

# „Die Welt ist komplexer geworden“

Interview mit Jochen Moll, Geschäftsführer des jungen IT-Unternehmens BizSphere

**H**underte digitale Ordner, eine Datei, kein Suchergebnis: Wer kennt es nicht, das Problem einer unendlichen Flut von Daten am eigenen Arbeitsplatz, denen nur selten brauchbare Informationen zu entlocken sind? Das junge Unternehmen BizSphere hat eine Software entwickelt, die Daten so zueinander in Verbindung setzt, dass Informationen mit Mehrwert entstehen, und so die steigende Komplexität beherrschbar macht.

**Herr Moll, Ihre Firma BizSphere schreibt sich auf die Fahnen, die Vielfalt an Informationen in Unternehmen mit Hilfe einer Software beherrschbar zu machen. Was halten Sie von der Idee, dafür in einem ersten Schritt vollständig zum Beispiel auf E-Mails zu verzichten, um effizienter zu arbeiten?**

Allein die Tatsache, dass es solche Überlegungen und auch schon konkrete Versuche in Unternehmen gibt, zeigt ja, dass der Grad der Komplexität von Informationen in Unternehmen kontinuierlich zunimmt und deshalb Strategien wichtiger werden, dieser Komplexität Herr zu werden. Bei der von Ihnen angesprochenen Maßnahme selbst ist es allerdings sicherlich diskussionswürdig, inwiefern das zum

einen sinnvoll und zum anderen in der Praxis überhaupt umsetzbar ist.

**Welches Problem versteckt sich hinter der Informationsflut in Unternehmen?**

Wer sich ein Auto kauft, weiß, dass er heute nicht mehr nur zwischen der Farbe des Autos und dem Stoff der Sitze wählen darf, sondern eine Vielzahl von Möglichkeiten hat, um sich seinen Neuwagen individuell zusammenzustellen. Das ist auf den ersten Blick ein großer Vorteil. Trotzdem muss der Käufer aus der Vielfalt eine Auswahl treffen und ist schnell damit überfordert. Er sucht also einerseits nach Sondermodellen und andererseits nach einem Instrument, das ihn durch den Dschungel der Komplexität führt. Das ist ein Widerspruch, den es aufzulösen gilt. Die Menschen wollen Individualität, und die zwangsläufige Folge daraus ist die Vielfalt. Das Entscheidende ist, diese Vielfalt so darzustellen, dass sie nützlich ist und nicht das Gegenteil bewirkt.

**Also sind Innovation und Komplexität nicht zwingend Gegensätze?**

Natürlich sorgen zum Beispiel neue Produkte im Portfolio für eine zunehmende Komplexität, zum einen im eigenen Produktangebot, zum anderen für die Verarbeitung von Informationen. Dennoch warne ich davor, Innovation für Komplexität verantwortlich zu machen. Nachhaltiges Wachstum ist nur möglich, wenn Innovation Bestandteil der Unternehmensstrategie ist. Und dazu bedarf es innovativer und kreativer Köpfe, die neue Ideen ins Unternehmen einbringen. Doch ich habe immer wieder die Erfahrung gemacht: Kreativität ist in vielen Fällen gar nicht erwünscht, und zwar aus Angst, dass

daraus Innovation und somit Komplexität entstehen könnte, die nicht mehr beherrschbar wäre. Für dieses Problem brauchen die Unternehmen Lösungen: zum Beispiel Systeme, die ihnen bei der Beherrschbarkeit von Vielfalt helfen. Wenn es gelingt, ausschließlich die relevanten Informationen in den Innovationsprozess einzubinden und so die Komplexität zu beherrschen, werden Innovationen wesentlich schneller entstehen.

**Ihre Kunden stammen insbesondere aus Vertrieb und Marketing – warum ist Komplexität dort ein Thema?**

Vertriebsleute stehen unter großem Druck, möglichst viel zu verkaufen. Dieser Verkaufsdruck zwingt sie dazu, sich auf gewisse Kernkompetenzen zu reduzieren. Sie verkaufen dann vielleicht nur Computer, obwohl sie eigentlich auch noch ein Mobiltelefon anbieten könnten. Diese Spezialisierung macht auf den ersten Blick Sinn, verschwendet aber auf den zweiten Blick Ressourcen. Gerade Vertrieb und Marketing müssten eigentlich alle Möglichkeiten eines Angebots im Kopf haben. Doch das ist aufgrund der ungeheuren Menge an Informationen und Daten, aufgrund der Vielzahl von Dokumenten, Bildern, Filmen oder Präsentationen und deren Beziehung zueinander kaum realisierbar. Es geht also darum, wie

## ESSENTIALS

- Eine qualitative Auswahl an Informationen steigert die Effizienz des Innovationsprozesses
- Der Wert einer Information ist abhängig vom Kontext einer Person. Informationen sollten Mitarbeitern daher maßgeschneidert zur Verfügung stehen

sich aus einem Kundenkontakt mehr Wertschöpfung erzielen lässt. Es gibt Studien, wonach Vertriebler pro Woche fünf Stunden Informationen und Daten suchen. Das ist verschwendete Zeit. Die Mitarbeiter im Vertrieb müssen schnell auf Informationen und Daten zugreifen können.

**Wie sieht Ihre Lösung aus?**

Unsere Anwendung zeigt Abhängigkeiten auf. Der Mitarbeiter aus dem Vertrieb fährt auf dem Bildschirm mit seiner Maus über das Produktportfolio seines Unternehmens. Auf diese Weise sieht er auf einen Blick, welche Angebote kombinierbar sind und ob er seinem Kunden zum Beispiel zu einem Computer ein spezielles Speichersystem anbieten kann. Ähnlich wie bei Amazon erkennt die Software bei Stammkunden sogar individuelle Vorlieben und kann den Vertrieb auf diese Weise maßschneidern. Die unübersichtliche Vielfalt des Portfolios wird so mit Hilfe der Software aufgelöst.

**Wissens- und Komplexitätsmanagement sind auch in vielen anderen Unternehmensbereichen ein Thema. Ist Ihre Software über den Vertrieb hinaus nutzbar?**

Ja. Die Anwendung nutzt semantische Informationsverarbeitung und stellt so Unternehmensdaten und Informationen zur richtigen Zeit im passenden Kontext zur Verfügung.

**Wie funktioniert das?**

Die Software basiert auf einer Logik, die Daten nicht neu abspeichert, sondern sie sinnvoll miteinander verknüpft und den Nutzern ihren Bedürfnissen entsprechend zugänglich macht. Sucht ein Mitarbeiter zum Beispiel nach einer Referenz und gibt als Schlagwort den Namen einer Bank ein, mögen die passenden Informationen zwar im System abgespeichert sein. Die Frage ist nur, unter welchem Begriff er sie findet. Unsere Anwendung dagegen stellt Abhängigkeiten zwischen Metabegriffen her, die der Kunde definiert. Dem Namen der Bank wären dann neben dem Eigennamen auch Begriffe wie „Referenz“, „Finanzen“ oder „Banken“ zugeordnet – und wesentlich schneller zu finden. Die Software lässt dem Kunden dabei natürlich den Freiraum zu entscheiden, welche Begriffe und welche Informationen für ihn speziell relevant sind.



*Will Komplexität beherrschbar machen: Jochen Moll.*

**Bekomme ich auch Kontaktpersonen angezeigt?**

Das ist in der Tat eine weitere Stärke dieser Lösung: Zu einzelnen Suchbegriffen, etwa „Bank“ und „Dubai“, bekommt der Nutzer auch Kontaktpersonen im Unternehmen angezeigt, die er mit Hilfe des Systems dann auch gleich kontaktieren kann, und so kann er wieder wichtige Informationen schnell und unkompliziert besorgen.

**Komplexität klingt nach einem neumodischen Begriff. Produkte, Prozesse, Kundenbeziehungen – all das scheint komplizierter geworden zu sein. Ist die Unternehmenswelt komplexer geworden?**

Ja, das ist sie. Stellen Sie sich einen typischen Mittelständler vor: Vor 20 Jahren hatte ein klassisches mittelständisches Unternehmen dauerhaft ein gewisses Produktportfolio, und die Kunden saßen alle im Umkreis. Heute ist dieser Mittelständler, zum Beispiel im Schwäbischen, global vernetzt, hat Kunden weltweit und muss permanent innovativ sein. Die Folge ist eine überbordende Komplexität. Selbst in

kleinen Unternehmen. Und mit dieser Herausforderung wandeln sich auch die Anforderungen an Manager. Es gilt, sich dieses Problems schnell anzunehmen. ■

Das Interview führten Daniel Schleidt und Clara Görtz.  
redaktion@innovationsmanager-magazin.de

**VITA**

	<p><b>Jochen Moll</b> ist seit 2010 CEO der in Stuttgart ansässigen BizSphere AG, eines jungen IT-Unternehmens, das auf Software- und Beratungslösungen für den Vertrieb spezialisiert ist. Zuvor entwickelte er als Vice President für Strategische Allianzen bei EMC das Business mit Systemintegratoren in der EMEA-Region (Europa, Naher Osten und Afrika), nachdem er drei Jahre für das Deutschland-Geschäft von EMC verantwortlich war. Bei IBM leitete Moll zuletzt als Vice President die Softwaresparte des IT-Dienstleisters in CEMAAS (Zentraleuropa, Mittlerer Osten, Afrika, Österreich und Schweiz), nachdem er diesen Bereich zuvor für die Länder Deutschland, Österreich und Schweiz verantwortet hatte.</p>
---	--