

Exklusive Umfrage

Berater: Industrie gibt gute Noten

von Maren Kalkowsky
Produktion Nr. 44, 2005

LANDSBERG. Die Beratungsbranche ist besser als ihr Ruf. Eine exklusiv von der Wirtschaftszeitung Produktion durchgeführte Umfrage zum Thema ‚Unternehmensberatungen in der Industrie‘, an der über 160 Entscheider aus der verarbeitenden Industrie teilgenommen haben, zeigt: Wer einmal mit Beratern zu tun gehabt hat – wie rund 97% der Umfrage-Teilnehmer – ist überwiegend zufrieden.

Das genaue Ergebnis: 28,5% der Befragten sind sehr zufrieden, 51,9% zufrieden. Nur 16,5% waren mit der Beratungsleistung weniger zufrieden und 3,2% unzufrieden.

Dennoch, es bleiben auch Wünsche offen. Gezielt nach Schwächen der Beratungsunternehmen gefragt, bemängeln 21% der Befragten die Umsetzungskompetenz und 16% Theoriepraxisbezug. Weitere Kritikpunkte: Standardkonzepte, Unerfahrenheit, mangelnde Kenntnis von Produkt oder Unternehmen, fehlende Nachhaltigkeit der Projekte, schlechtes Preis-Leistungs-Verhältnis, Akzeptanzprobleme, mangelnde Kreativität, zu viel Powerpoint und Käuflichkeit.

Als größte Stärke machen rund ein Fünftel der Teilnehmer die Hubschrauberperspektive bzw. die fehlende Betriebsblindheit aus. Rund 17% der Befragten heben als Vorteil Unabhängigkeit, Neutralität und Ob-

jektivität hervor. Ein weiterer wichtiger Pluspunkt sind für die Industrieunternehmen Benchmark- und Vergleichsinformationen mit anderen Unternehmen (11%). Erfahrung, Kreativität, Branchen- und Spezialkenntnisse, Methoden- und Fachkompetenz sowie analytische Fähigkeiten lauten weitere Vorteile. Zudem verschaffen sich die Firmen mit den Beratern zusätzliche Kapazität, die frei von operativen Zwängen agiert.

Mit Abstand beurteilen die Befragten die Erfahrung der Berater im Allgemeinen sowie mit der Problemstellung im Besonderen als wichtigstes Kriterium für deren Einsatz. Sehr wichtig sind aber auch die Kreativität bei der Problemlösung, das Preis-Leistungs-Verhältnis und Branchenkenntnisse. Eine Rolle spielen auch noch die Beratungskosten und eine erfolgsabhängige Bezahlung. Kaum ins Gewicht fällt die Größe des Beratungsunternehmens.

Hauptsächlich setzen die Industrieunternehmen die Consulter in Sachen Organisation (75%) ein, gefolgt von Strategie (44,3%), Shop Floor (38,6%), IT-Prozesse (31,6%) und Innovationsprozesse (12%).

Die Studie verdeutlicht: Der Einsatz von Beratern ist Chefsache. Hierüber entscheidet die Geschäftsführung (76,4%), der Vorstand (25,5%) sowie die Werk- und Fertigungsleitung (18%). Zudem wollte **Produktion** von seinen Lesern wissen, wie denn nun die Leistungskontrolle der Berater

Stärken: Objektivität und Hubschrauberperspektive

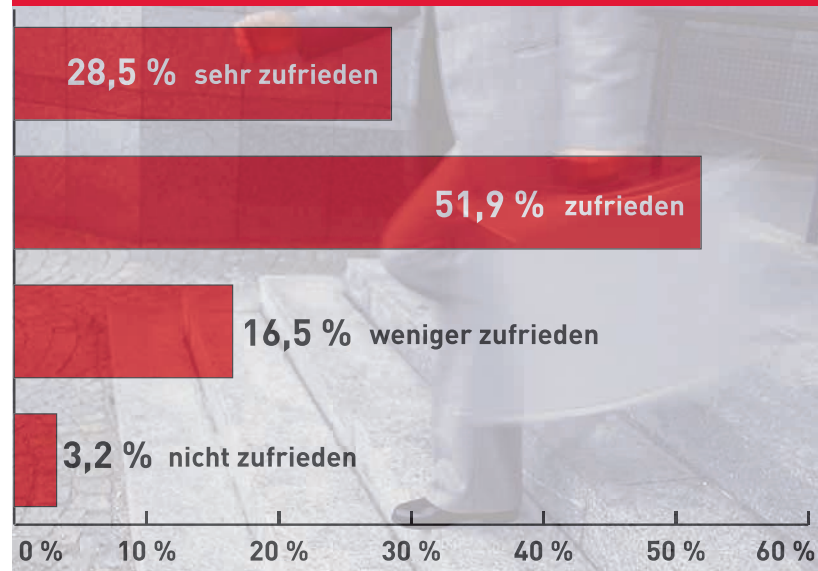
ausschaut. Noch wenig verbreitet ist das erfolgsabhängige Honorar – hierauf setzen nur rund ein Prozent. Rund 15% der Befragten setzen auf die Verfolgung über Zielvereinbarungen. Gängige Mittel sind zudem die Festsetzung klarer Kennzahlen, regelmäßige Meetings und Berichte. Messkriterien können auch Umsetzung, Kosteneinsparung, Produktivität, ROI oder Umsatzanstieg sein.

Zum Studiendesign: Die Wirtschaftszeitung **Produktion** führte eine exklusive Umfrage unter ihren Lesern im Sommer 2005 durch. Teilgenommen haben 161 Industrie-Entscheider aus den Branchen Maschinen- und Anlagenbau (18%), Automotive (10,6%), Elektrotechnik/Elektronik (6,6%) sowie aus der Metall-/Kunststoffverarbeitung, Automatisierung, chemische Industrie, Medizintechnik und aus sonstigen Branchen. Weitere Ergebnisse: siehe Seiten 29 und 31.



Bild: Business Connections

Zufriedenheit mit Unternehmensberatungen



Die Produktionsumfrage zeigt: Die Leistungen der Consultants scheinen zu stimmen. 28,5% der Befragten sind sehr zufrieden und 51,9% zufrieden mit den Unternehmensberatungen. Nur 16,5% zeigen sich weniger zufrieden und 3,2% unzufrieden.

Quelle: Produktion
© Produktion

Exklusive Umfrage

Umsetzung größte Schwäche

von Maren Kalkowsky
Produktion Nr. 44, 2005

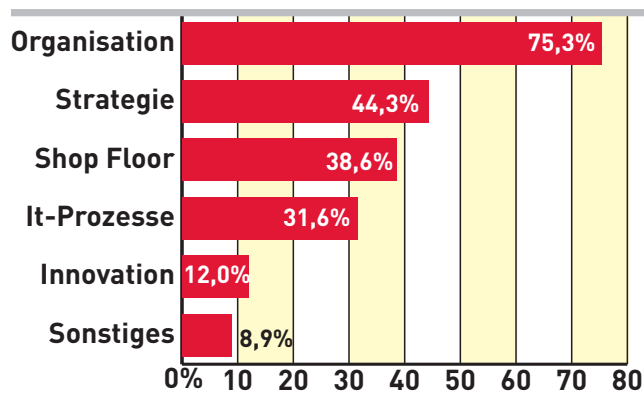
LANDSBERG. Die exklusive Befragung von Produktion unter Industrievertretern förderte Interessantes zu Tage: Auszüge hieraus zeigen die unten stehenden Grafiken. Ein Punkt: Nur 5% der Befragten informieren sich gar nicht über Unternehmensberatungen.

Das Beratungsgeschäft ist nach wie vor hauptsächlich ein Empfehlungsgeschäft (rund 86% der Befragten informieren sich durch Empfehlung von Kunden und Geschäftspartnern). Immerhin knapp ein Drittel sammelt Informationen über Beratungsunternehmen anhand von redaktionellen Beiträgen und ein Fünftel durch andere Publikationen wie Bücher oder

Studien. Noch rund 10% machen sich während Messen, Kongressen oder Veranstaltungen über Unternehmensberatungen schlau.

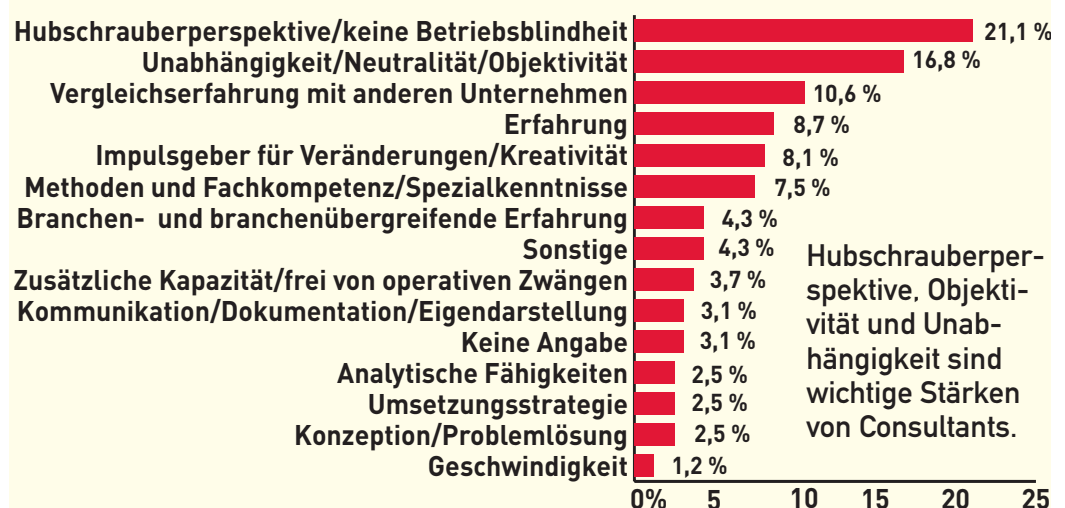
Immerhin noch 9% der Befragten informieren sich anhand von Anzeigen. Diese Tatsache ist umso erstaunlicher, da Consulting-Unternehmen diese Marketingform selten oder gar nicht wählen.

Einsatzorte von Beratern



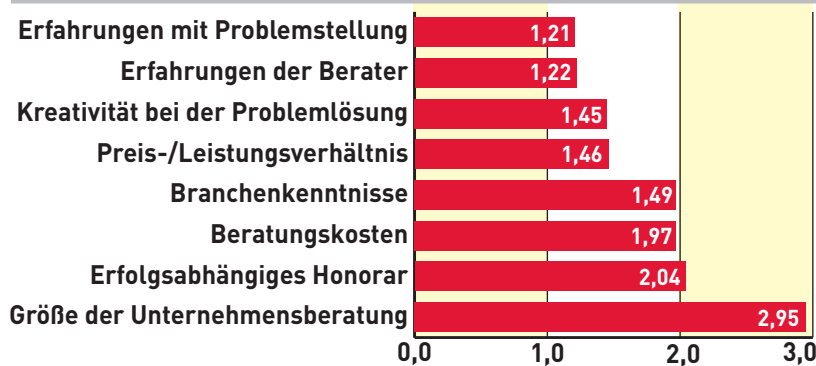
Quellen: Produktion © Produktion
Hauptsächlich setzen die Industrieunternehmen die Consulter in Sachen Organisation (75%) ein, gefolgt von Strategemaßnahmen (44,3%).

Die größten Stärken der Berater



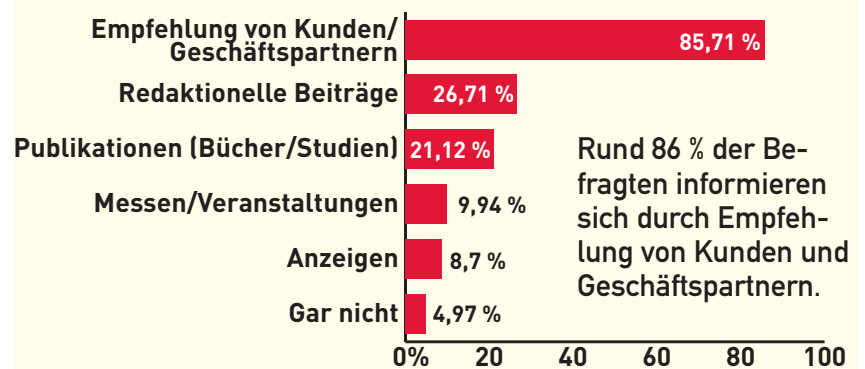
Hubschrauberperspektive, Objektivität und Unabhängigkeit sind wichtige Stärken von Consultants.

Wichtigste Kriterien für Berater-Einsatz



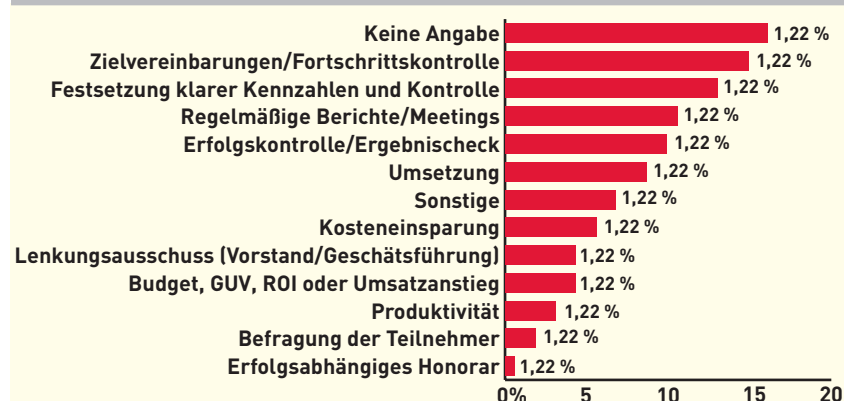
Mit Abstand beurteilen die Befragten die Erfahrung der Berater im Allgemeinen sowie mit der Problemstellung im Besonderen als wichtigstes Kriterium für deren Einsatz.

Wie informieren Sie sich über Berater?



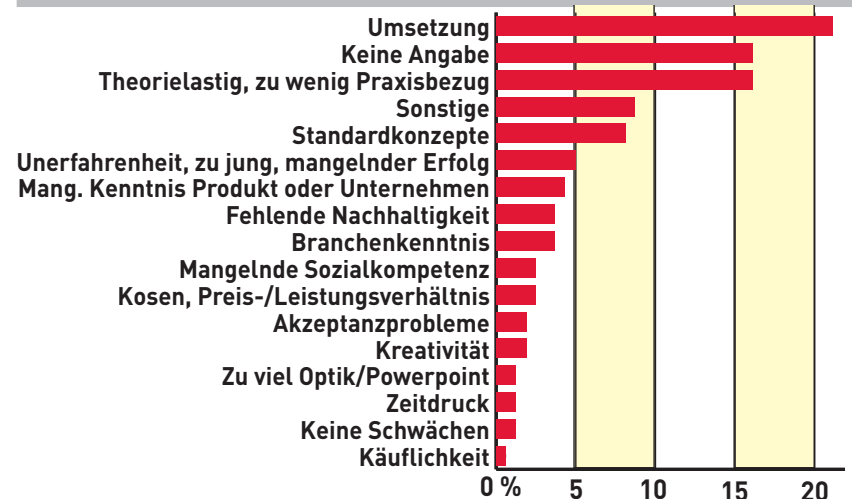
Rund 86% der Befragten informieren sich durch Empfehlung von Kunden und Geschäftspartnern.

Wie kontrollieren Sie die Leistung?



Bei der Kontrolle der Beratungsleistungen setzen die Industrieunternehmen u. a. auf klare Kennzahlen und Zielvereinbarungen sowie Berichte und Meetings.

Die größten Schwächen der Berater



Umsetzungsschwäche, Theorielastigkeit, zu wenig Praxisbezug und Standardkonzepte lauten die Kritikpunkte.

Exklusive Umfrage

Beste Noten für Staufen-Akademie

LANDSBERG (kk). Im Rahmen der exklusiven Produktions-Umfrage beurteilten die Befragten die Leistungen von 29 Unternehmensberatungen. Im Vordergrund standen hierbei deren Industrie- und Umsetzungskompetenz sowie das Preis-Leistungs-Verhältnis.

Die Staufen Akademie erhielt mit Abstand die meisten Beurteilungen

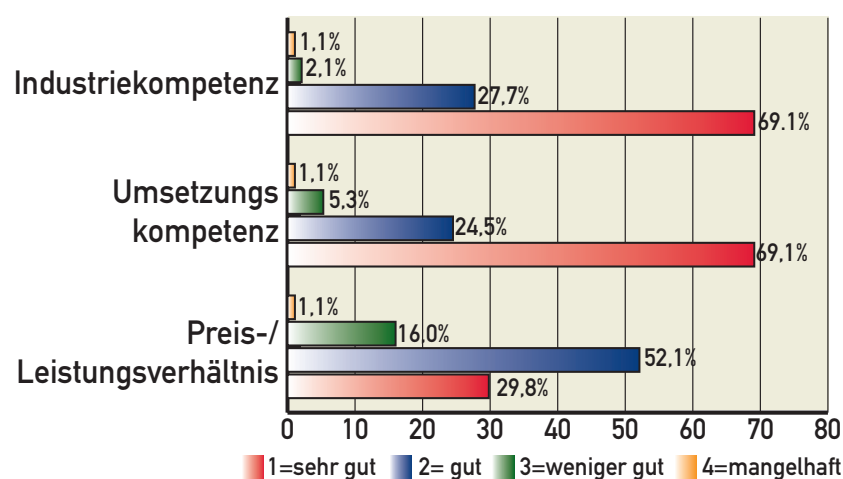
(94). Zudem schnitt diese überdurchschnittlich gut ab (s. u.). Die weiteren Grafiken zeigen die laut Lünendonk-Liste 2004 Top 3 der umsatzstärksten Beratungen in Deutschland.

Zudem bewerteten die Produktions-Leser: A.T. Kearney, Arthur D. Little, Bain & Company, Booz Allen Hamilton, Con Moto, Deloitte, Dornier Consulting, Helbling Management, Hor-

váth & Partners, Ingenics, IWL, Kienbaum, Kurt Salmon Associates, Leonardo, Management Engineers, MC Marketing Corporation, Mercer Management Consulting, MTM-Gesellschaft, ProLean Consulting; Simon, Kucher & Partners, T & O; TBM Europe; TMG und Towers Perrin.

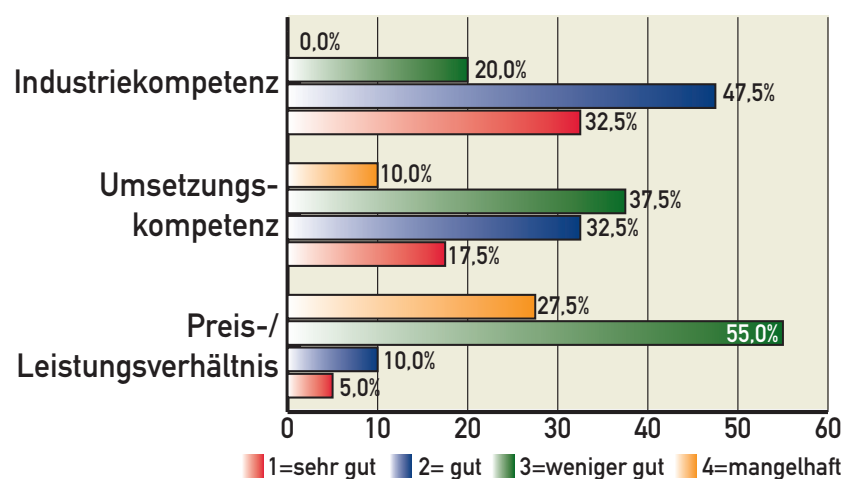
Kontakt: maren.kalkowsky@produktion.de.

Staufen-Akademie (Beurteilungen 94)



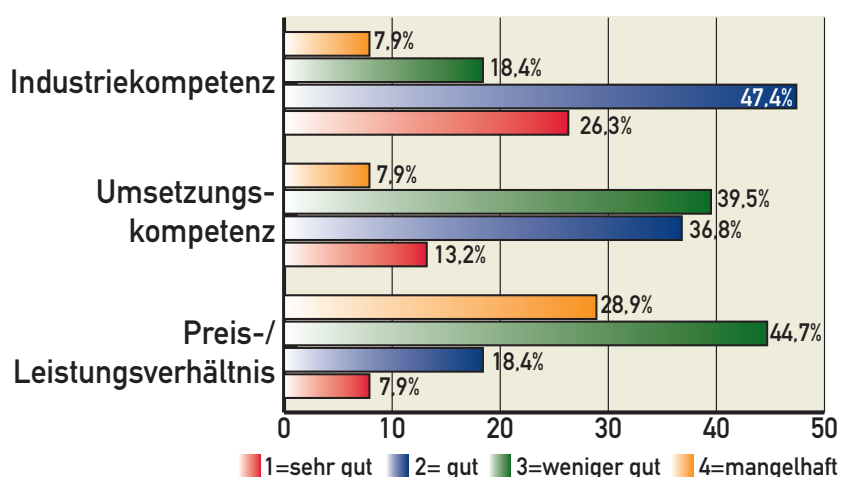
Beste Noten für die Staufen-Akademie: Die Industriekompetenz beurteilten die Produktionsleser mit sehr gut (69.1%) und gut (27.7%). Umsetzungskompetenz: sehr gut (69.1%) und gut (24.5%).

Mc Kinsey (Beurteilungen 40)



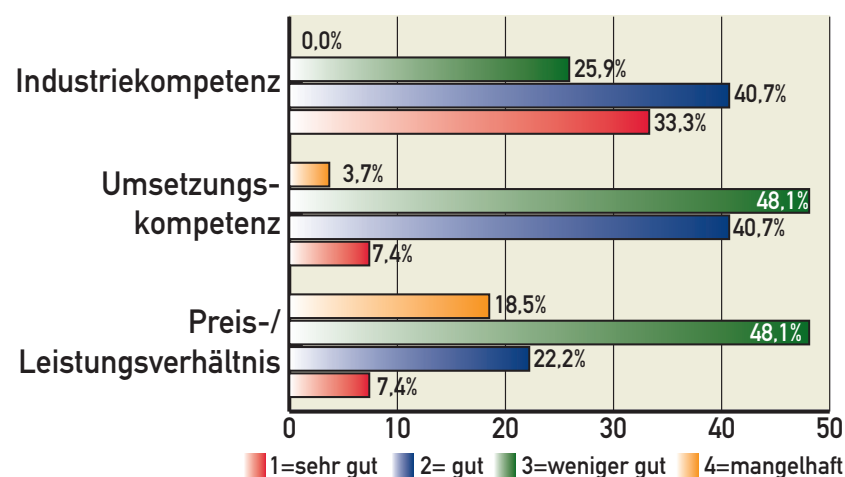
Schlechtes Preis-Leistungs-Verhältnis: 27.5% der Antwortenden beurteilten dieses mit mangelhaft, 55% mit weniger gut. Bessere Noten für die Industriekompetenz: 40.7% gaben gut.

Roland Berger (Beurteilungen 38)



Positive Werte für Industriekompetenz (26.3% sehr gut und 47.4% gut). Umsetzungskompetenz-Werte: 13.2% sehr gut und 36.8% gut sowie 39.5% weniger gut und mangelhaft (7.9%).

Boston Consulting Group (Beurteilungen 27)



Gute Bewertungen für die Industriekompetenz (33.3% sehr gut und 40.7% gut). Nur 25.9% bewerteten die Industriekompetenz mit weniger gut.