

Die Branche aufwerten:
Wilhelms Alms und
Hans-Jörg Schmidt-Trenz
stellen den Hamburg
Consulting Club vor



Foto: Michel

HAMBURGER CONSULTING CLUB

DER BERATER-TÜV

Das richtige Beratungsangebot zu finden ist schwer. Als Gütesiegel der Branche will der Hamburger Consulting Club (HCC) Kunden und Beratern künftig dabei helfen, Qualität und Transparenz zu sichern.

Mit mehr als 6 000 Beratungsgesellschaften und Einzelberatern ist Hamburg eine Hochburg der Unternehmensberatung. Zwar wirkt sich der rege Wettbewerb positiv auf Preis und Qualität der angebotenen Leistungen aus, bringt aber auch negative Begleiterscheinungen mit sich.

Besonders kleine und mittelständische Unternehmen haben es schwer, im Dienstleister-Dschungel den optimalen Anbieter zu finden. Auch den Verbänden, den Banken und der Handelskammer Hamburg fehlten lange Zeit objektive Qualitätskriterien, an denen sie sich hätten orientieren können. Diese Lücke nutzten einige „schwarze Schafe“ aus und gefährdeten den guten Ruf der gesamten Branche.

Dagegen geht der seit September bestehende Hamburger Consulting Club (HCC) vor.

Zu den Mitgliedern gehören nicht nur Berater. Der Club legt Wert darauf, dass auch die Kunden von Unternehmensberatern dabei sind. Branchenkenner hatten den HCC ins Leben gerufen, unterstützt von der Handelskammer, die heute die Geschäftsführung inne hat.

Der Club hat Qualitätsstandards für Unternehmensberater definiert, die in einem transparenten und nachvollziehbaren Aufnahmeverfahren sorgfältig überprüft werden. Mitglied wird nur, wer diese Standards erfüllt. Der Clou: Nicht nur die Berater legen die Bedingungen fest, auch ihre Kunden sind fest in den Prozess der Aufstellung und Überprüfung der Kriterien eingebunden.

Die Vorteile für beide Seiten liegen auf der Hand: Wer als Kunde HCC-Mitglied ist, kann die Kriterien mitbestimmen, die einen Berater

auszeichnen sollen. Kundenmitglieder können den Club zudem als Wissensbörse und Anlaufstelle für alle Fragen zum Thema Unternehmensberatung nutzen. Er dient ihnen auch als Plattform, um sich mit Unternehmensberatern und anderen Kundenmitgliedern auszutauschen. Die Kundenmitgliedschaft ist kostenlos und kann jederzeit beim Vorstand beantragt werden.

Berater heben sich durch das HCC-Siegel von der Masse ab. Sie können Berufsgrundsätze, Qualitätsmaßstäbe und Standardinstrumente miterarbeiten und pflegen. Auch hier ist der Erfahrungsaustausch mit Kunden und Mitbewerbern ein wertvoller Wettbewerbsvorteil. Zudem können sie gemeinsame Interessen in der Öffentlichkeit vertreten.

Aufnahmebedingung ist ein dreistufiger Test: Der Kandidat muss nach einem Briefing

zuerst Unterlagen zu seinem Unternehmen einreichen. Stufe zwei ist ein Audit. Hier stellt der Anwärter sein Unternehmen vor. Themen des Audits sind das Firmenprofil, die Politik und Strategie des Hauses, die Mitarbeiter und Führung, die Unternehmensprozesse sowie die Projektmethodenkompetenz. Dazu kommt die Präsentation eines seiner Beratungsprojekte.

Wird er aufgenommen, darf der Berater mit dem Logo des HCC und dem Slogan „Mit Qualität und Transparenz zum Erfolg“ für sich und seine Firma werben. Der Jahresbeitrag liegt hier bei 500 Euro.

Der HCC plant bereits die nächsten Schritte für noch besseren Mitgliederservice, so soll beispielsweise eine Schiedsstelle eingerichtet werden. ■

Dirck Süß
Telefon 3613 8 276 · dirck.suess@hk24.de

@ INTERNET

Nähere Infos unter:
www.hk24.de,
Dokumenten-Nr. 28602