



Flash Report

Wieso ein "Quick-and-dirty"-Bericht nicht fehlen darf

von Kristoffer Ditz

Wenn in einem Unternehmen die BWA eines Monats erstellt wird, dauert dies in der Regel bis zu 3 Wochen. Im Anschluss folgen Meetings zwischen Management und Controlling, in denen die Abweichungen und Maßnahmen besprochen werden. Handelt es sich um ein dynamisches Geschäftskonzept (z. B. im Handel), erfolgen die Maßnahmen allerdings nicht selten zu spät, da das operative Geschäft bereits fast einen Monat weiterlief.

Flash

Es empfiehlt sich, einen sogenannten Flash Report einzuführen, der spätestens am 3. eines Monats vorliegen sollte. Die meisten Kennzahlen des Unternehmens liegen zu diesem Zeitpunkt bereits vor. Insbesondere die Absatzkennzahlen wie Umsatz und Rohertrag. Auch die meisten Strukturkosten lassen sich relativ leicht bestimmen, wie z. B. Personalaufwand, Miete und Abschreibungen, da diese fix sind. Auf diese Weise könnten die wesentlichen Maßnahmen bei Abweichungen um ca. 3 Wochen vorgezogen werden. Ein Einwand könnte

lauten, dass am Anfang des Monats noch nicht alle Daten vorliegen und hieraus falsche Schlüsse gezogen werden.

Die Puzzle-Analogie

Nehmen wir an, wir hätten ein Puzzle und der Deckel fehlt. Alles was wir wissen ist, dass es sich um ein Puzzle für Kinder handelt. Um nun festzustellen, welches Thema es betrifft, wür-

den wir anfangen, die ersten Teile zusammenzusetzen, was im Controlling der Konsolidierung oder Aufbereitung der Daten entsprechen würde. Nach einer Zeit des Puzzelns hätten wir die ersten Muster = 1. ein Käfig, 2. ein Junge und ein Mädchen und 3. ein paar Brotkrümel. Um welches Thema könnte es sich handeln? – Sicher ist Ihnen in den Sinn gekommen, dass es sich um Hänsel und Gretel handelt. Wenn Sie dies für wahrscheinlich halten, nach welchen weiteren Mustern würden Sie im Puzzle jetzt

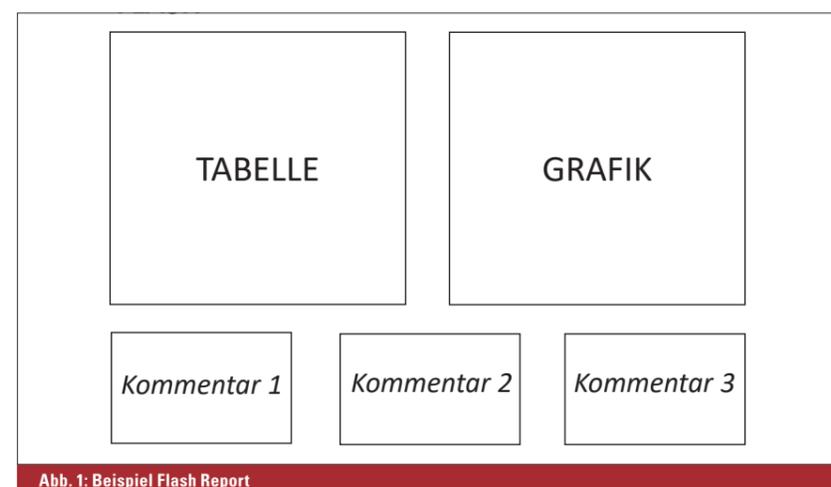


Abb. 1: Beispiel Flash Report

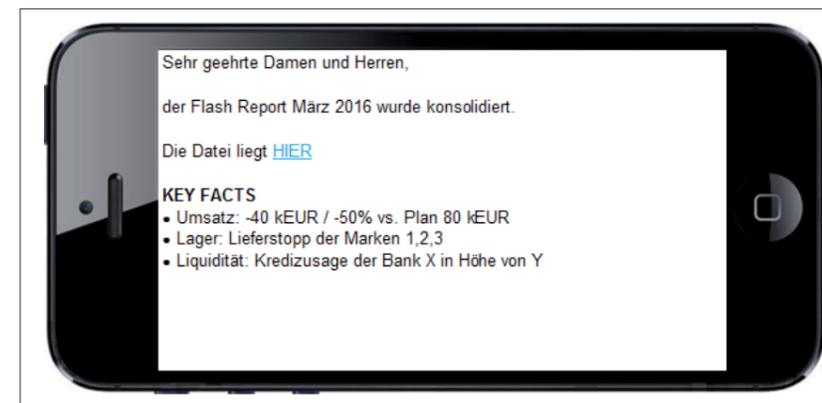


Abb. 2: Smart-Phone-Bericht



Abb. 3: Smart-Phone-Grafik

suchen? Spontan wird an die Hexe, das Knusperhaus, den Ofen und einen Wald gedacht. Stellen Sie sich vor, dass diese Muster ebenfalls in dem Puzzle vorhanden wären. Hätten Sie noch Zweifel, dass es um das Märchen Hänsel und Gretel geht? – Es ist das Märchen Hänsel und Gretel! Haben Sie vorher aber darüber nachgedacht, ob es sich bei dem Wald um Birken, Fichten oder Eichen handelt? Haben Sie überlegt, um welche Jahreszeit es sich handelt? Hätte es für Sie eine Auswirkung gehabt, wenn es eine junge oder ältere Hexe gewesen wäre? – Natürlich nicht! Dies ist auch gar nicht erforderlich, um sich der Kernfrage zu widmen, welches Thema das Puzzle beinhaltet. Ähnlich ist es auch bei dem Flash Report. Sie benötigen "nur" eine Handvoll Informationen, um zu erkennen, was die Kernthemen sind, und können dann entsprechende Maßnahmen einleiten – Es gilt Schnelligkeit vor Präzision

Aufbau des Flash Reports

Der Flash Report sollte nur aus einer Seite bestehen – Nach dem one-page-only-Prinzip. Auf

dem oberen Abschnitt sollten Tabellen und Grafiken aufbereitet sein. Im unteren Abschnitt platzieren Sie 3 Textblöcke mit Nummern. Hintergrund: In diversen Präsentationsschulungen wird gelehrt, dass nie mehr als 3 Punkte gezeigt werden sollen, weil sich niemand mehr merken kann – so die Studien. Vergleichen Sie hierzu einmal die Nachrichten bekannter Fernsehsender. Vor oder während der Nachrichten wird der sogenannte News-Flash gezeigt, der selten mehr als 3 Themen mit 1-2 kurzen "knackigen" Sätzen enthält. In den Textboxen des Flash Reports sollten die Antworten der Abweichungen stehen, bevor das Management die Fragen hierzu stellen kann.

Autor



Kristoffer Ditz

ist Leiter der Hanseatic Business School in Hamburg und verfügt über mehrjährige Erfahrung im Controlling bei diversen Unternehmen aus dem Handel. An der AMD Modeakademie ist er als freiberuflicher Dozent tätig. Seine Schwerpunkte sind Onlinecontrolling und Einkaufscontrolling.

E-Mail: kristoffer_ditz@web.de

www.hanseatic-business-school.com

Flash Report via E-Mail inkl. Mobile Reporting

Beim Versand per E-Mail ist es oft so, dass nach der Begrüßung nichts weiter als "anbei der Flash Report vom Monat x" steht. Setzen Sie hier "Key Facts" in Form von Text ein. Nennen Sie die wichtigsten Punkte, die für die Empfänger des Flash Reports relevant und interessant sind.

Des Weiteren sollte die E-Mail nach den Key Facts auch eine Grafik enthalten, die auf die Größe eines Smartphones angepasst ist. Nicht selten sind die Manager/Empfänger des Berichts im Außendienst unterwegs. Auf dem Weg vom Parkhaus zum Gate des Flughafens ist öfters nicht die Zeit, um den Laptop anzuschalten und den Dateianhang zu öffnen. Stellen Sie sich vor, Sie sind unterwegs und sehen auf Ihrem Smartphone die Info "anbei der Flash-Report vom Monat x" oder Sie sehen den Inhalt, wie in Abbildung 2 dargestellt.

Bei den meisten Smartphones ist die Displaygröße z. B. auf 480x320 Pixel ausgelegt. Dies sollte auch die Größe des Rasters in Excel für die Spaltenbreite und Zeilenhöhe sein, in dem eine Grafikvorlage des Mobile-Diagramms angelegt wird.

Unterm Strich wäre der Flash Report hier als „Quic and dirty“- und der Monatsabschluss als „slow and dirty“-Methode anzusehen. Im Idealfall werden beide Prozesse im Unternehmen implementiert, wobei der Flash dem Management als Kompassrichtung dient, um zu zeigen, wo die Reise hingehet.