



Kolumne von Michael Kerstan

Unternehmensberatung nein danke?



Michael Kerstan

Es stellt sich die Frage: Wann benötigt ein Unternehmen die Hilfe einer Unternehmensberatung?

Oftmals treten Werbemittelverkaufsunternehmen unter dem „Deckmantel einer Unternehmensberatung“ auf, wobei ihr oberstes Ziel wohl primär der Verkauf von Drucksachen, Druckluft hoses etc. ist. Insbesondere den Studiobetreibern, die wirtschaftliche Hilfe suchen, wird oft nicht geholfen. Mietverträge für Fitnessgeräte zu überhöhten Konditionen werden abgeschlossen, Studiobetreiber müssen sich zudem mit einem Kopplungsvertrag an die Unternehmensberatung binden. Nach Ablauf einer solchen angeblichen „Beratung“ wird oft nur verbrannte Erde hinterlassen und der Club steht meistens schlechter da als vor der Zusammenarbeit. Andere Unternehmensberatungen treiben den Club durch anzügliche Slogans z. B.: „Dieses Angebot wird Sie wegblasen“ in Verbindung mit den dazugehörigen Bildern (Frau lutscht lasziv an einer Banane) in eine peinliche, sexistische und niveaulose Betreiber-Ecke. Wirbt ein beratener Club mehrfach mit sol-

chen Werbeaussagen oder mit lustigen Comiczeichnungen, wird er sich wahrscheinlich nicht einmal mehr auf dem Discount-Markt und erst recht nicht auf dem Premium-Markt etablieren können.

Eine der (laut eigenen Aussagen) größten Unternehmensberatungen der Fitnessbranche betreibt ein System, welches augenscheinlich ohne fundiertes Fachwissen in Verbindung mit einer hohen Gruppendynamik den Betreiber aus der Misere helfen soll. Dort entsteht der Eindruck, dass bei fast allen Investitionen, die der Betreiber bzw. der Inhaber eines Franchiseclubs tätigt, kräftig hinterrücks die Hand aufgehoben und dem Betreiber, der für eine seriöse Beratung zahlt, zusätzlich Geld aus der Tasche gezogen wird, anstatt Preisvorteile durch Gemeinschaftsbestellungen weiterzugeben. Berater dieser Unternehmensberatung müssen ein absolut unseriöses Multi-Level-Marketing-System in ihren Netzwerken verkaufen, sodass die Einstiegsgebühren wahrscheinlich direkt in die Geschäftsführungsebene der Unternehmensberatung fließen. Selbst vor dem Verkauf

von Werbeanzeigen auf der Titelseite einer allseits bekannten Boulevard-Zeitung wird nicht zurückgeschreckt, wenn es der Unternehmensberatung Geld bringt. Nach uns vorliegenden Informationen haben diverse uns bekannte Kunden damit nicht einmal die Kosten der Werbeanzeigen eingespült.

Wichtige Sales-Power-Verkaufskonzepte sind nur gegen Zubuchung möglich.

Nicht genug Skrupellosigkeit?

Die Krönung ist dann die berichtete Datenweitergabe von Clubinterna an einen ausländischen Konzern, der sich in die Unternehmensberatung eingekauft hat und somit Zugang zu allen vertraulichen Franchise-Daten besitzt und sie zu seinen Gunsten nutzen kann. Mit immer neuen fadenscheinigen Ideen scheinen es einige unseriöse Unternehmensberatungen zu schaffen, ihren Kunden Geld aus dem Unternehmen abzuziehen.

Dies alles hat mit seriöser Beratung nichts zu tun.

Die Wertschöpfungskarte Abb. 1

Ein weiterhin beliebter Trick ist es, Mitarbeiter immer wieder auf Verkaufs- und Telefonschulungen zu schicken, auch wenn man genau weiß, dass diese Mitarbeiter fortbildungsresistent sind. Somit wird die angebliche Notwendigkeit der Unternehmensberatung untermauert, und die Hoffnung des Betreibers stirbt zuletzt.

Merke:

Das Ziel einer seriösen Unternehmensberatung muss immer am Betriebsergebnis messbar sein.

So stellt sich die entscheidende Frage: Wann benötigt ein Club überhaupt eine Unternehmensberatung?

Sicherlich sind die Anforderungen an einen Club in den letzten Jahren gestiegen. Das Ziel einer Unternehmensberatung ist immer, ein Problem innerhalb des Clubs zu identifizieren und ein auf lange Sicht erprobtes, tragfähiges Konzept zu erstellen, das die Effizienz des Unternehmens steigert.

Diese Steigerung muss messbar sein.

Da sich heute das wirtschaftliche Umfeld sehr schnell wandelt, ist es für ein Unternehmen wichtig, das notwendige Wissen stets zu aktualisieren. Deshalb sind erfolgreiche Unternehmen auf die Zusammenarbeit mit einer seriösen Unternehmensberatung angewiesen.

Wie erkennt man eine seriöse Unternehmensberatung?

Erstens:

Konkrete, messbare Veränderungen innerhalb der Wertschöpfungskette eines Unternehmens müssen die Grundlage der Verbesserung bilden.

Die Wertschöpfungskette: [Abb.1]

Veränderungen in der Stufe 1 der Wertschöpfungskette:
Marketing, externer Werbeauftritt.

Unsere Vorstellung:

Dort muss die Unternehmensberatung fertige Konzepte individuell angepasst in einer Qualität liefern, die sich von anderen Unternehmensberatungen absetzt (der Kerstangoldwert-Standard). Alle Kampagnen müssen 12 Monate im Voraus

gezeigt werden, sodass der Betreiber entspannt planen kann und eine einzigartige Qualität bekommt. Alle Produktinformationen müssen verfilmt sein, jeweils männlich und weiblich getrennt, da der Endverbraucher keine Lust zum Lesen hat.

Fragen Sie Ihre Unternehmensberatung danach!

Veränderungen in der Stufe 2 der Wertschöpfungskette:
Erstkontakt mit dem Kunden.

Es werden diverse Schulungen angeboten. Einige Schulungen, die angeboten werden, scheinen tatsächlich nur eine minimale Veränderung der Qualität der Mitarbeiter zu schaffen.

Dies liegt vermutlich daran, dass Mitarbeiter wie Aushilfen und Auszubildende wahrscheinlich nicht automatisch die intellektuelle Weitsicht besitzen, um die Wichtigkeit eines Erstkontaktes, z. B. Telefon, zu erkennen; viele Telefonschulungen können – entsprechend – gar nicht erfolgreich sein. Vor diesem Hintergrund hat KC das sog. Erstkontaktmedium entwickelt.

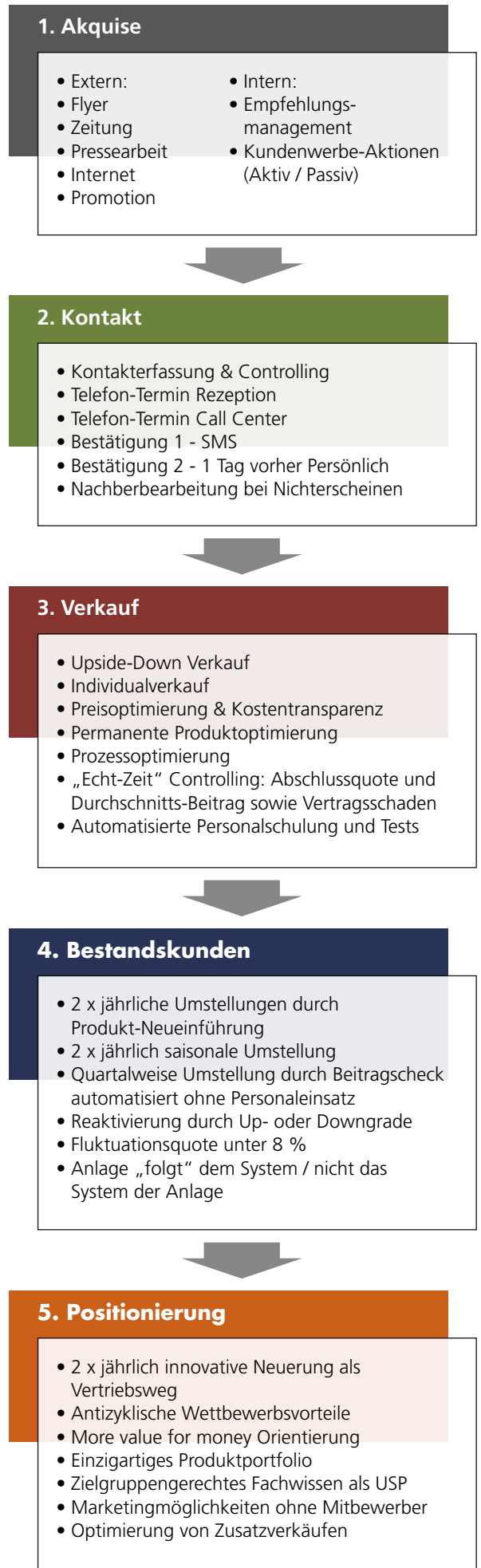
Fragen Sie Ihre Unternehmensberatung danach und lassen Sie sich die Lösungen zeigen!

Veränderungen in der Stufe 3 der Wertschöpfungskette:

Verträge als Gewinnmaximierer.

Jedes Unternehmen ist nur so viel wert, wie der Wert ihrer unterschriebenen Verträge. Die aktuelle Rechtsprechung ändert sich fast quartalsweise. Die Verträge, die eine Unternehmensberatung Ihnen anbietet, müssen rechtlich abgesichert sein und sich automatisch updaten. Nur so werden teure Abmahnungen, in Verbindung mit hohen, finanziellen Schäden, vermieden. Verträge müssen das Prinzip der Gewinnmaximierung erfüllen!

Das allseits bekannte Problem der „nicht genügend guten Verkäufer“ kann nicht dadurch behoben werden, dass Sie einen guten Trainer, der aber ein schlechter Verkäufer ist, dazu nötigen, gut zu verkaufen. Dies kann kaum funktionieren. Nur neue





intelligente Verkaufs-Systeme können eine einheitliche gleich hohe Abschlussquote schaffen.

Lassen Sie sich die Neuerungen zeigen, um Ihre Gewinne möglichst zu maximieren und diese auf Ihren Club individualisieren!

Veränderungen in der Stufe 4 der Wertschöpfungskette:

Unsere Vorstellung: Nur automatisierte Umstellungssysteme können Ihre Kündigungsquote verändern.

Unsere Vorstellung: Weder das Optimieren der Betreuung noch das Dekorieren von Eiweiß-Shakes werden

eine messbare Veränderung Ihrer Kündigungsquote bewirken.

Welche Kundenumstellungssysteme kann Ihnen Ihre Unternehmensberatung anbieten? Sind diese 12 Monate im Voraus geplant? Gibt es ein Refinanzierungskonzept?

Lassen Sie sich eine genaue 12 Monats-Planung aufzeigen. Stellen Sie kritische Fragen!

Netzwerktreffen contra Vorort-Besuche:

Wir meinen: Da sich Ihr Unternehmen und Ihr Umfeld permanent verändern, muss ein Berater regelmäßig in Ihrem

Unternehmen vor Ort sein. Fernanalysen und Netzwerktreffen mit Streichelzoocharakter sind vielleicht angenehm, tragen aber nicht zur Problemlösung bei.

Lassen Sie sich Termine schriftlich geben und legen Sie die Ziele des Besuchs fest!

Prüfen Sie für die Zusammenarbeit mit einer Unternehmensberatung folgende Checkliste: [Abb.2]

Kommen Sie auf eines unserer bundesweiten Workshops, dann erleben Sie, was wir unter echter und fairer Unternehmensberatung verstehen.

Im Zweifelsfall lassen Sie die Finger von einer Unternehmensberatung.

Ihr Michael Kerstan

Checkliste Abb. 2

	LEISTUNGEN:	Note 1	Note 2	Note 3	Note 4	Note 5
1	Qualität der Marketingprodukte					
2	Preise der Marketingprodukte					
3	Eigendruck jederzeit möglich, keine Grafikerkosten					
4	Marketingplanung 12 Monate im Voraus					
5	Erstkontaktoptimierer-Telefon					
6	Gewinnorientierung der Verträge					
7	Angebotene Umstellungssysteme					
8	Monatliche Beratung vor Ort					
9	Seminarplan					
10	Ausbildungssystem für Mitarbeiter					
11	Ausbildung der Berater					
12	Überprüfbare Erfolge der UB					
13	Wie innovativ ist diese UB?					
14	Welche nachweisbaren Erfolge hat diese UB auf dem Markt eingeführt?					
15	Wird das Geld in große Messestände oder in den Kunden reinvestiert?					
16	Gibt es Vorteilspreise bei Sammel-Bestellungen?					