

Zusammenhang zwischen Umsatzentwicklung und Wissensleistung entdeckt.

Produktivität und Reichhaltigkeit der Ergebnisse, die der Schöpfer der Humatics, H.-D. Kreft in den letzten Monaten vorgelegt hat, gibt zum Staunen Anlass. In unserer Sonderausgabe der humatics-news vom November 2004 berichteten wir unter dem Titel: „Quantifizierung von Wissensperspektiven in der GuV“ noch vorsichtig von einer „Revolution im Stillen“. Zu dem Zeitpunkt hatte der Entdecker der operablen Wissenseigenschaften H.-D. Kreft in verschiedenen Vorträgen darauf hingewiesen, wie Wissensnutzen in der GuV quantitativ zu erfassen ist. Damit war eine Problemlösung gefunden, deren Mangel vielfach von Experten des Wissensmanagements im letzten Jahrzehnt beklagt wurde. Knapp sieben Monate später konnten wir in unserer Ausgabe, von Anfang Juni 2005 wieder über eine Neuigkeit berichten. Kreft hatte in den Monaten zuvor den quantifizierbaren Perspektivenwechsel entdeckt. Dieser ergibt sich, wenn Mitarbeiter in Firmen zwischen Abteilungen wechseln. Damit wurde erstmals der Sinn von „Jobrotation“ quantifizierbar. Und nun die neue Entdeckung, die ein kaum überschaubares Potenzial in sich hat: Kreft hat den quadratischen Zusammenhang zwischen der Wissensvariation von Mitarbeitern und dem daraus zu generierenden, potenziellen Umsatzwachstum entdeckt. Die einfache Formel lautet: $p = v^2$. Der Buchstabe p steht für potenzielles Umsatzwachstum (Kreft spricht auch von Prosperität), v steht für Wissensvariation. Details sind im Dokument [D3.05] unter www.humatics.de nachzulesen. Wir werden in einer späteren Ausgabe dezidiert über Nutzung und Bedeutung dieser Entdeckung berichten. Mit dem nachfolgenden Interview wollten wir es uns nicht entgehen lassen, Kreft's Ansichten so kurz nach seiner Entdeckung zu erfahren. Die Formel wurde am 26.6. in die Webseite gestellt und liegt zur Zeit bei einigen Fachzeitschriften zur Veröffentlichung vor.



H.-D. Kreft

Interview mit H.-D. Kreft

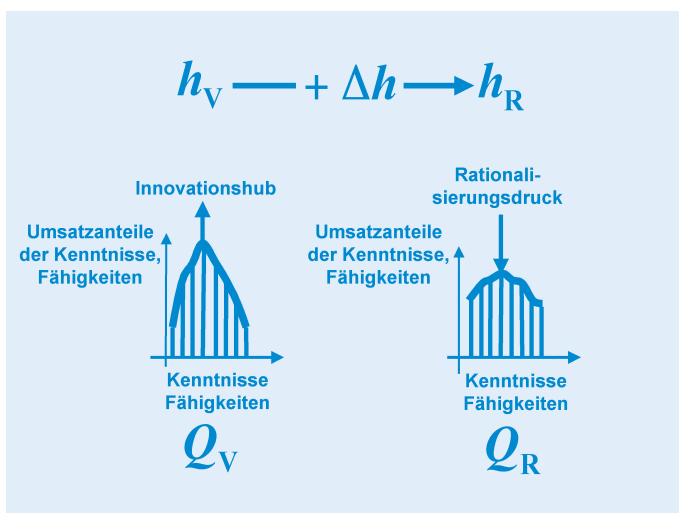
hn: Herr Kreft, die Formel $p = v^2$ ist ja verblüffend einfach, wieso kann sie eine so weit reichende Bedeutung haben?

Kreft: Zunächst darf ich darauf hinweisen, dass fundamentale Zusammenhänge nicht notwendigerweise durch komplizierte Formeln erfasst werden. Die Bedeutung liegt bei der Formel $p = v^2$ in den beiden verwendeten Größen. Sehen Sie, links steht eine für jedermann messbare, ökonomische Größe, die Umsatzänderung einer Firma oder die Änderung des Volkseinkommens. Letztlich steht dort immer eine potenzielle Geldflussänderung, die ich allgemein mit Prosperität bezeichne. Rechts steht ausschließlich die Abhängigkeit von einer und nur von einer Größe, einer Wissenseigenschaft. Das heißt schlicht, Wissen allein ist die Ursache für jede Art von Geldfluss.

In Firmen ist das z. B. der Umsatz, d. h. es ist der messbare Wettbewerbserfolg. Denn jeder realisierte Umsatz muss sich ja in einer freien Marktwirtschaft gegen einen Wettbewerber durchgesetzt haben.

hn: Umsatzwachstum, durch p dargestellt, ist ja für jedermann eine nachvollziehbare Größe. Können Sie uns an Hand der beiliegenden Grafiken, die wir aus Ihrem Webartikel entnommen haben, mal erklären, was eine Wissensvariation ist?

Kreft: Links und rechts sehen sie zwei Wissensfunktionen QV, QR. Beide stellen die gleiche Fläche dar, d. h. die Umsatzbeiträge der einzelnen Kenntnisse, Fähigkeiten sind in beiden Fällen in Summe gleich. In der linken Wissensfunktion sind offenbar unter der dicken, einhüllenden Kurve mehr hoch bewertete Kenntnisse, Fähigkeiten als in der rechten vorhanden. Diese Wissensfunktion stellt also spezifisch höher bewertete Kenntnisse, Fähigkeiten zur Verfügung. Diese Strukturinformation wird als wichtige operable Wissenseigenschaft Humanpotenzial h genannt kann mathematisch erfasst und in Humanbit-Einheiten gemessen werden. Ganz generell können wir sagen, dass spitze Wissensfunktionen – wie es in der linken dargestellt ist – kleinere Humanpotenzialwerte h liefern als es bei breiteren – wie es rechts dargestellt ist – der Fall ist. Bilden wir nun den Quotienten h_R / h_V ist das schon die Wissensvariation v, deren Quadrat die maximal mögliche, potenzielle Umsatzentwicklung angibt. Die Wissensvariation v ist also ein Wert der – wie es der Name Variation ausdrückt – die unterschiedliche Struktur und damit Zusammensetzung von Wissen erfasst.



hn: Dann wäre die Wissensvariation so etwas wie das Verhältnis von unspezifischem zu spezifischem Wissen in einer Firma?

Kreft: Ja, so können sie es sehen.

.....

hn: Aber wie ist denn das unspezifische Wissen in einer Firma zu erfassen?

Kreft: Ganz einfach. Es ist das mittlere, momentane Wissen einer Firma. Es hat die Firma genau bis zu dem Moment der Betrachtung unter Wettbewerb am Überlegen gehalten. Wenn es in einer sich ständig ändernden Welt weitergehen soll, muss genau dies Wissen variiert werden. Mit vergangenem Wissen – das ist ja im mittleren Wissen enthalten – ist kein Blumentopf in der Zukunft zu gewinnen.

.....

hn: Was deuten nun die entgegengesetzten Pfeile über den Wissensfunktionen an?

Kreft: Wissen ist ja nicht statisch. Die Pfeile deuten quasi eine dynamische Pumpbewegung der Wissensleistung in Firmen an. Das geht so. Stellen sie sich vor, dass über die einzelnen Balken eine Gummihaut gezogen ist, so wie in den Grafiken durch die dickeren Kurven angedeutet. Links werden die einzelnen Balken quasi durch Innovation hoch gezogen, die Rückziehkraft der Gummihaut verstärkt sich, es entsteht eine Gegenwirkung, der Rationalisierungsdruck. Dieser zieht die Balkenhöhen wieder zurück, nivelliert sie, wie rechts angedeutet. Für Firmen heißt das, wenn eine Innovation gefunden ist, stellt sich automatisch der Zwang zur Rationalisierung ein. Man will das teure Neue nun preiswerter haben, man möchte mit geringeren Kenntnissen, Fähigkeiten mindestens den gleichen oder höheren Umsatz erzielen.

.....

hn: Heißt das, diese beiden im Betrieb sich laufend gegenseitig ergänzenden Wissensleistungen sind in der einen, einfachen Formel $p = v^2$ erfasst?

Kreft: Ja. Es muss so sein, weil ausschließlich Wissen und nichts sonst den Erfolg von Unternehmen gewährleistet.

.....

hn: Wie würden Sie die Formel kurz einem Laien erläutern?

Kreft: Hinter jedem Geldfluss steckt eine Wissensleistung.

.....

hn: Wie sehen Sie selbst die Bedeutung ihrer Entdeckungen?

Kreft: Solange Wissen in wirtschaftlichen Modellen nicht als quantifizierbare Größe auftaucht, ist es so, als ob Wettermodelle ohne Wind erstellt werden. Meine Theorie wird also – wie jede gute Theorie – zunächst in Modellen angewendet werden, deren Ergebnisse sich in der Praxis, in Projekten bestätigen müssen. Irgendwann wird es eine Generation geben, die staunt, dass es so lange gedauert hat, bis das „bit of knowledge“, wie es der spätere Nobelpreisträger Hayek schon 1936 vor dem Club of Economics in London verbal benannt hat, gefunden wurde.

.....

hn: Setzen Sie damit die von ihnen eingeführte Wissensquantität, das "human bit" mit dem von Hayek verbal genutzten Begriff des „bit of knowledge" gleich?

Kreft: Hayek hat in seiner damaligen, weitsichtigen Rede mit dem schönen Titel "Knowledge and Economics" – die dürfte ich so gut an die 5 mal aufmerksam gelesen haben – das "bit of knowledge" mehr als begriffliche Hilfsgröße für das verwendet, was er sagen wollte. Dass in der Logik der Sache erst Wissensfunktionen entdeckt werden mussten, konnte ihm wohl damals noch nicht in den Sinn kommen.

.....

hn: Wäre es auch ohne Wissensfunktionen gegangen?

Kreft: Das ist ja gerade der Pfiff der Humatics. Der vor dem Hintergrund der erfolgreichen Entwicklung der Physik zu sehen ist. In der Physik hat man zunächst im 19. Jahrhundert mit identischen Massenpunkten – also reine Zahlenangaben für gleichartige Objekte – gearbeitet und z. B. in der Gastheorie oder Astronomie enorme Erfolge erzielt. Im Laufe der Zeit wurde insbesondere Anfang des 20. Jahrhundert zunehmend deutlich, dass diese Massenpunkte eine innere Struktur haben, die man Atome nannte, Atome hatten wieder eine Struktur aus Kern und Hülle usw. Die Physik hat zur Beschreibung dieser immer komplexer werdenden Realität statt reiner Zahlen dann Funktionen (das sind letztlich Zahlenmengen oder Matrizen) eingeführt und daraus folgend dürfen wir in der Medizin dieser Erfolge z. B. als Laser oder Kernspintomografie nutzen.

.....

hn: Dann ist also ein Problem der Ökonomie, dass sie in ihren Modellen Menschen als ununterscheidbare Zahlen betrachtet?

Kreft: Ja, von diesem Prinzip weichen neuerer Entwicklungen wie z. B. Agentenkonzepte schon ab. Das Prinzip der Zuordnung von Mensch und Wissensfunktion führt aber erst die Humatics in die ökonomische Analyse ein, indem sie Mitarbeitern Wissensfunktionen (also Zahlenmengen in Form von Matrizen) zuordnet und derart einen neuen quantitativen Zugang zur betrieblichen Realität öffnet. Die Ableitung der Formel $p = v^2$ ist ohne Wissensfunktionen nicht vorstellbar. Wie das zustande

kommt, kann man in dem Webdokument D3.05 sehr schön nachvollziehen. Also, wer das „bit of knowledge“ in der langen Zeit seit Hayek's Benennung gefunden hätte, wäre mit Wissensfunktionen recht gut gefahren, dann hätte er auch die ökonomische Temperatur entdeckt. Ich selbst hatte mein Erfolgserlebnis am 27. Dezember 1998 genau in dem Augenblick, da ich diesen Zusammenhang zwischen Wissensquantum und Wissenswirkung erkannte.

hn: Glauben Sie, dass die Entdeckung dieser Formel nun Volkswirte schneller vom Nutzen der Humatics überzeugen wird?

Kreft: Bekannterweise haben die Päpste Galileis Angebot, mal durch ein Fernrohr zu schauen und sich die Jupitermonde anzusehen, auch nicht befolgt. Übrigens sollen es päpstliche Fachleute im Geheimen doch getan haben. Die Webseite der Humatics wird jedenfalls recht rege von Universitätsrechnern genutzt.

hn: Können Sie vielleicht noch einige Hinweise zum praktischen Nutzen ihrer Formel geben?

Kreft: Ja, klar. Es lohnt sich erst zu Rationalisieren, wenn zuvor innoviert wurde. Wenn wir ohne Innovation rationalisieren, machen wir nur mit, was international ohnehin erfolgt. Wir setzen uns derart Preiskämpfen bei Massenprodukten aus. Ich glaube, dass z. B. eine Firma wie Porsche genau dies gefährliche Prinzip bewusst oder unbewusst nicht verfolgt. D. h. Innovation müsste dort die Priorität darstellen, Rationalisierung kommt unter Wettbewerbsdruck von allein. Wenn andererseits Siemens seine Handysparte an eine chinesisch geführte Firma verkaufen musste, so ist nach meinem Wissen die mangelnde technische Innovation ihrer Handys ebenso wie das hausbackene Marketingkonzept ein Problem gewesen. Das Problem war nicht die betriebsinterne Rationalisierungsleistung in der Produktion. Diese Problematik zwischen Innovation und Rationalisierung wurde ja sinnbildlich durch die Gummihaut von mir dargestellt. Deshalb ist auch der innovative Mittelstand so bedeutungsvoll für eine Volkswirtschaft.

hn: Führen Sie auch Jobrotation in ihrem Webdokument [D3.05] an?

Kreft: Ja, Jobrotation ist wohl die einfachste Möglichkeit, um Wissensvariation zu ermöglichen. Endlich hat Jobrotation damit einen quantitativ prüfbaren Hintergrund bekommen. Wichtig ist, dass Wissensvariation sich nicht auf technische oder organisatorische Aspekte beschränkt, auch Werbemaßnahmen, Marketingkonzepte benötigen Wissensvariation. Es gibt keinen Geldfluss, wenn nicht in irgendeiner Weise Wissensvariation am Werk ist.

hn: Eigentlich hatten Sie die Zusammenhänge der Humatics doch mal aus gesellschaftlichen Erwägungen zur Beseitigung der Arbeitslosigkeit entdeckt. Was sagt die Formel zu diesem Punkt?

Kreft: Wenn die Wissensvariation zwischen Bildungssystem und Marktwirtschaft groß ist, können wir ein quadratisches Wohlstandswachstum erzeugen. Wenn also ein kulturell – und ich meine damit ausdrücklich ein nicht ökonomisch – geprägtes Bildungssystem eine solche Menge von diversifizierten und seltsamen Kenntnissen, Fähigkeiten zur Verfügung stellt, dass die Wirtschaft sich immer wieder vorteilhaft verwertbare Einzelleistungen herauspicken kann, ist ein erster Schritt getan. Arbeitslosigkeit kann in der Folge obsolet werden. Wenn heute z. B. Menschen so ausgebildet werden, wie es die Marktwirtschaft momentan verlangt, hat sie sich selbst von ihrer wichtigsten Innovationsquelle, der Wissensfülle ihrer Menschen abgeschnitten. Es sind nicht die zur momentanen Wirtschaft konformen Wissensträger, es sind die mit dem größten Wissensabstand, die uns Morgen die Innovation, die neue Sicht, die Wissensvariation bringen.

hn: Das würde ja bedeuten, dass eine breit angelegte, kulturell geprägte Bildung die Voraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg ist.

Kreft: Ja, so sagt's die Formel knapp und klar. Einsehbar ist doch, dass eine Wirtschaft, die aus einem breiten Bildungsangebot sich die zukunftssträchtigen Kenntnisse, Fähigkeiten herausfischen kann, jeder anderen, der nicht ein solch vielfältiges Wissen zur Verfügung steht, überlegen ist.

hn: So ist die Frage nach der Beseitigung der Arbeitslosigkeit gar kein Problem, das die Marktwirtschaft allein lösen kann?

Kreft: So ist es. Denn die Wissensvariation v in der Formel, die ja auch noch zum Quadrat eingeht, ist doch davon abhängig, was die Menschen an unterschiedlichem Wissen als Produzenten auf der einen Seite und als Konsumenten auf der anderen Seite zu bieten haben.

hn: Wie meinen Sie das genau?

Kreft: Bisher haben wir in unseren Darlegungen Menschen nur als Produzenten betrachtet. Aber auch als Konsumenten setzen sie Wissen ein. Konsumenten, die von Kochkünsten, Essensvielfalt keine Ahnung mehr haben, lassen sich in Fastfood-Läden abspeisen. Damit werden gute Köche weniger nachgefragt, Maschinen können deren Part übernehmen. Sind Konsumenten erstmal wie Fertigpackungen in ihren Kenntnissen, Fähigkeiten standardisierbar geworden, können die Maschinen ihre Abspeisung übernehmen. Wenn die Kenntnisse in Musik, Tanzen, Singen abnehmen, gibt es weniger Instrumentenbauer,

Tanzschulen, und die Menschen müssen mit einem Minimum an Benehmen auskommen. Letztlich erzeugt sich eine derartige, auf rein ökonomischen Nutzen eingestellte Gesellschaft ihr Wissensproletariat, an dem sie dann auch konsequenterweise zu leiden hat. In diesem Sinne wird die Wissensvariation der Konsumenten in unseren auf Rationalisierung setzenden Gesellschaften immer geringer, und damit bricht in Folge dieser Wissensnivellierung – das geht in die rechte Seite der Gleichung ein – die Prosperität p ein. Das ist der Zustand, den wir mindestens in Deutschland recht gut über einige Jahrzehnte beobachten können. Deshalb sind auch die Forderungen nach reiner oder liberaler oder fundamentaler Marktwirtschaft wenig verheißungsvoll, da sie das Element gesellschaftliche Bildung nicht erfassen. Es gibt keine blühende Wirtschaft ohne gesellschaftlich unterstützendes Umfeld. Wirtschaft ist kein Selbstzweck und auch kein Selbstläufer, Wirtschaft braucht das vom Bildungssystem erzeugte Wissen, wobei das Bildungssystem ebenfalls intern Wettbewerb nutzt. Also mit dem heutigen, wettbewerbsarmen Bildungssystem ist kein Staat zu machen.

hn: Eine letzte Frage. Gibt es eine üble Situation in der Zukunft, auf die uns die Formel aufmerksam macht?

Kreft: Ja, leider, eine sehr üble. Sehen Sie, jeden Tagen „swappen“ mit dem Stand der Sonne von einem Börsenplatz zum nächsten, beginnend in Tokio über Hongkong, Frankfurt/London, New-York zig Milliarden von Dollar, Euro etc. um den Globus. Die Formel sagt, dass hinter jedem Geldfluss eine Wissensleistung stecken muss. Wo wäre die Wissensleistung, wenn diese riesigen sich laufend bewegendes Geldmengen angelegt werden sollen? Um es klar zu sagen, das Wissen als Träger dieser Geldmengen ist nicht vorhanden. Sollte das Geld angelegt werden, würde es zu einer riesigen Inflation kommen. Ölscheichs legen ihr Geld bei uns und anderswo an, weil in ihren Regionen die Wissensleistung zur Verwertung der aus ihrem Ölreichtum sich speisenden Geldmengen nicht gegeben war und ist. Dies Problem hat nun die ganze Welt, da auch Rentenfonds, Banken dringend nach profitabler Wissensleistung suchen. Die leer stehenden, von Banken, Versicherungen, Fonds finanzierten Bürogebäude in den Stadtzentren sind sichtbare Zeichen für die Suche nach sinnvoller Geldanlage. Es stehen die Räume zur Verfügung, aber es ist in ihnen kein Wissen mehr zu nutzen. Auch der zu erwartende Konsumnachholbedarf in Asien ist da nur eine Augenwischerei, wie die Konsumnachfrage des vereinten Deutschland zwischen 92 bis 96 keine Spur in einem nachhaltigen Wohlstand bei uns hinterlassen hat. Die steigenden Arbeitslosenzahlen sprechen da eine klare Sprache.

hn: Wir danken Ihnen für diese offene Darlegung Ihrer Erkenntnisse und sind stolz, dass wir unseren Lesern authentisch und vor allen anderen Medien von Ihrer revolutionären Entdeckung berichten konnten.

■ HTU setzt Humatics Management Tools ein.

Die Hanseatische Trainings- und Unternehmensberatungs-GmbH setzt seit Juli 2005 bei der Personalentwicklung und der Entwicklung von Führungskräften auf Humatics Management Tools.

Die HTU erreicht so eine individuelle und zielgerichtete Betreuung und kann den Erfolg der Maßnahmen anhand von Echtzahlen aus den Unternehmen belegen. Durch die Tools von Humatics Management kann HTU schon in der Akquisitionsphase die Nachhaltigkeit seiner Tätigkeiten belegen. Die HTU ist sehr zuversichtlich diesen Wettbewerbsvorteil nutzen zu können.

Weiterführende Informationen erhalten Sie unter:

HTU - Hanseatische Trainings- und Unternehmensberatungs GmbH

Tel. 0049 (0) 4 21 / 3 47 56 11

Email: info@training-beratung-htu.de



Herausgeber und Redaktion: Rolf Schwitters, Seeberger Str. 4, 28215 Bremen, Tel. 0421 9588565
schwitters@humatics-management.de

Gestaltung und Satz: Imke Wienken, iwienken@freenet.de

Fotos: Werbeagentur Andreas Stein, Kassel