



Martin Stellmacher

Gut beraten

Projekte gemeinsam wirksam und effizient gestalten

Für Unternehmensberater und ihre Klienten

216 Seiten, Hardcover mit Schutzumschlag

24,90 € (D), 25,50 € (A), 42,80 CHF

ISBN 978-3-89981-239-8 #3239

ET: September 2010

Mittwoch, 4. August 2010

So arbeiten Unternehmensberater und Klienten Hand in Hand – 13 goldene Regeln

„Berater sind blutjung, kommen frisch von der Uni und haben keine Ahnung von der Industrie“, „Berater können nur zwei Dinge: Leute entlassen und Konzepte für die Schublade schreiben“, „Berater definieren sich nur über Statussymbole.“ – Sind Ihnen diese Gedanken zu Beratern auch schon durch den Kopf gegangen? Oder sind Sie Berater und sehen sich immer wieder mit diesen Klischees konfrontiert?

Die Liste der Vorurteile von Klienten gegenüber Beratern ist lang. Aber auch umgekehrt lassen Berater oft kein gutes Haar an ihren Kunden. Sie enthielten ihnen wichtige Informationen vor – teilweise sogar absichtlich; ihre Erwartungen seien unspezifisch und sie änderten permanent ihre Richtung, klagten Berater. Zudem seien Unternehmen oft nicht bereit, geliebte Abläufe in Frage zu stellen.

Trotz dieser Diskrepanz gibt es kaum ein Unternehmen, das nicht schon Berater engagiert hat. In vielen Situationen ist sogar eine externe Beratung dringend angeraten. Doch, wie kann die Zusammenarbeit gelingen, wenn Vorurteile sie überschatten?

Der Organisationsberater Martin Stellmacher spürt in seinem neuen Buch **„Gut beraten“** genau dieser Problematik nach. Er analysiert Vorurteile und Bedenken, Verhaltensweisen und Verantwortlichkeiten – kritisch, aber wohlwollend – und löst sie auf eine ebenso verständige wie unkomplizierte Weise.

Mittels 13 goldener Regeln aus der Praxis für die Praxis hilft er Beratern wie Klienten, Missstände aufzudecken. Er zeigt, wie sie effektiv und wertschätzend zusammenarbeiten können. Mit seinen Tipps gelingt es Ihnen, gemeinsame Projekte wirksam zu gestalten und auf den Erfolgsweg zu kommen.

► **Sympathisch und praxisorientiert.**

► **Ein Buch, das Berater und Klienten vor jedem Beratungsauftrag gelesen haben sollten.**

Der Autor

Martin Stellmacher, Dr., Weltraumphysiker, war acht Jahre Unternehmensberater bei einer der drei wichtigsten Strategieberatungen Deutschlands. Seit einigen Jahren ist er selbständiger Executive Coach und Organisationsberater. Er kennt die Probleme auf beiden Seiten aus erster Hand.

INHALT

Vorwort	9
Beratung – überflüssig, notwendiges Übel oder wertschaffende Dienstleistung?	12
I Eine effektive Konstellation	
1 Den passenden Berater an der richtigen Stelle einsetzen	24
1.1 Eine sinnvolle Unterstützung durch Berater	24
1.2 Ein fokussierter Einsatz von Beratern	31
1.3 Die Auswahl des richtigen Beraters	35
2 Die notwendigen Kompetenzen und die richtige Einstellung dem Projekt gegenüber mitbringen	41
2.1 Guter Berater	42
2.2 Schlechter Berater	45
2.3 Guter Klient	46
2.4 Schlechter Klient	49
2.5 Unterschiedliche Konstellationen von Beratern und Klienten bergen unterschiedliche Herausforderungen	51
2.6 Blockbuster: Das Projekt ist wirksam und effizient	52
2.7 Heldensage: Der Berater als „Retter“ des Klienten	54
2.8 Einakter: Der Klient hält dem Berater die Hand	56
2.9 Tragödie: Ein Projekt hinterlässt verbrannte Erde	58
II Ein wertschätzendes Miteinander	
1 Eine wertschätzende Haltung gegenüber dem anderen einnehmen	62
1.1 Warum wird jemand Berater?	64
1.2 Was zeichnet einen typischen Klienten aus?	70
1.3 Eine ideale Haltung spiegelt sich in verschiedenen Dimensionen	74
1.4 Die Top 3 der Vorurteile gegenüber Beratern	83
1.5 Die Top 3 der Vorurteile gegenüber Klienten	95
2 Auf einen verbindlichen Stil im Umgang miteinander achten	103
2.1 Ein gutes Projekt erkennt man daran, dass viel miteinander und wenig übereinander gesprochen wird	103
2.2 Ein Mindestmaß an sozialen Umgangsformen wird von allen Beteiligten erwartet	104

2.3	Besonders sensibel reagieren Klienten auf die Verhaltensweisen, mit denen der Berater sein Klischee erfüllt	108
2.4	Berater sind auch nur Menschen, allerdings eine besondere Spezies	114
2.5	Klienten verhalten sich oft auch nicht besser	115
2.6	Klienten sind auch nur Menschen, und zwar die normale Spezies	122
2.7	Klare Fronten	123
III	Eine verantwortliche operative Durchführung	
1	Die jeweilige operative Verantwortung übernehmen	126
1.1	Klienten und Berater haben beide entsprechend ihrer Rolle im Projekt Verantwortung zu übernehmen	127
1.2	Die Top 6 der Unterlassungen der Klienten und Berater	129
2	Keine Phase eines idealtypischen Projektes auslassen	133
2.1	Eine Initiierung von Projekten nur mit klarer, realistischer Zielsetzung	134
2.2	Ein ehrlicher Pitch – von beiden Seiten	141
2.3	Eine ausführliche Auftragsklärung ohne Raum für Interpretationen	150
2.4	Eine explizite, verbindliche Planung und effiziente Organisation der Arbeit	161
2.5	Ein Kick-off mit Signalwirkung und unter Berücksichtigung der Unsicherheiten	169
2.6	Eine effiziente Durchführung von der Diagnose über die Empfehlung bis zur Implementierung	177
2.7	Eine Beendigung der Beraterunterstützung mit expliziter Reflexion zum beiderseitigen Lernen	193
2.8	Ein geeignetes Follow-up mit beiderseitiger Verantwortung zur Sicherung der Nachhaltigkeit	196
	Fazit	200
	Die 13 goldenen Regeln für Klienten	202
	Die 13 goldenen Regeln für Berater	204
	Glossar	206
	Der Autor	214

Frankfurter Allgemeine Buch publiziert Wissen für Fach- und Führungskräfte mit den Schwerpunkten Management, Job&Karriere, Finanzen und Kommunikation. Weitere spannende und informative Titel finden Sie unter www.fazbuch.de. Mehr Wissen mit Frankfurter Allgemeine Buch!

Pressekontakt: Kirstin Gründel, Frankfurter Allgemeine Buch, Mainzer Landstraße 199, 60326 Frankfurt am Main, T: 069-7591-2188, F: 069-7591-2187, k.gruendel@faz-institut.de