

Wie ein Bissen Brot



HERWIG FRITZL, *Management Factory*, bietet *Performance-Management-Werkzeuge* für *gesteigerte Profitabilität* in Unternehmen.

Die Beratungsfirma Management Factory sieht auch mittelständische Unternehmen in der Pflicht, ihr Geschäft auf einzelne Parameter genau zu kennen. Nur so können die richtigen Entscheidungen getroffen werden.

Es ist schlichtweg die Menschlichkeit in Unternehmen, die Firmen

in die Liquiditätsfalle tappen lässt. Menschlich ist die Art und Weise, wie wir mit unserem Gegenüber kommunizieren. Auf dem Weg durch die Führungsebenen nach oben werden oftmals Daten geschönt – nicht aufgrund krimineller Energien, sondern aus Angst, dem Chef die volle Wahrheit zu sagen. »Bei einem solch gestörten Informationsfluss treffen dann Manager auf Basis mangelhafter Daten Geschäftsentscheidungen. Die Wahrheit über Verkaufszahlen oder Kundenverhalten liegt dagegen meist tief in den Datenbanken begraben«, weiß Herwig Fritzl, Management Factory. Doch brauchen dem Managementberater zufolge Unternehmen gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten leistungsfähige Werkzeuge für den Überblick übers Geschäft.

Transparenz in den Daten – die Methodik dazu hat viele Namen, die allesamt aus der Informationstechnologie kommen. Wer einmal mit »Business Intelligence« oder »Corporate Performance Management« zu tun hatte, lernte spätestens zu diesem Zeitpunkt den IT-Leiter im Haus bestens kennen. Fritzl weiß um die Technologiegetriebenheit der BI-Projekte in der Wirtschaft – doch gerade die Großunternehmen hätten zuletzt gelernt, diese Ansätze nicht nur aus Sicht der Server und Datenspeicher zu behandeln. Ein Beispiel: »bauMax kann mit den richtigen Werkzeugen heute sehr genau sehen, welche Produkte in bestimmten Filialen zu welchem Zeitpunkt besonders häufig gekauft werden«, berichtet Fritzl. Das ermöglicht punktgenau abgestimmte Ressourcen. Durch die Analysen können unprofitable Produkte eingestellt, profitable aber durch gezielte Maßnahmen weiter forciert werden.

Um schnell auf Kundenverhalten und Marktveränderungen reagieren zu können, ist es essentiell, sein eigenes Unternehmen zu kennen. Der Berater sieht auch mittelständische Unternehmen in der Pflicht, Geschäftsziele auf einzelne Parameter genau definieren zu können. Gerade Organisationen, die über Landesgrenzen hinweg agieren, brauchen Werkzeuge zur Planung und Berechnung unterschiedlichster Szenarios – etwa um auf mögliche Währungsschwankungen vorbereitet zu sein. »Die Zeiten der Bauchentscheidungen sind vorbei«, warnt der Management- und Finanzberater. Unternehmen, die in Zentraleuropa tätig sind, bräuchten die BI-Intelligence-Lösungen wie einen Bissen Brot. Denn nur auf der Basis von gesicherten Fakten lassen sich auch richtige, geschäftskritische Entscheidungen treffen. »Es geht um das Heben von Potenzialen und das Erkennen von Chancen. Nur Personal abzubauen, ist heute sicher zu wenig.«