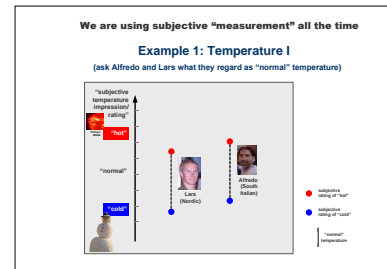


Sent: Di 18.09.2012 07:05  
 Hallo Peter,

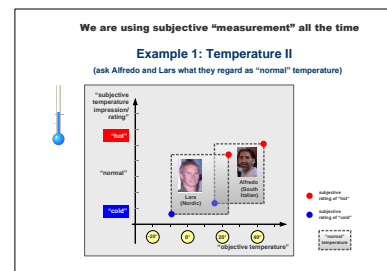
ich stimme mit vielen Deiner Gedanken und Ideen überein, vor allem auch darin, dass wir bei der Bewertungen innerhalb der Wirtschaft endlich Qualitäten oder Subjektivitäten einbringen müssen. Genau an dieser Stelle hänge ich aber noch: Wie errechnet man qualitative Werte?

Die einzige Lösung, die ich dafür gefunden habe, ist, eine eigene Zahlenachse mit einer eigenen Metrik (Einheit) einzuführen. Die Zahlen auf dieser Achse sind Quantitäten – müssen sie sein, sonst könnte man mit ihnen ja nicht rechnen.

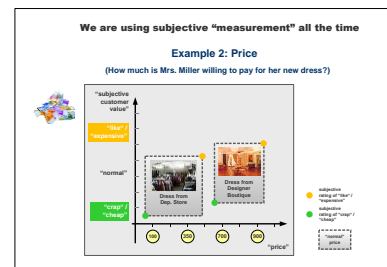
Lars und Alfredo haben auch ein unterschiedliches Empfinden darüber, was warm und was kalt ist. Das hatten sie schon, als es noch keine Temperaturskala gab.



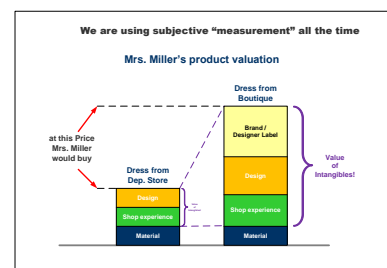
Das subjektive Empfinden bleibt ja auch wenn man eine „vereinbarte“ Temperaturskala einführt.



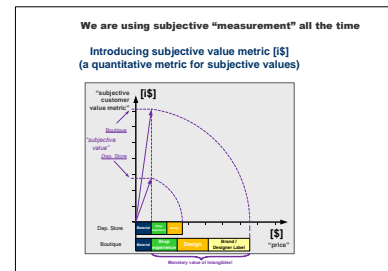
Das Gleiche gilt auch für Frau Müller. billig oder teuer? Im Warenhaus oder in der Boutique?



Was den Preis bestimmt, den sie für das Kleid auszugeben bereit ist, ist auf dem Bild rechts gezeigt. Ein Teil ist ein „Materialteil“ und ein anderer Teil wird durch die „subjektive Bewertung“ der immateriellen Eigenschaften des Kleidungsstückes bestimmt.



Wenn man jetzt eine Achse mit monetärer Metrik mit dem Materialpreis als ersten Stützpunkt nimmt – und den Gesamtpreis als zweiten Stützpunkt – und man gleichzeitig davon ausgeht, dass es eine eigene Achse mit einer eigenen Metrik für „subjektive Wertekriterien“ gibt, kann man fast beliebig lang nach einer mathematischen Verknüpfung für diese beiden Achsen suchen.



Irgendwann bin ich dann halt darauf gekommen, dass man einfach etwas postulieren muss – wenn es noch nichts G’scheites bereits gibt. Der Gesamtpreis entspricht dann „per Postulat“ der Hypothenuse. Und die „hypothetischen“ Kosten für das Material (oder einen anderen Referenzpreis) der Länge der Kathete auf der Geldachse.

Für die beiden Stützpunkte kann man fallweise verschiedene monetäre Kosten, Preise, Investitionen... verwenden.

Aus dem Preis einer Fertigpizza aus dem Kaufhaus und dem Preis einer Pizza in der Pizzeria kann man dann den subjektiven Wert der Pizza in der Pizzeria berechnen. (Ja – den minimalen subjektiven Wert für den Gast. Er hätte ja vielleicht auch mehr bezahlt, wenn der Wirt die Pizza höher bepreist hätte.)

Oder aus den Investitionen in ein Entwicklungsprojekt (erster Stützpunkt) und den erwarteten Erträgen (zweiter Stützpunkt) lässt sich das (auf der subjektiven Wertachse abgebildete) Potenzial berechnen, das in der Unternehmung mit dem Projekt aufgebaut wird/wurde.

Und das ist dann auch eine gute Grundlage für eine „Potenzialbilanz“ – die den Leuten auf der Teppichetage einen Hinweis darauf gibt, was für ein Potenzial im Unternehmen steckt. Und was sie anrichten/vernichten, wenn sie Mitarbeiter entlassen.

## We are using subjective “measurement” all the time

- Every customer is placing a (intangible) subjective value on products or services according to subjective qualitative criteria.
- Organizations that provide services or products to customer have to consider this subjective, qualitative (intangible) dimension in managerial decision making throughout the entire value chain.
- Otherwise they would not be able to use their full potential to create value (for customers, shareholders and other stakeholders).



**Organisations need performance measurement systems that value subjective, qualitative value through relative ratings and that combine them with quantitative, financial information**

Bei dieser Berechnung können wir nicht davon ausgehen, dass wir einfach Formeln unserer rationalen Welt in die emotionale Welt transformieren können. Denn wie Du auch schreibst sind die Werte im Kopf des Beurteilers. Wir haben aber bzgl. einer zu beurteilenden Situation tendenziell viele Beurteiler, also auch viele Werte (Wert eines Produktes) bzgl. einer objektiv dargelegten Zahl (Kaufpreis eines Artikels). Wenn wir hier dann beispielsweise über Pythagoras einen Wert ermitteln, bekommen wir nur genau einen subjektiven/ qualitativen Wert zu einem objektiven/ quantitativen Wert. Das passt ja dann nicht. Bei mir bleibt also die große Frage hängen, wie wir von einem quantitativen auf einen qualitativen Wert schließen können. Nutzen wir Formeln aus unserer quantitativen Welt, bekommen wir als Ergebnis auch nur einen quantitativen Wert.

Ja – es gibt eine quantitative Zahl für einen subjektiven Wert (eine „untere“, eine „minimale“ Zahl.), Wir kennen das ja auch von den Noten in der Schule, vom Schlittschuhlaufen (Pflicht und Kür), vom Skispringen....

Und ja – die Lösung hat mir anfangs auch ein Unbehagen bereitet. So lange, bis es mir klar wurde, dass eine Zahl für subjektive ökonomische Werte wesentlich ist, wenn man den Menschen mit seinen subjektiven Präferenzen in der quantitativen Ökonomik überhaupt berücksichtigen will/soll. Ich glaub' halt schon dass dies wichtig ist.

Bzgl. der Darstellung von Fakten werde ich Deine Gedanken und Ideen in Zukunft gut anwenden können, da es in vielen Fällen sicherlich bei der Mustererkennung in Richtung Trendbrüche behilflich sein kann. Es bleiben aber aus meiner Sicht rein quantitative Fakten, die ich darstelle.

Ich hoffe ich konnte meinen „Hänger in den Gedankengängen“ genau genug ausführen. Was denkst Du dazu?

Beste Grüße,  
Conny