



Emotionale Managementinformation wirkt!

Bewiesen auf dem Executive-Forum von Bissantz & Company in Berlin

(ddp direct) Der Name unserer Veranstaltung am 6. Juni in Berlin war Programm: 180 Teilnehmer aus namhaften Unternehmen waren gekommen, um Jutta Kleinschmidt und Prof. Gerhard Roth, Referenten von Bechtle, Leica und Porsche und unsere eigenen Ideen live im Hotel Waldorf Astoria zu erleben. Denn sie waren darauf gespannt, was Rallyefahren, Hirnforschung und Business Intelligence miteinander verbindet.

Ob Business Intelligence Wirkung entfaltet, entscheidet sich auf den letzten Metern. Die ganze Mühe von Datensammlung, -speicherung und -aufbereitung ist umsonst, wenn die Ergebnisse keine Auswirkungen haben. Die Gründe für menschliches Handeln sind komplex, Gefühle spielen eine große Rolle, noch wichtiger ist die Motivation. All das muss im Business Intelligence berücksichtigt werden, sonst bleibt die Wirkung aus. Mit dieser Botschaft gingen wir in einen aufregenden und erkenntnisreichen Tag, der von den Leitmotiven Wahrnehmung, Wirkung und Wille geprägt war.

Der Wille kann bekanntlich Berge versetzen. Jutta Kleinschmidt versetzte mit ihrem Willen sogar ganze Wüsten. Ihre Karriere ist beispiellos. Ihren Erfolg, das wurde im Festsaal des Waldorf Astoria schnell klar, verdankt sie zweierlei: einem unbändigen Abenteuergeist und Tugenden, die wir aus dem Controlling kennen. Sie liebt schwierige Situationen: ?Da kann ich durch Planung und Methode Konkurrenten aus dem Feld schlagen, die weniger systematisch agieren. Und das sind überraschend viele.? Sie war die erste, die zur Rallye Dakar Landkarten und Satelliten-aufnahmen mitbrachte und damit das dürftige Roadbook ergänzte, das der Veranstalter erst am Vorabend jeder Etappe ausgibt.

Wir blieben in der Welt der Geschwindigkeit. Matthias Kauffmann, zuständig für die Volumenplanung bei der Porsche AG, stellte den Zusammenhang zwischen Transparenz und Willen her. ?Gläserne Daten machen den nächsten Schritt glasklar?, sagte er. Porsche liebt Mikromanagement: Über die edlen Produkte weiß man auch auf Vorstandsebene alles ? inklusive seiner Einzelteile. Den Kunden kennt man ebenso gut. Dass man beim innovativen Autobauer auch die innovativen Controlling-Installationen nutzt, die wir im Foyer zeigten, wunderte niemanden im Publikum.

Professor Gerhard Roth berichtete von unserer Zusammenarbeit. Man spürte die Faszination des Hirnforschers für die Welt der Betriebswirtschaftslehre und unsere für die Welt des Gehirns. Dass wir uns immer noch oft so verhalten wie unsere affenähnlichen Vorfahren, hat Vor- und Nachteile für das Business Intelligence. Menschliches Verhalten ist vorhersehbar und nicht so individuell, wie man glaubt. Darauf kann man sich einstellen und die Gemeinsamkeiten in Wahrnehmung, Verständnis und Motivation für die Konstruktion von Software nutzen. Die größte Herausforderung hierbei ist, dass wir unserer Umwelt immer noch so originär wahrnehmen wie unsere Vorfahren, folglich muss die Aufmerksamkeit von Anwendern so gelenkt werden, wie es unser vorzeitliches Leben in der Steppe erforderte.

Ums Sehen und Wahrnehmen ging es auch im Vortrag von Volker Hagemann von Leica Camera. Der Controller aus Leidenschaft hat seine Controlling-Berichte oft mit den Augen des ebenso leidenschaftlichen Amateurfotografen gestaltet. Seine virtuose Vorführung nutzte alle Möglichkeiten, Überblick und Detail flüssig zu verbinden, ohne dass der Betrachter auf der Strecke blieb. So viel Macht über Daten ist hoch emotional. Und Wirkung hat es auch. Wir sind stolz darauf, dass unsere Produkte, wie Hagemann berichtete, dem Unternehmen den nötigen Durchblick in den schwierigen Phasen seiner Unternehmensgeschichte gaben.

Uli Drautz, stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender und Controlling-Leiter der Bechtle AG, begeisterte das Publikum nach 2011 zum zweiten Mal: Freimütig berichtete er von unserem kreativen Kampf mit ihm um die besten Berichtsformate für Bechtle. Damit Management-information emotional wirkt, braucht es Leidenschaft, Entschlossenheit und Durchhaltevermögen. Das kann Diskussionen auch angesichts kühler Daten hitzig machen. Der Erfolg war die Mühe wert: Entstanden sind Standards für Berichtsformate, die in die Software eingingen und jetzt allen anderen Kunden zur Verfügung stehen.

Dr. Gerald Butterwegge ließ tief in unser Labor blicken. Unsere neue Leidenschaft, um Wahrnehmung wirksam zu lenken, gilt bewegten Daten. Ein Höhepunkt des Tages war die Demonstration, dass grafische Elemente durch Bewegung menschliche Züge annehmen können. Geht Managementinformation emotionaler?

Die größte Emotion entsteht, wenn Botschaften Wirkung entfalten und man sich verstanden fühlt. Das ist in Berlin gelungen, deswegen sind wir 2015 wieder da.

Eine Nachlese finden Sie unter:

www.bissantz.de/executive
oder in unserem Blog
blog.bissantz.de/emotionale-managementinformation

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://shortpr.com/na80g9>

Permanenter Link zu dieser Pressemitteilung:
<http://www.themenportal.de/software/emotionale-managementinformation-wirkt>

=== Von links nach rechts: M. Kauffmann (Porsche), V. Hagemann (Leica Camera), U. Drautz (Bechtle), Dr. N. Bissantz, Prof. G. Roth und J. Kleinschmidt (Bild) ===

Shortlink:
<http://shortpr.com/klau3h>

Permanenter Link:
<http://www.themenportal.de/bilder/von-links-nach-rechts-m-kauffmann-porsche-v-hagemann-leica-camera-u-drautz-bechtle-dr-n-bissantz-prof-g-roth-und-j-kleinschmidt>

Pressekontakt

Bissantz & Company GmbH

Herr Gerald Butterwegge
Nordring 98
90409 Nürnberg

gerald.butterwegge@bissantz.de

Firmenkontakt

Bissantz & Company GmbH

Herr Gerald Butterwegge
Nordring 98
90409 Nürnberg

bissantz.de
gerald.butterwegge@bissantz.de

Bissantz & Company, gegründet 1996, ist ein deutsches, inhabergeführtes Softwareunternehmen und spezialisiert auf Lösungen für anspruchsvolle Aufgaben der Datenanalyse, der Planung und des Reporting. Das Hauptprodukt ist DeltaMaster, eine integrierte Business-Intelligence-Software, die alle Nutzergruppen unter einer einheitlichen Oberfläche adressiert, vom professionellen Analysten über den Berichtsempfänger bis zum Budgetplaner. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Automation betriebswirtschaftlicher Analysen. Zudem gilt Bissantz als Vorreiter, was die Gestaltung (Visualisierung) von Berichten und Cockpits angeht.

Anlage: Bild

