

ID	Einflussfaktor	Aktiv	On-...	Ql-...	S...
GP-1	Finanzmanagement	<input type="checkbox"/>			
GP-2	Planung und Controlling	<input type="checkbox"/>			
GP-3	Organisationsentwicklung	<input checked="" type="checkbox"/>	45	☹	20
GP-4	Technologiemanagement	<input checked="" type="checkbox"/>	45	☹	90
GE-1	Mitarbeiterergebnisse	<input checked="" type="checkbox"/>	60	☺	80
GE-2	Kundenergebnisse	<input checked="" type="checkbox"/>	15	☹	90
GE-3	Ergebnisse in der Gesellschaft	<input type="checkbox"/>			
GE-4	Schlüsselergebnisse	<input checked="" type="checkbox"/>	60	☺	30

„Aufgrund unseres Erfahrungshintergrundes sprechen wir die Sprache der Unternehmer, Manager, Banken, Investoren und Wissensarbeiter.“

**wissens
manager**
DES JAHRES 2003

Rainer Weichbrodt, Manager
ausgezeichnet zum Wissensmanager des Jahres 2003

Wie wird es gemacht

Es wird ein Wissensbilanz-Projektteam innerhalb einer Organisation mit Vertreter aus allen relevanten Hierarchie- und Abteilungsebenen gebildet. Eingeplant werden drei Workshops-Tage, die von einem versierten Wissensbilanz-Moderator IT- gestützt geleitet werden.

1. Schritt

Ermittlung und Priorisierung der für die Organisation relevanten Einflussfaktoren des Intellektuellen Kapitals.

2. Schritt

Bewertung der Einflussfaktoren nach dreidimensionalen Bewertungsmethodik (Qualität, Quantität, Systematik). Darstellung und Interpretation von Ergebnissen. Identifizierung von Stärken und Schwächen des Intellektuellen Kapitals.

3. Schritt

Auswertung und Interpretation der Wirkungszusammenhänge zwischen den einzelnen Einflussfaktoren. Identifizierung der erfolgskritischen Einflussfaktoren mit Hebelwirkungen. Kommunikation und Abstimmung der sinnvollen Investitionsstellen.

4. Schritt

Festlegung von Indikatoren der entscheidenden Einflussfaktoren. Ermittlung von Handlungsoptionen. Planung von Maßnahmen, die mittels Indikatoren gemessen werden, im Hinblick auf die strategische Ausrichtung der Organisation.

Ihr Nutzen

- Sie erkennen Quellen des Erfolges
- Sie erhalten Handlungsoptionen
- Sie finden die Hebel mit höchster Erfolgswirksamkeit
- Sie können verborgene Werte kommunizieren
- Sie haben Überblick über das ganze Wissen in der Organisation
- Sie lernen den Umgang mit komplexen Zusammenhängen
- Sie erleben eine permanente Wissensgenerierung und Wissensrevision

weichbrodt consult UG
(haftungsbeschränkt)

Ihr Ansprechpartner
Dipl. oec. Rainer Weichbrodt
Am Stuckenberg 12
59427 Unna
Tel.: 02303 7783-72
Fax: 02303 7783-74
rainer@weichbrodt.eu

www.weichbrodt.eu



WISSENS

BILANZ

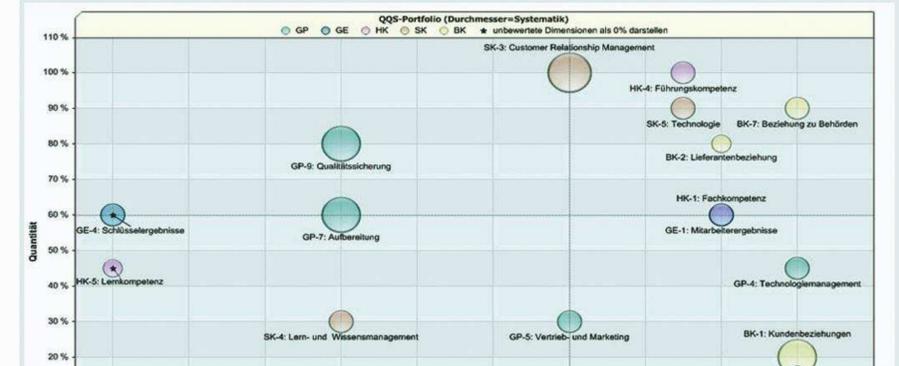
HUMANKAPITAL +
STRUKTURKAPITAL +
BEZIEHUNGSKAPITAL

Instrumentarium
zur Bewertung, Analyse und Steuerung
des intellektuellen Kapitals



„Nur was gemessen werden kann, kann gemanagt werden.“

Als valide Controllinginstrument dient die Wissensbilanz zur systematischen Messung und Überprüfung der Erfolgswirksamkeit der Maßnahmen.



Wissensbilanz im Überblick

Dass „weiche Faktoren“ wie (Fachkompetenzen, Kundenbeziehungen, Produktinnovation, Lernkompetenzen, Zufriedenheit etc.) die gleiche strategische Bedeutung wie die „harte Faktoren“ (Anlagen, Grundstücke, Arbeitsmaterialien, Rohstoffe) haben, ist längst keine neue Erfindung mehr – sondern ein Hinweis darauf, dass diese „Schätze“ bei der Organisationssteuerung berücksichtigt werden müssen. Dieses immaterielle Vermögen (Intellektuelles Kapital) liegt versteckt in Mitarbeiter, Prozessen, Strukturen und Beziehungen. Auch dieses Kapital soll erfasst, bewertet und zielgerichtet entwickelt werden.

Die Wissensbilanz ist kein Finanzdokument. Sie ist ein Instrument zur Darstellung und Bewertung des intellektuellen Kapitals einer Organisation. Sie zeigt die Zusammenhänge zwischen dem intellektuellen Kapital und dem Geschäftserfolg und beschreibt diese Elemente mittels Kennzahlen.

Drei Kapitalarten der Wissensbilanz

1. Humankapital:

Kompetenzen, Fertigkeiten, Motivation und Lernfähigkeit der einzelnen Mitarbeiter

2. Strukturkapital:

IT, Organisationskultur, Prozessorganisation, Abläufe – alle intelligente Strukturen, die bestehen bleiben, wenn die Mitarbeiter die Organisation verlassen

3. Beziehungskapital:

externen Beziehungen zu Kunden, Lieferanten, Partnern und der Öffentlichkeit

Strategisches Managementinstrument zur nachhaltigen Organisationsführung

Das Management erhält eine valide Entscheidungsgrundlage für die gezielte strategische Entwicklung der wichtigsten immateriellen Werten in der Organisation.

Das bedeutet:

Transparente und strukturierte Darstellung der „versteckten“ immateriellen Organisationswerten und deren Zusammenhängen

Systematische und präzise Bewertung des Intellektuellen Kapitals.

Übersichtliche und ganzheitliche Betrachtung des Stärken-Schwächenprofils im Bereich Immaterielle Erfolgsfaktoren.

Identifizierung und Priorisierung der konkreten Handlungsfelder

Erkenntnisse über zahlreiche Beeinflussungsmöglichkeiten

Kennzahlen- und Maßnahmenmanagement

Verknüpfung des „strategischen Managements“ mit den operativen Maßnahmen in der unternehmerischen Praxis

Überprüfung und Präzisierung der Unternehmensstrategie

Erkenntnisse über Wissensprozesse und relevante Ressourcen

Positive Beeinflussung der Unternehmenskultur

Förderung der Innovationsdynamik und Kreativität

Optimierung des Risikomanagements

Eine Methode und ein Medium zur internen und externen Kommunikation

Die Wissensbilanz bietet die Chance, die aktuelle und zukünftige Situation der Organisation unter Einbeziehung unterschiedlicher Sichtweisen und Argumente zu diskutieren, zu analysieren und zu präsentieren.

Den erstellten Wissensbilanzbericht nutzen Sie:

1. Intern: als Kommunikationsgrundlage für die interne Auseinandersetzung und die Erarbeitung eines gemeinsamen Verständnisses über die gemeinsame Zusammenarbeit

Ihre Mitarbeiter erhalten:

- Ein stimmiges Bild über die komplexen Zusammenhänge der immateriellen Ressourcen der Organisation
- Erkenntnisse über Schwachstellen und Entwicklungspotenziale.
- Eine glaubwürdige Botschaft über die Managementstrategien, die konkreten Entwicklungsmaßnahmen und erzielten Ergebnisse.

2. Extern: als Kommunikationsgrundlage auf dem Finanzmarkt bei Kreditinstituten sowie bei Kunden und Geschäftspartnern im Hintergrund der verstärkten Bedeutung der weichen Faktoren

Sie profitieren von:

- Marketingeffekte einer repräsentativen Darstellung aller relevanten, bewerteten und überprüfbarer immaterieller Ressourcen der Organisation.
- Verbreitung der Akzeptanz bei Banken und Investoren
- Reduzierung von Kreditkosten