate forced and compulsory labour			x		x		x	x	
	Abolish child labour			x		x		x	x	
	Eliminate discrimination in respect of employment and occupation	x	x	x		x		x	x	
	Support a precautionary approach to environmental challenges	x	x	x		x	x	x	x	
	Promote greater environmental responsibility	x	x	x		x	x	x	x	
	Encourage the development and diffusion of environmentally friendly technologies	x	x	x		x	x	x	x	
	The promotion and adoption of initiatives to counter all forms of corruption			x	x	x	x	x		
Corporate Responsibility (within annual report)						x	x	x		
Corporate Responsibility Report (apart of annual report)	Number of indicators									74
	Innovative products									x
	Number of animal testing									x
	Number of occupational injuries									x
	Employee engagement									x
	CO2 emissions and production efficiency									x
	Waste generation									x
	Number of certifications									x
	Anti corruption activities									x
	Employee distribution - male, female, blue collar, white collar, age distribution									x
	Supply chain improvements									x
	Social activities									x

	Company:	COWI A/S							
	Sector:	Consultancy within Engineering, Environmental Science and Economics							
	Kind of reporting / structure:	Intellectual Capital Report (yearly) as part of the annual report from 2008 additionally "Green accounts" as part of the annual report from 2010 "Sustainability Report" as an additional report							
Intellectual Capital Report (within annual report)	Year	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Number of indicators	52	52	54	54	55	55	54	49
	Customers / Users								
	Share of year's project manhour costs by client category	x	x	x	x	x	x	x	x
	Number of clients	x	x	x	x	x	x	x	x
	Share of year's project manhour costs used on projects and clients outside Denmark	x	x	x	x	x	x	x	x
	Number of external lectures per 100 employees held during the year	x	x	x	x	x	x	x	x
	Number of publications available to the public per 100 employees recorded during the year	x	x	x	x	x	x	x	x
	Client inflow	x	x	x	x	x	x	x	x
	Client outflow	x	x	x	x	x	x	x	x
	Number of readers/listeners/viewers of media exposures	x	x	x	x				
	Employees								
	Number of employees	x	x	x	x	x	x	x	x
	sex distribution								
	Average age of employees	x	x	x	x	x	x	x	x
	Average official length of education since secondary school	x	x	x	x	x	x	x	x
	Share of employees with highest level of education PhD, doctorate	x	x	x	x	x	x	x	x
	Share of employees with higher level of education BSc, MSc	x	x	x	x	x	x	x	x
	Average employee work experience	x	x	x	x	x	x	x	x
	Average staff seniority within the company	x	x	x	x	x	x	x	x
	Share of employees with project management experience in the company	x	x	x	x	x	x	x	x
	Average foreign travel experience since being employed by the company	x	x	x	x	x	x	x	x
	Share of supplementary education activity of total fixed working hours	x	x	x	x	x	x	x	x
	Inflow and outflow of employees compared to previous year	x	x	x	x	x	x	x	x
	Share of fixed working hours abroad	x	x	x	x	x	x	x	x
	Staff satisfaction index	x	x	x	x	x	x	x	x
	Share of sick leave of the total fixed working hours	x	x	x	x	x	x	x	x
	Share of current staff owning company shares	x	x	x	x	x	x	x	x
	Students ranking as preferred workplace	x	x	x	x	x	x	x	x
	Working hours above and below standard number of hours			x	x	x	x	x	x
	Processes								
	Number of registered internal professional networks	x	x	x	x	x	x	x	x
	Share of employees participatin in one or more registered internal professional networks	x	x	x	x	x	x	x	x
	Number of "best practices" available on the intranet	x	x	x	x	x	x	x	x
	Average number of active external projects an employee has worked on in the year	x	x	x	x	x	x	x	x
	Number of active ongoing external projects	x	x	x	x	x	x	x	x
	Average budgeted fee per project	x	x	x	x	x	x	x	x
	Average share of projects with inter-disciplinary cooperations by professional category	x	x	x	x	x	x	x	x
	Share of total turnover invoiced from or to foreign subsidiaries in the Group	x	x	x	x	x	x	x	x
	Share of employees posted to or from foreign subsidiaries	x	x	x	x	x	x	x	x
	Share of employees with long-term postings to foreign subsidiaries	x	x	x	x	x	x	x	x
	Share of externally financed development activities	x	x	x	x	x	x	x	x
	Share of internally financed development activities	x	x	x	x	x	x	x	x
	Number of internal and external quality audits per 100 employee	x	x	x	x	x	x	x	x
	Share of turnover used for correcting external faults	x	x	x	x	x	x	x	x
Green accounts (within annual report)	Number of indicators						25	25	14
	Floorage and office spaces occupied in Denmark								
	Gross floorage						x	x	
	Heated area							x	
	Number of office spaces						x	x	
	Resource consumption in Denmark								
	Heating						x	x	
	Electricity						x	x	
	Water						x	x	
	Total waste						x	x	
	CO₂ emissions								
	Heating						x	x	x
	Paper						x	x	x
	Cars						x		
	Electricity						x	x	x
	Travels						x	x	x
	Waste								x
	Water								x
	Gas								x
Sustainability Report (apart of annual report)	Key Activities this year								x
	Our sustainability approach								x
	Sustainable urban planning								x
	Diversity and our people								x
	CO ₂ Accounts								x
	Research & Education								x

	<u>Company:</u>	Gabriel A/S								
	<u>Sector:</u>	Manufacturing and distribution of furniture fabrics and related textile products								
	<u>Kind of reporting / structure:</u>	"Supplementary Report" (yearly) as part of annual report from 2002 "Environmental Report" additionally to the annual report from 2007 no "Supplementary Report" anymore, data within the annual report in 2008 mentioned "corporate social responsibility"								
Supplementary Report (within annual report)	Year	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	
	Number of indicators	12	14	13	13					
	Customers									
	Customer satisfaction	x	x	x	x					
	Reliability of delivery	x	x	x	x					
	Cost index for manufactured goods	x	x							
	Share of revenue by new products		x	x	x					
	Number of released designs			x	x					
	Employees									
	Satisfaction and motivation		x	x	x					
	Loyalty		x	x	x					
	Distribution of seniority	x								
	Age composition	x								
	Shareholders									
	Development of market and book value	x	x	x	x					
	Development of dividend and earnings per share	x	x	x	x					
	Society									
	Energy consumption	x	x	x	x					
	Waste water	x	x	x	x					
	Consumption of chemicals	x	x	x	x					
	Industrial waste	x	x	x	x					
Corporate Social Responsibility (within annual report)							x	x	x	
Environmental Report (apart of annual report)	Number of indicators	23	28	28	30	35	36	21	32	
	Energy consumption (gas, heating, electricity)	x	x	x	x	x	x	x	x	
	CO ₂ emissions									x
	Waste water	x	x	x	x	x	x	x	x	
	Waste generation	x	x	x	x	x	x	x	x	
	Consumption of chemicals	x	x	x	x	x	x	x	x	
	Consumption of raw materials	x	x	x	x	x	x	x	x	

	Company:	ATP								
	Sector:	Pension and insurance company								
	Kind of reporting / structure:	Knowledge Statements (yearly) as part of annual report from 2008 "Climate Report" as part of annual report from 2010 no Knowledge Statements anymore from 2010 "Social Responsibility" within annual report and Responsibility Report as an additional report								
Knowledge Statements (within annual report)	Year	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	
	Number of indicators	58	36	27	28	25	24	24		
	Clients									
	Client satisfaction	x			x	x	x	x		
	Knowledge of ATP from clients' sight	x	x	x	x	x	x	x		
	Assessment of ATP from clients' sight	x	x	x	x	x	x	x		
	Image position			x						
	Understanding of pension summaries	x	x							
	attractiveness of open information meetings	x	x	x	x		x	x		
	Media mentions	x	x	x	x	x	x	x		
	Composition of clients	x	x							
	Clients using new products				x	x	x	x		
	Client traffic					x	x	x		
	Employees									
	Employee satisfaction and motivation	x	x	x	x	x	x	x		
	Employee loyalty	x	x	x	x	x	x	x		
	Commitment	x	x	x	x	x	x	x		
	Distribution of employees in business units	x			x	x	x	x		
	Sex distribution	x								
	Share of specialists	x								
	Distribution of seniority	x			x	x	x	x		
	Staff turnover		x	x	x	x	x	x		
	Absence due to sickness			x	x	x	x	x		
	Business Procedures									
	Resource allocation				x					
	Telephone calls per month					x	x	x		
Climate Report (within annual report)	Number of indicators						27	27		
	Number of staff and office space						x	x		
	Electricity consumption including CO ₂ emissions						x	x		
	Heat consumptions including CO ₂ emissions						x	x		
	Air travel including CO ₂ emissions						x	x		
	Auto transport including CO ₂ emissions						x	x		
Social Responsibility (within annual report)	Number of indicators									13
	Trend in employee satisfaction									x
	Number of skills development days per employee									x
	Number of women business leaders									x
	Environment and climate									x
Responsibility Report (apart of annual report)	Number of indicators									28
	Employees									
	Sex distribution									x
	Age distribution									x
	Share of women in leader positions									x
	Absence due to sickness									x
	Staff turnover									x
	Job satisfaction									x
	Working conditions									x
	Environment									
	Electricity consumption and CO ₂ emission									x
	Heat consumption and CO ₂ emission									x
	Air travel and carbon emission									x
	Auto transport and carbon emission									x
	Paper consumption									x

	Company:	Ramboll A/S							
	Sector:	Leading engineering, design and consultancy company							
	Kind of reporting / structure:	"Supplementary Holistic Report" (yearly) as part of annual report from 2005 "Holistic Report" in the "Annual Review" apart from the annual report in 2007 "Holistic Report" as part of annual report from 2008 "Activities" as part of annual report without any indicators from 2010 "Corporate Social Responsibility Report"							
Supplementary Holistic Report (2003-2005 within annual report) (2005-2006 apart annual report) (2007 within annual report)	Year	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Number of indicators	73	76	88	56	34	0	0	0
	Values and leadership								
	Share of line managers	x	x	x	x				
	Participation on managerial development courses	x	x	x	x				
	Managerial staff turnover				x				
	Managerial appointments			x	x				
	Strategic processes								
	Activities in markets abroad			x	x				
	Human resources								
	Seniority of employees	x	x	x	x				
	Staff turnover	x	x	x	x				
	Number of employees	x	x	x	x				
	Graduation of staff	x	x	x	x	x			
	Gender distribution	x	x	x	x				
	Gender distribution among managers	x	x	x	x				
	Average age of employees	x	x	x	x				
	Structural resources								
	IT expenses per employee	x	x	x	x				
	Telecommunication expenses per employee			x	x				
	Consultancy								
	Revenues	x	x	x	x				
	International activities		x	x	x				
	Customer and employee results								
	Customer satisfaction	x	x	x	x				
	Employee satisfaction	x	x	x	x	x			
	Absence due to sickness	x	x	x	x				
	Society results								
	Attractivity to students	x	x						
	Economic results								
	Earnings	x	x	x	x				
	Revenues	x	x	x	x	x			
	Invested capital	x	x	x	x	x			
	Goodwill	x	x						
	Profits	x	x	x	x	x			
	Return rates	x	x	x					
Corporate Social Responsibility Report (apart annual report)	Number of indicators								38
	People								
	Work council meetings per year								x
	Employee satisfaction								x
	Training in non-discrimination								x
	Competence trainings								x
	Prevention for disability								x
	Climate								
	CO ₂ emissions for energy								x
	CO ₂ emissions for transport and travel								x
	Business Integrity								
	Code of conduct								x
	Business integrity management system								x
	Training in business integrity								x
	Screening and managing projects								x

Befragung der Unternehmen

Dominik Fischer

Rathausweg 17
88263 Horgenzell
- Germany -
Phone: +49 151 17269193
E-Mail: dominik-fischer3@gmx.de

Horgenzell, 21. 08. 2011

Dear Sir or Madame,

my name is Dominik Fischer, I am 24 years old and I am studying International Business at Aalen University in Aalen, Germany (near Stuttgart).

At the moment I am writing my Bachelor's Thesis about *"The development of reporting Intellectual Capital Statements since the implementation of Danish Guidelines in 2003 - using the example of Danish companies."*

Concerning this topic I analyse the annual reports of companies, which have taken part in this project – initiated by the Danish Ministry of Science, Technology and Innovation.

The aim of this analysis is to find out, if this reporting method by the Danish Guidelines from 2003 still has relevance for these companies. Due to the problem that much information about this topic is not available anymore on the websites of many companies, or many companies just stopped this reporting method, without telling why, I am writing this letter to you.

I would be very pleased, if you could just send me a short response to the following questions.

1. Does your company still report about Intellectual Capital by using the reporting method "Danish Guidelines" from 2003 by the Danish Ministry of Science, Technology and Innovation?
2. If not, does your company use another method? Which method?
3. Or did your company just stop reporting about Intellectual Capital?

If you need any further information, please do not hesitate contacting me.

Kind regards,



Befragung des Danish Ministry of Science, Technology and Innovation

Danish Ministry of Science,
Technology and Innovation
Bredgade 43
1260 Copenhagen K
Denmark

Dominik Fischer
Rathausweg 17
88263 Horgenzell
- Germany -
Phone: +49 151 17269193
E-Mail: dominik-fischer3@gmx.de

Horgenzell, 21. 08. 2011

Dear Sir or Madame,

my name is Dominik Fischer, I am 24 years old and I am studying International Business at Aalen University in Aalen, Germany (near Stuttgart).

At the moment I am writing my Bachelor's Thesis about *"The development of reporting Intellectual Capital Statements since the implementation of Danish Guidelines in 2003 - using the example of Danish companies."*

Concerning this topic I analyse the annual reports of companies, which have taken part in this project – initiated by the Danish Ministry of Science, Technology and Innovation.

The aim of this analysis is to find out, if this reporting method by the Danish Guidelines from 2003 still has relevance for these companies.

I already sent a questionnaire to the companies which have participated in 2003 and I am waiting for response.

On the website of the Danish Ministry of Science, Technology and Innovation I did not recognize any current status or ongoing developments concerning this topic.

That is why I am writing you and want to ask you, if your ministry is still working on this reporting method? And if not, why?

Or do you maybe have any information about the current relevance of this reporting method for the former participated companies?

I would be very pleased and it would help me a lot if you could send me a short response.

If you need any further information, please do not hesitate contacting me.

Kind regards,



E-Mail des Danish Ministry of Science, Technology and Innovation

Dear Dominik,

Our ministry has not been engaged in work on intellectual capital statements since 2003.

Overall, the goals for the Danish project on intellectual capital statements were the following:

1. To help companies to achieve a systematic enhancement of their knowledge capital
2. To develop a method for writing and reading intellectual capital statements systematically.

With the guideline publication from 2003 the Danish project on intellectual capital statements was completed as the ministry considered the concept sufficiently developed. Hence, the ministry has not been engaged in work on intellectual capital statements since 2003.

We have, however, in 2005 conducted an evaluation of the project. I attach the evaluation report on the national Danish Intellectual Capital Statements project. The evaluation report is written in Danish, but contains an executive summary in English

We do not have more recent information about the relevance of this reporting method than what is reported in the evaluation report.

Kind regards,

Jens Haisler
Head of Secretariat
Direct: +45 72 26 55 17
jha@fi.dk
Ministry of Science, Technology and Innovation
Danish Agency for Science, Technology and Innovation
Bredgade 40
DK - 1260 Copenhagen K
Phone: +45 35 44 62 00
Fax: +45 35 44 62 01
fi@fi.dk
www.fi.dk

Literaturverzeichnis

Bücher:

Andriessen, Daniel / Tissen, René (2000): *Weightless Wealth: Find your real value in a future of intangible assets*, 1. Auflage, Harlow 2000

Edvinsson, Leif / Malone, Michael S. (1997): *Intellectual Capital – Realizing your company's true value by finding its hidden brainpower*, 1. Auflage, London 1997

Handelsgesetzbuch (2011), 51. Auflage, München 2011

Hórvath, Péter / Möller, Klaus (2004): *Intangibles in der Unternehmenssteuerung – Strategien und Instrumente zur Wertsteigerung des immateriellen Kapitals*, 1. Auflage, München 2004

International Financial Reporting Standards (2010), 4. Auflage, Weinheim 2010

Lev, Baruch (2001): *Intangibles – Management, Measurement and Reporting*, 1. Auflage, Washington D.C 2001

Matzler, Kurt / Hinterhuber, Hans H. / Renzl, Birgit / Rothenberger, Sandra (2006): *Immaterielle Vermögenswerte, Handbuch der intangible Assets*, 1. Auflage, Berlin 2006

Möller, Klaus / Piwinger, Manfred / Zerfaß, Ansgar (2009): *Immaterielle Vermögenswerte, Bewertung, Berichterstattung und Kommunikation*, 1. Auflage, Stuttgart 2009

North, Klaus (2011): *Wissensorientierte Unternehmensführung: Wertschöpfung durch Wissen*, 5. Auflage, Wiesbaden 2011

Ramboll Management (2005): *Evaluering af viden-regnskaber*, 1. Auflage, Kopenhagen 2005

Schäfer, Henry / Lindenmayer, Philipp (2005): *Externe Rechnungslegung und Bewertung von Humankapital*, 1. Auflage, Düsseldorf 2005

Stewart, Thomas A. (1997): Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations, 1. Auflage, New York 1997

Stewart, Thomas A. (1998): Der vierte Produktionsfaktor: Wachstum und Wettbewerbsvorteile durch Wissensmanagement, 1. Auflage, München 1998

Sullivan, Patrick H. (2000): Value-Driven Intellectual Capital – How to convert corporate assets into market value, 1. Auflage, New York 2000

Zeitschriften:

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

Arbeitskreis „Immaterielle Werte im Rechnungswesen“ der Schmalenbach-Gesellschaft für Betriebswirtschaft e.V. (2001): Kategorisierung und bilanzielle Erfassung immaterieller Werte, in: Der Betrieb, Heft 19, S. 989-995

Bilanzbuchhalter- und Controllerclub Steiermark (2003): Immaterielle Vermögenswerte (Intangible Assets), in: E-Letter „Controlling“, Heft 01/2003, S. 1-15

Creutzmann, Andreas (2005): Der Wert von immateriellen Vermögensgegenständen zur Steuerung von Unternehmen, in: Controlling & Management, Sonderheft 3/2005, S. 31

Daum, Jürgen (2005): Intangible Asset Management: Wettbewerbskraft stärken und den Unternehmenswert nachhaltig steigern – Ansätze für das Controlling, in: Controlling & Management, Sonderheft 3/2005, S. 4

Dillerup, Ralf / Göttert, Simone / Gedeon, Carina (2005): Wissensbilanz und Controlling von Strukturkapital – Fallstudie des mittelständischen Maschinenbauunternehmens SiCo GmbH & Co. KG, in: Controlling & Management, Sonderheft 3/2005, S. 59

Günther, Thomas W. (2005): Unternehmenssteuerung mit Wissensbilanzen – Möglichkeiten und Grenzen, in: Controlling & Management, Sonderheft 3/2005, S. 68

North, Klaus / Probst, Günther / Romhardt, Kai (1998): Wissen messen – Ansätze, Erfahrungen und kritische Fragen, in: Zeitschrift für Organisation, 03/1998, S. 158-166

Rieg, Robert (2006): Immaterielle Werte – der Heilige Gral der Betriebswirtschaft?, in: Bilanzbuchhalter und Controller, Heft 04/2006, S. 82

Internetquellen:

Arbeitskreis Wissensbilanz (2008): Leitfaden 2.0 zu Erstellung einer Wissensbilanz, http://www.akwissensbilanz.org/Infoservice/Infomaterial/WB-Leitfaden_2.0.pdf

Andriessen, Daniel (2005): Implementing the KPMG Value Explorer: Critical success factors for applying IC measurement tools, <http://www.weightlesswealth.com/downloads/Implementing%20the%20value%20explorer.PDF>

Christ, Oliver (1999): Wissensorientierte Unternehmensführung, [http://web.iwi.unisg.ch/org/iwi/iwi_pub.nsf/wwwPublAuthorEng/18B210725C2AC088C1256BD60029A415/\\$file/wissensor_f%C3%BChrung_och.pdf](http://web.iwi.unisg.ch/org/iwi/iwi_pub.nsf/wwwPublAuthorEng/18B210725C2AC088C1256BD60029A415/$file/wissensor_f%C3%BChrung_och.pdf)

Controller Akademie (2005): Das Intellektuelle Kapital im Unternehmen – Ist-Analyse und Darstellung des Intellektuellen Kapitals mit Hilfe der Wissensbilanz, <http://www.controllerakademie.de/retraining/stufe4/Intellektuelles%20Kapital%20-%20Wissensbilanz.pdf>

Danish Financial Statement Act (2008): Proposal for an Act amending the Danish Financial Statement Act (reporting on social responsibility for large businesses), http://www.eogs.dk/graphics/Samfundsansvar.dk/Dokumenter/Proposal_Report_On_Social_Resp.pdf

Danish Commerce and Companies Agency (2009): Reporting on corporate social responsibility – an introduction for supervisory and executive boards, http://www.dcca.dk/graphics/publikationer/CSR/Reporting_CSR_L5_UK_05.pdf

Fischer, Thomas M. (1999): Economic Value Added (EVA) – Informationen aus der externen Rechnungslegung zur internen Unternehmenssteuerung?, http://www.econbiz.de/archiv/ei/kuei/controlling/economic_value_added.pdf

InCaS Consortium (2009): Intellectual Capital Statement – European ICS Guideline, http://www.incas-europe.eu/images/stories/InCaS_Publishable_Guideline.pdf

Mangena, Musa / Pike, Richard / Li, Jing (2010): Intellectual Capital Disclosure Practices and Effects on the Cost of Equity Capital: UK Evidence, http://www.mendeley.com/share/viewDocument/desktopClient/13620_1311878510_a809d97f-8cfa-4f21-9ff6-b15566aeceb7/1313088177/ef4e4ef7db384ddac5ff2bd63428f8268af9e721/

MERITUM (1999): Preliminary results, <http://www.oecd.org/dataoecd/16/19/1947863.pdf>

MERITUM (2002): Guidelines for managing and reporting on intangibles (intellectual capital report), http://www.uam.es/personal_pdi/economicas/palomas/DIRECTRICES%20MERITUM%20-%20INGLES.pdf

Ministry of Science, Technology and Innovation (2003): Analysing Intellectual Capital Statement, <http://en.vtu.dk/publications/2003/analysing-intellectual-capital-statements/analysing-intellectual-capital-statements.pdf>

Ministry of Science, Technology and Innovation (2003): Intellectual Capital Statements – The New Guidelines, <http://en.vtu.dk/publications/2003/intellectual-capital-statements-the-new-guideline/intellectual-capital-statements-the-new-guideline.pdf>

Neumann, Robert (2000): Wissensmanagement und Change, http://www.uni-klu.ac.at/opm/downloads/RN_LV_Skriptum_Wissensmanagement_und_Change.pdf

Solitander, Maria (2011): When Sharing becomes a Liability: An Intellectual Capital Approach on Describing the Dichotomy of Knowledge Protection versus Sharing in Intra- and Interorganizational Relationships, <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10227/812/225-978-952-232-118-3.pdf?sequence=1>

Stoi, Roman (2003): Intangibles – Die unternehmerische Herausforderung des 21. Jahrhunderts, in: 4Managers – Management und Controlling von Intangibles, <http://www.4managers.de/management/themen/intangibles/#c2061>

Stern Stewart & Co (2011): Intellektuelles Eigentum, <http://www.sternstewart.com/?content=proprietary&p=eva>

Sveiby, Karl-Erik (2010): Methods for Measuring Intangible Assets, <http://www.sveiby.com/articles/IntangibleMethods.htm>

The Danish Industry and Trade Development Council (1997): Intellectual Capital Accounts, <http://en.vtu.dk/publications/1998/intellectual-capital-accounts/intellectual-capital-accounts.pdf>

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Aalen, 30.09.2011

(Dominik Fischer)