

DBC - Kollektive Intelligenz

aus: Förster&Kreuzer Newsletter Dez. 08

Wenn Siemens wüsste, was Siemens weiss! Werner von Siemens 1953

Jeff Severts ist Marketingchef der Elektronikette Best Buy, einer Art amerikanischem Media Markt. Eines Tages will Severts eine Prognose über den Absatz von Geschenkgutscheinen im kommenden Monat haben. Klar, so etwas gehört zur Routine seines Jobs. Also fragt er die Experten aus der Marketingabteilung. Aber er macht noch etwas anderes: Er sendet die Frage per E-Mail an hunderte Angestellte bei Best Buy und bittet sie um eine Prognose auf Basis des aktuellen Absatztrends. Als Anreiz lockt ein Geschenkgutschein über 50 Dollar für die beste Schätzung.

Als einen Monat später die Verkaufszahlen auf dem Tisch liegen, hat Severts allen Grund zur Freude: Die Schätzung der

Marketingexperten liegt nur um 5 Prozent neben dem tatsächlichen Resultat. Aber dann, er hat es geahnt, kommt die Sensation: die Schätzung der „ahnungslosen“ Angestellten weicht um lediglich 0,5 Prozent vom tatsächlichen Ergebnis ab. Ab jetzt ist Severts endgültig von der Schwarmintelligenz überzeugt. Also davon, dass große Gruppen von Menschen oft klüger sind als ihre klügsten Mitglieder. Ab jetzt beantwortet er Managementfragen aus der Taufe, die er „Tag Trade“ nennt.



Jeder der 115.000 Angestellten von Best Buy kann mitmachen und für das Management wichtige Prognosen abgeben. Die Belohnung: Das gute Gefühl, dass die eigene Einschätzung zählt und ab und zu auch mal ein Geschenkgutschein für den besten „Händler“ dieser Wissensbörse.

Dieses Beispiel finden wir gleich aus mehreren Gründen gut: Hier bricht jemand bewusst mit dem Dogma, dass die besten Einschätzungen im Unternehmen immer von den Fachleuten kommen. Diese Überzeugung ist ebenso verbreitet wie falsch. Und was uns an dieser Geschichte noch fasziniert, ist das kluge Vorgehen von Severts: Anstatt für das Konzept der



Schwarmintelligenz die Werbetrommel im Unternehmen zu rühren, hat Severts zunächst mit einem kleinen Experiment auf verblüffende Weise bewiesen, dass seine Hypothese stimmt. Sein erster Versuch kostete ihn ein paar Stunden Zeit und die Firma 50 Dollar. Erst danach legte er richtig los. Einfach mal ausprobieren mit niedrigem Einsatz – das ist die Einstellung, die Unternehmen weiterbringt.

DBC Sokrates Tools nutzen das vorhandene Knowhow der Mitarbeitenden, Kunden und Lieferanten, nicht nur kostengünstig, sondern Geld generierend. Sie erhalten als Nebenprodukt gleichzeitig die notwendigen Führungsinformationen, wie sich die Organisation nachhaltig verbessern kann. → www.methodik.net