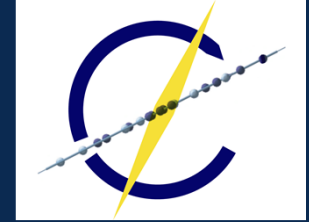




TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DRESDEN



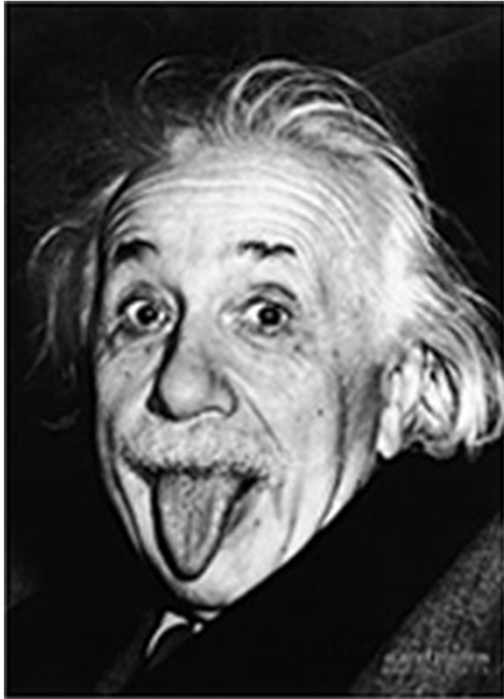
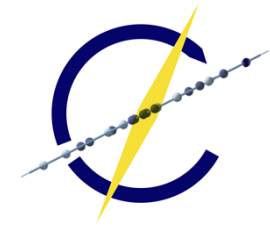
Department of Business Management and Economics, Chair of Managerial Accounting and Control

Treatment of Intangible resources in Voluntary and Mandatory Disclosure

- Results from empirical Research

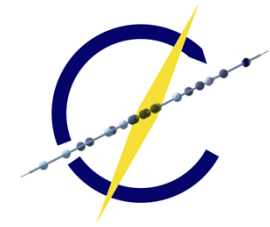
Thomas W. Guenther, TU Dresden

Vienna, February 29, 2012



***„Not everything that counts, can be counted,
and not everything that can be counted, counts.“***

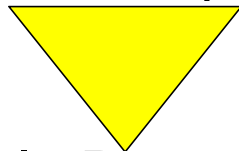
**Sign in Albert Einstein's Office
in Princeton**



Definition of Intangibles and IC

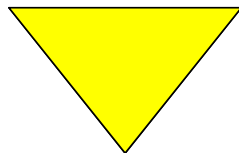
Intellectual Capital:

The entity of all intangible resources of a firm



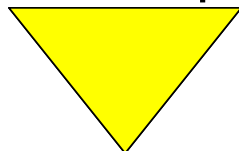
Intangible Resources:

Non-physical and non-financial resources of a firm → **Resource Based View** (Penrose, 1959; Wernerfeldt, 1984; Rumelt, 1984; Barney, 1986 etc.)



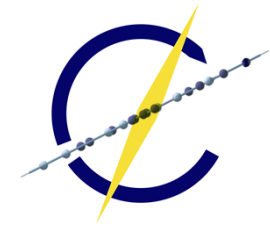
Intellectual Property:

Intangible resources **connected with property rights** and **legal protection** (e.g., brands, patents, copyrights, trademarks etc.)



Intangible assets

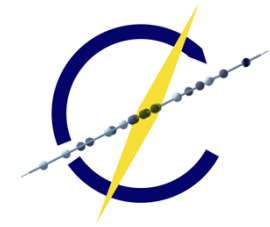
Intangible resources **fulfilling the asset definition** of national or international accounting standards (e.g., IASC Framework 49 or SFAC 6.25 and 26)



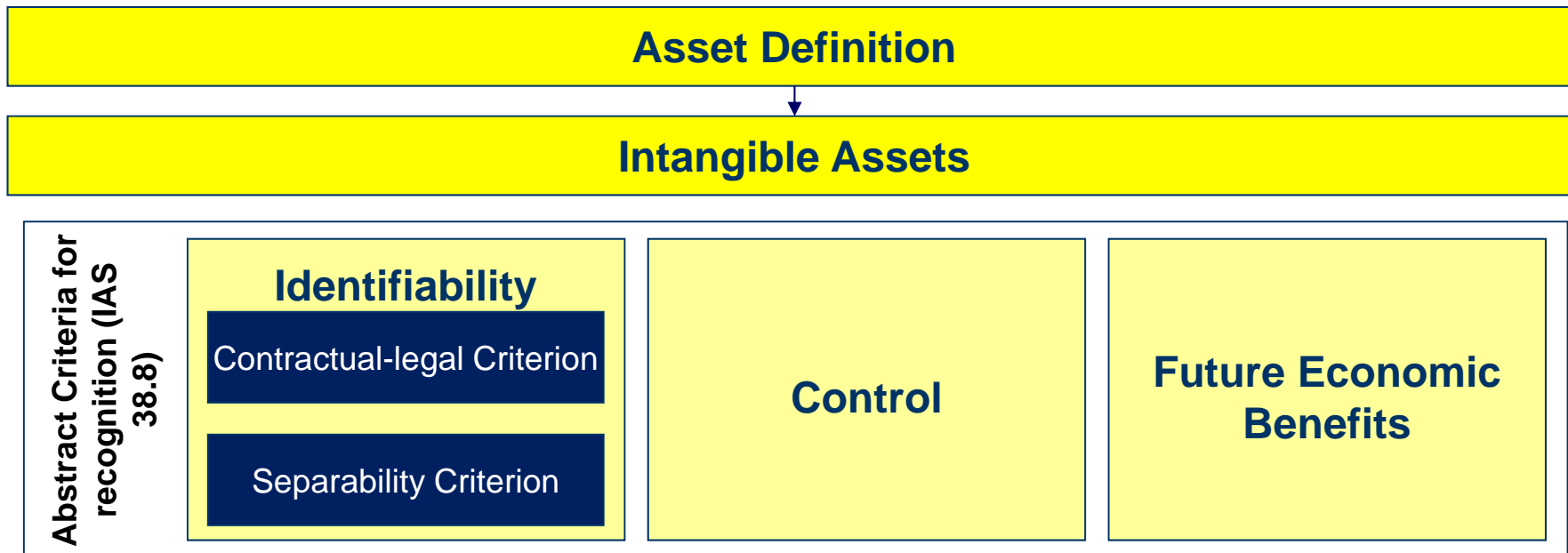
Value Relevance of Intangibles

Value Relevance/Earnings quality of single IC categories (Regression analysis)

- o **R&D** (e.g. Lev/Sougiannis 1994, 1999, Deng et al. 1999, Hitz 2007)
- o **Software** (e.g., Aboody/Lev 1998)
- o **Patents** (e.g., Deng et al. 1999, Hall et al. 2000)
- o **Product pipeline** (e.g., Guo et al 2004)
- o **Corporate Reputation** (e.g. Little et al. 2008)
- o **Marketing practices** (e.g., deceptive activities: Tipton et al. 2009; product recalls Chen et al. 2009)
- o **Brands** (e.g., Barth et al. 1998, Little et al. 2008; Mizik/Jacobson 2009; Krashnikov et al. 2009; Henning-Thurau et al. 2009; Tuli/Bharadwaj 2009)
- o **Customer equity** (e.g., Rust et al. 2004; Gupta et al. 2004; Libai et al. 2006; Kumar/Shah 2009; Bonachi et al. 2010)

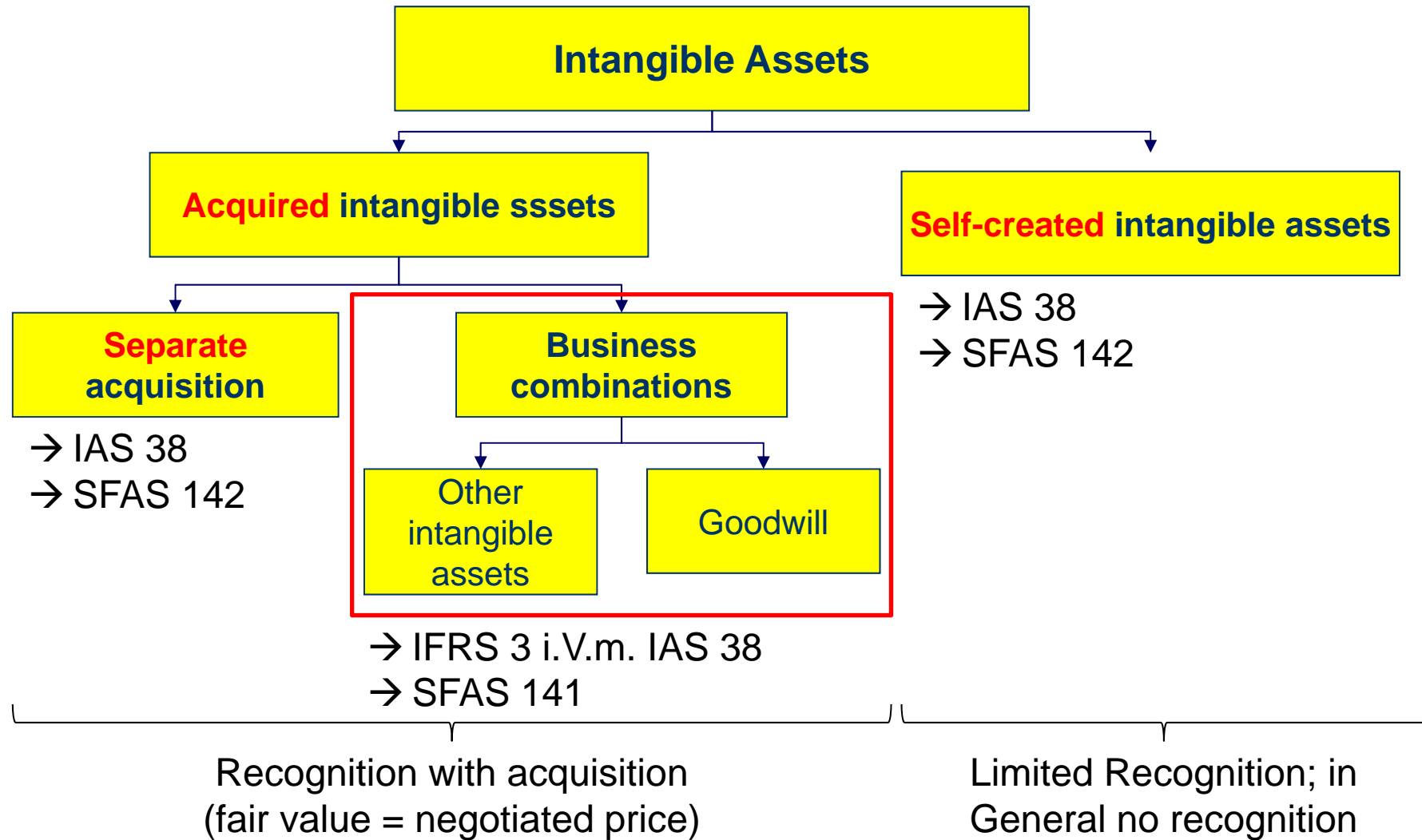
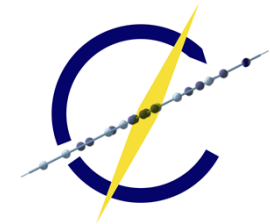


Recognition of Intangibles as Intangible Assets (IAS 38, similar local Gaap, US-GAAP SFAS 142)

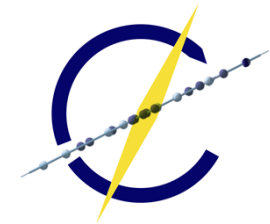


No recognition: human capital, research expenses, brands, mastheads, publishing titles, customer lists and items similar in substance (IAS 38.63), internally generated goodwill (IAS 38.48), start-up, pre-opening, and pre-operating costs, training costs, advertising and promotional costs, including mail order catalogues and relocation costs (IAS 38.69)

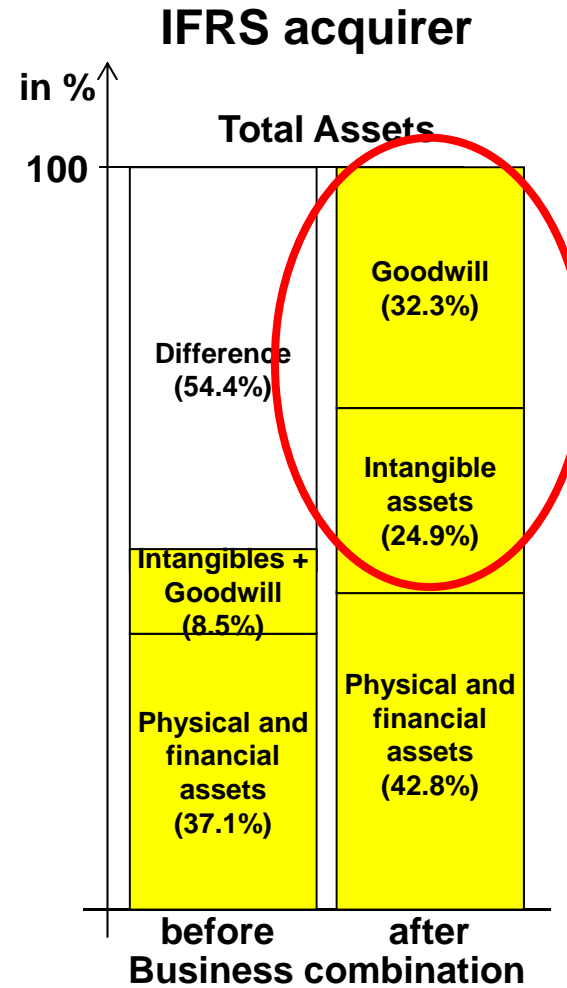
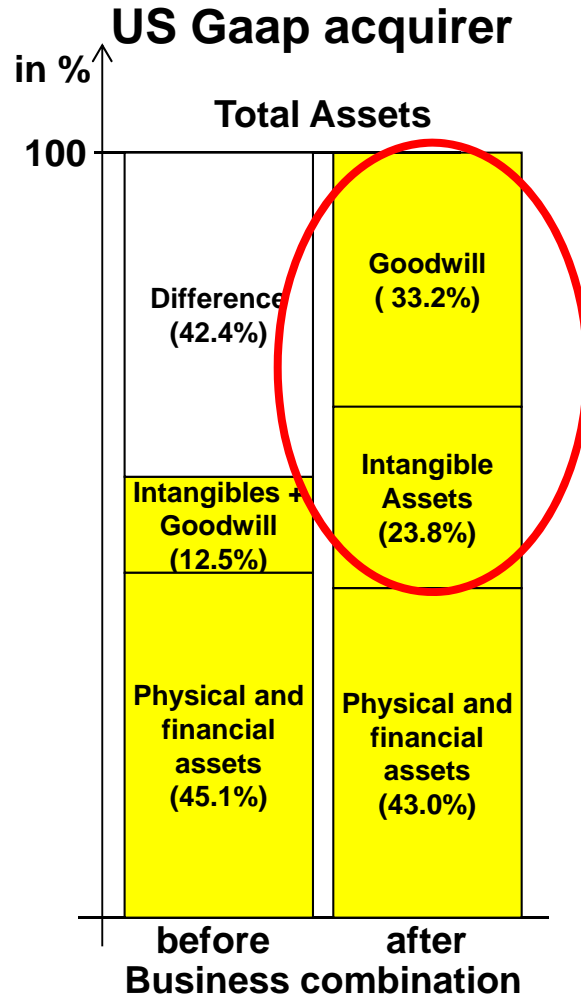
Corporate Disclosure on Intangibles



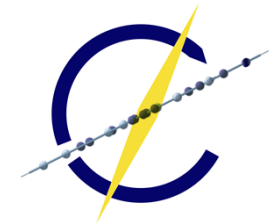
Corporate Disclosure on Intangibles



Disclosure of IC in business combinations

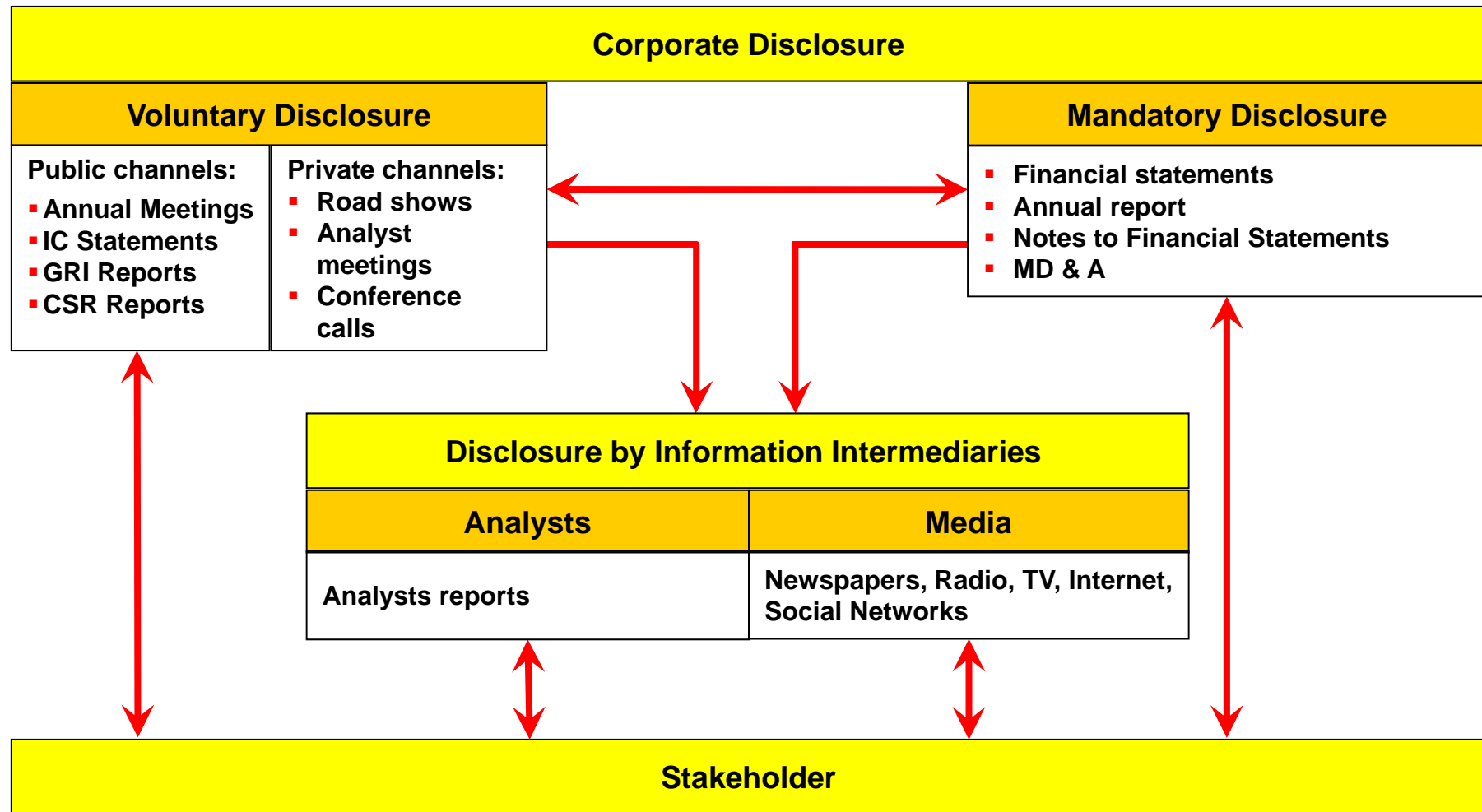


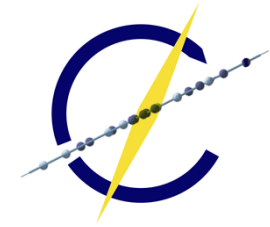
Source: Günther, T. (2010): Accounting for Innovation: Lessons Learnt from Mandatory and Voluntary Disclosure, in: Gerybadze, A./Hommel, U./Reiners, H.W./Thomaschewski, D. (Ed.): Innovation and International Corporate Growth – Strategy, Processes and Performance, Berlin/Heidelberg 2010, p. 328
 Sample: 51 US Gaap and 51 IFRS acquirers



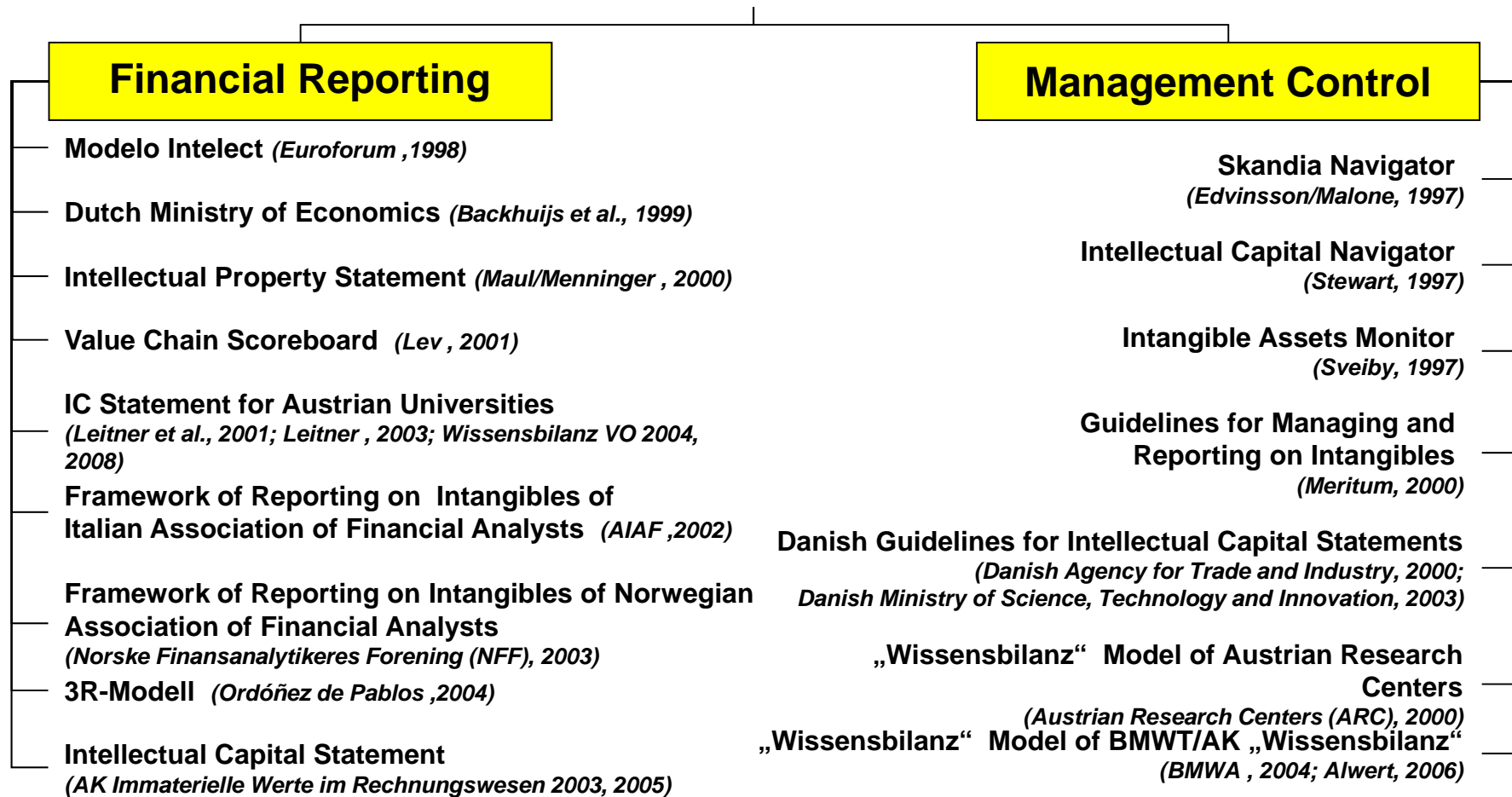
Corporate Disclosure on Intangibles

Communication Channels

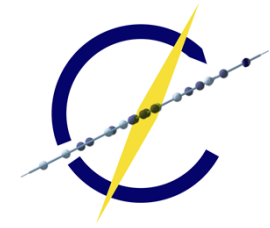




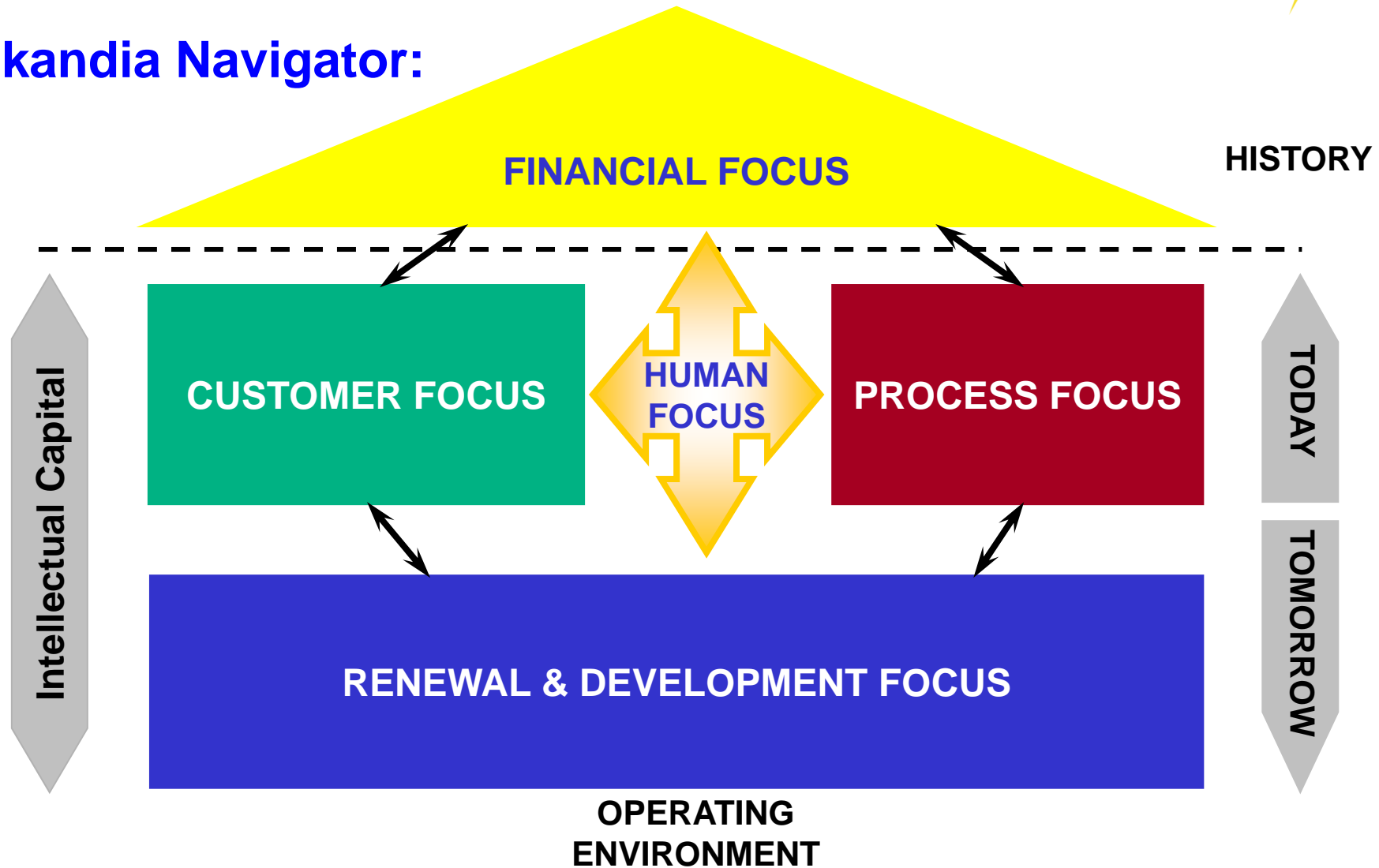
Selected Models for IC Statements



Corporate Disclosure on Intangibles



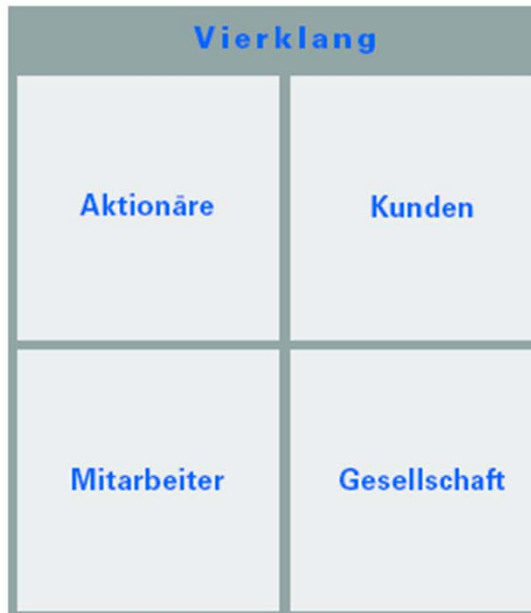
Skandia Navigator:





Corporate Disclosure on Intangibles

„Vierklang“ of Deutsche Bank AG: Dimension „Customer“



Jenansprüche

	2006	2005	2004
	54 214	54 812	54 524
Private & Business Clients	14 100 000	13 410 000	13 331 000
Asset and Wealth Management			
Retail Asset Management ¹ (Deutschland/Luxemburg)	2 530 000	2 500 088	2 527 598
Institutional Asset Management	2 273	2 580	3 722
Private Wealth Management ¹	154 000 ²	123 000	111 000

Leistungskennzahlen

	2006	2005	2004
Corporate and Investment Bank			
Euromoney Poll of Polls, Rang	1	2	1
Euromoney FX Poll, Rang	1	1	2
Zahl der erhaltenen Euromoney Awards for Excellence International Financing Review (IFRI) Awards (majors)	21	19	24
Private Clients and Asset Management			
Spitzenpositionen der DWS Investments bei Standard & Poor's Fund Awards, Kategorie „Große Gruppen“ ³			
Deutschland	2	3	3
Österreich	1	1	3
Schweiz	1	2	2

Besondere Projekte

Corporate and Investment Bank	Abschluss der Akquisitionen von MortgageIT Holdings und Chapel Funding in den USA sowie von UFG in Russland. Beteiligung an der Führung des weltweit größten Börsengangs in China (Industrial and Commercial Bank of China). Zulassung zum Wertpapierhandel an der Börse in Saudi-Arabien. Einrichtung eines Depotservice an der Dubai International Financial Exchange (DIFX), der internationalen Investoren den direkten Zugang zu allen an der DIFX notierten Wertpapieren ermöglicht.
Private & Business Clients	Erwerb der Berliner Bank und der notisbank in Deutschland.
Retail Asset Management	Einführung von DWS Noor, unserem ersten Shari'a-konformen Fonds.
Institutional Asset Management	RREEF, die Managementgesellschaft für alternative Anlagen, tätigt erste Investments in China.
Private Wealth Management	Akquisition der britischen Tilney Group mit einem verwalteten Vermögen von 12 Mrd. €. Eintritt in den chinesischen Onshore-Markt mit der Eröffnung einer Niederlassung in Shanghai.

¹ Anzahl der Konten; Private Wealth Management ohne Private Client Services (USA).

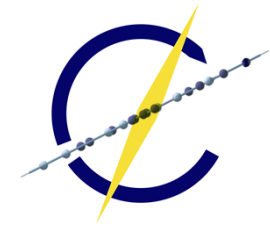
² Einschließlich Erwerb der Tilney Group (UK) 2006.

³ Definition von „Große Gruppen“:

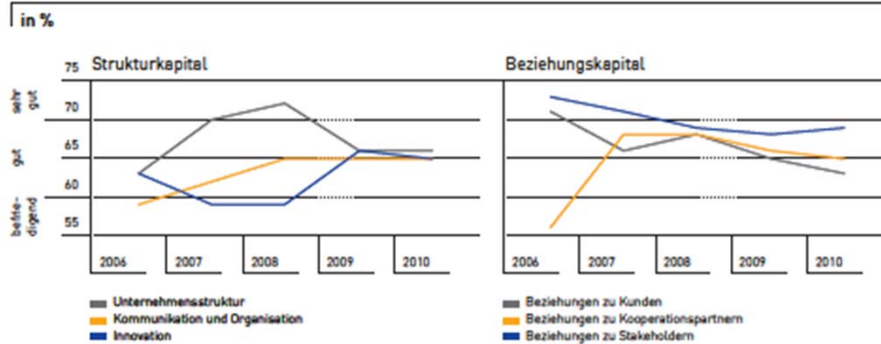
Deutschland: 15 und mehr Fonds in mindestens fünf verschiedenen Sektoren.
Schweiz: zehn und mehr Fonds in mindestens vier verschiedenen Sektoren.

Source: Deutsche Bank, Annual Report 2006

Corporate Disclosure on Intangibles



Entwicklung der Einflussfaktoren des intellektuellen Kapitals der EnBW



Strukturkapital: Im Vergleich zum Vorjahr blieben die einzelnen Faktoren des Strukturkapitals 2010 weitgehend unverändert auf einem guten Niveau. Die Unternehmenskultur wird insgesamt als angenehm, konstruktiv und gut wahrgenommen, die EnBW als attraktiver Arbeitgeber eingeschätzt. Verbesserungspotenzial zeigt sich in großen Gesellschaften des Unternehmens, insbesondere mit Blick auf Unterschiede zwischen den Hierarchieebenen. Ein Ansatzpunkt ist dabei beispielsweise die Stärkung des bereichsübergreifenden Zusammengehörigkeitsgefühls. Vor allem tiefgreifende Umfeldveränderungen stellen die Kommunikation und Organisation des EnBW-Konzerns vor große Herausforderungen. Die bestehenden Instrumente für den Meinungs- und Erfahrungsaustausch zwischen den Mitarbeitern wirken sich positiv auf die Bewertung dieses Faktors aus. Probleme werden weiterhin in der Kommunikation und Organisation an Schnittstellen zwischen Abteilungen, Hierarchieebenen und den einzelnen Gesellschaften in Bezug auf Effizienz, Durchgängigkeit und Klarheit gesehen. Bei der Beurteilung der Innovationsfähigkeit des Unternehmens hat es einen geringfügigen Rückgang gegeben, der insbesondere mit der Einschätzung in den Servicegesellschaften zusammenhängt. In den Geschäftsfeldern Strom und Gas werden Qualität und Quantität der Innovationen als gut bewertet. Verbesserungsmöglichkeiten der Innovationsfähigkeit werden in der Priorisierung und Ressourcenzuteilung, der durchgängigen Planung und Umsetzung sowie der Einbindung von externen Innovationspartnern gesehen.

Beziehungskapital: Bei der Bewertung des Beziehungskapitals musste insbesondere die Einschätzung der Beziehungen zu Kunden Einbußen hinnehmen. Gründe hierfür sind Kundenverluste im B2B-Bereich und zunehmende Potenziale bei der Kundenakquisition und dem Kundenbeziehungsmanagement in dieser Kundengruppe. Diese Entwicklung steht in Zusammenhang mit den deutlichen Preisrückgängen am Markt und der intensiven Wettbewerbssituation. Die vorhandenen Instrumente der Kundenzufriedenheitsanalyse und -bewertung sollten nach Ansicht der Befragten konsequenter eingesetzt werden. Die Beurteilung der Beziehung zu Kooperationspartnern liegt weiterhin im guten Bereich. Die Qualität der Beziehung zu Kooperationspartnern erreichte nahezu das gute Niveau des Vorjahres. Sehr gut bewertet wird die Anzahl der Kooperationsbeziehungen. Gestärkt werden kann der Faktor durch eine intensivere Nutzung der Bewertungssysteme auch für Dienstleister

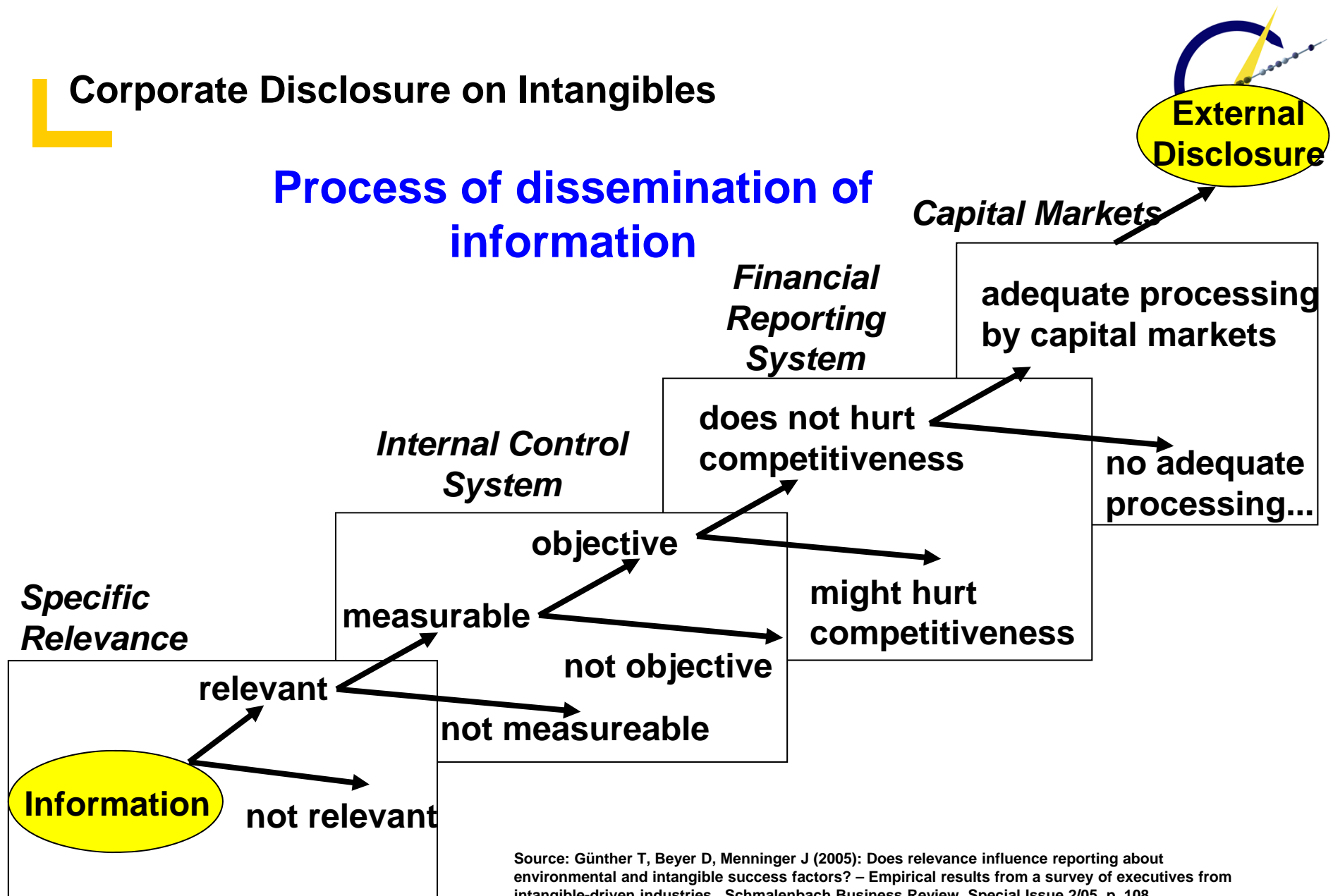
Annual Report of Energie Baden-Württemberg (EnBW) 2010:

Report on „Wissensbilanz 2010“

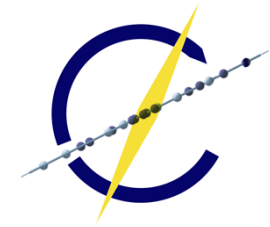
Source: EnBW Annual Report 2010, Extract on „Wissensbilanz 2010,“ p. 74.

Corporate Disclosure on Intangibles

Process of dissemination of information



Source: Günther T, Beyer D, Menninger J (2005): Does relevance influence reporting about environmental and intangible success factors? – Empirical results from a survey of executives from intangible-driven industries, Schmalenbach Business Review, Special Issue 2/05, p. 108.

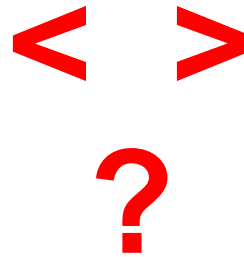


Cost Benefit Relation

Costs:

- Data collection
- Preparation
- Certification
- Publication

- Proprietary costs
 - o competitive risks
 - o regulatory risks
 - o other third parties



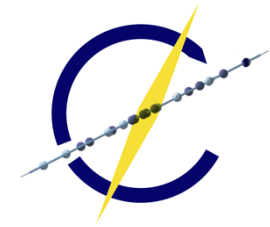
Benefits:

- Cost of equity capital
- Cost of capital in IPOs
- Cost of debt capital

- Lower risks

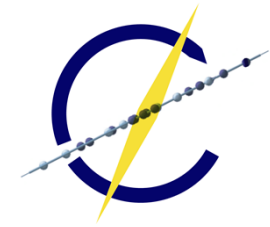
- Lower costs
(e.g., acquisition cost for staff)
- Higher sales
(e.g., via better reputation)

Cost Benefit Decision (e.g., Verrechia 1983, 1990, Leuz/Wysocki 2008)



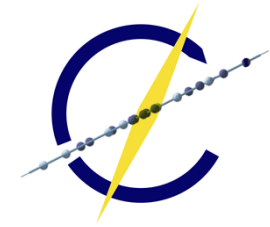
Theoretical foundation of IC disclosure

- **Agency Theory (Jensen and Meckling, 1976)**
Disclosure reduces uncertainty and, thus cost of capital
→ empirical evidence: Baiman/Verrechia 1996 for IPOs, Botosan 1997, Botosan/Plumlee 2002, Hail 2002, Francis et al. 2005, Lambert et al. 2007 in general
- **Positive Accounting Theory (Watts and Zimmerman 1978; 1986)**
Political Cost Hypothesis: Disclosure to avoid regulation
Bonusplan Hypothesis: Earnings Management to increase bonuses
Leverage Hypothesis: Reduce cost of debt capital
- **Stakeholder Theory (Freeman 1984, Donaldson/Preston 1995 etc.)**
A company has to meet interests of different interest groups
- **Legitimacy Theory (Hybels 1995, Suchman 1995, Deegan 2002)**
a company is in compliance with the norms, values, beliefs and definitions of the surrounding social system



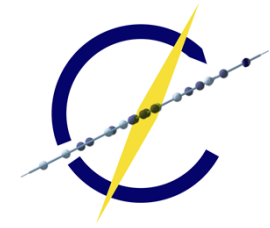
State of the Art of IC disclosure

- **Limited financial information**
Limited non-financial standards (such as GRI, CDP)
- **Diverse information channels**
- **Low quantity, low quality and non-comparable information**
- **Management discretion and accounting choice**
- **Missing understanding and background of professionals with non-financial indicators**



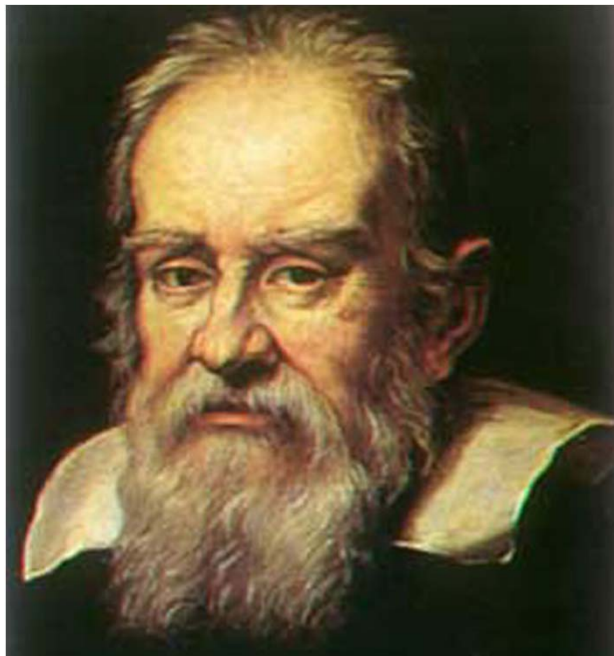
Agenda for change

- **Create standards for IC information like GRI, CDP for users/investors**
- **Training of auditors, bankers, investors, financial analysts, journalists in intangibles**
- **Adjust internal bank ratings**
- **Assurance of voluntary IC disclosure**
- **Integration with CSR, CDP, environmental, sustainability and risk reporting → Integrated reporting**
- **Use validated items for reporting → research**
- **Limit management discretion**

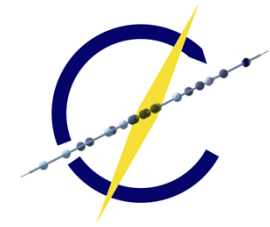


„Measure that, what can be measured.

Make measureable, what can't be measured.“



Galileo Galilei



Kontaktdaten:

**Prof. Dr. Thomas Günther,
TU Dresden
Lehrstuhl für betriebliches Rechnungswesen/Controlling
Mommsenstraße 10
01062 Dresden**

Tel. xx49/351/4633-5274

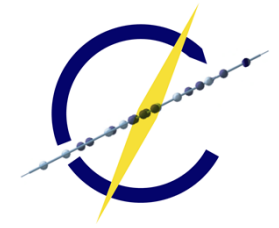
Fax xx 49/351/4633-7712

Email: Lehrstuhl.controlling@mailbox.tu-dresden.de

Web site: http://tu-dresden.de/die_tu_dresden/fakultaeten/fakultaet_wirtschaftswissenschaften/bwl/brw/

Arbeitsgebiete:

Messung, Bewertung und Steuerung von Intangibles; Design von Controllingssystemen für Unternehmen und Non-for-profit-Organisationen, wertorientierte Steuerung von Unternehmen.



Thank you

Questions and Comments are welcome!

