

Consulting Analysemodelle - mit visuellen Ordnungsrahmen Kunden begeistern

Was haben BCG, McKinsey, und Bain & Company gemeinsam? Erstens zählen alle zu den [Top-Adressen](#) unter den Managementberatungen. Und zweitens haben sie eigens entwickelte Analysemodelle im Gepäck mittels derer sie seit Jahren Kunden zu Spitzentarifen beraten. Analysemodelle? Genau! Im Beitrag erfährst Du, weshalb [BCG Matrix](#), [7-S Framework](#) und Co. so eine immense Strahlkraft besitzen und wie auch Du von analytischen Modellen während der Kundenakquise und im Projektgeschäft profitieren kannst.

Grundidee

Was ist die **Grundidee** hinter einem Analysemodell? Gute Frage! Lass uns anhand von **drei Praxisfällen** den Sinn & Zweck eines **Analysemodells** beleuchten.

- **Situation 1 - Bedarfsanalyse:** Ein [potentieller Kunde](#) schildert den **Ist-Stand** und seine **Herausforderungen**. Sofort im ersten Gespräch willst Du Deine **Kompetenz** unter Beweis stellen und dem Interessenten helfen. Gute **Fragen** sind wichtig, definitiv. Aber wäre es nicht toll direkt nach dem ersten Termin mit einem konkreten **Ergebnis** aufzuwarten?
- **Situation 2 - Arbeitstreffen:** Mit Projektkollegen diskutierst Du ein **fachliches Problem**. Schnell werden Eure Diskussionen abstrakt, die Worte mehrdeutig. Ein **visueller Rahmen** würde Eurem Denken Struktur geben und für eine **gemeinsame Begriffsbasis** sorgen. Doch was jetzt genau auf dem Flipchart festhalten?
- **Situation 3 - Knowledge Day:** Als Senior Consultant fällt Dir die Aufgabe zu die frisch eingetroffenen Juniorberater mit zentralen **Problemlösetechniken** fit zu machen. Als erfahrener Trainer weißt Du: [Präsentationsfolien](#) mit Spiegelstrichen bleiben nur selten im Kopf

hängen. Ein **visueller Erklärrahmen** wäre besser. Doch woher so schnell nehmen?

Immer wieder geht es im Projektalltag darum, einen mehrschichtigen **Sachverhalt**, seine verschiedenen **Elemente**, **Eigenschaften** und **Beziehungen** genauer unter die Lupe zu nehmen. Praktisch hierfür sind Consulting Analysemodelle.

Begriffsklärung

Ein Consulting **Analysemodell**, auch **analytisches Modell**, **Diagnosemodell**, **diagnostisches Modell** oder **Analyserahmen**, ist eine eingängige Visualisierung. Die Graphik dient zur systematischen **Untersuchung und Diskussion** eines **momentanen bzw. zukünftigen Sachverhalts**.

Das Wort **Analyse** entstammt dem griechischen und steht für ‚Auflösung‘ bzw. ‚in die Bestandteile zerlegen‘. Gemäß [Herberts Stachowiak](#) besitzt ein **Modell** ein...

- **abbildendes Merkmal**, es **repräsentiert** ein bestehendes bzw. noch zu schaffendes natürliches bzw. künstliches **Original**.
- **verkürzendes Merkmal**, es konzentriert sich auf **ausgewählte Aspekte** und lässt andere durch Filterung oder Abstraktion weg.
- **pragmatisches Merkmal**, es erfüllt für eine **Zielgruppe** zu einem bestimmten Zeitpunkt einen spezifischen **Zweck**.

Typisch für Analysemodelle im Consulting sind **Matrizen mit vier Quadranten**. Diese spannen **zwei Dimensionen** auf in welchen Du **Elemente** wie Projekte, Produkte, Organisationseinheiten, IT-Systeme etc. verortest. Alternative diagnostische Rahmen sind ein **Fadenkreuz mit vier Feldern** oder ein **Mengendiagramm** mit **drei** (nicht mehr!) **überlappende Kreise** inklusive Schnittmengen.

Für mich bilden Analysemodelle die **Vorstufe zu den [Consulting Templates](#)**. Als **visuelles Hilfsmittel** vereinfachen sie den Dialog und das Verständnis, ohne dabei die Funktion einer Schablone, Vorlage oder Checkliste einzunehmen. Natürlich gestaltet sich die Praxis weder schwarz noch weiss. Daher: Die

Übergänge zwischen Modell und Template sind fließend.

Eigenschaften

Ob beim [Interview](#), [Workshop](#), [Jour Fixe](#) oder Solo-Arbeiten - Analysemodelle kannst Du **allein für Dich oder im Team** heranziehen. Neben einer **einprägsamen Bezeichnung** ist ein gutes **Analysemodell...**

- **...fokussiert.** Das Modell bringt die Schlüsselkonzepte, wesentliche Eigenschaften und Wechselwirkungen in einer Visualisierung auf den Punkt.
- **...kompakt.** Der Rahmen lässt sich einfach und schnell auf eine Folie, ein Flipchart bzw. eine DIN A4-Seite skizzieren.
- **...verständlich.** Das Modell ist nach wenigen Sekunden verständlich ohne dabei trivial zu wirken.
- **...anwendungsfallorientiert.** Das Hilfsmittel unterstützt die Analyse, Bewertung bzw. Diskussion eines Sachverhalts.
- **...anpassbar.** Seine Struktur und Inhalte lassen sich rasch auf die Sprache, Aufgabe und Kontextfaktoren des Kunden adaptieren.
- **...erprobt.** Das Modell wurde mindestens einmal in der Praxis zum Einsatz gebracht.

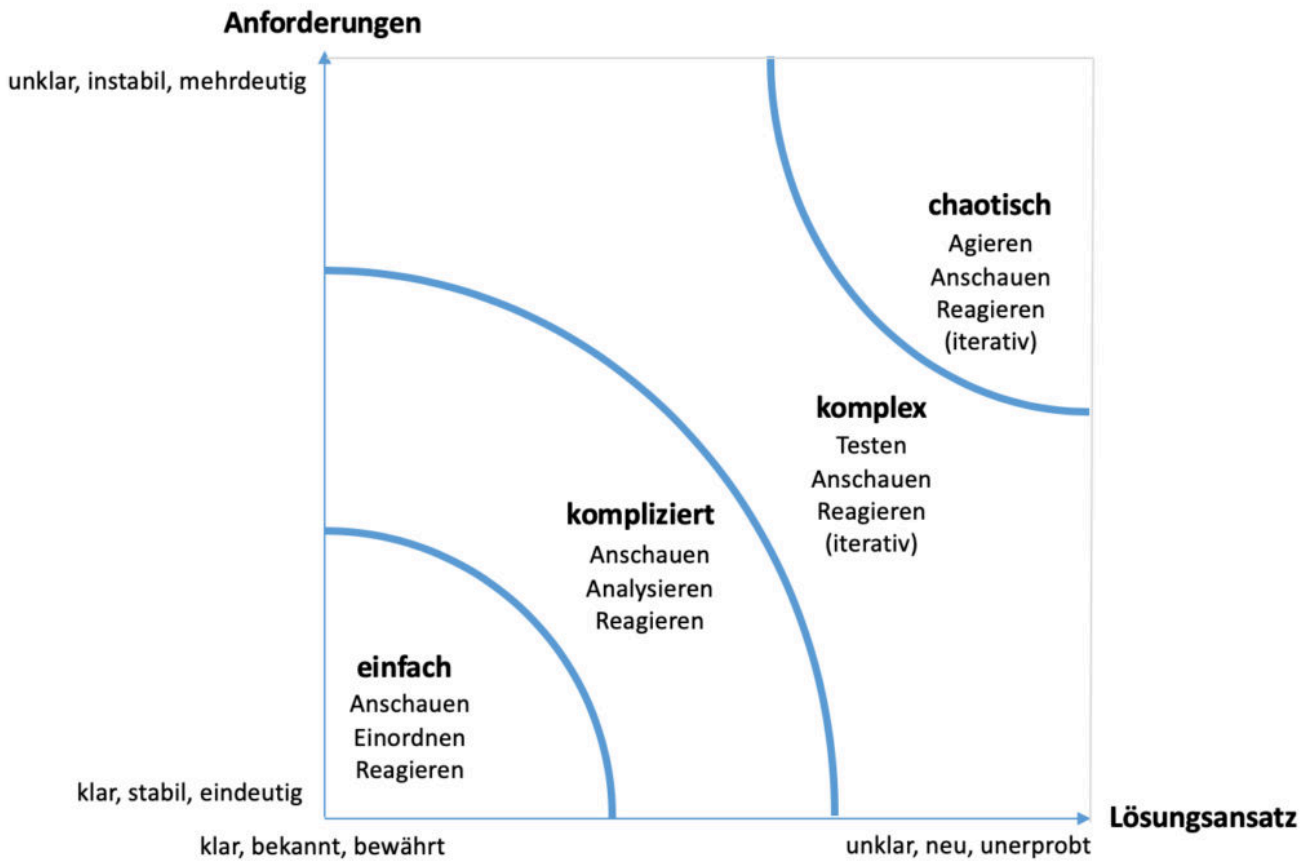
Modelle zur Verdeutlichung eines **Handlungsbedarfs** zeigen gleichzeitig einen **gewünschten positiven** sowie einen **aktuellen mittelmäßigen/negativen** Zustand. Für eine Zustandsänderung muss ein aktiv gesteuerter Wandel erfolgen.

Beispiele

Nachfolgende drei **Beispiele für Analysemodelle im Consulting**. Details zu den Modellen sowie viele weitere Vertreter findest Du im [Consulting Methodenkoffer](#).

Projektleiter - Stacey Matrix

Agil oder klassisch? Ein neues Projekt steht bevor und als Leiter des Vorhabens zögerst Du in Bezug auf das **Vorgehen**. Orientierung findest Du in der [Stacey Matrix](#) und ihre Umsetzungsempfehlungen für einfache, komplizierte, komplexe und chaotische **Problemstellungen**.

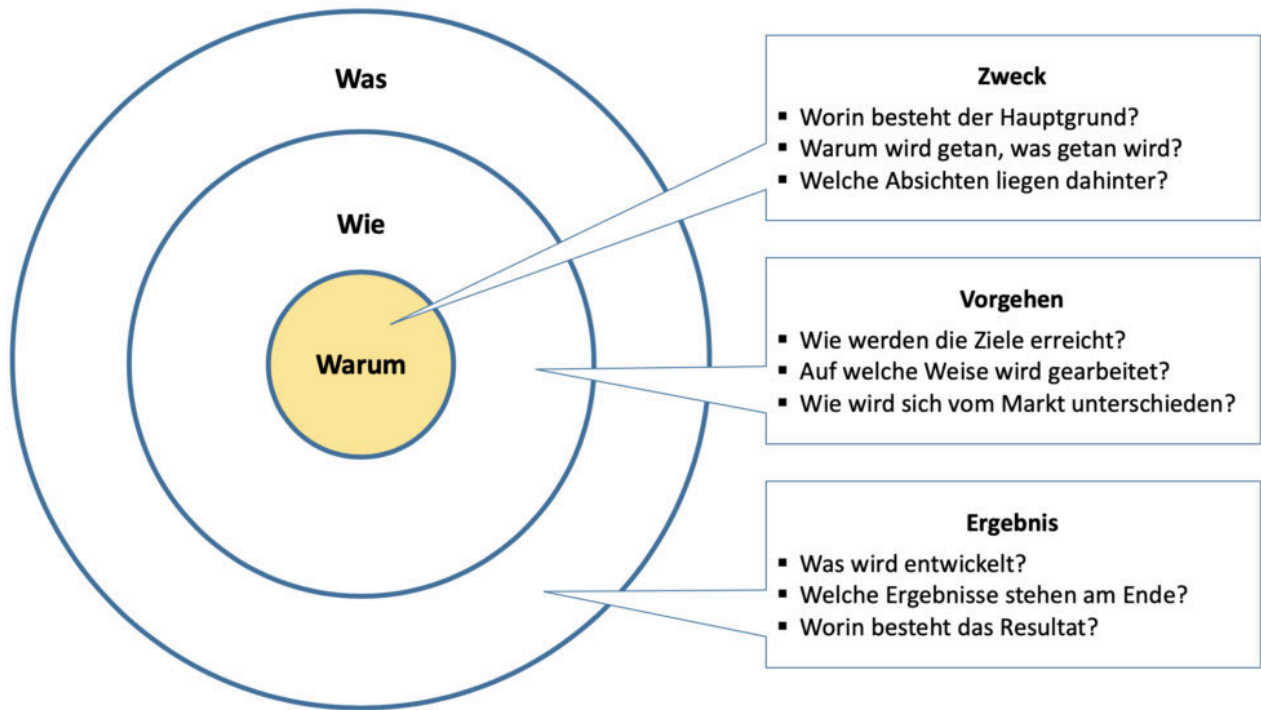


Dr. Christopher Schulz | Consulting-Life.de

Die Stacey Matrix gibt Hilfestellung zu Beginn eines Projektes (Quelle: Consulting Methodenkoffer)

Strategieberater - Portfolioanalyse

Stelle Dir nun vor, Du hilfst einem Kunden in **Strategieaufgaben**. Bevor ihr Euch in die Ausarbeitung von [Geschäftszielen](#), [Objective-Key-Results](#) oder [Roadmaps](#) stürzt, stellst Du die Frage nach dem Zweck. Dazu notierst Du fix das Analysemodell [Golden Circle von Simon Sinek](#) ans Whiteboard und initiierst die hilfreiche Diskussion zum ‚Warum‘.

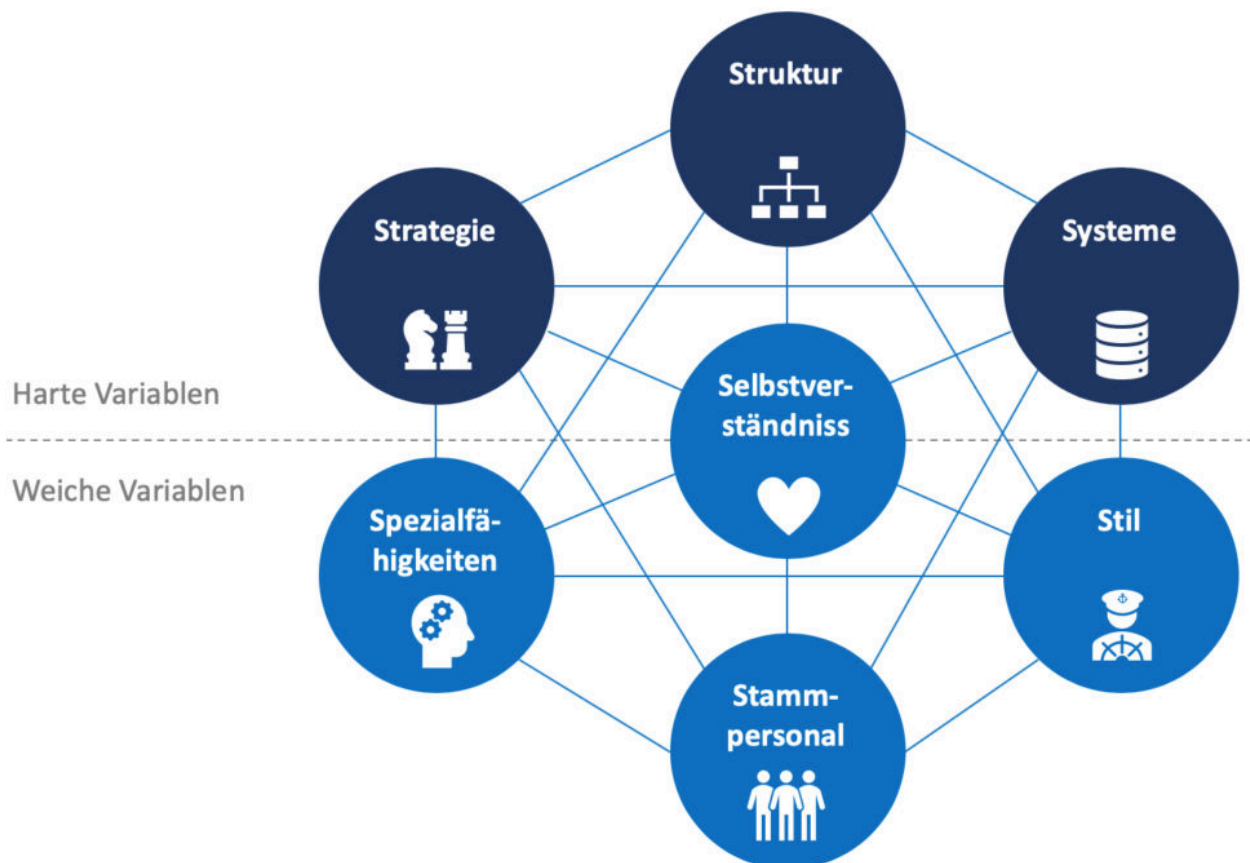


Dr. Christopher Schulz | Consulting-Life.de

Simon Sineks Golden Circle stellt das ‚Warum‘ einer Sache in den Vordergrund (Quelle: Consulting Methodenkoffer)

Change Coach - 7-S Modell

Als Coach für Veränderung begleitest Du einen internationalen Konzern in seiner Reise zum digitalen Unternehmen. Dazu untersuchst Du im ersten Schritt den **Ist-Zustand der Organisation**. Ein Grundgerüst gibt Dir das **7-S Framework**, erdacht von McKinsey Anfang der 1980er Jahre.



Dr. Christopher Schulz | [Consulting-Life.de](https://www.consulting-life.de)

Details, Beispiele & Vorlagen: [Consulting-Life.de/7-S-Framework](https://www.consulting-life.de/7-S-Framework)

Das 7-S Frameworks strukturiert die Wertschöpfung einer Organisation (Quelle: Consulting Methodenkoffer)

Vor- & Nachteile

Ob während der [Kundenakquise](#) oder im [Projektgeschäft](#) - Analysemodelle generieren für Dich und Deine Gesprächspartner einen [Nutzen](#). Die wichtigsten **Vorzüge** im Überblick:

- **Kompetenzausweis** - Das Modell unterstreicht Dein Gesamtverständnis einer Problem- bzw. Zielstellung.
- **Orientierung** - Der Rahmen liefert Dir und Deinen Gesprächspartnern eine stabile Struktur entlang derer Ideen entwickelt, Zustände bewertet und Vereinbarungen getroffen werden können.
- **Klarheit** - Ein Analysemodell bringt die Vielschichtigkeit eines Sachverhalts konzentriert in einer Abbildung auf den Punkt.
- **Sicherheit** - In der Hitze einer Diskussion gibt ein Modell Halt. Statt

spontan etwas zurechtzubasteln, greifst Du auf einen bewährten Ordnungsrahmen zurück.

- **Markenbildung** - Ein selbst entwickeltes Modell macht Dich als Berater bzw. Dein Unternehmen unverwechselbar.

Auch diagnostische Modelle besitzen Schwachstellen. Nachfolgend die mir bekannten **Nachteile**:

- **Einengung** - Per Definition lässt ein analytisches Modell Aspekte weg, unterschlägt damit möglicherweise wesentliche Facetten eines Sachverhalts.
- **Allzweckanspruch** - Es gibt im Leben fast nichts, was Du nicht in eine 4-Felder Portfoliomatrix überführen kannst. Ob ein Modell damit automatisch einen Mehrwert stiftet oder nicht bleibt hingegen offen.
- **Übertreibung** - Frei nach dem Motto „*Wenn ich einen Hammer habe, sind alle Probleme Nägel!*“ besteht die Gefahr sich zu stark auf das Analysmodell zu fixieren und mit ihm jedes Thema erschlagen zu wollen.
- **Verachtung** - Einige Kunde betrachten Analysemodelle als typisches Beraterhandwerkzeug und lehnen die Visualisierungen kategorisch ab.

Bezugsquellen

Mögliche **Quellen für Analyserahmen** sind:

- Nutze **etablierte Modelle** wie die [Ansoff Matrix](#) oder [BCG Matrix](#). Diese Rahmen sind verbreitet, haben sich x-fach in Projekten bewährt und genießen teilweise einen Kultstatus.
 - Entwickle und teste Deine **eigenen Analysemodelle** im Rahmen der Projektarbeit. Erschaffe geistiges mit ihnen Eigentum, das Dich und Deine Leistungen unverwechselbar macht.
 - Greife auf den [Consulting Methodenkoffer](#) zurück. Dieser bietet Dir zahlreiche felderprobte Ordnungsrahmen. Monatlich überarbeite und ergänze ich bewährte Analyserahmen.
-

Was Du tun kannst

- **Eigene** Dir **drei bis vier Analysemodelle** für Deine Beratungsarbeit **an**. Trainiere die Rahmen solange, bis Du sie Nachts um 3:00 Uhr locker aus dem Handgelenk aufmalen und zu ihnen stichhaltig diskutieren kannst.
- Erarbeite Dir **eigene Analysemodelle** und verprobe sie in Deinen Projekteinsätzen. Verpasse ihnen einen prägnanten Titel und mache sie in Blogbeiträgen, Newslettern und Fachartikeln bekannt.
- Lasse Dich von der Vielzahl der Modelle im [Consulting Methodenkoffer](#) inspirieren. Nutze die Vorschläge für Deine Engagements bzw. entwickle aus diesen eigene Modelle.

Dein Analysemodell-Tipp

> **Welche Analysemodelle setzt Du in Deiner Akquise- & Projektpraxis ein?
Gerne Deine Hinweise als Kommentar!**

Bonusmaterial

Matthias Kolbusa: [Auf dem Weg zum Top-Berater](#) – Auch Matthias Kolbusa ist Freund der Analyserahmen. Der Berater-Berater nennt das Konzept analytische Modelle



[Business-Symbole einfach zeichnen lernen. Die wichtigsten Motive für Flipchart](#)

[und Whiteboard. Mit Schritt-für-Schritt-Zeichenanleitung \(Edition...](#)

29,90 EUR

[Bei Amazon kaufen](#) Preis inkl. MwSt., zzgl. Versandkosten

Letzte Aktualisierung am 30.09.2020 / Affiliate Links / Bilder von der Amazon Product Advertising API



[Der Flipchart-Coach. Profi-Tipps zum Visualisieren und Präsentieren am Flipchart \(Edition Training aktuell\)](#)

29,90 EUR

[Bei Amazon kaufen](#) Preis inkl. MwSt., zzgl. Versandkosten

Letzte Aktualisierung am 30.09.2020 / Affiliate Links / Bilder von der Amazon Product Advertising API