

## Home



### 4-Felder-Matrix

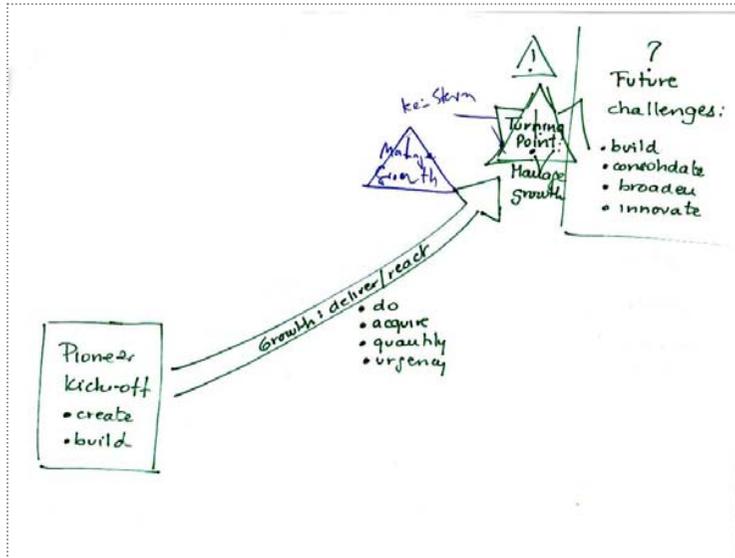
Die Bilderflut ist Realität. Sie macht an Unternehmensgrenzen nicht Halt. Bildersturm meint heute nicht so sehr den Sturm auf die Bilder, sondern eine zuweilen auch aggressive Präsenz des Visuellen, die uns in den Bann zieht und alte Ordnungen durcheinander bringt: Shareholder Value Management verdichtet Managementleistung auf einen Chart - den Verlauf des Aktienkurses im Vergleich zum maßgeblichen Index. Corporate Vision Statements sind an die Stelle von Leitsätzen als unternehmenspolitisches Instrument getreten. Eine Vision, die Mitarbeiter, Kunden und Partner ein Bild sehen lässt, bündelt unternehmerische Aktivität. Beamer, Corporate Design, Visualisierung wirbeln mit in dem Sturm und machen die visuelle Zeitenwende augenfällig. Die Welt ist ein Bild. Oder vielleicht eine 4-Felder-Matrix? Hat die Portfolioanalyse das dreiteilige Altarbild des Mittelalters ersetzt?



### Innen oder draussen?

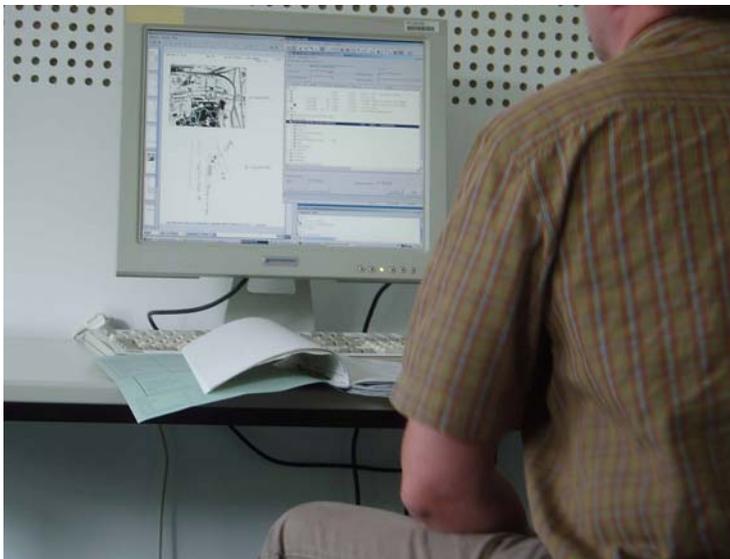
In Organisationen sieht es anders aus, als es nach außen den Anschein erweckt. Was vermittelt sich vom Innenleben nach außen? Welche Talente ziehen wir an? Eine Passage, die über das Innen, das Außen und das Dazwischen berichtet - der Teppichboden markiert eine Grenze.

## Home



## Slideware

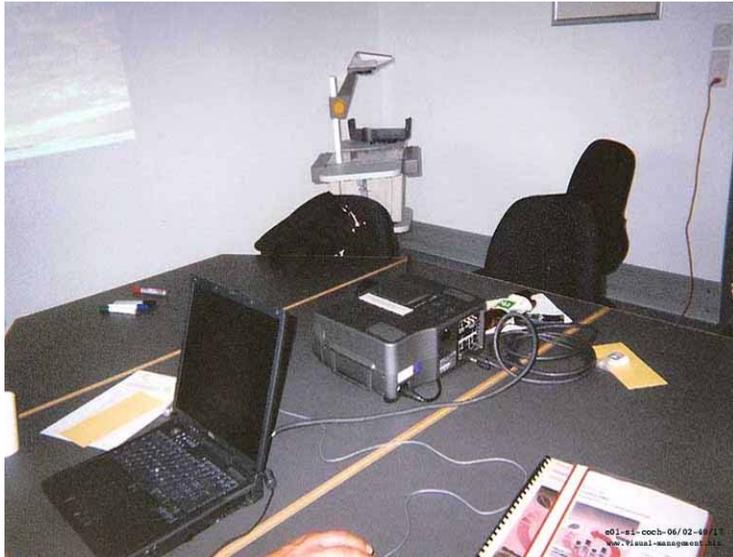
Illustrative Präsentationen mit wenigen Kernaussagen haben ausführliche Texte als Entscheidungsvorlagen bis zur Vorstandsebene abgelöst. Eine Chartkultur entsteht. Täglich dürften weltweit bis zu 30 Mio. Präsentationen mit Powerpoint erstellt werden. Was vermittelt sich eigentlich in einer Präsentation? Der erste ästhetische Eindruck entscheidet oft, wie mit der Präsentation weiter umzugehen ist, ob sie ein Schlüsselfaktor des Erfolgs oder Grund des Scheiterns wird.



## „auf Image umgestellt“

Neue Technologien verändern Geschäftsprozesse. Teams bearbeiten nun die in einer Versicherung auflaufenden Fälle, die früher in individueller Ordnung mit Augenmaß entschieden wurden. Kürzere Durchlaufzeiten, bessere Erreichbarkeit für Kunden und ein effizientes Schadensmanagement heißen die Ziele. Das Bild- oder eben das "Image" macht dies möglich und löst den Veränderungsprozess aus: "Wir haben auf Image umgestellt", heißt es dann. Aber, was heißt das eigentlich?

## Home



### Visuelle Grundstimmung

Der allgemeine Zugriff auf Grafiktools, Flipcharts in Sitzungszimmern, ein standardisierter Moderatorenkoffer mit farbigen Kärtchen sowie gängige Präsentationsprogramme verbreiten in Unternehmen eine visuelle Grundstimmung. Die Präsenz des Visuellen verstellt oft die Präzision. Missverständnisse und Irritationen sind die Folge. Wer sich in Büros und Sitzungszimmern genau umsieht, fühlt sich an vielen Orten in einen Rokoko-Saal versetzt. Sinnentleerte Buntheit raubt Unternehmen ihre umfassende Handlungsfähigkeit. Visueller Analphabetismus verstopft die Kommunikationskanäle in Unternehmen und lähmt. Bildunkundige haben die Schriftunkundigen abgelöst. Bildkompetentes Handeln ist gefordert.



### Echt oder Retro?

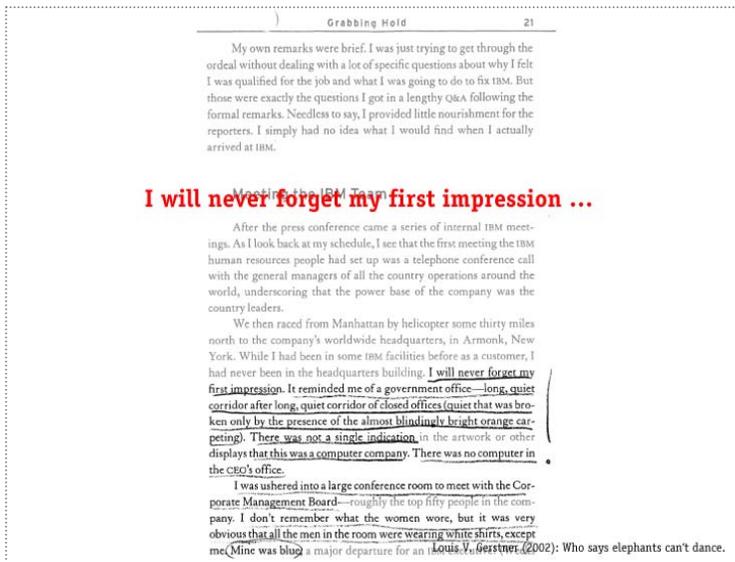
Das richtige Material, die richtige Methode, der richtige Rollwagen, die richtige Wolkenfarbe... Und sonst? Lässt sich der krankende Geschäftsprozess ihrer Organisation in einer Wolke darstellen? Was bedeutet eigentlich welche Farbe?

## Home



### Kartografie des Visuellen im Management

Wo beeinflusst das Visuelle die Leistung eines Unternehmens? Wo die Qualität von Entscheidungen? Welche Geschäftsprozesse sind betroffen? Wo spielen Bilder in Unternehmen eine Rolle? Und wo könnten Bilder für Unternehmensziele wirksam werden?



### Erst mal sehen

Bildkompetenz kennzeichnet unternehmerisches Handeln. Das Sehen kommt zuerst. Bilanzen, Kennzahlen oder Portfolioanalysen kommen später. Als neuer CEO von IBM geht Louis Gerstner über die Flure und sieht eine Organisation: Das Unternehmen als Bild.

## Home



### Visuelles Handeln

"Let's talk about business", sagt Louis Gerstner einige Tage später, während er den Overheadprojektor abschaltet und so die Präsentation der Verkaufszahlen beendet. Er setzt ein wirkmächtiges Bild der Differenz, weil er das Unternehmen in seiner Bildsprache ernst nimmt und etwas verändern will.