



PCP-Newsletter 08/2020

Unternehmensberatung geht auch über das Internet

Jahrzehntlang war der Beratungsalltag geprägt von Präsenztagen im zu beratenden Unternehmen. Hin und wieder fand eine Beratung auch auf unkonventionellem Wege statt. Wenig verbreitet waren die telefonische oder schriftliche Beratung. Als Antwort auf die Kontaktbeschränkungen in der Corona-Krise kam eine massive Bewegung in das Thema. Einerseits mussten sich die Vermittler mit den Möglichkeiten der Videoberatung auseinandersetzen, um den Kontakt zum Kunden aufrechtzuerhalten und Abschlüsse zu generieren. Andererseits mussten neue digitale Möglichkeiten erprobt werden, um am Markt weiterhin wahrnehmbar zu sein. Die Welt hat sich im Jahr 2020 deutlicher verändert als in den Jahren davor.

Die Veränderungen der Märkte für den eigenen Vermittlerbetrieb nutzen

In der Vergangenheit leisteten sich Vermittler selbst dann keine Unterstützung, wenn die Lösung eines akuten Problems davon abhing. Das hatte vielfältige Gründe. Kurzfristig konnte man sich oft nicht mit einem Experten austauschen. Für kleinere Fragen oder Problemstellungen war die Entfernung vom Berater zum Kunden oftmals zu groß. Vielfach gab es auch Bedenken, dass die Kosten in Relation zu den eigenen Einnahmen zu hoch wären.

Die Konsequenz war, auf externen Rat bei der Lösung der Problemstellungen ganz zu verzichten. Oder es wurde bei Fragen, die man nicht selbst beantworten konnte, der externe Dienstleister herangezogen, dem man auch sonst vertraute, so zum Beispiel dem Steuerberater. Nun haben Steuerberater zwar häufig ein recht breites Wissen, aber in vielen Fragen der Unternehmensführung, z.B. bei Personal- oder Vertriebsthemen fehlt meistens doch die entsprechende Erfahrung. Für solche Fälle kann die Online-Beratung die Hemmschwelle für die Hinzuziehung unternehmensfremder Experten herabsetzen.

Die Themen der Online-Beratung sind stets individuell auf den Vermittlerbetrieb bezogen und werden im Vorfeld konkret von den Beteiligten herausgearbeitet.

Themenfelder könnten zum Beispiel sein:

- Kundenzufriedenheit steigern / hohen Servicegrad erreichen
- Bearbeitungsprozesse verbessern, stabilisieren, absichern
- Vereinfachte Planung und Steuerung



- Nutzen der Potenziale und des Wissens der Mitarbeiter
- Mitarbeiter-Produktivität erhöhen
- Zusammenarbeit mit Kunden verbessern
- Social Media Einsatz wirksam etablieren
- Strategie konkretisieren / Zielgruppen gewinnen

Diese Themen sehen Sie bitte als Beispiel an. Letztendlich kommt es auf die konkrete Aufgabenstellung des einzelnen Unternehmers an. An dieser Stelle kommt aber oftmals schon die Frage nach den (hohen?) Kosten.

Deutlich unterschiedliche Preise für Videoberatung – eine Marktrecherche

Eine aktuelle Marktrecherche zu den Preisen der Online-Beratung ergab bei den Beratungsunternehmen bzw. Beratungsinstituten einen Netto-Stundensatz von 250 bis 385 Euro. Doch sind das für die meisten der Vermittlerbetriebe Kosten im oberen Preissegment. Begründet wird dies von den Anbietern hauptsächlich mit der hohen internen Kostenstruktur und / bzw. dem eigenen Qualitätsverständnis.

Dass es im Markt auch anders geht, zeigt die weitere Umfrage bei BVK-Unternehmerberatern. Diese werden bekanntlich vom BVK auf definierte Qualitätsanforderungen überprüft und laufend überwacht. Die untersuchten Unternehmen liegen im Netto-Stundensatz zwischen 110 und 230 Euro, je nach Aufwand zur Vor- und Nachbereitung auch kleinster Aufträge. Als wesentlicher Unterschied zum Markt wurde die deutlich andere Kostenstruktur genannt.

Welche Vorgehensweise empfiehlt sich für den eigenen Vermittlerbetrieb?

Alles ist mit Video-Beratung denkbar. Dabei ist es völlig unerheblich, ob Sie sich nur mal mit einem Experten zwei bis drei Stunden vertiefend austauschen wollen, ob Sie zu einer bestimmten Frage nach einer Lösung suchen, ob Sie über einen Zeitraum von mehreren Monaten den Gedankenaustausch suchen oder ob Sie alle zwei bis drei Monate für einige Stunden die Expertise des Beraters nutzen wollen. Sogar klassische, umfangreiche Beratungsaufträge sind in diesen Zeiten unter Corona-Bedingungen machbar.



Zuerst sollten Sie sich über Anlass und Zielsetzung einer Beratung im Klaren sein. Zu folgenden Fragen (siehe auch den Anhang) müssen im Vorfeld Antworten gefunden werden.

Was ist der Anlass für eine mögliche Beratung? Worum geht es mir genau? Welche Themen sollen bis wann bearbeitet werden?

Was sind die Erwartungen an die Beratung? Welche Ziele will ich mit der Beratung erreichen? Was sind für mich die wesentlichen Meilensteine? Was soll sich konkret verändern?

Wenn Sie sich über diese Fragen im Klaren sind, macht es Sinn, Kontakt zu einem Unternehmerberater aufzunehmen. Die am Markt übliche Vorgehensweise ist einfach. Sie schicken dem ausgewählten Unternehmerberater eine E-Mail bzw. nutzen sein Kontaktformular auf seiner Homepage und geben einige Stichworte zu Ihrem Beratungswunsch an. Dieser wird sich dann telefonisch bei Ihnen melden, um weitere Details abzustimmen. Danach wird er Ihnen ein schriftliches Angebot unterbreiten. Nach der Unterschrift kann es in den meisten Fällen schon kurzfristig losgehen. Je nach individueller Entwicklung und Fortschreitung im Prozess können Sie dann entscheiden, ob und wie es gegebenenfalls weitergehen kann.

Lassen Sie sich von Corona nicht davon abhalten, jetzt das Richtige zu tun.

Hartmut Pfaffinger
Akkreditierter BVK-Unternehmerberater



Was sind Anlass und Zielsetzung der Beratung?

Was ist der Anlass für die Beratung?

- Worum geht es mir genau?

- Welche Themen sollen bis wann bearbeitet werden?

Was sind die Erwartungen an die Beratung?

- Welche Ziele will ich mit der Beratung erreichen?

- Was sind für mich die wesentlichen Meilensteine?

- Was soll sich konkret verändern?