

TENBIEG-KOLUMNE

Anwenderberichte:

## Das neue Literatur-Genre?

**W**er kennt sie nicht, die Anwenderberichte und Case Studies, diese optimistisch stimmende Poesie vieler Technologie- und Lösungsanbieter? Eine literarische Welt, in der es nur Erfolge gibt, Projekte stets „in time and budget“ realisiert werden und die nicht zuletzt auch immer wieder mit einem freundlichen Zitat enden. Einfach nur schön.

**V**or allem drei weit verbreitete Genreklassen sind derzeit in den IT-Medien zu finden:

- Der einseitige Erfolgsbericht mit Fakten über Fakten speziell für Schnellentscheider. Leider werden solche Berichte auch gern für komplexe Kundenprojekte herangezogen, die einen Projektzeitraum von mehreren Jahren haben und nicht immer ausschließlich technologiegetrieben sind.
- Die Kundenaussage als Referenz par excellence für alle, die sich primär durch den Kundennamen und durch das Unternehmenslogo (ver-)leiten lassen.
- Der Marketing- und PR-geprägte Bericht mit den vielen bunten Grafiken und den schön formulierten Sätzen. Ein guter Ansatz, da das Marketing ja eigentlich die Kundenschnittstelle zum eigenen Unternehmen bildet. Leider lebt das Marketing rein inhaltlich gesehen vor allem aber vom Support durch die Projektverantwortlichen, sprich dem Consulting. Ein scheinbar nur schwer zu überwindendes grundsätzliches Problem.

**J**a, es gibt sie durchaus, die ehrlichen und objektiv beschriebenen Erfolgsgeschichten. Ja, es gibt auch den zufriedenen Projektkunden an sich. Im Regelfall ist der Weg zum Erfolg in der unternehmerischen Praxis aber gar nicht mal so eben und gerade, wie dies uns die Anbieter immer wieder weismachen wollen. Der Bau von Luftschlössern kostet nichts, aber ihre Zerstörung ist mitunter sehr teuer. Diese Erkenntnis sollte auch beim Lösungsanbieter und Autor solcher Berichte angekommen sein. Denn jeder Interessent - der ja irgendwann mal Kunde werden soll - liest solche Zeilen ohnehin mit einer gewissen Skepsis. So ist das nun einmal, wenn das Marketing etwas Sinnvolles schreiben soll und das Consulting die eigentlich notwendige Unterstützung verweigert. Hier liegt übrigens sehr häufig der Grund für die tiefe Kluft zwischen Theorie und Praxis in den Anwenderberichten.

**D**ie ungeschlagenen Könige auf dem Gebiet dieser Art der Berichterstattung sind anglo-amerikanischen Unternehmen, die den europäischen Markt für sich erobern wollen. Es zeugt teilweise aber schon von einer gewissen Prise Arroganz, wenn hiesige Interessenten ausgerechnet mit amerikanischen Referenzen investitionswillig gestimmt werden sollen. Sollte man denn die beschriebenen Projektreferenzen aus Übersee gar kennen? Und warum sind viele dieser in Sonderdrucken verbreiteten Botschaften in englischer Sprache gefasst? Eine Betrachtung zum ROI kommt auch stets gut an - aber warum kann ein durchaus logisch denkender

Leser die ausgewiesenen Zahlen im Regelfall nie so richtig nachvollziehen? Na, ja - Marktorientierung und Interessenten-Wertschätzung ist halt kein einfaches Gebiet.

**E**ines ist aber auch sicher: Wir, im so genannten „Alten Europa“, komplizieren vieles durch Perfektionsdenken und lebhaftes Diskussionsfreudigkeit. Von daher dauern die Investitionsentscheidungen - zum Leidwesen vieler Lösungsanbieter - mitunter auch etwas länger. Aber: Ehrlichkeit statt Superlative ist immer noch die bessere Basis, um Vertrauen zu schaffen. Hierzu zählt aus meiner Sicht auch, eben die ganze Wahrheit zu sagen und sowohl über die steigenden, als auch über die gut gemeisterten Projektschritte zu berichten.



Marc S. Tenbieg,  
Analyst und Reporter der Braiconn Deutschland,  
Mönchengladbach;  
Vorstand des BIT-KOM-Arbeitskreises KEM.  
marc.tenbieg@braiconn.de  
www.braiconn.de

CHEFBÜRO-Kolumnist Marc S. Tenbieg berichtet über IT-Markt und -Merkmale, Trends und Tendenzen, Innovationen und Irritationen.

**Pressekontakt:**

BRAICONN Deutschland e.K.  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Marie-Juchacz-Straße 4  
D-41199 Mönchengladbach

Telefon: +49 (0)2166 133939-0

Telefax: +49 (0)2166 9619916

E-Mail: [presse@braiconn.de](mailto:presse@braiconn.de)

Die BRAICONN Deutschland ist das Expertennetzwerk für strategische Beratung und operative Projektunterstützung in den Themenbereichen Information Management, Knowledge Management und Customer Relationship Management.

Weitere Informationen unter <http://www.braiconn.de>