

Benchmark zur Kompetenzbestimmung in der österreichischen SW Industrie

Mag. Robert Kromer
NCP / AWS Konferenz
Wien, 29.2.2012

Warum beschäftigen wir uns mit Wissensbewertung?

Would you have invested? (in 1978)



Welchen Wert hat Wissen?

- Ein objektiver Gradmesser für den (betrieblichen) Wert von Wissen existiert nicht
- Der Wert von Wissen ist immer situationsabhängig
- Wissen hat dann einen (betrieblichen) Wert, wenn das „richtige“ Wissen zur „richtigen“ Zeit in der „richtigen“ Menge am „richtigen“ Ort bei den „richtigen“ Personen verfügbar ist und auch verwendet wird

Warum ist es so wichtig, Wissen zu bewerten?

Balancierte Führung und Steuerung nach innen

- “If You cannot measure it, You cannot manage it” Robert S. Kaplan
- Wissensbewertung ist ein strategisches Steuerungsinstrument für immaterielles Kapital. Sie bildet den Knotenpunkt zwischen Strategie, Leistungsprozessen, Controlling sowie Qualitätsmanagement und integriert eine monetäre/materielle und nicht-monetäre/immaterielle Sicht.
- Wissensbewertung unterstützt kontinuierliches Monitoring des Untzernehmenspotenzials

Interne und externe Kommunikation

- Bewertetes Wissen vermittelt die Zukunftsfähigkeit und Wettbewerbsfähigkeit einer Organisation und schafft Transparenz über das immaterielle Vermögen sowie Potenzial einer Organisation
- Wissensbewertung bietet Transparenz und Legitimation für (zur Zeit) nicht-monetäre Leistungen, was insbesondere für non profit Organisationen aber auch für innovative Betriebe in der Dienstleistungsbranche von elementarer Bedeutung ist.

Wesentliche Fragestellungen im Zusammenhang mit der Bewertung von Wissen

Welchen (ökonomischen) Wert hat das angesammelte Wissen?

Wie kann der Wert von Information und Wissen abhängig vom jeweiligen Kontext und den normativen, strategischen und operativen Zielen festgestellt werden?

Isolierte „objektive“ quantitative Bewertung von Wissen und Kompetenz ist nur schwer machbar

Benchmarking innerhalb einer Branche als Lösungsansatz!

Wesentliche Prinzipien für einen Kompetenz-Benchmark

1. Kompetenz kann nicht direkt, sondern nur an Hand von Indikatoren gemessen werden
2. Die Auswahl der Indikatoren muss Rückschlüsse auf die Kompetenz zulassen
3. Die Indikatoren müssen branchenspezifische Eigenheiten berücksichtigen
 - Die Auswahl der Indikatoren muss in Abstimmung mit der Branche erfolgen
4. Die Indikatoren müssen die Fragen potentieller Geldgeber beantworten
 - Nicht nur die Branche, auch die Geldgeber müssen bei der Definition der Indikatoren mitbestimmen
5. Indikatoren müssen ohne besonderen Aufwand verfügbar sein
 - Im Idealfall sollten dies ohne Zusatzaufwand aus bestehenden Reports ableitbar sein
6. Teilnehmende Unternehmen sollten anonym bleiben
 - Nur aggregierte Ergebnisse werden veröffentlicht

Ergebnisse sind Bezugsrahmen, und ermöglichen die Einordnung von Unternehmen, nicht deren Bewertung in einer einzelnen Bewertungszahl

Beispiele für Indikatoren

1. Humankapital
 - Ausbildungsniveau
 - Zertifikate
 - Alter und Geschlecht
 - Erfahrung
 - Betriebszugehörigkeit
 - Fortbildungsstunden/Jahr
 - etc.
2. Strukturkapital
 - Anzahl von Reklamationen
 - Absenzzzeiten
 - Relation Neuentwicklung/Wartung (in % der Gesamtkosten)
 - etc.
3. Beziehungskapital
 - Mitgliedschaften
 - Umsatzanteile mit dem wichtigsten Kunden (den wichtigsten 5 Kunden)
 - Umsatzanteile Bestands/Neukunden
 - etc.

Wem nützt ein Kompetenzbenchmark?

1. Die Branche selbst (Selbststeuerung)
2. Potentielle Geldgeber (Bessere Einschätzung des Unternehmenspotenzials)
 - Banken
 - Venturekapitalgeber
 - Fördereinrichtungen
3. Politische Institutionen (Verbesserung der Rahmenbedingungen, um Wachstum zu fördern)