

- **„Der“ Controllingpreis im deutschsprachigen Raum**

Der ICV Controlling Excellence Award als fester Bestandteil des Congresses mit dem Ziel, Vorbilder zu zeigen als Ansporn, selbst innovativ zu werden.

- **Breite Zusammensetzung der Jury**

Praxis: Hillert Onnen (ehemals BLG), Roland Iff (Geberit International AG), Hubert Tretter (t4t Management Consulting) – *Wissenschaft:* Andreas Seufert (FH Ludwigshafen), Jürgen Weber (WHU – Otto Beisheim School of Management).

- **Keine Beschränkung auf bestimmte Unternehmensgrößen, Branchen oder Themenstellungen**

Innovation im Controlling ist überall möglich – Vorbilder sind in ganz unterschiedlicher Ausprägung denkbar.

Wir machen es bei der Preisvergabe noch spannender!



International
Association
of Controllers

- **Drei Bewerbungen in der Endausscheidung**

Drei für den ICV Controlling Excellence Award Nominierte wurden zum Congress der Controller 2019 eingeladen und stehen gleich hier auf der Bühne.

- **Möglichkeit, drei mustergültige Lösungen kennenzulernen**

Vertreter der drei Unternehmen in der Endausscheidung stehen für Fragen und Diskussionen während des Kongresses zur Verfügung.

- **Es bleibt bis zum Schluss spannend**

Wir stellen erst alle drei nominierten Lösungen vor, bevor wir dann den Preisträger bekannt geben. Damit werden wir der hohen Qualität der Bewerbungen gerecht.

Die Kriterien für die Preiswürdigkeit sind unverändert geblieben!



International
Association
of Controllers

- **Nachhaltigkeit der Veränderung**

Empirische Erfahrung: Eine schnelle Einführung eines neuen Instruments verpufft schnell wieder. Beispiele dafür gibt es genug.

- **Nutzen für das Unternehmen, nicht nur für das Controlling**

Empirische Erfahrung: Erfolg des Controllings und Erfolg des Unternehmens hängen eng zusammen. Gutes Controlling rechnet sich für das Unternehmen, schlechtes nicht.

- **Von den Controllern selbst federführend konzipiert und umgesetzt**

Empirische Erfahrung: Die Nachhaltigkeit ist gefährdet, wenn die Veränderung stark von außen ge- und betrieben wird.

■ Sehr viele Bewerbungen

Auch dieses Jahr hatten wir wieder eine zweistellige Zahl an Bewerbungen. Zum ersten Mal war aber nur ein mittelständisches Unternehmen darunter.

■ Inhaltliche Ausrichtung

Die Digitalisierung hat das Controlling mit großer Wucht erreicht! Mit einer Ausnahme haben sich alle Bewerbungen auf Digitalisierungsthemen bezogen.

■ Hohe Qualität der Einreichungen

Überaus hohes Qualitätsniveau im Durchschnitt. Sehr viele Bewerbungen sind preiswürdig. Die Güte der Unterlagen lässt vermuten, dass die Projekte auch innerhalb der Unternehmen intensiv kommuniziert wurden.

■ **Problem**

Immense Vielfalt von Marken und Untermarken über unterschiedliche Vertriebslinien und Vertriebsregionen/Länder hinweg mit der Folge von mangelnder Transparenz.

■ **Lösung**

Standardisierung von Markeninformationen für das gesamte Unternehmen durch einen entsprechenden Markenmanagement-Ansatz (von einem Redesign des Artikel-Listing-Prozesses bis hin zu Advanced Analytics für die Beschaffungs-Community).

■ **Wesentliche Vorteile**

Einheitliche Sprache in der Beschaffung und im Controlling und hohe Transparenz, um bessere Markenentscheidungen zu treffen.

Neue Erlösquelle durch Weitergabe der Markeninformationen an die Lieferanten.

■ **Problem**

Steigender Entscheidungsbedarf, der eine Vielzahl von Informationen erfordert, die bislang nur mit einem hohen Anteil manueller Arbeit abgedeckt werden konnte.

■ **Lösung**

Aufbau einer integrierten virtuellen Datenplattform, die eine vollautomatisierte, konsistente Datenübernahme in die analytischen Modelle und ein interaktives Realtime-Reporting der Analyseergebnisse und Handlungsempfehlungen ermöglicht.

■ **Wesentliche Vorteile**

Deutliche Einsparungen beim Zeitaufwand für die Durchführung von Use-Cases.

Verbesserung der Qualität der Analysen.

Ermöglichung anlassgesteuerter komplexer Analysen, die bislang zu aufwendig waren.

■ **Problem**

Mangel an kundenbezogenen Informationen (Kundenwert, Kundenverhalten) über die unterschiedlichen Leistungsfelder des Unternehmens hinweg (TV, Internet/Telefon, Mobilfunk).

■ **Lösung**

Zusammenfassung aller wesentlicher Treiber des Geschäfts in einem gemeinsamen Daten- und Steuerungsmodell, das eine kundenbezogene Perspektive besitzt.

■ **Wesentliche Vorteile**

Schaffung von Transparenz über die individuellen Customer Journeys der Kunden und deren Auswirkungen auf den Kundenwert.

Ermöglichung einer kundenwertbezogenen Steuerung.