


Hidden Champions der Beratungsbranche vorgestellt: Dr. Frank Baumgärtner über TellSell Consulting GmbH

	Name:	Dr. Frank Baumgärtner
	Funktion:	Geschäftsführender Gesellschafter
	Organisation:	TellSell Consulting GmbH

Liebe Leserinnen und liebe Leser,

im Rahmen unserer Competence Site möchten wir Ihnen kompetenzführende Experten und Organisationen aus Forschung und Praxis vorstellen. Im Segment der Unternehmensberatung hat sich neben den Umsatz-Rankings (z.B. Lünen-donk-Liste) seit einigen Jahren die Studie von Professor Dietmar Fink zu den Hidden Champions der Beratung als ein Nachweis für Kompetenz etabliert.

Professor Fink hat auch dieses Jahr wieder ca. 250 Topmanager deutscher Unternehmen gebeten, ausgewählte Managementberater mittlerer Größe im Vergleich zu den Marktführern bzw. Champions McKinsey, Roland Berger und Boston Consulting Group zu bewerten. Es freut uns sehr, dass zwei unserer langjährigen Kompetenzpartner – j&m (unser Partner u.a. für die Themen Supply Chain Management und Logistik) und HORVÁTH & PARTNERS (unser Partner u.a. für Controlling und Strategie) – zu den Hidden Champions gehören.

Die Competence Site möchte nun im Rahmen unserer neuen Kompetenzbereiche Unternehmensberatung, Strategie, Einkauf und Vertrieb diese und weitere Hidden Champions der Beratung in einer kurzen Interview-Runde vorstellen.

In diesem Interview sprechen wir mit Dr. Frank Baumgärtner, geschäftsführender Gesellschafter der TellSell Consulting GmbH. Dr. Baumgärtner kommentiert dabei die Ergebnisse der Studie und stellt TellSell Consulting als Dienstleister und Arbeitgeber vor.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen Ihr

NetSkill-Team



Sehr geehrter Herr Dr. Baumgärtner,

Frageblock 1: TellSell Consulting als Hidden Champion 2009

Professor Fink – Professor der Betriebswirtschaftslehre, insb. Unternehmensberatung und -entwicklung an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg – hat auch 2009 ca. 250 Topmanager befragt und so jenseits der 3 umsatzführenden Champions (McKinsey, Roland Berger, Boston Consulting Group) zehn Beratungen als Hidden Champions ermittelt, die in ihren Kerngebieten kompetenzführend sind.

Auch Sie sind 2009 als einer der Hidden Champions ausgezeichnet worden. In welchen „Disziplinen“ konnten Sie überzeugen und was wertschätzen Topmanager nach dieser Studie besonders an TellSell Consulting?

Antwort:



Das Schöne an der Studie ist, dass wir nicht über uns selbst berichten müssen – sondern unsere Kunden geben ihre Eindrücke wieder. Dabei erreichte TellSell Consulting über alle Merkmale die beste Durchschnittsbewertung sämtlicher am deutschen Markt tätigen Unternehmensberatungen. TellSell Consulting wurde zum zweiten Mal in Folge als „Hidden Champion im Business-Development“ ausgezeichnet. In dieser Disziplin werden wir kompetenter wahrgenommen als die „etablierten“ Großberatungen. TellSell Consulting ist die führende marktbezogene Unternehmensberatung – nicht zuletzt weil wir auch in den Disziplinen Marketing und Vertrieb vor den etablierten großen Beratungsanbietern liegen. Die Auszeichnung ist ein Ergebnis unserer zwanzigjährigen konsequenten Spezialisierung darauf, für unsere Kunden Mehrumsätze und profitabele Wachstumssprünge zu generieren.

Die konkrete Projektarbeit unserer 50 Berater schätzen unsere Kunden besonders: Sowohl in der Kategorie „Umsetzungsfähigkeit“ als auch in den Disziplinen „Teamfähigkeit“ und „Kommunikationsfähigkeit“ haben wir unter allen Beratungen den ersten Platz erzielt. Speziell die Tatsache, dass wir auf Basis eines „risk and reward“-Ansatzes arbeiten, also dass wir uns am Erfolg messen lassen, honorieren unsere Kunden. Im Ergebnis führte dies TellSell Consulting im Ranking auch in der Kategorie „Preis-Leistungs-Verhältnis“ ganz vorn auf Platz 1.



Frageblock 2: Kompetenzpfad TellSell Consulting

Um im Benchmark mit den international führenden Unternehmensberatungen überzeugen zu können, muss man über Jahre „differenzierende“ Kompetenzen aufbauen, die die eigene Beratung und die eigenen Berater auszeichnen.

Können Sie uns die Historie von TellSell Consulting skizzieren? Welche Kompetenzen konnte TellSell Consulting auf seinem Weg als Unternehmen aufbauen und was zeichnet heute das Team bzw. die Berater von TellSell Consulting auch jenseits der genannten Erfolgsfaktoren der „Hidden Champions“-Studie aus?

Antwort:



Über 20 Jahre haben wir Know-how und „Do-how“, damit meine ich gangbare Wege zur Umsetzung von Erkenntnissen, zur Erschließung neuer Geschäfts-, Ertrags- und Umsatzpotenziale für unsere Kunden aufgebaut. Ein solches „Do-how“ war vor 20 Jahren die Einführung von effizienten, auf Database- und Telefonmarketing basierenden Vertriebs- und Serviceprozessen. TellSell Consulting war seinerzeit die erste Unternehmensberatung, die sich dieses Themas angenommen hat. TellSell Consulting baute auch den ersten großen CallCenter-Dienstleister Telcare (heute Sykes) mit auf. Inzwischen sind wir in Deutschland bei der Entwicklung und Etablierung telefonischer und multichannelfähiger Kundenschnittstellen führend. Mit der Gründung der Scout24-Gruppe haben wir vor zehn Jahren erneut bewiesen, dass aus PowerPoint-Folien marktführende Unternehmen entstehen können – Business Development zum Aufbau neuer Geschäftsfelder in reinster Form. Ebenso funktionierte der Aufbau mehrerer Dienstleister zur Beschäftigung von Tausenden überzähliger Mitarbeiter sowie der GoEco Cleantech AG, die sich mit dem Handel von Co₂-Zertifikaten beschäftigt. Zudem eröffnen wir Unternehmen mit Hilfe einer 2009 vereinbarten Beteiligung an der ÖPP Beteiligungsgesellschaft neue Business-Chancen im PPP-Umfeld – im In- und Ausland. Business Development setzen wir auch in bestehenden Märkten ein. Hier erobern wir mit unseren Kunden Consumer-Massenmärkte und gewinnen Großaufträge im Wert von mehreren hundert Millionen Euro im Business-to-Business-Segment. Aber auch das Gewinnen neuer Partner – wir führen Merger & Akquisitions- sowie Partnering-Strategien zum Erfolg – oder die Identifikation neuer Themen – wir erkennen relevante



Markt- und Kundentrends und leiten daraus für unsere Kunden strategische Wachstums-Road-Maps ab – gehören zu den klassischen Aufgaben, die TellSell Consulting mit seinen Kunden erarbeitet.

Die interessantesten Herausforderungen ergeben sich, wenn wir Spielregeln neu setzen und dadurch innovative Geschäftsmodelle entstehen. Hier differenzieren wir uns von den Wettbewerbern vor allem dadurch, dass wir nicht nur PowerPoint-Folien abgeben, sondern gemeinsam mit unseren Kunden die neuen Wege auch selbst gehen und dabei unternehmerisch aktiv werden. Um so etwas überzeugend zu meistern, müssen unsere Berater sich als beratende Unternehmer verstehen: Sie denken und handeln, als ginge es um ihr eigenes Kapital. Und sie beraten den Kunden unabhängig von eigenen Cross-Selling-Interessen oder nachgelagerten IT- und Service-Angeboten. Diese Fokussierung generiert Erfolgsorientierung: Wir lassen uns an unseren Ergebnissen messen; damit haben wir teil an den Erfolgen unserer Kunden und tragen auch ihre Risiken mit – in jeder Wirtschaftslage.

Unserem Beirat gehörte bis zu seinem Amtsantritt als Außenminister Dr. Guido Westerwelle an, aktuell sind darin Prof. Dr. Rainer Zimmermann (Ex-Senior-Partner der Kommunikationsgruppe Pleon Europe), Dr. Manfred Krüper (Ex-E.ON-Personalvorstand), Prof. Dr. Heinz Klinkhammer (Ex-DTAG-Personalvorstand) und Dr.h.c. Jürgen Koppelin (Stellvertretender Vorsitzender der FDP-Bundestagsfraktion) vertreten und seit 2007 haben wir auch eine Beteiligung der Mountain Super Angel AG. Neben einem internationalen Netzwerk verfügen unsere Berater über langjährige Berufserfahrung und umfangreiches Umsetzungswissen. Als ehemaliges Mitglied der Beisheim Holding wissen wir, was Pragmatismus und Umsetzungswille bedeuten. Wir hören zu, befassen uns nur so lange wie nötig mit der Theorie und begleiten unsere Kunden dann praxiserfahren und umsetzungsstark bis an ihr Ziel.

Frageblock 3: TellSell Consulting als Dienstleister

Neben Ihrer Auszeichnung, ein „Hidden Champion der Beratung“ zu sein, interessieren potenzielle Kunden bzw. Kooperationspartner konkrete Projekte und Erfahrungen, die zu den eigenen aktuellen Problemstellungen „passen“.

Können Sie für uns „typische“ Projekte von TellSell Consulting skizzieren? Wer sind Ihre Kunden? Was sind wichtige Beratungsthemen bzw. Beratungsaufgaben, gerade auch aktuell im Umfeld der Finanz-/Wirtschafts-Krise? Was ist Ihre Rolle im Projekt und welche Aufgaben übernehmen andere Partner, z.B. Ihre Kunden selbst? Welchen Schwierigkeiten begegnen Sie und wie sehen Lösungen aus? Welche Erfolge können / konnten Sie realisieren?

Antwort:



Zunächst zu unseren Kunden. TellSell Consulting arbeitet sowohl für große Konzerne, als auch für größere mittelständische Unternehmen. Als Spezialanbieter gehören Unternehmen in allen maßgeblichen Branchen zu unseren Kunden – und das schafft erhebliche Synergieeffekte. Denn neben Branchenexperten ziehen wir in Projekten auch immer Spezialisten aus anderen Branchen hinzu, um Themen von einer Branche in die andere zu „exportieren“. Der berühmte Blick über den Tellerrand hinaus ist bei uns Alltag.

Im Zuge der Finanzkrise rücken zurzeit Ertragssteigerungsprojekte in den Vordergrund. Wir helfen Unternehmen, durch mehr Effizienz in Marketing und Vertrieb größere Erträge zu realisieren. Unternehmen mit großem Kundstamm – Versicherungen, Telekommunikationsunternehmen, Energieversorger sowie Unternehmen aus dem Bereich Postal Services – stehen vor der Herausforderung, ihr Kundenmanagement ständig dem wachsenden Wettbewerbsdruck anzupassen. Bestandskunden-Management (inklusive Kündigungsvermeidung) und Strategien zur wirtschaftlichen Neukundengewinnung (inklusive Kundensegmentierung) sind hier ebenso gefragt wie kurzfristige Programme zur Erhöhung der Vertriebseffizienz oder zur Optimierung des Kundenservices.

Vertriebsstrategien müssen sich den verändernden Kundenwünschen permanent anpassen. Multikanalmanagement sowie die Nutzung der neuen Kanäle, die durch das Web 2.0 entstehen, sind derzeit zentrale Themen im Vertrieb.



Gleichzeitig sind wir für viele unserer Kunden auf der Suche nach neuen Geschäftschancen durch systematisches Business Development. Hierbei führen wir sie nicht nur durch einen moderierten Prozess des Innovationsmanagements, sondern begleiten sie auch bei der Umsetzung neuer Geschäftsmodelle sowohl innerhalb der eigenen Organisation als auch bei der Gewinnung von Pilotkunden für neue Produkte oder Dienstleistungen. Mit unserem integrierten Marketingmanagement erkennen und entwickeln wir neue Marktchancen und tragen dadurch deutlich zu einer besseren Marketing Excellence bei. Und die ewige Frage nach der Wirkung des Marketings beantworten wir mit unserem Marketing Controlling Ansatz, der alle marktgerichteten Aktivitäten des Unternehmens messbar macht.

Aber wir merken auch, dass innovative und Business-Development-Themen wieder stärker in den Vordergrund rücken. Ein wenig Mut vorausgesetzt, ist die Zeit heute günstiger denn je, um ins Ausland zu expandieren, neue Services zu etablieren oder neue Geschäftsfelder aufzubauen. Allein in Bezug auf den Klimaschutz oder neue Potenziale in Asien und Afrika gibt es hier enorme Chancen. Wir arbeiten für Unternehmen, die JETZT expandieren wollen – JETZT, solange ihre Wettbewerber noch über die Auswirkungen der Finanzkrise lamentieren.

Und zur letzten Frage nach meiner persönlichen Rolle: Bei uns sind alle Partner operativ an den Projekten beteiligt. Dass jemand nur kommt, präsentiert und dann – wie in vielen Großberatungen – nie mehr gesehen wird, das gibt es bei uns nicht.



Frageblock 4: TellSell Consulting als Arbeitgeber

Top-Absolventen, die Berater werden möchten, beschränken sich bei der Auswahl ihrer potenziellen Arbeitgeber häufig auf die „Champions“ der Branche.

Was spricht Ihrer Meinung nach dafür, auch TellSell Consulting als möglichen Arbeitgeber zu berücksichtigen? Was wünschen Sie sich von möglichen zukünftigen Kollegen? Was zeichnet also den idealen Bewerber aus?

Antwort:



Alle Bewerber, die zusammen mit unseren Kunden innovative Projekte, also Projekte, die einen unternehmerischen Spirit verlangen, umsetzen wollen, sind bei TellSell Consulting richtig.

Wir sind führend in dem, was wir tun. Wir wollen die besten Business-Development-/Marketing- und Vertriebs-Experten an uns binden und junge Kollegen als solche ausbilden. Wir führen herausfordernde Projekte renommierter Unternehmen zum Erfolg. Dabei zählt das Engagement jedes Einzelnen. Deshalb trägt jeder von Anfang an Verantwortung. Eingebunden in ein Team ausgewiesener Experten gehen auch junge Kollegen immer wieder neue Wege. Unsere heute über 50 umsetzungsstarken Experten verfügen durchschnittlich über zehn Jahre Praxiserfahrung. Verstärkung ist willkommen!

Damit neue Kollegen unsere Klienten stets bestens beraten und begeistern, bieten wir ihnen vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten. Mit Blick auf ihre Performance und ihr Potenzial besprechen wir regelmäßig, wie sie noch besser werden können. Geeignete Programme bieten wir über die TC University an, die wir mit der European Business School und anderen renommierten Instituten gegründet haben.

Mit den Kompetenzen unserer Mitarbeiter wachsen auch deren Freiräume und Gestaltungsmöglichkeiten. In unserer flachen Hierarchie können sie dabei eine steile Karriere machen. Der Weg nach oben ist bei uns jedoch nicht nur kurz, sondern auch vielseitig und spannend.

Neben attraktiven Entwicklungsmöglichkeiten und Karrierewegen bieten wir eine offene und lebendige Kultur und eine leistungsorientierte Vergütung, die sich sehen lassen kann. Vor allem haben unsere Mitarbeiter die Chance, mehr zu bewegen.



Frageblock 5: Zukunftspläne

Die obligatorischen Fragen zum Schluss:

Was sind Ihre Pläne für die Zukunft, insbesondere für das kommende Jahr?

Wie können Unternehmen und Absolventen, die dabei potenziell mit Ihnen zusammenarbeiten möchten, mit Ihnen in Kontakt treten?

Antwort:



Wir wollen unseren einmal eingeschlagenen Weg weitergehen, wollen uns als Deutschlands führende Beratung für marktbezogene Dienstleistungen verteidigen und weiter wachsen. Wir werden unser Netzwerk – in die Wirtschaft ebenso wie in die Politik und die Wissenschaft – weiter ausbauen. Neben unseren Büros in Frankfurt am Main, Zug (Schweiz), Wien (Österreich) und Peking (China) wollen wir sukzessive weitere Büros aufbauen, auch um unternehmerisch orientierten Beratern die Chance zu geben, sich zu verwirklichen. So eröffnen wir gerade ein Büro in Berlin, um die Schnittstelle Politik / Wirtschaft besser und zielgerichteter bedienen zu können. Mit neuen Partnern wollen wir unser erfolgreiches Geschäftsmodell skalieren und – in absehbarer Zeit – weiter internationalisieren. Wer Kontakt mit uns aufnehmen will: Einfach anrufen oder eine eMail schicken: fb@tellsell.de; Mobil 0172-6113115 oder 069-238520-10. Das sind meine Koordinaten.

Wir wollen die Nummer EINS sein und die Nummer EINS bleiben.

Vielen Dank für das Interview.