

PRESSEINFORMATION

„Intellectual Capital“ wird bei der Bewertung von Unternehmen wichtiger

Wiesbaden, den 9. August 2005. Eine aktuelle Studie von Arthur D. Little zeigt, dass Finanzanalysten dem Management und Reporting von Intellectual Capital eine zunehmend größere Bedeutung beimessen. Die etablierten Management- und Rechnungslegungsmethoden tragen jedoch dieser Entwicklung nicht Rechnung.

Der International Financial Reporting Standard (IFRS) ist seit dem 01. Januar 2005 für europäische Unternehmen verbindlich. Hiermit ist ein erster Schritt erfolgt, dass Unternehmen ihr intellektuelles Kapital bewerten und in die Berichterstattung mit aufnehmen. Mit „Intellectual Capital“ (IC) wird die Entwicklung und Nutzung des immateriellen Vermögens eines Unternehmens bezeichnet. IC Reporting ist die Berichterstattung über immaterielle Vermögenswerte, welche die traditionelle Buchführung nicht erfasst.

Die Managementberatung Arthur D. Little hat Investor Relations-Verantwortliche der führenden Unternehmen in Deutschland (DAX), Österreich (ATX) und der Schweiz (SMI) sowie die diese Unternehmen beurteilenden Finanzanalysten nach ihrer Einschätzung zum Thema Intellectual Capital Management und Reporting befragt. Die Ergebnisse der Studie im Überblick:

Welche Bedeutung hat Intellectual Capital für börsennotierte Unternehmen?

Sowohl die Unternehmensvertreter als auch die Finanzanalysten messen dem Management und Reporting von Intellectual Capital eine mittlere bis hohe Bedeutung bei. Im Ausblick auf die nächsten fünf Jahre schätzen beide Gruppen die Bedeutung deutlich höher ein. Im Vergleich stufen die Finanzanalysten die Thematik sowohl heute als auch in Zukunft wichtiger ein als die befragten Unternehmen selbst.

Als wesentliches Ergebnis offenbart die Studie kritische Diskrepanz: Die zunehmende Bedeutung von intellektuellem Kapital als Basis des Unternehmenserfolges ist zwar erkannt, sie spiegelt sich jedoch nicht ausreichend in konkreten Management- und Reporting-Ansätzen wider. Dr. Hannes Säubert, Senior Manager aus dem Bereich Strategy & Organization von Arthur D. Little und Projektleiter der Studie, empfiehlt Unternehmen, „nicht einfach abzuwarten, sondern die zukünftige Entwicklung aufmerksam zu beobachten und aktiv mitzugestalten.“ „Finanzanalysten sollten immaterielle Vermögenswerte verstärkt in ihren Bewertungen berücksichtigen und sich aktiv in die Standardisierungsdiskussion einbringen“, ergänzt Dr. Carolin Junker, Partnerin aus der Financial Services Group von Arthur D. Little.

Ist Intellectual Capital bereits Bestandteil des Berichtswesens?

Weniger als die Hälfte (40%) der Unternehmen gibt an, regelmäßig über ihr intellektuelles Kapital und die hiermit verbundenen Aktivitäten zu berichten. Unternehmensinterne und externe Berichterstattung halten sich hierbei in etwa die Waage. Am aktivsten sind Unternehmen der IT- (67%), Chemie- (60%) und Automobilbranche (57%). Schlusslichter bilden Energieversorgungs- und Transportunternehmen. Sie berichten vergleichsweise selten intern und extern über ihr intellektuelles Kapital.

Hieraus lässt sich schließen, dass insbesondere technologieorientierte Unternehmen, die üblicherweise eine höhere Innovationsrate besitzen, eher motiviert sind, über ihr Intellectual Capital zu berichten. „Um Innovationen zu erzielen, müssen Unternehmen verstärkt in Wissen investieren. Im Sinne von 'Tue Gutes und rede darüber' gehört hierzu auch ein Intellectual Capital Reporting“, so die Einschätzung von Dr. Hannes Säubert.

Welchen Nutzen bringt das Management und Reporting von Intellectual Capital?

Den Hauptnutzen von Intellectual Capital Reporting sehen Unternehmen heute im Gewinn von Marketing- und Imageeffekten. Dies geben zwei Drittel der Unternehmen an. Nur 6 Prozent nennen eine mögliche Steigerung des Aktienkurses.

Diese Einschätzung der Unternehmen ist umso erstaunlicher, als dass eine deutliche Mehrheit (61%) der teilnehmenden Finanzanalysten das intellektuelle Kapital in die Beurteilung eines Unternehmens mit einbezieht. Und sogar 58 Prozent davon diesem Faktor eine hohe bis sehr hohe Bedeutung beimisst. Im Branchenvergleich sprechen Analysten der Pharma- und Chemieindustrie dem Intellectual Capital die höchste Bedeutung zu.

Mit welchen Methoden bewerten Unternehmen ihr Intellectual Capital?

Trotz des breiten Spektrums an Methoden zum Management und zur Bewertung des intellektuellen Kapitals einer Firma hat sich bis heute kein einheitlicher Standard heraus gebildet. Noch immer greifen Firmen – wenn überhaupt – auf sehr unterschiedliche Ansätze zurück. Am häufigsten kommt hierbei die Balanced Scorecard zum Einsatz. Sie hat mit Abstand den höchsten Bekanntheitsgrad.

Andere Methoden, die speziell zur Bewertung von Intellectual Capital entwickelt wurden, sind sowohl bei den Unternehmen als auch bei den Finanzanalysten noch wenig bis gar nicht bekannt. 22 Prozent der Unternehmen kennen das European Foundation for Quality Management IC Model, 14 Prozent der Unternehmen den Value Added Intellectual Coefficient oder den IC-Index™. „Hier besteht noch Nachholbedarf in den meisten Unternehmen“, so Säubert.

Wie wird Intellectual Capital zukünftig in den Rechnungslegungsstandards berücksichtigt?

Die Mehrheit der befragten Investor Relations-Verantwortlichen (56%) geht zukünftig von einer stärkeren Berücksichtigung des Intellectual Capital in den Rechnungslegungsstandards aus. Ein Drittel (36%) erwartet dies innerhalb der nächsten drei Jahre. Finanzanalysten sind im Vergleich weniger optimistisch. 41 Prozent erwarten in Zukunft eine stärkere Berücksichtigung, allerdings gehen 78 Prozent von mehr als drei Jahren aus.

Zur Studie:

Die Managementberatung Arthur D. Little hat Investor Relations-Verantwortliche der führenden Unternehmen in Deutschland (DAX), Österreich (ATX) und der Schweiz (SMI) sowie die diese Unternehmen beurteilenden Finanzanalysten nach ihrer Einschätzung zum Thema Intellectual Capital Management und Reporting im Zeitraum von November 2004 bis Februar 2005 befragt. Insgesamt basiert die Auswertung auf 155 Fragebögen. 32,5 Prozent der Unternehmensvertreter und 20,4 Prozent der Finanzanalysten nahmen teil. Diese hohe Beteiligung zeigt die Aktualität und Relevanz des Themas für beide Gruppen. Die Befragung erfolgte schriftlich mit einem Fragebogen, der zum Teil geschlossene und zum Teil offene Fragen enthält. Darüberhinaus bestand die Möglichkeit im Fragebogen zu weitergehenden Kommentaren. Befragt wurden die folgenden Branchen: Automobil, Chemie, Konsumgüter, Energie/Utilities, Financial Services, Informationstechnologie, Maschinenbau, Pharma, Handel, Telekommunikation, Medien, Reise und Touristik und andere.

Arthur D. Little:

Arthur D. Little verbindet globale Präsenz mit einer starken Position im deutschsprachigen Raum. Als klassische Managementberatung bietet Arthur D. Little seine Leistungen weltweit an. Die Beratungsleistungen konzentrieren sich auf die Bereiche Strategie & Organisation, Mergers & Acquisitions, Post Merger Integration sowie Restrukturierung und Kostensenkung. Weitere Beratungsbereiche sind Corporate Finance, Customer Management und Marketing, Supply Chain Management, Information Management und eBusiness, Knowledge Management sowie Technologie- und Innovationsmanagement.

Arthur D. Little arbeitet umsetzungsorientiert und unterstützt den Klienten in der Implementierungsphase aktiv. 75 Prozent der Berater haben vor ihrem Eintritt bei Arthur D. Little in der Industrie gearbeitet.

Arthur D. Little ist seit Mai 2002 Mitglied im Altran Verbund, einem weltweiten Netzwerk von hochspezialisierten Technologieunternehmen.

Im deutschsprachigen Raum verfügt die Unternehmensberatung neben dem Standort Wiesbaden über Büros in Berlin, Düsseldorf, München, Wien und Zürich mit insgesamt 280 Mitarbeitern. Arthur D. Little wurde 1886 von dem MIT-Professor Arthur Dehon Little in Cambridge (Mass./USA) gegründet und ist damit die älteste Beratungsgesellschaft der Welt.

So erreichen Sie uns

wissen.org Katz & Partner
Rudwies 17
CH-9322 Egnach

Telefon: +41 (0)71 470 03 30

www.wissen.org

Wir sind für Sie da.

Gemeinsam verfügen wir über mehr als 100 Jahre berufliche Erfahrung in Führung, Beratung und Umsetzung.



Christian Katz, Inhaber und Geschäftsführer

Rudwies 17, CH-9322 Egnach

T: +41 (0)71 470 03 30, M: +41 (0)78 603 03 40

Skype: wissen.org

E: katz@wissen.org



Peter Weissmüller, Partner Region Zürich

Büro Stäfa

M: +41 (0)79 420 3307

Skype:Weissmuller1

E: weissmueller@wissen.org



Konrad Schwitter, Partner Region Zürich

Büro Glattbrugg

M: +41 (0)79 638 77 58

E: schwitter@wissen.org



Walter Stürchler, Partner Region Bern

Büro Utzenstorf

M: +41 (0)79 203 28 45

E: stuerchler@wissen.org