

TOP

RHEIN-MAIN

FRANKFURT

Sommer 2011 · 7€

*Das regionale Lifestyle-Magazin
für Frankfurt Rhein-Main*

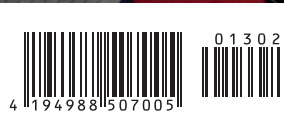


10
JAHRE

Showtime

Jubiläumsausgabe

Sonya Kraus



WWW.TOP-FRANKFURT.DE



DER RICHTIGE HEBEL ZUM ERFOLG

Ein tolles Produkt oder eine einzigartige Dienstleistung, ein Pool erstklassiger Mitarbeiter, langjährige Branchenerfahrung, hohes Renommee. Was sollte dem Erfolg eines Unternehmens, das solche Attribute aufweist, im Weg stehen? „Es gilt die versteckten Wachstumsbarrieren bei Unternehmen zu identifizieren. Sie können in der Organisation oder den Prozessen liegen oder einfach nicht identifizierte Chancen sein“, weiß **Bernd Altpeter**, Gründer und Managing Director von **Driving Growth International**. Er erklärte uns, wie seine Unternehmensberatung die unterschiedlichsten unternehmerischen Herausforderungen stemmt, um Wachstumschancen zu identifizieren, zu finanzieren und nachhaltig zu implementieren.

Airlines, Finanzdienstleister, Pharmaunternehmen, Handelsketten, – führende internationale Unternehmen aus unterschiedlichsten Branchen vertrauen den Leistungen von Driving Growth. „Dabei sind nicht nur die Firmen sehr unterschiedlich“, erklärt Bernd Altpeter. „Auch die Hebel, die betätigt werden müssen, um die jeweiligen Unternehmen auf Wachstumskurs zu bringen, sind ganz individuell. Darin liegt unsere Stärke: Unsere Dienstleistungsphilosophie ist auf die unternehmerischen Herausforderungen unserer Kunden ausgerichtet. Dazu gehört, dass wir uns intensiv mit ihnen und ihren Zielen auseinandersetzen. Auf partnerschaftlicher Ebene.“ Dafür werden die Kunden umfassend und direkt vor Ort

betreut – sowohl in Deutschland als auch in Europa und in den Vereinigten Arabischen Emiraten. Neben Frankfurt ist Driving Growth International mit eigenen Büros in London, Dubai und San Francisco vertreten. Strategisch wichtige Standorte wie Paris und Prag sind über Kooperationen abgedeckt.

Vier Business-Units für nachhaltiges Wachstum

Probleme oder Stagnationen in Unternehmen, seien es mittelständische Betriebe oder multinationale Konzerne, können sehr unterschiedliche Ursachen haben. Laufen Prozesse wirklich optimal und kosteneffizient? Stimmen Marketing und Vertrieb? Ist die Ziel-

„Neben einem präzisen Kunden- und Marktverständnis verfügen wir über vielfach bewährte Instrumentarien und Applikationen, die sich in Kundenorganisationen leicht institutionalisieren lassen.“

gruppe wirklich exakt definiert? „Um diese Fragen zu beantworten, muss eine eingehende Analyse erfolgen. Doch mit dem Erkennen der Schwachstellen ist es natürlich nicht getan: Um nachhaltig ertrags- und wachstumsfördernde Lösungen anbieten zu können, müssen Berater auch das nötige Know-how für die Umsetzung der entwickelten Strategien mitbringen. Aus diesem Grund arbeiten wir in verschiedenen Business-Units, die verschiedene Beratungsleistungen erbringen.“ So geht es in der Unit „Driving Profit“ um Fragen der Kosten- und Prozessoptimierung, „Driving Growth“ entwickelt Marketing- und Vertriebsstrategien, „Driving Insight“ betreibt strategische Marktforschung und „Driving Excellence“ entwickelt Excellence- und Change-Programme. „Diese Einteilung der Fachbereiche bedeutet natürlich nicht, dass die verschiedenen Ansätze nicht ineinandergreifen würden“, erläutert Bernd Altpeter, „meist sind es multiple Faktoren, die das Wachstum eines Unternehmens verhindern. Wichtig ist hier, dass die Kompetenzen der Mitarbeiter das Ineinandergreifen der verschiedenen Faktoren ermitteln und die nötigen Schritte auch verständlich und nachhaltig in den Kundenorganisationen verankern.“

wollen wir die Erkenntnisse, die wir sammeln, gemeinsam mit dem Kunden erarbeiten, ihn am Entstehungsprozess von Strategien und Konzepten partizipieren lassen, mit einem Wort: ihm ein Business Partner sein.“ Dazu gehört, dass die Mitarbeiter von Driving Growth, zurzeit 35 in Deutschland, nicht einfach nur Zahlen und Marktforschungsergebnisse auswerten. „Unsere Berater sind selbst Frager: Wir hinterfragen auch Antworten, gehen in den Unternehmen und bei den Kunden in die Tiefe und wollen genau wissen, warum etwas auf diese oder jene Art bewertet wird.“ Nur auf diese Weise, so Bernd Altpeter abschließend, ließe sich vermeiden, dass ein Unternehmen nach der Beratung wieder in alte Muster ver falle. „Wir geben praktische Empfehlungen, die mit ihrer hohen Umsetzbarkeit nachweisbare Wirkung auf das Erreichen der unternehmerischen Ziele haben. Dafür stellen wir ein umfassendes Spektrum an Erfahrungen, Methoden und Leistungsangeboten bereit. Und natürlich unser größtmögliches Engagement für die individuellen Bedürfnisse eines jeden Kunden.“ ■

www.driving-growth.com

Die richtigen Fragen sind der Schlüssel zum Erfolg

„Unser Wissen lässt sich einfach in den Kundenorganisationen verankern. Ein Berater hat nur einen guten Job gemacht, wenn das Unternehmen die Projektergebnisse auch fortführt. Dabei sind wir erst zufrieden, wenn die erkannten Veränderungsnotwendigkeiten nachhaltig in profitables Unternehmenswachstum umgesetzt sind.“ Und dafür, so gibt Bernd Altpeter noch einmal zu bedenken, sei vor allem der partnerschaftliche Umgang mit dem Kunden einer der wichtigsten Hebel: „Unser Verständnis von Beratung ist nicht etwa so geartet, dass wir Unternehmen, die beispielsweise ineffizient arbeiten, einfach eine Strategie zur Kostensenkung oktroyieren. Vielmehr

