

Beratungs- unternehmen kooperieren



Change
Support Team

Management-Profilung
Führungs-Update
Change-Management

Die **TUI Consulting & Services GmbH** und das **Change-Support-Team** legen ihre Kapazitäten in neuem Geschäftsfeld zusammen. Mit vereinten Kräften unterstützen sie nun Unternehmen dabei, sich noch konsequenter, erlebbarer und wertschöpfender auf die Kunden auszurichten. Im Rahmen der ITB in Berlin sprach der Wirtschaftsjournalist Knut S. Pauli mit den beiden Geschäftsführern.

Knut S. Pauli: „Kooperationen können zweifellos wertvolle Synergien schaffen. Dass eine Konzerngesellschaft mit einem Beratungsspezialisten wie CST zusammengeht, erscheint jedoch ein wenig ungewöhnlich, oder?“

Hans-Jürgen Beck, Geschäftsführer der TUI Consulting & Services GmbH: „Das mag sein. Unsere Zusammenarbeit hat sich jedoch seit nahezu 20 Jahren durchgängig bewährt – und führt nun einfach zu einer professionell aufgestellten gemeinsamen Unternehmung. Wir verbinden mit diesem Schritt zwei herausragende Erfahrungswelten: Zum einen das große Feld der Service- und Kundenorientierung – zweifellos ein Stammgebiet der TUI –, zum anderen die diffizile, Know-how intensive Beratungswelt, in der Herr Alznauer mit seinem Change-Support-Team zu Hause ist. Diese unnachahmliche Kombination führt zu Beratungsleistungen, die auf anderem Weg praktisch nicht zu verwirklichen sind.“

Knut S. Pauli: „Ein bedeutsamer Schritt für Ihr Beratungsteam, Herr Alznauer. Nicht wahr?“

Michael Alznauer, Inhaber des Change-Support-Teams: „Zweifellos! Es gehört zwar seit je her zu unserem Arbeitsverständnis, mit unseren Kunden hochgradig partnerschaftlich zusammenzuarbeiten. Dass es zu dieser intensiven Form der Kooperation mit der TUI gekommen ist, erleben wir aber als außergewöhnlich und als Bestätigung unserer Arbeit.“

Knut S. Pauli: „Worin genau besteht denn Ihr gemeinsames Leistungsspektrum? Bislang sind Sie und Ihr Team vor allem als Managementberater und Begleiter in Veränderungsprozessen aufgefallen. Was können Kunden nun von Ihrer Kooperation mit der TUI Consulting & Service GmbH erwarten?“

Michael Alznauer: „Zunächst einmal bleiben die klassischen CST-Themen Führung, Potenzial-Diagnostik und



Die Heimat der TUI AG, Hannover

Change-Management weiterhin wesentlich für unsere Beratungsarbeit. Zugleich bereichern sie auch das neue, gemeinsame Geschäftsfeld mit der TUI Consulting & Services GmbH. Bringen Sie die Erfahrungen eines Konzerns, der jährlich mehr als 25 Millionen Kunden ihre schönsten Wochen des Jahres erleben lässt, mit dem Beratungs-Know-how eines Führungsspezialisten zusammen, und Sie haben den Kern unserer gemeinsamen Aktivität: Die Unterstützung des Managements bei der Aufgabe, das eigene Unternehmen noch konsequenter auf den Kunden auszurichten.“

Hans-Jürgen Beck: „Die konkreten Maßnahmen werden dabei auf der Grundlage der gemeinsam mit den Kunden abgestimmten Wachstumsziele definiert. Unser Leistungsspektrum reicht hierbei von Kunden- und Service-Analysen, über die Entwicklung von Dienstleistungs-Innovationen, die Erarbeitung von Service-Strategien bis hin zur Begleitung des Umsetzungsprozesses, z.B. durch Trainingsmaßnahmen und Projektcoaching.“

Knut S. Pauli: „Nun erscheint mir dieses Beratungsfeld nicht konkurrenzfrei, Herr Beck. Können Ihre Kunden von Ihrer Kooperation denn etwas Außergewöhnliches erwarten?“

Hans-Jürgen Beck: „In der Tat, Herr Pauli. So haben wir beispielsweise das von Herrn Alznauer veröffentlichte evolutionäre Führungsmodell auf das Thema Kundenorientierung angewandt und in mehreren Studien erprobt. Dieser spezielle Beratungsansatz wird von uns derzeit nicht nur konsequent weiterentwickelt, sondern auch strategisch mit der Führungsaufgabe verbunden. Gleichzeitig leben wir das, was wir predigen, und gehen in eine sehr partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren eigenen Kunden.“



Knut S. Pauli: „So weit ich weiß, Her Beck, hat Ihr Unternehmen seinen Ursprung als Weiterbildungsgesellschaft eines Industrie-Mischkonzerns, der Preussag AG. Hieraus ist seither die TUI AG geworden. Richten Sie sich heute speziell an bestimmte Branchen – oder konkreter: Können andere Unternehmen von Erfahrungen aus der Touristik profitieren?“

Hans-Jürgen Beck: „Ihr Punkt ist sogar wesentlicher, als man vielleicht zunächst vermutet. Die Preussag, mit ihren mehr als 230 Unternehmen und 65.000 Mitarbeitern, hat uns damals gelehrt, auf die Belange unterschiedlichster Branchen flexibel einzugehen. Heute umfasst der TUI-Konzern über 200 Marken, die in 25 Quellmärkten tätig sind. Können Sie sich vorstellen, welche Erfahrungswelt damit verbunden ist? Diese stellen wir nun anderen Unternehmen über unsere Beratungsleistungen zur Verfügung.“

Knut S. Pauli: „Das klingt beeindruckend, aber was bedeutet das konkret, wenn ich mit Ihnen zusammenarbeiten möchte?“

Michael Alznauer: „Nehmen wir an, Ihnen läge daran, den Dienst am Kunden zu einem deutlicheren Marktvorteil auszubauen. Dann setzen wir uns zunächst völlig unverbindlich zusammen, um Ihre speziellen Anliegen herauszuarbeiten. Kundenorientierung ist ja kein klar definiertes, einheitliches Phänomen. Wie differenziert wir Ihre spezifische Unternehmenssituation anschließend beleuchten, wird durch die Ziele bestimmt, die Sie uns vorgeben. Vor dem Hintergrund unseres evolutionspsychologischen Strategieansatzes sprechen wir dann Empfehlungen für das gemeinsame weitere Vorgehen aus.“

Hans-Jürgen Beck: „Intern würden wir parallel analysieren, welche Maßnahmen und Erfahrungen unserer Geschäftswelt für Ihr Haus wertvoll sein können – und dieses Wissen für Sie nutzbar machen.“

Knut S. Pauli: „Wenn ich Sie richtig verstehe, verbinden Sie also die Welt Ihrer Kunden mit praktischen Erfahrungen und neue Perspektiven. Was hat es denn mit dieser neuen Perspektive auf sich?“

Hans-Jürgen Beck: „Die eher klassische Haltung von Marketing, Vertrieb und Service basiert darauf, dass Unternehmen mit dem Kunden quasi etwas anstellen. Er ist damit zum Objekt degradiert. Je cleverer die Unternehmensstrategien werden, desto stärker erlebt der Kunde Manipulation. Die Mitarbeiter werden entweder Standards abwickelnde Service-Automaten oder nahezu zynische Manipulateure.“



Die beiden Kooperationspartner: Michael Alznauer (links) und Hans-Jürgen Beck (rechts)

Michael Alznauer: „Wir stellen dagegen die menschliche Natur von Mitarbeitern, Managern und Kunden in den Mittelpunkt unserer Ansätze. Wohlgermerkt nicht im Sinne des populären Neuro-Marketings als neuartige Manipulationstechnik, sondern um die Begegnung zwischen Kunde und Unternehmen menschengerecht zu gestalten. Grundlage unserer Praxis sind evolutionspsychologische Ansätze, die ich 2006 im Gabler-Verlag veröffentlicht habe.“

Hans-Jürgen Beck: „Ja, Herr Pauli. Sie sehen, dass die Zusammenführung des innovativen Beratungs-Know-hows des Change-Support-Teams mit der unternehmerischen Erfahrung des TUI-Konzerns besondere Möglichkeiten bietet, die wir selbst tagtäglich kreativ umsetzen. Und nun werden wir Unternehmen aller Branchen gemeinsam dabei unterstützen, von dieser Verbindung zu profitieren.“

Knut S. Pauli: „Nun, das hört sich nach einer sehr praxisnahen Beratung an. Vielen Dank Ihnen beiden für das interessante kleine Gespräch – und viel Erfolg bei Ihrer gemeinsamen Arbeit.“

Knut S. Pauli schrieb als Wirtschaftsredakteur und verantwortlicher Ressortleiter bei den Großverlagen Handelsblatt, Gruner & Jahr und Burda und ist Autor mehrerer Fachbücher. Als Referent und Moderator wirkte er bei Hunderten von Wirtschaftstagungen mit. Seit 1993 ist der Gründer und Geschäftsführer der ADVISA Wirtschaftskommunikation GmbH als Unternehmensberater tätig. Im Marketing und bei der Medienarbeit betreut ADVISA viele namhafte Kunden. Herr Pauli ist erreichbar über pauli@pr-advisa.de.