

Heike Hilberer

Beratungsschwerpunkt:
IT-Projektmanagement

Zielgruppe:
Mittelständische Industrie-
und Gewerbebetriebe

Referenzkunden:
Schwäbisch Hall, Smart, Emairel



Firmenflüsterer

Unternehmensberater haben keinen guten Ruf, sind zumindest lästig –
und es gibt sie wie Sand am Meer. So weit die Vorurteile.

Doch ohne den Blick von außen geht es oft auch nicht. Econo stellt vier Berater vor,
die mit außergewöhnliche Ansätzen aus dem Rahmen fallen

„Mitarbeiter, denen der Chef zutraut, die Dinge selbst wieder in den Griff zu bekommen, werden sich richtig reinhängen“

Wenn Heike Hilberer in den Wald geht, bleibt die Flinte zu Hause. Sie hat zwar einen Jagdschein, das gehört sich auch so für eine diplomierte Forstwirtin. Aber das Schießen und Töten war nie ihr Ding. Lieber schnürt die schmale Frau die Laufschiuhe und steigt den Hügel gleich hinter dem Haus hinauf. Hier, zwischen Birken und Buchen, Fichten und Kiefern, ist sie in ihrem Element.

Hier findet sie Inspiration – für das, was sie Organisches Projektmanagement nennt. Hilberer hat nach dem Studium der Forstwissenschaft in Freiburg einige Jahre in der IT Holz verarbeitender Unternehmen gearbeitet, später als IT-Consultant bei einem US-Beratungshaus. 2004 macht sie sich selbstständig, kehrt zurück in einen kleinen Ort nahe Offenburg. Hilberer ist viel unterwegs, Anfang 2013 dann ein Schnitt. Für die Organisation „Manager ohne Grenzen“ geht sie sechs Wochen nach Afrika, unterstützt Start-ups bei Projektplanung, -management und Strategieentwicklung. Und lernt völlig neue Perspektiven kennen. „Afrika ist eine mündliche Gesellschaft“, sagt sie, „man redet viel miteinander, und irgendwann organisiert sich das auch.“

Hilberer kehrt zurück, neu geredet, mit frischen Ideen, buchstäblich zu ihren Wurzeln. Sie beschäftigt sich mit den heterogenen Strukturen eines Waldes, seiner Dynamik und dem Faktor Zeit. Sie hilft Unternehmen zu erkennen, was sie vom Ökosystem Wald lernen können. „Der Wald ist ein

sehr komplexes System“, erklärt Hilberer, ein Erfolgsmodell der Evolution. „Wir versuchen immer, komplexe Projekte in den Griff zu bekommen, in dem wir die Komplexität reduzieren.“ Doch im Wald schütze gerade diese Komplexität das System. Also sollten Projektteams immer heterogen zusammengesetzt sein und unterschiedlichste Kompetenzen bündeln, kleine und damit flexible Einheiten, mit Eigenverantwortung und Freiräumen, in denen auch unorthodoxe Ideen entstehen können. Gerät dennoch ein Projekt in Schieflage, sollten die Verantwortlichen auf die Selbstheilungskräfte der Gruppe setzen. Hilberer: „Mitarbeiter, denen der Chef zutraut, die Dinge selbst wieder in den Griff zu bekommen, werden sich richtig reinhängen.“

Wie Hilberer kennt auch Andreas Wenzlau, Inhaber und Geschäftsführer der AW Management Consulting in Emmendingen, die Welt der Zahlen, der knallharten Analysen und Analysten. Doch anders als die viel zitierten jungen Anzugträger, die frisch von der Uni kommen und die Welt erklären wollen, ist auch Wenzlau ein Mann der Praxis. Wenzlau, ein echtes Freiburger Bobbele – darauf ist er stolz – ist gelernter Fotograf und Betriebswirt. Er arbeitete in Handelsunternehmen in führenden Funktionen.

Seit nunmehr 18 Jahren ist er als Berater unterwegs, hat sich zunächst auf eher klassische Beratungsschwerpunkte verlegt, immer mit dem Ziel, die Kommunikation zwischen Führungskräften

und Mitarbeitern zu entwickeln, das Miteinander zu verbessern und Identifikation zu schaffen.

Sein Beraterherz aber schlägt für den Vertrieb, für Akquise- und Verkaufsstrategien – und fürs Kundenbeziehungsmanagement (CRM). Doch er weiß: „Die Kunden sind heute multidisponibel und passen nicht mehr in die klassischen CRM-Schablonen.“ Auf der Suche nach dem richtigen Dreh begegnet er einem echten Profiler der Kriminalpolizei.

Was auf der Verbrecherjagd nutzt, könnte auch im Vertrieb funktionieren, denkt Wenzlau

Der Wald ist ein komplexes System, ein Erfolgsmodell der Evolution

und entwickelt daraus das Kundenprofil. Das Ziel: Systematisch herausfinden, wie ein Kunde denkt, fühlt und handelt, um ihn dann zielgruppengenau anzusprechen. „Profiling läuft immer im Echtbetrieb“, erklärt Wenzlau. Am Ende eines fünfphasigen Vertiefungsprozesses fasst ein Storyboard die Erkenntnisse zusammen und gibt konkrete Handlungsansweisungen – die Operation Kundengewinnung hat begonnen.

Mit klassischen Unternehmensberatern will auch Harald Balfanz nicht in einen Topf geworfen werden. „Wir sehen uns als Unternehmensentwickler mit Fokus Personal“, erklärt Balfanz, ein asketischer Typ, und streicht ►►



**Harald Balfanz (l.),
Martin Kull**

Beratungsschwerpunkt:
Unternehmens-/Personal-
entwicklung
Zielgruppe: Mittelstand
Referenzkunden:
keine Angaben

▶▶ sich die grau melierte Cabriofrisur zurecht. Was allein schon daran liegt, dass er auch Aufgaben als Interimspersonalmanager übernimmt. Worauf es dabei ankommt, weiß er aus seiner Zeit als Personalleiter bei einem Pharma-Großhandel im Rheinland. Und auch, wie man so manches anders machen kann.

Kunden passen nicht mehr in klassische CRM-Schablonen

Als das Unternehmen 2005 seinen Standort verlagert, muss er den Teilzeitkräften kündigen. Dafür sollte er die für die Mitarbeiter beste Lösung finden. Und ihnen dabei helfen, neue Jobs zu finden. Daraus entwickelt Balfanz ein sogenanntes Outplacement-Konzept, und auch eine Idee davon, wie man sich fair von Mitarbeitern trennt, nimmt langsam Gestalt an. 2006 macht sich Balfanz selbst-

Fotos: Jigal Fichtner



b a · s i c

[d e r s t a n d o r t m i t k l a r e n k o n t u r e n]

- 20 Hektar sofort verfügbare Fläche
- baureife, voll erschlossene Grundstücke ab 40,00 Euro/m²
- Flächenerwerb zwischen 1000 m² und 100 000 m² möglich
- verkehrsgünstige Lage am Grenzübergang Pierre-Pflimlin-Brücke nach Frankreich
- direkter Anschluss an die Autobahnen A5 und A35

Stadtmarketing- und Wirtschaftsförderungs-GmbH Kehl
Fiona Härtel · Hauptstraße 22 · 77694 Kehl · Telefon +49 (0)7851 88-1500
Fax +49 (0)7851 88-1501 · E-Mail: f.haertel@marketing.kehl.de

ständig, einen Mitstreiter findet er in Martin Kull; beide residieren in einem Altbaubüro in der Baden-Badener Innenstadt.

Der Fachanwalt für Arbeitsrecht hatte die Nase voll von einem System, bei dem die Trennung von Arbeitgeber und Arbeitnehmer fast immer vor Gericht ausgefochten wird und es nur Verlierer gibt – außer den Robenträgern. „Wir nehmen den Unternehmer in die Pflicht, denn auch eine Trennung ist eine Führungsaufgabe“, sagt Rechtsanwalt Kull. „Das fängt schon damit an, dass wir einem Mitarbeiter am Montag kündigen statt verstoßen am Freitagnachmittag“, ergänzt Oldtimerfan Balanz. Ein Trennungsgespräch sollte „in einer ähnlich angenehmen Atmosphäre ablaufen wie ein Einstellungsgespräch“. Und statt einer Abfindung investiert das Unternehmen lieber in die Zukunft des Mitarbeiters, etwa in Weiterbildung oder Lohnfortzahlung für die Arbeitssuche. Das ist günstiger und ebnet dem Mitarbeiter den ►►



Andreas Wenzlau

Beratungsschwerpunkt:

Vertriebs-/ Akquisestrategien

Zielgruppe:

Mittelstand, Dienstleistung

Referenzkunden:

Hekatron, F.A.Z.-Institut, PSA Deutschland

MEHR ENERGIEEFFIZIENZ

WIE BADENOVA DIE ENERGIEEFFIZIENZ IN UNTERNEHMEN VERBESSERT



Mit steigenden Energiepreisen spielt das Thema Energieeffizienz auch für Unternehmen eine immer wichtigere Rolle. Ein kluger Umgang mit Energie kann den Verbrauch und damit die Kosten erheblich senken.

Der Energie- und Umweltdienstleister badenova, mit Hauptsitz in Freiburg, treibt mit vollen Kräften das Ziel der „Energiewende für alle“ voran. Gerade für Unternehmen steigt der finanzielle und politische Druck, effektiv mit Energie umzugehen. Voraussetzung, um die Energieeffizienz zu erhöhen, ist eine kompetente Beratung und die genaue Datenerfassung. Hier setzen die Lösungen des Energiedienstleisters an. Der Einsatz eines Energiemanagementsystems ermöglicht Unternehmen ein konsequentes Energiemonitoring. Das schafft Transparenz, spart Kosten und leistet gleichzeitig einen aktiven Beitrag zum Umwelt-

schutz. Oder die Lastgangvisualisierung: Hier erhält der Geschäftskunde in Form eines Berichts eine grafische und tabellarische Auswertung des Zählpunkts. Unternehmen können so auf einen Blick Energiespitzenwerte identifizieren und Maßnahmen entwickeln, um Verbrauch und Kosten zu senken. Alle Unternehmensangebote von badenova sind auf einen ressourcenschonenden und klimafreundlichen Geschäftsbetrieb ausgelegt. Der Experte in Sachen Energiewende engagiert sich außerdem in der Region und investiert in verschiedene regionale Klimaschutzprojekte. All das macht badenova zum optimalen Partner für Unternehmen, die Kosten sparen und die Umwelt schonen möchten. Mehr Informationen finden Sie im Internet auf:

www.badenova.de/geschaeftskunden

geschaeftskunden@badenova.de

Telefon: 0761 279-4545

„Wir nehmen den Unternehmer in die Pflicht, denn auch eine Trennung ist eine Führungsaufgabe“

Ulrike Lehmann

Beratungsschwerpunkt:

Kunst und Wirtschaft

Zielgruppe:

Mittelständische Betriebe,

Finanzdienstleistung

Referenzkunden:

keine Angabe



►► Weg in eine neue berufliche Herausforderung. Mit intaktem Selbstwertgefühl.

Derart ernste Themen hat die Wahlfreiburgerin Ulrike Lehmann

Kunst fördert die Kommunikation von Unternehmen nach innen und nach außen

zwar nicht im Sinn. Sie beschäftigt sich seit mehr als 30 Jahren mit Bildender Kunst, hat in Bremen Kunstgeschichte und -pädagogik studiert. Doch was zunächst so leicht daherkommt, schaffe echten Mehrwert. „Kunst fördert die

Kommunikation von Unternehmen, nach innen und außen“, erklärt Lehmann. Sie wirkt sich positiv auf Abläufe und Prozesse aus, fordert und fördert die Kreativität im Unternehmen und trägt zu einer entspannten Atmosphäre etwa bei Gesprächen mit Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartnern bei, ist Lehmann überzeugt.

Ihre Arbeit als Historikerin und Kuratorin für Museen, Kunstvereine und Ausstellungen wie die Documenta in Kassel war stets geleitet von der Vision, Kunst einem größeren Publikum nahezubringen. Art Coaching nennt sie nun ihr Beratungskonzept, mit dem sie Führungskräfte und Entscheider in

die Welt zeitgenössischer Kunst führen will. Da steht der Unternehmer als Sammler, der sein Geld anlegen möchte, aber keine Ahnung hat vom Kunstbetrieb. Da steht das Unternehmen, das eine Firmensammlung gründen oder erweitern oder eine Ausstellung organisieren möchten. „Kunst schafft öffentliche Wahrnehmung und stärkt die Corporate Identity“, sagt Lehmann. Und dann gibt es da noch die Mitarbeiter, denen die Kunstpädagogin beispielsweise in Kreativ-Workshops Softskills für Interaktion, Dialog und Konsens vermitteln will. “

René Kius
rkius@econo.de