

Horváth & Partners beim Wettbewerb „Best of Consulting 2015“ zweifach prämiert

Beraterpreis der WirtschaftsWoche für exzellente Projekte auf den Gebieten Strategie sowie Vertrieb belegt Expertise für Unternehmenssteuerung - sowohl auf Gesamtunternehmensebene als auch in den einzelnen Funktionsbereichen / Horváth & Partners wurde beim Beraterpreis „Best of Consulting 2015“ des Magazins WirtschaftsWoche erneut für seine exzellente Projektarbeit ausgezeichnet und gehört damit auch in diesem Jahr zu den besten Managementberatungen Deutschlands.

In der Kategorie „Wettbewerbsstrategie“ errangen die Consultants mit einem Projekt beim westfälischen Hersteller elektrotechnischer Verbindungstechnik Phoenix Contact den begehrten Preis. In der Kategorie „Marketing & Vertrieb“ standen sie mit einem Projekt beim schwäbischen Hersteller von Fenster- und Türtechnologie Roto auf dem Siegertreppchen. Dies sind bereits die Auszeichnungen Nummer sechs und sieben in dem seit 2010 bestehenden Wettbewerb. Das Beratungshaus darf nun für ein weiteres Jahr das Gütesiegel "Best of Consulting Project Excellence" führen.

Die Preisverleihung fand am 27. Oktober 2015 in Düsseldorf statt. Erst vor wenigen Tagen erhielten die Consultants das Qualitätssiegel „Hidden Champion“ der Wissenschaftlichen Gesellschaft für Management und Beratung für die höchste Expertise im Themengebiet Controlling & Finanzen. „Die aktuellen Prämierungen sind ein weiterer Beleg dafür, dass wir unsere Kompetenz für Steuerung in allen Unternehmensfunktionen äußerst nutzbringend einbringen können - von der Strategie bis zur Umsetzung in Planungs- und Berichtssystemen. Das macht uns einzigartig“, betont Dr. Oliver Greiner, Partner und Leiter des Competence Centers Strategy, Innovation & Sales bei Horváth & Partners, der die Best-of-Consulting-Auszeichnung gemeinsam mit seinem Kollegen Thorsten Lips im Namen des Unternehmens entgegennahm. In beiden Kategorien waren die Consultants bereits in den Jahren 2010 und 2012 unter den Siegern.

Informationen zu den prämierten Projekten:

Weiterentwicklung des Geschäftsmodells und des Strategieprozesses bei Phoenix Contact

Phoenix Contact – gegründet 1923 – mit Stammsitz in Blomberg (Nordrhein-Westfalen) ist einer der Marktführer und Innovationsträger in der Elektrotechnik. Das Familienunternehmen beschäftigt mehr als 14.000 Mitarbeiter. Die zunehmende Größe erforderte eine Anpassung des Strategieprozesses, um die langfristige Ausrichtung des Unternehmens sicherzustellen sowie die Konsistenz der Strategien der einzelnen Unternehmenseinheiten zu gewährleisten. Die Strategie von Phoenix Contact und seiner Marktsegmente wurde überdacht, konkretisiert und so dokumentiert, dass sie als konkrete Handlungsanweisung für die betroffenen Führungsebenen dient. Erfolgsentscheidend war, den Strategieprozess so zu gestalten, dass auf den einzelnen Unternehmensebenen in vergleichbarer Logik gearbeitet werden kann. Durch die Verbindung der Geschäftsmodellkonkretisierung mit der Ableitung klarer Ziele und Maßnahmen ist ein Instrumenten-Set entstanden, das eine professionelle Strategiesteuerung ermöglicht. In der Folge konnte Phoenix Contact seine Position als weltweiter Marktführer für Komponenten, Systeme und Lösungen im Bereich der Elektrotechnik, Elektronik und Automation weiter festigen und ein Wachstum deutlich über Branchendurchschnitt realisieren.

Frank Stührenberg, Geschäftsführer Vertrieb und CEO von Phoenix Contact, zeigt sich hochzufrieden mit der Durchführung und den Ergebnissen des Projekts: „Horváth & Partners ist es gelungen, sich auf unsere Bedürfnisse als global agierendes Familienunternehmen einzulassen

und bei der Erarbeitung des neuen Strategieprozesses als auch der strategischen Inhalte ein wichtiger Partner zu sein.“

Mehr Wachstum und Profitabilität durch konsequente Orientierung am Kundennutzen bei Roto

Roto ist ein global tätiger Mittelständler mit etwa 4.000 Mitarbeitern. Das Unternehmen ist weltweit mit über 40 eigenen Vertriebsniederlassungen sowie zusätzlichen Vertriebspartnern tätig und gliedert sich in die Divisionen Fenster- und Türtechnologie (FTT) sowie Dach- und Solartechnologie (DST). Im Bereich Dachfenster ähnelt der Wettbewerb dem Kampf David gegen Goliath. Man steht einem vielfach größeren, international aufgestellten Wettbewerber gegenüber, der in den wichtigsten Märkten regelmäßig mehr als 60 bis 70 Prozent Marktanteil hält. Die Frage war daher: Wie kann es gelingen, sich gegenüber einem so deutlich größeren Wettbewerber zu behaupten und zusätzliches profitables Wachstum realisieren? Die Antwort: Über die konsequente Ausrichtung des gesamten Unternehmens am Kundennutzen, angefangen von den Kernprozessen über die Organisation der Teams und die Einbeziehung der Kunden bei Neuproduktentwicklungen bis hin zur einheitlichen Hervorhebung der kaufentscheidenden Kriterien in der gesamten Kommunikation zum Kunden. Produktionsplanung und -steuerung richten sich ebenfalls an den Kundenanforderungen aus. Damit wird gleichzeitig Verschwendung reduziert, da Abstimmungen zwischen Funktionsbereichen entfallen. Und es entsteht mehr Geschwindigkeit in Richtung Markt.

Christoph Hugenberg, Vorstand Roto Dach- und Solartechnologie fasst den Projektnutzen zusammen: „Auf Basis unserer konsequent verfolgten Kundennutzenorientierung sind wir in der Lage, in unseren Fokusmärkten profitabel zu wachsen und Marktanteile zu gewinnen. Kundennutzen ist die Basis sämtlichen Handelns und gilt für alle Bereiche im Unternehmen als oberste Maxime. Dies ermöglicht es uns, uns zu fokussieren, mehr Klarheit in der Ausrichtung nach außen zu erreichen und höhere Preise zu realisieren.“

Der „Best of Consulting“ Wettbewerb

Die WirtschaftsWoche ermittelt mit dem Wettbewerb „Best of Consulting“ die besten Unternehmensberatungen Deutschlands in den drei Kategorien Markenstärke, Wertsteigerung durch die Beratung sowie Projekterfolg. Mittels eines Fragebogens, der an rund 1.500 Entscheider in großen deutschen Unternehmen versendet wurde, werden die Markenstärke und Wertsteigerung der Beratungen ermittelt. Die dritte Kategorie „Project Excellence“ wird in einem offenen Wettbewerb ausgetragen. Dieser umfasst neben einer quantitativen Analyse auch eine qualitative Analyse der konkreten Kundenprojekte durch die Jury und einen wissenschaftlichen Fachbeirat. Hierfür müssen die teilnehmenden Unternehmensberatungen eine umfangreiche Projektdokumentation einreichen.

Pressekontakt:

Oliver Weber
Telefon: 0711 / 66919 - 3301
E-Mail: oweber@horvath-partners.com

Unternehmen

Horváth & Partner GmbH
Königstraße 5
70173 Stuttgart

Internet: www.horvath-partners.com