

Inhaltsverzeichnis

Teil A Ansätze zur grundsätzlichen Gestaltung der Zusammenarbeit zwischen Berater und Kunde.... 1

**Warum gibt es Berater? Warum gibt es nicht ausschließlich
Berater? 3**
Arnd Petmecky, Thomas Deelmann

**Verstehen – Verändern – Vertrauen: Strategieberatung als
Wirkungskreislauf 13**
David R. Dean

**Die Essenz des Erfolges – was wir von gehenden Robotern lernen
können..... 19**
Klaus Mattern, Gregor Vogelsang

**Quo vadis Inhouse Consulting? Strategische Erfolgsfaktoren
interner Unternehmensberatungen 25**
Alexander Büchenschütz, Kerstin Baumgart

Strategieberatung als unternehmerische Erfolgspartnerschaft..... 37
Franz-Josef Seidensticker

Teil B Bausteine der Zusammenarbeit entlang der Phasen des Projektlebenszyklus..... 45

**Innovationsführerschaft und Managementberatung – strategische
Partnerschaft als Basis gemeinsamen Erfolgs 47**
Heinz-Gerd Peters

**Die veränderten Aufgaben eines internationalen
Projektmanagements 55**
Martin Gutberlet

Der Einkauf als Intermediär zwischen Berater und Beratenem 65
Andrea Kraus

Einkauf Managementberaterleistungen in einem Großkonzern.....	77
Christian Roth	
Creative Strategies That Work!	87
Dirk Reiter, Felicitas Schneider	
Nachhaltige Nutzenstiftung entlang des Projektlebenszyklus	97
Martin Sonnenschein	
Kriterien für die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Berater und Kunde – Erfahrungsbericht aus der Einführung eines globalen Führungs- und Steuerungssystems für einen internationalen Konzern.....	107
Jürgen P. Czapan, Andreas Gentner, Dirk Weissenfeldt	
Einsatz von Unternehmensberatern bei Unternehmensübernahmen und -zusammenschlüssen.....	129
Rainer Schiweck	
Werte schaffen – das Ziel bestimmt den Weg	141
Stefan Heppelmann, Gerhard Nenning	
Creating Impact – Ansätze zur Erzielung nachhaltiger Ergebnisse bei Beratungsprojekten	153
Thomas Kipp	
Im Namen des Kunden	169
Dieter Lange, Torsten Tönnies	
Die sieben Todsünden von Großunternehmen beim Einsatz von Management Consultants – und was Sie tun müssen, um sie zu vermeiden!	175
Sandra Aengenheyster, Dirk Zimmermann	
Teil C (Aus-)Blick auf die Beratungsbranche	187
Machiavelli, McKinsey & Co. – eine kleine Geschichte der Managementberatung	189
Dietmar Fink	
Der Beratungsmarkt Deutschland.....	205
Thomas Lünendonk, Heinz Streicher	

Strategische Optionen für Berater und ihre Klienten	219
Sandra Niewiem, Ansgar Richter	
Strukturwandel in der Unternehmensberatung – vier Basistrends verändern die bisherigen Spielregeln des Beratungsmarktes.....	233
Christoph Kolbeck, Michael Mohe	
Optionenraum für Geschäftsmodell, Strategie, Aufbau- und Ablauforganisation einer Unternehmensberatung	245
Thomas Deelmann, Arnd Petmecky	
Autoren	257