

Nachhaltig etwas verbessern

Der Bundesverband Deutscher Unternehmensberater (BDU) legt strenge Maßstäbe an das Know-how seiner Mitglieder an. Jürgen Arnold repräsentiert den BDU in Ulm.

FRANK KÖNIG

■ **SÜDWEST PRESSE:** *Wie ist der BDU aufgestellt?*

JÜRGEN ARNOLD: Der Verband wurde 1954 gegründet, hat seinen Sitz in Bonn und Berlin. Es gibt einen Regionalkreis Baden-Württemberg mit 20 Mitgliedern. Hier vor Ort repräsentiert die Uvis Beratung GmbH, bei der ich geschäftsführender Gesellschafter bin, den BDU.

■ **Auf welchen Feldern bewegt sich die Unternehmensberatung?**

ARNOLD: Klassische Beratungsbereiche sind Unternehmensstrategie, Organisation, Informationstechnik, Personal, dazu kommen Spezialbereiche wie Qualität, Marketing, Unternehmensnachfolge sowie Vorbereitung aufs Rating (Pre-Rating).

■ **Welche Ziele verfolgen Unternehmensberater?**

ARNOLD: Ein Unternehmensberater soll Moderator bei der Lösung von Konflikten und Problemen sein oder aber Wissensvermittler, wenn es um die Analyse von Strukturen und Prozessen sowie die Umsetzung von Konzepten geht. Normalerweise sind das zeitlich begrenzte Projekte, bei mittelständischen Firmen kann ein permanenter Beratervertrag Sinn machen. Oft ist es beispielsweise nicht sinnvoll, extra jemand fürs Controlling einzustellen.

■ **Was verbirgt sich hinter Begriffen wie Trainer oder Coach?**

ARNOLD: Bei der Beratung durch einen Trainer steht Lernen und wirtschaftliches Optimieren im Vordergrund. Der Coach konzentriert sich auf die Menschen im Prozess. Beim Individualcoaching geht es um die Ausrichtung und Stärkung von Leitfiguren der Firma. So können Burnout-Syndrome, Stress- und Mobbingkonflikte verhindert werden.

■ **Wo liegen die größten Einflussmöglichkeiten für Berater?**

ARNOLD: Es gibt viele Chancen, etwas nachhaltig zu verbessern, vor allem in Organisationsablauf, Rechnungswesen und Produktionssteuerung, beim Waren- und Geldfluss. Wir gehen bis in die Produkte rein.

■ **Können von außen entwickelte, aufgesetzte Strategien eine Firma wirklich bereichern? In manchen Betrieben wird offenbar schon von Beratungsresistenz gesprochen.**

ARNOLD: Man muss unbedingt die Perspektiven eines Unternehmens und die Ressourcen der Mitarbeiter berücksichtigen. Der Berater sollte nichts überstülpen oder Erfolgsrezepte kopieren, die vielleicht in einer anderen Firma geholfen haben. Jede Unternehmenskultur ist anders, und man muss ihre latenten Stärken herausarbeiten.



Jürgen Arnold vertritt in der Region Ulm den Bund Deutscher Unternehmensberater.

■ **Welche Ausbildung und Stärken braucht ein Unternehmensberater?**

ARNOLD: Er muss mit Menschen kommunizieren, argumentieren, überzeugen können, sich selbst treu und transparent bleiben. Der Berater muss Selbst-, Zeit- und Stressmanagement selbst beherrschen, er darf nicht euphorisch oder marktschreierisch wirken.

■ **Prominente Vertreter der Branche sind schon Pleite gegangen. Wie trennt man die Spreu vom Weizen?**

ARNOLD: Es wäre manchmal gut, wenn ein Berater selbst zuhört und sich beraten lässt. Auch Berater sind Menschen. Zur Auswahl sollte man sich Infomaterial geben lassen und nach Publikationen fragen. Auch die CMC-Zertifizierung (Council of Management Consulting) ist ein Qualitätsmerkmal.