

Große Beratungsfirmen nicht gefragt

von Andreas Kurz und Sabine Meinert (Hamburg)

Wenn in einem Unternehmen oder Konzernteil Strategie und Organisation überarbeitet werden sollen, setzt die Führungsebene eher auf mittelgroße, spezialisierte Beratungsfirmen. Die Großen der Branche können trotz guten Images eher nicht punkten, zeigt das FTD-Managerpanel.

Für rund 62 Prozent der Topmanager sind Mittelständler mit Spezialisierung bei der Beratung erste Wahl. Nur 15 Prozent würden sich für einen globalen Spieler wie McKinsey oder die Boston Consulting Group entscheiden. 23 Prozent der Manager wählen einen Einzelberater mit eigenem Netzwerk. Das ist das Ergebnis des aktuellen Managerpanels, das die Financial Times Deutschland jeden Monat zusammen mit der Personalberatung LAB Lachner Aden Beyer & Company ermittelt.

Selbst Führungskräfte, die in Großunternehmen beschäftigt sind, würden sich auf der Suche nach einem Berater für die Revision der Strategie oder Reorganisation für ein mittelständisches Unternehmen entscheiden. Einige Teilnehmer würden allerdings zuerst einmal Consultants aus dem eigenen Haus zu Rate ziehen.

Mehr Individualisierung bei den Mittelständischen

"Die Spezialisten greifen die Global Brands zunehmend erfolgreich in deren Kerngeschäft an", sagt Marcel Derakhchan, Studienautor und Associate Partner von LAB. "Als Reaktion auf diese Bedrohung bauen die großen Beratungen zunehmend branchenunabhängige, funktionale Einheiten auf." Denn früher gab es bei den Consultingkonzernen fast nur große Teams, die auf einzelne Branchen spezialisiert waren. Mit den neuen Einheiten hoffen sie, spezielle Problemstellungen - zum Beispiel beim Supply Chain Management – besser lösen zu können.

Viele der befragten Manager erhoffen sich gerade von den Mittelständlern eine individuellere, praktischere Beratung. Andere sind von schlechten Erfahrungen mit großen Beratungsunternehmen abgeschreckt. "Beratung ist People Business. Die Entscheider auf der Kundenseite wollen einen gleichwertigen Ansprechpartner auf Beraterseite, der sich persönlich um das Projekt kümmert", sagt Klaus Aden, geschäftsführender Gesellschafter von LAB. „Das leisten kleinere Beratungshäuser häufig besser."

Einige Studienteilnehmer werten jedoch die hohen und einheitlichen Qualitätsstandards der Branchengrößen wiederum als deren Vorteil. Zudem sieht ein Teil der Manager kompetentere Mitarbeiter bei den Großen. Daher erhalten die Global Brands oftmals bei internationalen Assignments den Vorzug, so die Studienmacher.

Erfahrene Berater gesucht

Am wichtigsten ist den Managern bei der Auswahl der entsprechenden Firma ein erfahrenes Beraterteam. Drei Viertel der Befragten hält es für wichtig, mit welchem Berater man es konkret zu tun hat, über welche Kompetenz und Erfahrung dieser verfügt. Auch Branchenkenntnis (66 Prozent) und die Identifikation beziehungsweise das Engagement und Umsetzungsstärke (jeweils gut 60 Prozent) stufen die meisten bei den Entscheidungskriterien ganz oben ein. Image ist dagegen eher weniger wichtig, sagt die Mehrheit der Befragten.

Viele der befragten Manager fordern allerdings, dass Berater nicht nur neue Maßnahmen mit der Führungsebene entwickeln, sondern diese auch in der Umsetzung begleiten. Wie sensibel Manager auf den Preis einer Beratung reagieren, hängt weitgehend von der eigenen Unternehmensgröße ab: Führungskräfte von kleinen und mittleren Unternehmen halten das Honorar in drei Viertel aller Fälle für wichtig oder sehr wichtig. Nur für 61 Prozent der Manager großer Konzerne ist der Preis ein relevantes Thema.

Das Managerpanel der FTD setzt sich aus 639 Führungskräften der deutschen Wirtschaft zusammen. Rund 93 Prozent der Befragten sind Männer, 84 Prozent sind zwischen 31 und 49 Jahre alt. Etwa 70 Prozent entstammen der ersten und zweiten Hierarchieebene, fast 60 Prozent der Befragten verdienen pro Jahr 100.000 Euro und mehr. Die Daten werden in Zusammenarbeit mit der internationalen Personalberatung LAB Lachner Aden Beyer & Company erhoben. Zum aktuellen Thema des Managerpanels der FTD antworteten 258 Teilnehmer.

ftd.de, 16.02.2007

2007 Financial Times Deutschland

http://www.ftd.de/karriere_management/management/162384.html_blank