

Leitfaden zur

Erstellung einer Projektbeschreibung für den Unternehmensberater CMC bzw. Unternehmensberater CMC/BDU

© Jana Wendlandt und Rémi Redley

Inhaltsverzeichnis		Seite
1.	Allgemeines zum Kunden	2
2.	Projektteam / Rolle	2
3.	Aufgabenstellung	3
4.	Ziel der Beratung	3
5.	Vorgehensweise	3
6.	Herausforderungen	3
7.	Ergebnisse	3
8.	Kundennutzen	3
	Muster für den Fall einer Finanzplanung	Anlage 1
	Muster für eine Detailkonzeption und Realisierung einer Vertriebsstrategie	Anlage 2

Die Titelvergabe CMC erfolgt für Deutschland durch das IdU

IdU
Institut der
Unternehmensberater
GmbH

Joseph-Schumpeter-Allee 29
53227 Bonn

T +49 (0)228 9161-0
F +49 (0)228 9161-26

HR Bonn 19993

Geschäftsführer
Christoph Weyrather

info@idu.eu
www.idu.eu

Die Projektbeschreibung ist ein wichtiger Bestandteil des Prüfungsverfahrens für Unternehmensberater CMC bzw. Unternehmensberater CMC/BDU. Mit der Projektbeschreibung soll folgendes transparent dargestellt werden:

- Art der Beratung, Branche, Unternehmensgröße, Zeitraum / Dauer, Projektaufwand, Honorar-Volumen
- Projektteam / Rolle im Projekt / Rolle des Antragstellers
- Aufgabenstellung
- Ziel der Beratung
- Vorgehensweise
- Herausforderungen in dem Projekt
- Ergebnisse
- Darstellung Kundennutzen

Die Projektbeschreibung sollte nach Möglichkeit nicht länger als 2 DIN A4 Seiten sein.

Projektbeschreibung-Nr. 1 Die Beratungs-Projektbeschreibungen sind von 1 – 3 zu nummerieren!

1. Allgemeines zum Kunden

Art der Beratung:	Art des Projektes (Restrukturierung, IT, Sanierung, Organisation etc.)
Branche:	Welche Branche wurde beraten?
Unternehmensgröße:	Unternehmensgröße des Kunden nach Umsatz
Zeitraum / Dauer:	Wann wurde das Projekt durchgeführt? / Dauer des Projektes
Projektaufwand:	Anzahl der aufgewendeten Beratungstage (à 8 Std.)
Honorar-Volumen:	Volumen des Projektes in Euro (Pauschal-, Erfolgs-, variables Aufwandshonorar etc.)
Adresse des Kunden	Name des Ansprechpartners und eMail-Adresse/Telefondurchwahl zwecks Referenzeinholung durch das IdU

2. Projektteam / Rolle

Unter diesem Punkt soll kurz die Zusammensetzung des Teams dargestellt werden.

- Wie setzte sich das Projektteam zusammen? – Wer gehört zum Beratungsteam von der Beraterseite (Qualifikation) und von der Kundenseite (anteilige Aufteilung)?
- Welche Rolle nahmen die Berater während des Projektes ein (Experte, Promotor, Prozessberater (Coach), neutraler Dritter etc.)?
- Wer war Projektleiter?
- Welche Qualifikation hatten Sie persönlich in dem Projekt (z. B. Consultant, Projektleiter, Seniorberater etc.)?
- War die Hinzuziehung von weiteren Spezialisten notwendig, unter welchen Umständen?

3. Aufgabenstellung

Kurze Beschreibung der Aufgabenstellung des Projektes, ggf. kurze Schilderung der Ausgangslage.

4. Ziel der Beratung

Kurze Beschreibung, was durch die Beratung erreicht wurde (die Ergebnisse und das Ziel der Beratung).

5. Vorgehensweise

Beschreibung der Vorgehensweise im Projekt (ggf. nach Phasen).

6. Herausforderungen

In vielen Projekten treten während der Bearbeitung Herausforderungen auf, die bei der Planung eventuell noch nicht abzusehen waren. Kurze Darstellung der aufgetretenen Herausforderungen und wie diese gelöst wurden.

7. Ergebnisse

Kurze Zusammenfassung der Ergebnisse des Projektes. Was erreicht wurde und was ggf. nicht.

8. Kundennutzen

Jedes Projekt soll dem Kunden Nutzen stiften. Kurze Darstellung welchen Nutzen der Kunde aus dem Projekt erfahren hat.

Anlagen:

Anlage 1: Muster für den Fall einer Finanzplanung

Anlage 2: Muster für eine Detailkonzeption und Realisierung einer Vertriebsstrategie

Projektbeschreibung (Unternehmensberater CMC bzw. Unternehmensberater CMC/BDU)

Projektbeschreibung Nr. 1 (Muster 1)

1. Allgemeines zum Kunden

Art der Beratung:	Finanzplanung
Branche:	Dienstleistungen für Unternehmen
Unternehmensgröße:	€ 8 – 10 Mio. Umsatz
Zeitraum / Dauer:	IV/2012 / 3 Wochen
Projektaufwand:	21,5 Manntage
Honorar-Volumen:	€ 25.000,-
Adresse:	Firma Muster und Muster GmbH Beispielallee 14 012345 Testdorf
Ansprechpartner:	Martha Muster martha.muster@musterundmuster.de +40 (0)2222 212121

2. Projektteam / Rolle

Projektteam Berater:	ein Senior- und ein Juniorberater
Projektteam Kunde:	–
Rolle der Berater:	Experte und Promotor
Projektleiter:	Der Antragsteller
Qualifikation Antragsteller:	Seniorberater und Projektleiter
Weitere Spezialisten:	Steuerberater der einzelnen Gesellschaften

3. Aufgabenstellung

Drei auf dem Markt befindliche Unternehmen wollen im Jahr 2012 zu einem Unternehmen fusionieren. Um den insgesamt 23 Gesellschaftern die finanzielle Auswirkung einer Fusion darzulegen, wurde eine Finanzplanung benötigt, mit deren Hilfe der Entschluss für oder gegen die Fusion gefasst werden kann.

Die Aufgabe dieses Projektes bestand in der Erarbeitung einer ersten Finanzplanung für die zukünftig fusionierte Gesellschaft. Die Finanzplanung soll die prognostizierende Entwicklung von Aktiva und Passiva sowie Gewinn- und Verlustrechnung für die nächsten 3 bis 5 Jahre darstellen.

4. Ziel der Beratung

Ziel war es, den Gesellschaftern der einzelnen Gesellschaften eine transparente und nachvollziehbare Finanzplanung zu unterbreiten, welche die Grundlage für die Fusionsentscheidung darstellt.

5. Vorgehensweise

Bei der Beratung wurde wie folgt vorgegangen:

- Vorbereitung und Strukturierung
- Einzelbetrachtung der einzelnen Gesellschaften zum 31.12.2012 auf Bilanz- sowie GuV-Ebene, Umgliederung der Zahlen als Ausgangsbasis für die Planung
- Abstimmung, Klärung von Fragen, Identifizierung von bereits erkennbaren finanziellen Auswirkungen aufgrund von Veränderungen (ohne Feinabstimmung) in den nächsten Jahren für die einzelnen Gesellschaften
- Zusammenführung der 3 Gesellschaften auf Bilanz- sowie GuV-Ebene zum 02.01.2013
- Planung der Jahre 2013 – 2015
- Planung der Jahre 2016 – 2017 (Fortschreibung der Werte zur Sichtbarmachung der weiteren Entwicklung von Aktiva und Passiva)
- Besprechung, Abstimmung und Anpassung mit den Auftraggebern
- Erarbeitung Bericht, Kurzbericht und Präsentation
- Präsentation der Ergebnisse vor den Gesellschaftern

6. Herausforderungen

Die Herausforderungen in diesem Projekt lagen vor allem darin, dass nur ein sehr knapper Zeitraum für die Erstellung des Finanzplanes zur Verfügung stand. Dies wurde zum Teil noch durch die unzureichend zur Verfügung stehenden Ausgangsdaten erschwert. Dies hatte zur Folge, dass erheblich Nachfragen und Zusatzarbeiten zur Sicherstellung der Ausgangslage zum 31.12.2012 getätigt werden mussten.

7. Ergebnisse

In der Kürze der Zeit konnte bei der Finanzplanung der Veränderung der Personalentwicklung in der fusionierten Gesellschaft nicht genügend Aufmerksamkeit gewidmet werden. Durch Hinterfragen von bestimmten Sachverhalten konnten Unklarheiten identifiziert und Klärungen zugeführt werden (betraf alle 3 Gesellschaften).

8. Kundennutzen

- Vermeidung von im Nachhinein möglicherweise auftretenden Konfliktpotentialen
- Aussage über die Belastungsfähigkeit der Daten
- Neutrale Entscheidungsgrundlage

Projektbeschreibung Nr. 2 (Muster 2)

1. Allgemeines zum Kunden

Art der Beratung:	Detailkonzeption und Realisierung einer Vertriebsstrategie
Branche:	Pharmagroßhandel
Unternehmensgröße:	>€ 100 Mio. Umsatz
Zeitraum / Dauer:	III/2012 / 5 Monate
Projektaufwand:	350 Manntage
Honorar-Volumen:	€ 470.000,- ohne Reisekosten (variables Aufwandshonorar)
Adresse:	Firma Muster und Muster GmbH Beispielallee 14 012345 Testdorf
Ansprechpartner:	Martha Muster martha.muster@musterundmuster.de +40 (0)2222 212121

2. Projektteam / Rolle

Projektteam Berater:	1 Projektleiter, 1 Seniorberater, 3 Berater, 2 Beratungsassistenten
Projektteam Kunde:	4 Mitarbeiter (inkl. 1 Abteilungsleiter)
Rolle der Berater:	Konzeptersteller, Moderator, Mediator
Projektleiter:	Frau Sybille Beispiel, XY Unternehmensberatung GmbH
Qualifikation Antragsteller:	Seniorberater
Weitere Spezialisten:	–

3. Aufgabenstellung

Erstellung einer Grundstrategie für den Vertrieb in Detailkonzeption und Schaffung der für die Umsetzung erforderlichen Instrumente. Einstellung der Mitarbeiter auf die neue Strategie.

4. Ziel der Beratung

Das Ziel dieses Projektes ist es, durch eine neue Vertriebsstruktur noch schneller auf Kundenbedürfnisse eingehen zu können, um somit auf weitere Sicht die Marktanteile halten und vergrößern zu können.

5. Vorgehensweise

Bei der Beratung wurde wie folgt vorgegangen:

- Detaillierung der strategischen und operativen Vertriebsziele und Aufteilung des Projektes in mehrere Teil- bzw. Realisierungsprojekte
- Konsequente Einbeziehung der Fachexperten aus dem Betrieb
- Projektorientierte Steuerung und Überwachung der einzelnen Teilprojekte
- Steuerung der internen Projektkommunikation
- Steuerung des Gesamtprojektes
- Projektdokumentation
- Schiedsrichter bei Konflikten zwischen Teilprojekten
- Team-Workshop in der Außenorganisation zur Sicherstellung der Realisierung

6. Herausforderungen

Eine Änderung im Vorstand und eine erhöhte Unsicherheit in der Neubesetzung führten dazu, dass dieses Projekt nur mit zeitlicher Verzögerung zu Ende geführt werden konnte.

7. Ergebnisse

Die neue Vertriebsstrategie wurde eingeführt und wird auch von den Mitarbeitern getragen und gelebt. Die zur Umsetzung und zur Durchführung erforderlichen Instrumente wurden geschaffen und werden auch verwendet.

8. Kundennutzen

- Schwerpunkt lag auf der Umsetzung, keine realitätsferne Lösung
- Erheblicher Marktanteilsgewinn
- Vertrieb arbeitet professioneller