EIN blick

März 2022:

Der Berater im Hoodie

Das Leben als Berater vor 20 Jahren war grundverschieden zu der heutigen Zeit. Auch war der Anspruch eines Kunden an einen Berater ein anderer. Wenn Sie bei Scharade den Begriff „Berater“ darstellen müssten, würden Sie dann noch immer die Krawatte festziehen, das Sakko schließen und den Rollkoffer imaginär hinter sich herziehen? Denken Sie dabei noch immer an den Businesskasper, den herrlichen Sketch aus der Bullyparade, die Hoteldauergäste wie George Clooney in „up in the air“, die lustigen Berater-Lexika, die dunklen Anzugreihen in der Fastlane am Flughafen?

Eine schöne Kundenanforderung, die im Rahmen eines aktuellen Pitches veröffentlicht wurde, war „Weniger Glanz mehr Substanz“ als Anforderung an externe Beratungsleistungen. Vor fast 10 Jahren prophezeite der renommierte Harvard Professor Clayton Christensen eine fundamentale Veränderung in der Beratungsbranche. Sicherlich hat auch die Pandemie ihren Anteil an der Beschleunigung dieses Wandels. Reisen waren plötzlich nicht mehr möglich und in allen Organisationen wurden Videokonferenzen der Alltag. Auch das Anforderungsprofil in den Projekten scheint sich zu wandeln. Weg vom klassischen BWLer hin zum Datenscientist und Digitalexperten. Auch ändern sich die Themenfelder in denen Beratungen eingefordert werden, um einen Change zu begleiten, massiv.

Digitale Transformation ist sehr komplex

Die digitale Transformation ist in vielen Unternehmen noch immer nicht auf dem Niveau, wo man sie erwarten dürfte, oder sie bedarf solcher Speziallösungen, dass man dies nicht mit eigenen Kräften stemmen kann. Und dazu kommt ein neues Themenfeld „Nachhaltigkeit“, welches in Beratungen aus drei Richtungen getrieben wird: Kunden, Mitarbeitende und Allianzpartner. Auch nationale und internationale Regulierungen wie beispielsweise das Corporate Sustainibility Reporting Directive der EU, CO_2-Preise oder das Lieferkettengesetz spielen hier in die Karten der großen Beratungen, die dieses Thema nun für sich beanspruchen.

Dazu kommt, dass eine Vielzahl der Unternehmen gerade in angespannten Situationen unterwegs ist. Sei es, weil im Risikomanagement die Warenverfügbarkeit oder Logistikkapazitäten das notwendige Wachstum verhindern oder weil die digitale Transformation schnelle Effekte schaffen muss und ein schneller ROI in eine Software oder Prozessänderung nicht auf Jahre gerechnet werden kann. In all diesen Situationen helfen keine bunten Charts mit viel Theorie. Es braucht Erfahrungswerte, aber mit praktischer Umsetzungsfähigkeit.

Beratung wandelt sich - wie alles drumherum

Beratungen haben sich immer selbst als People Business definiert. Nun ist der Berater auf Distanz, digital, die Themen neu und die Anforderungen neu. Dadurch ergibt sich ein neues Bild eines Beraters. Ob sich alle Beratungen, die ja als Geschäftszweck die Veränderung haben, diesem Wandel unterziehen können, eigene Kulturen anpassen und auch ein neues Bild beim Kunden erzeugen können, bleibt abzuwarten.

Berater als Partner - Erfolge als Team

Warum hat die Adconia diese Disruption des Beratermarktes nicht so sehr getroffen, wie manch andere Beratung? Weil die Adconia schon immer ein missfit in der klassischen Beratung war. Der ehrliche Berater, der anpackt und sich als Teil des Unternehmens identifiziert. Was als leeres Versprechen im Rahmen der Akquisephase klingt, bewahrheitet sich bei uns sehr schnell und Kundenbeziehungen überdauern Jahre und nicht nur kurze Projektphasen. Die Adconia Berater werden schnell als Teil der Organisation wahrgenommen.

Unsere Philosophie lautet gemeinsam mit dem Kunden und nicht wir für den Kunden: Ärmel hochkrempeln und anpacken! Was uns auszeichnet ist die Praxiserfahrung. Wir waren selbst auch auf der anderen Seite des Tisches, haben viele bunte Folien von Beratern bekommen, mit viel Theorie und viel zu wenig Praxisbezug und erst recht ohne Bezug auf die Situation, auf das konkrete Unternehmen und individuelle Vorschläge. Wir haben immer den Anspruch, einen Mehrwert zu bieten. Und dabei sind wir auch nur Menschen: mit Familien, mit Kindern, mit Alltagssorgen und trotzdem stolze Berater. Auch wenn wir den Anzug und Kostüme schon vor fünf Jahren eingemottet haben.

Trends frühzeitig erkennen und richtig handeln

Dazu dürfen wir als kleine Boutique Beratung für uns in Anspruch nehmen, schon digitale Transformation in der Supply Chain beraten zu haben, als es Industrie 4.0 als Modewort noch gar nicht gab. Als das Lieferkettengesetz und CO_2-Besteuerung noch in weiter Ferne standen, haben wir mit Kunden den Einsatz von recyceltem Material, deren Bezugsquellen und Kreislaufwirtschaft diskutiert. Den ersten Nachhaltigkeitsbericht durften wir vor fast 10 Jahren begleiten. Diese Spezialisierung mit langjährigen Erfahrungswerten, gepaart mit einer Umsetzungsorientierung, macht uns einzigartig.

Wir freuen uns darauf auch Sie auf Ihrer Reise begleiten zu dürfen und wundern Sie sich nicht, wenn Sie uns dann mal im grauen Adconia Hoodie antreffen.

Autor

Rainer den Ouden
Partner