

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	5
1. Statt einer Einleitung:	
Cash-flow entsteht nicht in der Buchhaltung	11
Was ist Wissenskapital?	13
Nutzenaspekte	15
Die Wurzeln des Wertes	18
Das neue Gleichgewicht finden	21
Pionierarbeit	22
Die Theorien umsetzen	25
2. Formen von Kapital	27
Humankapital	28
Strukturkapital	29
Kundenkapital	31
„Werte zu Werten“	32
3. Der Skandia-Navigator	35
Erste Nachrichten von der Front	41
Einen IK-Bericht erstellen	45
Phasen des intellektuellen Kapitals	47
Durch neue Gewässer navigieren	48
IK-Management	51
Die Zukunft abstecken	52
Die Zukunft der Zukunft	54
Durch eine neue Welt navigieren	55
Der IK-Navigator der Skandia	57
Navigationsaufgaben	59

Eine neue Wertedimension	61
1. Realer Wert: Der Finanzfokus	63
2. Realer Wert: Der Kundenfokus	75
3. Reale Arbeit: Der Prozessfokus	84
4. Reale Zukunft: Der Fokus Erneuerung und Entwicklung	92
5. Reales Leben: Der Humanfokus	101
Und jetzt alle	114
Zum ersten Mal zusammen	115
Der Bericht über intellektuelles Kapital	120
Die IK-Gleichung formulieren	126
Die IK-Gleichung messen	127
Den IK-Wert berechnen	127
Absolute Maßindikatoren des intellektuellen Kapitals	128
Ein Koeffizient der Effizienz	129
4. Relevanz und Akzeptanz der Wissensbewertung	133
Umfrage MAGIC (Measuring and Accounting Intellectual Capital)	
1. Spontane Definition des Begriffs „intellektuelles Kapital“	134
2. Bedeutung des intellektuellen Kapitals	136
3. Motive und erwarteter Nutzen	137
4. Ansätze, die existierenden immateriellen Ressourcen zu messen	138
5. Kennzeichen der Messung des intellektuellen Kapitals	145
6. Erwartungen an eine Software zur Messung des intellektuellen Kapitals	151
5. Modelle der Wissensbewertung in Theorie und Praxis	153
Calculated Intangible Value	154
Intangible Assets Monitor	155
Balanced Scorecard	157
<i>Fallbeispiel Continental AG</i>	158
<i>Erfahrungsbericht Deutsche Lufthansa AG</i>	160
Der Faktor Mensch	172
<i>Fallbeispiel DG Bank</i>	173

Der Faktor Technologie _____	174
<i>Fallbeispiel comma soft</i> _____	174
Erneuerung und Entwicklung _____	175
<i>Erfahrungsbericht Douglas-Training</i> _____	175
Corporate Universities _____	189
<i>Fallbeispiel DaimlerChrysler Corporate University</i> _____	190
Die Zukunft vorbereiten _____	191
<i>Erfahrungsbericht DaimlerChrysler AG</i> _____	191
6. Umsatz kommt von Umsetzen _____	201
Zehn Regeln für erfolgreiche Wissensmanagement-Programme _____	201
7. Wissen als handelbares Gut _____	203
Das Bradley-Albert-Modell _____	205
Für die Zukunft gerüstet sein _____	211
Anmerkungsverzeichnis _____	213
Weitere Literaturempfehlungen _____	217
Stichwort- und Namensverzeichnis _____	219
Die Autoren _____	224