

SUCCESS

Sieben Buchstaben für
mehr Erfolg in der Geschäftskommunikation



SUCCESS

Inhalt

Spricht Ihr Unternehmen die gleiche Sprache?	3
Der Siegeszug von IBCS® SUCCESS	4
Schnellere und bessere Entscheidungen	5
Erfolg hat sieben Buchstaben	6
SAY	7
UNIFY	8
CONDENSE	9
CHECK	9
EXPRESS	9
SIMPLIFY	10
STRUCTURE	11
Von der Methode zur Praxis	12
Fazit	13
Impressum.....	14

Spricht Ihr Unternehmen die gleiche Sprache?

Es ist nicht gut bestellt um die Geschäftskommunikation. Führungskräfte quälen sich durch überfrachtete Managementberichte oder machen sich gar nicht erst die Mühe, sorgsam erstellte Präsentationen zu studieren oder Dashboards zu nutzen. Sender fühlen sich nicht verstanden und Empfänger nicht gut bedient. Was läuft da schief?

Zentraler Grund für die Ineffizienz sind fehlende Standards bei der visuellen Kommunikation. Wenn jedes Diagramm und jede Tabelle anders aussieht, erkennen Leser keine Muster und müssen sich stets aufs Neue orientieren. Das ist mühsam und lädt zu Interpretationen ein. Trotzdem werden auf dieser Basis immer noch zu viele Managemententscheidungen getroffen und Unternehmen gesteuert.

Die International Business Communication Standards (IBCS®) sind in immer mehr Unternehmen Grundlage für klare und verständliche Berichte und Präsentationen.

Mit den International Business Communication Standards (IBCS®) steht der Betriebswirtschaft seit 2013 ein allgemein anerkanntes Regelwerk für effiziente Geschäftskommunikation zur Verfügung, das in immer mehr Unternehmen Grundlage für die Erstellung von klaren und verständlichen Präsentationen und Managementberichten ist. Mit der Anwendung dieser Regeln sprechen Sender und Empfänger endlich die gleiche Sprache. Inhalte können auf das Wesentliche konzentriert, eindeutige Botschaften formuliert und empfängerorientierte Reports flexibel erstellt werden. Davon profitieren mittlerweile nicht nur viele Großunternehmen und Konzerne im In- und Ausland, sondern zunehmend auch der Mittelstand.

Damit Managementberichte und Präsentationen den IBCS-Standards genügen, müssen sie den Regeln der SUCCESS-Formel folgen. Was sich hinter diesem Akronym für mehr Erfolg in der Geschäftskommunikation verbirgt, damit beschäftigt sich dieses Whitepaper.

Der Siegeszug von IBCS® SUCCESS

Die Wurzeln der International Business Communication Standards reichen zurück bis in die 80er Jahre, als Dr. Rolf Hichert beratend für McKinsey & Company tätig war und verschiedene Vordenker in Sachen konzeptioneller und visueller Gestaltung von Berichten und Präsentationen traf. Seine **Idee der semantischen Notation** und die **Formulierung grundlegender Regeln für ein empfängerorientiertes Berichtswesen** bereiten den Weg zu einer einheitlichen visuellen Sprache für die Geschäftskommunikation.

SUCCESS: Die Formel hinter IBCS

Eine effektives Berichtswesen folgt sieben Regeln, die das Akronym SUCCESS bilden.

- **SAY**: Botschaft vermitteln
- **UNIFY**: Notationsstandards anwenden
- **CONDENSE**: Informationsdichte erhöhen
- **CHECK**: Visuelle Integrität sicherstellen
- **EXPRESS**: Geeignete Visualisierung wählen
- **SIMPLIFY**: Überflüssiges vermeiden
- **STRUCTURE**: Inhalte gliedern

Die SUCCESS-Regeln für eine klare und verständliche Geschäftskommunikation haben in den vergangenen Jahren einen beispiellosen Siegeszug angetreten. Rund um den Globus setzen immer mehr Unternehmen das Regelwerk ein. Immer mehr Menschen beschäftigen sich im Rahmen der gemeinnützigen IBCS Association mit der Weiterentwicklung der Standards. Vorangetrieben wird das Projekt vom IBCS Institute. Das Unternehmen von Dr. Rolf Hichert und Dr. Jürgen Faisst schult die IBCS-Standards, führt Zertifizierungen durch und stellt Lehrmaterial zur Verfügung.

IBCS verbindet bewährtes Wissen mit neuen Erkenntnissen

Die **sieben Regelbereiche** der SUCCESS-Formel können **drei Kategorien** zugeordnet werden. Diese bilden zugleich die **Säulen der IBCS-Standards** (vgl. Abb. 1):

SAY und STRUCTURE umfassen konzeptionelle Regeln für den **Aufbau einer geeigneten Storyline**, die unter anderem auf Arbeiten wie dem Buch „Das Prinzip der Pyramide“ von Barbara Minto basieren. Ziel ist die Übermittlung einer eindeutigen Botschaft.

Hinter EXPRESS, SIMPLIFY, CONDENSE und CHECK verbergen sich Regeln zur Wahrnehmung, die unter anderem auf Arbeiten des Statistikers und Datenvisualisierungspioniers Edward Tufte zurückgehen. Im Fokus steht dabei die **Übermittlung der Botschaft durch Verwendung einer geeigneten visuellen Darstellung**.

Die Regelbereiche der SUCCESS-Formel bilden die Säulen der International Business Communication Standards



Abb. 1 (Quelle: Hichert+Faisst / ibcs.com)

UNIFY bezeichnet semantische Regeln zur Übermittlung einer eindeutigen Botschaft durch **Verwendung einer einheitlichen Notation**. Diesen Themenbereich hat Dr. Rolf Hichert selbst maßgeblich geprägt.

Die Gliederung in drei Säulen verdeutlicht die **Zusammenhänge und Vernetzung der SUCCESS-Regeln**. Die Botschaft lautet: Gestalten Sie Ihre Geschäftskommunikation nach den konzeptionellen Regeln und beachten Sie dabei die perzeptionellen und semantischen Regeln.

Schnellere und bessere Entscheidungen

Wie viele Berichte haben Sie dieses Jahr schon erstellt oder erhalten? Und bei wie vielen sind Sie sicher, dass die Botschaft auch wirklich angekommen ist? Der Teufel steckt oft im Detail: in einem Übermaß an Design-Elementen, missverständlichen Skalierungen, fehlenden Kernaussagen oder mangelnder Komprimierung. Wünscht man sich da nicht einen Standard, der einem all diese formalen Überlegungen abnimmt? Genau das tun die SUCCESS-Regeln und die darauf basierenden International Business Communication Standards. Aber funktioniert das auch? Kann man den Nutzen IBCS-konformer Berichte quantifizieren? Und was bringen die einzelnen Regeln?

Genau diese Fragen stellte sich 2019 ein vierköpfiges Expertenteam für visuelle Geschäftskommunikation. Im Rahmen einer **Studie an der Technischen Universität München** wurden 90 Testpersonen in ein Forschungslabor geladen, in dem die Studienteilnehmer - allesamt vertraut mit der Analyse von Diagrammen und Tabellen - mit Hilfe verschiedener Berichte eine Reihe von Aufgaben lösen sollten.

**Klarer,
verständlicher,
schneller: Studie
verdeutlicht
Vorteile von
IBCS-konformen
Berichten**

Das **Ergebnis**: Bei IBCS-konformen Berichten analysierten die Teilnehmer 46% schneller und machten 61% weniger Fehler bei Interpretation und Entscheidung. Aufzeichnungen der Blickbewegungen im Forschungslabor unterstrichen die Relevanz der IBCS für die hohe Geschwindigkeit und den hohen Anteil korrekter Lösungen. Noch eindrucksvoller war das Ergebnis bei der Kombination von Analysegenauigkeit und -tempo: Hier erzielten 96% der Studienteilnehmer eine Leistungssteigerung von 130% gegenüber der Arbeit mit Berichten, die nicht nach IBCS gestaltet worden waren.

Neben dem **Effekt des Notationskonzepts** und der inhaltlichen Umsetzung haben die Studienautoren auch die **Wirkung der einzelnen SUCCESS-Regeln** untersucht. Mit einem speziellen Versuchsaufbau wurde die isolierte Wirksamkeit der verschiedenen Regeln auf den Prüfstand gestellt. Dabei bewirkte allein die Anwendung von EXPRESS eine 97%-ige Steigerung der Leistung. Maßgeblich waren dabei die aus dem Bericht gewonnenen Erkenntnisse zu einer gestellten Frage. Die Anwendung von CONDENSE steigerte die Leistung um 83%, CHECK reduzierte die Fehlerquote um 73%. Durch Anwendung der UNIFY-Regeln gewannen die Studienteilnehmer aus Berichten 201% mehr Erkenntnisse.

Unter dem Strich kommen die Autoren mit ihrer Studie zu dem Schluss: „Die IBCS halten ihr Versprechen. (...) Die Richtlinien SIMPLIFY und CONDENSE beeinflussen hauptsächlich die Bearbeitungszeit – sind somit die **Time Saver**. UNIFY und CHECK sind die **Quality Manager**, weil sie Lesern helfen, Fehler zu vermeiden.“

Die Studie an der TU München hat damit belegt, dass die SUCCESS-Regeln die Rezeption von Berichten verbessern und beschleunigen. Im Folgenden geht es nun darum, wie Sie die einzelnen Regeln umsetzen und von den positiven Effekten profitieren können.

Erfolg hat sieben Buchstaben



Das Akronym SUCCESS spricht für sich: Es geht um Erfolg. Genauer: um ein erfolgreiches Berichtswesen. Aber wie genau tragen die verschiedenen **Bereiche mit insgesamt 98 Regeln** dazu bei, dass ...

**98 Regeln für
mehr SUCCESS mit
Präsentationen und
Berichten**

- ... Empfänger die Inhalte von Berichten schnell und korrekt erfassen?
- ... Absender ihre Berichte schneller und mit geringerem Aufwand erstellen?
- ... sich Sender und Empfänger auf denselben Standard beziehen?

SUCCESS liefert Antworten auf die Frage nach der richtigen **Darstellung**, schafft eine Basis für verständliche Managementberichte und etabliert eine **einheitliche Sprache**, die sowohl Sender als auch Empfänger sprechen und verstehen.

SAY | SUCCESS

Der Bericht unterscheidet sich von der Statistik und dem Dashboard durch eine **konkrete Botschaft**. Sie vermittelt dem Empfänger auf den ersten Blick die für ihn wichtigsten Erkenntnisse. SAY ist vergleichbar mit der Überschrift eines Zeitungsartikels, die ebenfalls die zentrale Botschaft voranstellt. Der Leser kann dann selbst entscheiden, ob er tiefer in den Text des Artikels oder die Visualisierung des Berichts einsteigt.

Die Botschaft wird in **drei Dimensionen** unterteilt: Feststellung, Erklärung und Empfehlung. Die Ausprägung variiert je nach Beziehung zwischen Sender und Empfänger. Ein Bericht an den Vorstand sollte alle drei Ausprägungen und unter Umständen auch die Bewertung von Alternativen enthalten. Bei der Kommunikation zwischen Controller und Kostenstellenverantwortlichem reichen Feststellungen wie: „Die Umsatzerlöse liegen 20%, die Deckungsbeiträge 10% über Plan.“ Mit dieser Botschaft erhält der Empfänger bereits die zentralen Informationen für die Ableitung geeigneter Maßnahmen, ohne sich diese mühsam aus einer mehr oder weniger übersichtlichen Darstellung erarbeiten zu müssen.

Die **Formulierung der Botschaft** sollte möglichst kurz und präzise ausfallen. Hervorhebungen wie Umkreisungen, Trendpfeile oder andere grafische Elemente helfen dem Adressaten, den Bezugspunkt der Kernaussage in der Grafik schnell zu identifizieren (vgl. Abb. 2).

*Feststellen,
erklären und
empfehlen
mit kurzen
und präzisen
Botschaften*

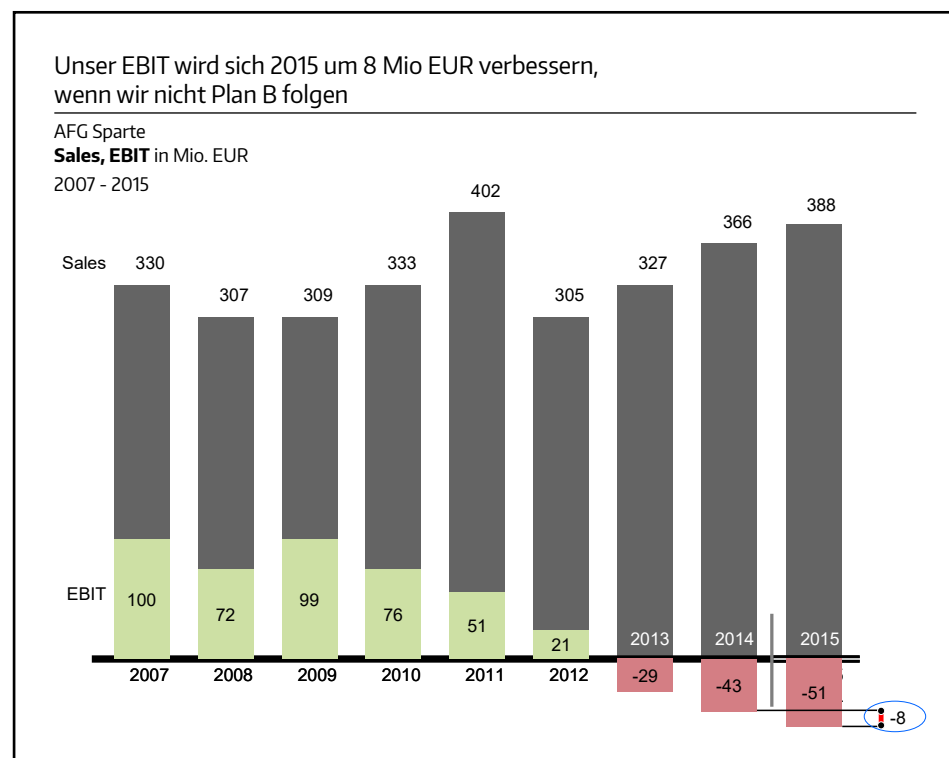


Abb. 2: Durch eindeutige Botschaften und passende Hervorhebungen wird der Leser zu den wesentlichen Grafikelementen geführt. (Quelle: Hichert+Faisst / ibcs.com)

UNIFY | SUCCESS

**Gleiches sieht gleich aus.
Ungleiches darf nicht gleich aussehen.**

Viele Unternehmen verwenden bereits einheitliche Standards für die Erstellung ihrer Berichte: die Corporate Identity (CI). In den meisten Fällen regelt die CI allerdings nur den „Rahmen“ und nicht auch die Darstellung der Inhalte. Aber das ist genau, was die Regelgruppe UNIFY fokussiert: Gerade im internen Berichtswesen empfiehlt sich die **Reduktion der CI-Merkmale**, um den Inhalten möglichst viel Platz zu geben. Für die Gestaltung von Managementberichten und Präsentationen gilt gemäß UNIFY folgender Grundsatz: Gleiches sieht gleich aus, Ungleiches darf nicht gleich aussehen.

Verwendet man beispielsweise Säulen zur Abbildung von Umsatzerlösen über die Zeit, darf man die Entwicklung der Mitarbeiter nicht ebenso darstellen. Hierfür muss eine andere Visualisierungsform verwendet werden. **Klare Konventionen in der Darstellung** erleichtern das Verständnis. Wenn ein und derselbe Sachverhalt von verschiedenen Erstellern in einen Bericht überführt wird, sollte dieser immer gleich dargestellt werden (vgl. Abb. 3a u. 3b).

Ein Notationsstandard wie IBCS fördert insbesondere dann das Verständnis, wenn das Berichtswesen der Dynamik des Marktumfelds folgt und immer mehr Ad-hoc-Berichte entstehen. In anderen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens existieren entsprechende Standards bereits - Verkehrsschilder, Notenblätter, technische Zeichnungen, Landkarten oder Architektenpläne sind nur einige Beispiele. Die Vorteile liegen auf der Hand: Auf Basis einer einheitlichen Notation verstehen alle Nutzer die vielfältigen Anwendungen der einmal erlernten Standards.

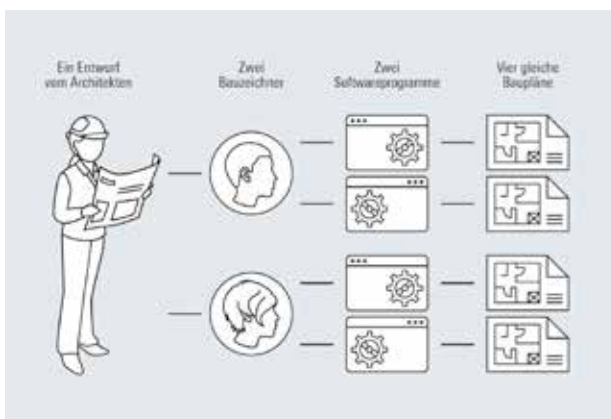


Abb 3a: Ein Design, ein Konstruktionsplan dank Notationsstandards (Quelle: Hichert+Faisst / ibcs.com)

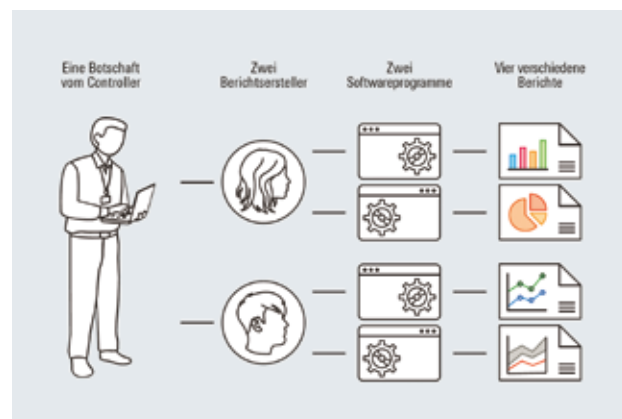


Abb. 3b: Eine Analyse, vier verschiedene Reports aufgrund fehlender Standards (Quelle: Hichert+Faisst / ibcs.com)

CONDENSE | SUCCESS

Viele Berichte stellen komplexe und zusammengehörende Sachverhalte sequenziell dar. Verschiedene Standorte einer Gesellschaft erscheinen beispielweise oft nacheinander auf verschiedenen Folien. Eine derartige Präsentation macht einen **Vergleich** aller Standorte auf einen Blick unmöglich. Auf diese Art und Weise lassen sich weder Beziehungen noch Abhängigkeiten zwischen Kennzahlen zeigen. Es fehlt **der Blick auf das Ganze**.

Mehr Transparenz durch Bündelung von Informationen

In der Regelgruppe CONDENSE geht es darum, **mit hoher Informationsdichte auf einer Berichtsseite** komplexe Sachverhalte transparent darzustellen. Schaubilder sowie komplette Berichte sind leichter zu verstehen, wenn Beziehungen und Abhängigkeiten verdeutlicht und Vergleiche ermöglicht werden. Je mehr Informationen gebündelt präsentiert werden, desto schneller erschließen sich komplexe Themen - vorausgesetzt natürlich, man kann den Sachverhalt noch deutlich erkennen.

CHECK | SUCCESS

Die **wahrheitsgetreue Darstellung von Informationen** ist das Kernthema von CHECK. Insbesondere unterschiedliche Skalierungen erzeugen oft eine Wahrnehmungsverzerrung, die dazu führt, dass Empfänger Berichte falsch interpretieren. Um das zu vermeiden, sollten alle Grafiken auf ein und derselben Seite stets gleich skaliert sein.

Sollte es notwendig sein, auf spezifische Details hinzuweisen, so lässt sich dafür eine **Lupenfunktion** oder eine **abweichende Skalierung** nutzen. Eine derartige Hervorhebung muss deutlich gekennzeichnet werden (vgl. S. 8).

Alternativ kann der spezifische Sachverhalt auf der Folgeseite des Berichtes noch einmal isoliert in einer separaten Skalierung dargestellt werden. In einem dynamischen Berichtswesen lässt sich dazu ein Drilldown nutzen.

EXPRESS | SUCCESS

Welche Darstellungsform passt zu welcher Aussage? Antworten liefert EXPRESS. Der Regelbereich zielt auf die **Auswahl geeigneter Charts** ab, mit denen möglichst schnell die gewünschte Botschaft samt zugrundeliegender Fakten vermittelt werden kann.

Die Darstellungsform unterstützt die Botschaft.

Bei der **Wahl der Darstellungsform** bietet sich eine **Orientierung an bestehenden Konventionen** an. Zeitreihen verlaufen in der Regel von links nach rechts als Säulen- oder Liniendiagramme. Strukturvergleiche wie die von verschiedenen Regionen erfolgen als Balkendiagramme von unten nach oben.

Besonders deutlich zeigt sich der Nutzen, wenn man beispielsweise Regionen im Zeitverlauf betrachtet. EXPRESS empfiehlt dafür drei unterschiedliche Darstellungsformen, die Ersteller von Berichten mit Blick auf die zu transportierende Kernaussage wählen.

- Säulendiagramme für den Vergleich von Standorten in einem Zeitverlauf
- Balkendiagramme für den Vergleich aller Standorte zu einem Zeitpunkt
- Gestapelte Säulen für die Gesamtheit aller Standorte im Zeitverlauf

In jedem Fall werden die gleichen Zahlen als Datenbasis herangezogen. Die Wahl der Visualisierungsvariante hängt von der Botschaft ab, die beim Empfänger ankommen soll.

SIMPLIFY |

Die Regelgruppe SIMPLIFY überprüft die Inhalte von Tabellen und Berichten auf Rauschen und Redundanzen und eliminiert diese. Ziel ist es, die **Darstellung so einfach wie möglich** zu halten.

Alles, was keine Bedeutung hat, sollte wegfallen - Beispiele:

Mehr
Information,
weniger
Dekoration

- Rahmen
- Schattierungen
- 3D-Effekte
- Unnötiger Einsatz von Farben
- Wiederholte Nennung ein und derselben Einheit (Euro, Mitarbeiter, Kunden etc.)

Unnötige Stilmittel lenken von den Inhalten ab und erzeugen ein störendes Rauschen. Die Lösung: weniger Dekoration, mehr Information.

SIMPLIFY zielt darauf ab, **Schaubilder schlicht** zu halten. Die Darstellungen sind monochrom (schwarz-weiß), auffällige Farben sind nur gemäß einer klaren Konvention zu verwenden. Abweichungen können beispielweise in grün (positiv) und rot (negativ) dargestellt werden. Bei mehreren Grafiken auf einer Seite, die beispielweise den Umsatz verschiedener Niederlassungen zeigen, reicht die Angabe der Skalierung (z.B. Mio. €) einmalig im Titel.

An dieser Stelle wird deutlich, wie sich die **SUCCESS-Regeln gegenseitig verstärken**: Da aufgrund der CHECK-Regeln (vgl. S. 9) alle Grafiken auf einer Seite gleich skaliert sind, ist auch nur eine Skalierungsangabe notwendig.

STRUCTURE | S U C C E S S

Bei der Strukturierung von Berichten steht die **Orientierung am Empfänger** und seinen Interessen im Fokus. Für unterschiedliche Adressaten können unterschiedliche Strukturen sinnvoll sein. Der Vertrieb hat andere Anforderungen an das Berichtswesen als die Logistik.

Das Akronym GÜTE bündelt zentrale Empfehlungen von STRUCTURE:

- **Gleichartig:** Auflistungen und Strukturen sollten auf jeder Ebene sowohl inhaltlich als auch formal gleichartig sein. In eine strukturelle Gliederung nach „Umsatz“, „Kosten“ und „Ergebnis“ passt beispielsweise nicht der „Vertrieb“.
- **Überschneidungsfrei:** Strukturen büßen an Verständlichkeit ein, wenn sich einzelne Elemente überschneiden. Das ist zum Beispiel bei „Projektzielen“ und „Projektanforderungen“ der Fall.
- **Treffend:** Strukturen sollten zum Sachverhalt passen und sich an der Botschaft und damit am Regelbereich SAY (vgl. S. 8) orientieren.
- **Erschöpfend:** Erst wenn alle Aspekte eines übergeordneten Themas abgedeckt sind, spricht man von einer erschöpfenden und damit vollständigen Gliederung. Eine Aufteilung von Mitteleuropa in Deutschland, Österreich, Schweiz und Belgien wäre also nicht erschöpfend, weil es in Mitteleuropa weitere Länder gibt.

*Keine Lücken, keine
Überscheidungen
und immer am
Empfänger
orientieren*

Kurz auf den Punkt gebracht: Die GÜTE-Kriterien stehen für „No gaps, no overlaps“.

Hilfestellung für Tabellen

Die GÜTE-Kriterien von STRUCTURE kommen insbesondere beim Erstellen von Tabellen zum Tragen. Nutzt man zusammenfassende Begriffe wie „Total“, „Summe“, „Gesamt“ oder kombiniert diese, erfüllt die Struktur möglicherweise nicht die GÜTE-Kriterien. Für eine Tabelle mit „Europa“, „Asien“, „Amerika“, „Afrika“ und „Rest der Welt“ kann es nur eine zusammenfassende Zeile geben: „Welt“. Bezeichnungen wie „Summe“ wären hier nicht treffend.

Um die GÜTE-Kriterien einzuhalten, sollten Sie Folgendes im Hinterkopf behalten: Wenn Sie Schwierigkeiten bei der begrifflichen Kennzeichnung zusammenfassender Zellen Ihrer Tabelle haben, dann liegt das Problem in Ihrer Datenstruktur.

Von der Methode zur Praxis

Viele Unternehmen verfügen bereits über ein Berichtswesen. Wer glaubt, dieses einfach nach der semantischen Regel UNIFY umgestalten zu können, kommt meist schnell zu der Erkenntnis, dass das allein nicht reicht, wie ein **Beispiel aus der Praxis** zeigt.

*Aus Theorie wird
Praxis: Schritt für
Schritt zu mehr
Effizienz*

Im Rahmen eines Projekts wurden bei einem Großunternehmen knapp 40% des bestehenden Berichtswesens eliminiert oder auf Basis der konzeptionellen Regeln neu erstellt. Anlass war die Erkenntnis, dass die bestehende Strukturen nicht empfangenorientiert waren, es den Berichten an konkreten Botschaften mangelte und diese damit keine geeignete Grundlage für zielgerichtete Entscheidungen waren. Stattdessen hatte man die Geschäftskommunikation so gestaltet, wie man es immer schon gemacht hatte, ohne die Aussagekraft regelmäßig zu hinterfragen.

Mit Blick auf die drei Säulen der International Business Communication Standards empfiehlt sich eine **Gestaltung der internen Geschäftskommunikation nach den konzeptionellen Regeln sowie unter Beachtung der perzeptionellen und semantischen Regeln.**

Fazit

Die steigende Dynamik der Märkte und die rasante Digitalisierung haben datengetriebenen Entscheidungsprozessen wachsende Bedeutung verliehen. Wir befinden uns in einem kontinuierlichen Prozess ohne Anfang und Ende. Die enorme Geschwindigkeit der Entwicklung und der Druck durch technologische Vorreiter rücken neue Technologien und Strategien in den Fokus.

Keine Fragen, keine Interpretationen: Besser entscheiden mit klaren und verständlichen Berichten.

Vor diesem Hintergrund wird die Gestaltung von Berichten schnell zum Randthema und gerät aus dem Blick. Während interaktive Dashboards Entscheidern einen Zugang zu Daten erlauben, liefern Berichte vorselektierte Informationen als Grundlage für Strategiebewertungen und Maßnahmendefinitionen. Sie fungieren als unidirektionale Kommunikation vom Sender zum Empfänger und dürfen bei der Aufbereitung von KPIs weder Fragen aufwerfen noch Raum für Interpretationen schaffen.

Die **SUCCESS-Regeln** und die **International Business Communication Standards** liefern allen Beteiligten eine gemeinsame **Grundlage für eine klare und verständliche Kommunikation und bessere Entscheidungen**. Sie sind aber auch mit einer Herausforderung verbunden: Wer die 98 IBCS-Regeln oder selbst nur eine Auswahl umsetzen möchte, muss Gewohnheiten über den Haufen werfen und sich einer ungewohnten Berichtsdisziplin unterordnen.

Will man das ganze Unternehmen mitnehmen und IBCS als Standard etablieren, so gilt es, die Einstiegshürde zu senken. Der **Erfolg von IBCS als unternehmensweitem Reporting-Standard** steht und fällt mit dem Maß an **Automation und Usability einer IBCS-konformen Reporting-Lösung**. Ist die Anwendung der International Business Communication Standards und seiner 98 Regeln nur ein paar Mouse-Clicks entfernt, kann die Zukunft des Reporting schon heute beginnen.

Erfahren Sie mehr in unserem kostenfreien Webinar **SUCCESS: Das Erfolgsmodell für Ihr Reporting**

Lernen Sie die SUCCESS-Regeln und ihre Vernetzung anhand konkreter Vorher-Nachher-Beispiele kennen.

Erfahren Sie mehr über die Anwendung von SUCCESS bei Tabellen.

Wenden Sie EXPRESS auf einen Datensatz an: Wann passt welche Darstellungsform? Nehmen Sie die Position des Berichtsempfängers ein und sehen Sie, wie SUCCESS zu schnelleren und besseren Entscheidungen führt.

Melden Sie sich an auf www.mehr-success-mit-ibcs.de
Wir freuen uns auf Sie.

Die Autoren



Simone Doerfner

CP Corporate Planning AG
Chief Marketing & Communications Officer
simone.doerfner@cp.ag



Jens Ropers

CA Akademie AG
Trainer und Partner
j.ropers@ca-akademie.de

h chart[®] by Corporate Planning

Hi-Chart entwickelt seit zehn Jahren Software für die Erstellung überzeugender Geschäftsgrafiken und Tabellen nach den Notationsstandards der IBCS Association. Seit 2020 ist das Unternehmen mit Sitz in Berlin eine Tochtergesellschaft der CP Corporate Planning AG, einem der führenden Anbieter von Software für die Unternehmenssteuerung im DACH-Raum. Die Lösungen für operative Planung, integrierte Finanz- und Erfolgsplanung sowie Konsolidierung laufen auf einer technologischen Plattform und ermöglichen automatisierte Planungsansätze für das Forecasting, aussagekräftige Ad-hoc-Analysen sowie Realtime-Reporting nach IBCS[®] auf Knopfdruck.

Impressum

Hi-Chart GmbH
Blumenthalstraße 51
13156 Berlin, Germany
Telefon +49 30 91611248
info@hi-chart.com
www.hi-chart.com