

Guter Rat ist wertvoll!

Mal ehrlich, was geht Ihnen durch den Kopf, wenn Sie den Begriff „Unternehmensberater“ hören? Vermutlich wenig schmeichelhaftes: Hohe Tagessätze, fragwürdige Einsparungsversprechen, Personalabbau, Theoretiker ohne Fachkenntnisse, die Liste würde sich noch beliebig fortsetzen lassen. Dabei würde das richtige Vorgehen bei der Auswahl und beim Einsatz von externen Beratern vor Enttäuschungen dieser Art schützen und die Chance auf eine echte Optimierung bieten.

Wann machte Beratung Sinn? Der unerfreulichste Grund sind akute Probleme. In vielen Fällen sind es auch notwendige (gewollte) Veränderungen, für welche einfach die Zeit im Tagesgeschäft fehlt. Der häufigste Grund ist jedoch benötigtes Fach- oder Spezialwissen. Neben seinem Know-how, bringt ein Berater die Vorteile mit, nicht betriebsblind zu sein und keine emotionale Bindung zum Unternehmen zu haben.

Wie finde ich den richtigen Berater? Die Berufsbezeichnung Unternehmensberater ist weder geschützt noch an eine formale Qualifikation gebunden. Jeder kann sich deshalb als Unternehmensberater bezeichnen – die Prüfung seiner Qualifikation und Seriosität bleibt dem Kunden im Vorfeld selbst überlassen. Gerade, wenn Fach- und Branchenkenntnisse gefragt sind, sollte der Werdegang des Beraters genau geprüft werden. Entscheidend ist, im ersten Schritt das Ziel der Beratung genau zu bestimmen. Fragen Sie sich, was Sie bei einer Zusammenarbeit mit einem Berater erreichen wollen. Was soll bewirkt werden? Erst danach kann ein Berater mit dem entsprechenden Fachwissen gesucht werden.

Was kostet die Beratung in Fuhrparkmanagement-Fragen? Es gibt keine verbindliche Regel für die Höhe von Tagessätzen. Im Bereich Fuhrparkmanagement sind abhängig von der Aufgabenstellung 1.200 bis 1.600 Euro üblich. Die reine Honorarhöhe zu betrachten wäre zu kurz gedacht. Der Ergebnis einer Beratung sollte sich idealerweise an Einsparungen messen lassen, die um ein Vielfaches höher sind. Wichtig ist ein abgestuftes Vorgehen. In einem ersten Schritt sollte eine Beratung eine Ist-Analyse und die Identifikation von Optimierungspotenzialen beinhalten. Erst danach kann entschieden werden, ob und in welchem Bereich sich eine tiefergehende Analyse lohnt.

Wie erkennt man im Vorfeld unseriöse Beratung? Argumentiert und verspricht der Berater bereits in der Angebotsphase Einsparpotenziale, ohne das Unternehmen und den Fuhrpark zu kennen, sollten sämtliche Alarmglocken schrillen. Dasselbe gilt, wenn die eigentliche Beratung umsonst



angeboten wird und „lediglich“ am Schluss ein prozentualer Anteil am errechneten Einsparpotenzial bezahlt werden soll. Kurzfristige Kostensenkungen können schnell dargestellt sein. Dies geht immer zulasten einer nachhaltigen Optimierung und zulasten der Qualität ihrer Prozesse.

Seriöse Berater führen keine direkten Verhandlungen mit Lieferanten und Dienstleistern. Berater, die für ihre Kunden selbst verhandeln, haben normalerweise die Neigung, Lieferanten und Dienstleister „auszupressen“, um ein möglichst hohes Einsparpotenzial zu generieren. Mittel- und langfristig wird aber das Gegenteil bewirkt und die Zusammenarbeit mit Lieferanten und Dienstleistern torpediert.

Wie lange dauert die Zusammenarbeit mit einem Berater? Ein guter Berater wird immer eine Aussage treffen können, wie lange eine Zusammenarbeit dauert und wann ein Beratungsprojekt abgeschlossen sein muss. Eine Regel, die gute Berater kennen sollten, ist: Ein Berater macht sich selbst überflüssig, indem er seine Kunden so unterstützt, dass sie zukünftig ihre Aufgaben selbst erledigen können.

Wann sollte man von einer Beratung absehen? Wenn kein Wille zur Veränderung da ist, sollte man sich das Geld für eine Beratung sparen. Eine Optimierung ohne Veränderung gleicht der Quadratur des Kreises.

Marc-Oliver Prinzing,
Geschäftsführer der carmacon GmbH –
Fleetsolution & Consulting

IMPRESSUM

Herausgeber, Verlag und Redaktion:



Flotte Medien GmbH
Theaterstraße 22, 53111 Bonn
Telefon: 0228/28 62 94-10
Fax: 0228/28 62 94-29
E-Mail: post@flotte.de
Internet: www.flotte.de

Geschäftsführer: Bernd Franke, Dipl.-Kfm.

Chefredakteur: Ralph Wuttke (V.i.S.d.P.)
E-Mail: rw@flotte.de

Redaktionsbeirat: Wolfgang Bock, Stephan Faut, Egon Fortnagel, Claus-Peter Gotta, Thomas Herbstritt, Burkhardt Langen, Andreas Nickel, Dieter Prohaska, Christian Scholz, Sven Schulze, Peter Stamm, Bernd Wickel

Redaktion:

Steven Bohg, Sebastian Heuft, Simon Pfost, Julia Rose, Patrick Broich, Christian Löffler
E-Mail: post@flotte.de

Layout:

Lisa Görner, E-Mail: lg@flotte.de

Schlusskorrektur:

Christina A. Sieger

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Stefan Buhren, Natalia Ermakova, Lutz Fischer, Prof. Dr. Michael Schreckenber

Fotos: Patrick Broich, Steven Bohg, Lizzy Geble, Sebastian Heuft, Simon Pfost; Christian Müller, Dan Race, dmitrimaruta, ellisia, Gina Sanders, mapoliphoto, mast3r, Sikov, th-photo, Thorsten Nieder, topdeq, ViewApart/fotolia.com

Anzeigen:

Bernd Franke (Leitung)
Telefon: 0228/28 62 94-11, E-Mail: bf@flotte.de

Sven Thielmann

Telefon: 0228/28 62 94-12, E-Mail: st@flotte.de

Sekretariat und Leserservice:

Nathalie Anhäuser
E-Mail: na@flotte.de

Druckauflage: 31.700 Exemplare



Erscheinungsweise:

Flottenmanagement erscheint 6 x jährlich
Bezugspreise 2014: Einzelheft 4,- Euro
Inland jährlich 20,- Euro (inkl. MwSt.)
Auslandspreise auf Anfrage

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Haftung übernommen. Sie werden nur zurückgesandt, wenn Porto beigefügt ist. Beiträge, die mit Namen gekennzeichnet sind, stellen nicht unbedingt die Meinung der Redaktion dar. Alle Rechte, soweit nicht anders gekennzeichnet, liegen beim Verlag. Eine Verwertung ist nur im Rahmen der gesetzlich zugelassenen Fälle möglich, eine weitere Verwertung ohne Einwilligung ist strafbar. Alle Rechte vorbehalten. © by Flotte Medien GmbH, Bonn. Gerichtsstand ist Bonn.