

Das Added Value Prinzip - durch Mehrwert schneller beruflich aufsteigen

Eine Beraterwoche geht zu Ende. Consultant A, nennen wir ihn Max, schickt mir am Mittwochabend eine zusammenkopierte Mitschrift unseres gemeinsamen Kundenmeetings. Die Angaben auf Max seinem Protokoll sind fast 1:1 identisch zu meinen Aufzeichnungen. Consultant B - hier Moritz genannt - sendet mir ebenfalls eine Zusammenfassung eines Treffens aus dieser Woche. Jedoch wurde hier meine Notizen mit Hintergrunddaten ergänzt, doppelte Infos entfernt und das Ganze visuell aufbereitet. Für welchen Consultant würde ich mich in meinem Projektteam entscheiden? Oder anders gefragt: wer von beiden wird schneller in der [Consultant-Hierarchie](#) aufsteigen?

Aufstieg im Job mit dem Added Value Prinzip

Ich nenne es das ‚Added Value Prinzip‘: Dingen mit einem Mehrwert versehen. Das kann eine simple E-Mail sein, in der die wichtige Passagen visuell hervorgehoben werden. Notizen auf dem Whiteboard, die auf eine Folie übertragen und anschließend den Teilnehmern zur Verfügung gestellt werden. Oder eine [Aufgabenliste](#), in der einzelne Punkte konkretisiert und erledigte Tätigkeiten eliminiert worden. Die zentrale Frage beim Added Value Prinzip:

„Wie kann ich einem Zwischenergebnis aus der Sicht des Empfängers einen Mehrwert hinzufügen?“

Oder anders ausgedrückt:

„Wie agiere ich nicht nur aus ‚Durchlauferhitze‘, sondern kann die von mir bearbeiteten Resultate aufwerten?“

Mehrwert hinzufügen? Das liest sich zunächst nach unbezahlter Extraarbeit, die weder explizit gefordert wurde noch in jedem Fall von Deinen Kollegen und Kunden wahrgenommen wird. Worin liegen hier für Dich dann die Vorteile?

Aus meiner Erfahrungen merken Menschen sehr genau, wann ein Ergebnis einfach nur transferiert wurde oder weiterführende Aspekte enthält. Das muss nicht gleich beim ersten Mal sein. Spätestens mittelfristig jedoch wird Deine Leistung und damit auch Du als Mehrwert für das Team, Bereich und schließlich Unternehmen angesehen. Die Folge: Du machst Dich für Kunden, Kollegen und Vorgesetzte unverzichtbar.

Positiver Nebeneffekt: durch Ausarbeitung eines Zwischenergebnisses setzt Du Dich erneut (zwangsläufig) mit der Themenstellung auseinander. Und lernst das Fachgebiet und die Methoden damit besser kennen.

Die drei Arten des Added Value Prinzips

Welche Arten des Added Value Prinzips gibt es? In meiner täglichen Beraterpraxis bin ich auf drei Typen gestoßen, die im Tagesgeschäft aus Sicht der Ergebniskunden für Mehrwert sorgen.

1. Validieren & Ergänzen

Hier prüfst Du Aussagen auf Ihre Korrektheit, beispielsweise indem Du den Fakt in Projektunterlagen oder Sekundärliteratur recherchierst oder bei Wissensträgern direkt nachfragst. Mit hoher Wahrscheinlichkeit wirst Du auf neue nützliche Informationen stoßen die Du dann ergänzt.

Beispiel: *In einem Kundentermin haben Du und Dein Senior-Kollege jeder eine individuelle Mitschrift angefertigt. Nach dem Termin bittest Du den Kollegen um seine Notizen und ergänzt Deine Fassung um die zusätzlichen Fakten. Anschließend sendest Du die Mitschrift an den Kollegen.*

2. Strukturieren & Aufbereiten

Hier strukturierst Du Informationen, fasst diese zusammen bzw. bereitest Du sie visuell auf. Oft handelt es sich um die Konsolidierung von Mitschriften, Gestaltung von Präsentationsfolien oder Gliederung von Dokumenten. Du transferierst, ohne zu überprüfen oder zu ergänzen.

Beispiel: *In einem internen [Brainstorming](#) haben Du und Deine Kollegen*

mehrere innovative Ideen für eine gemeinsame Publikation entwickelt. Die Karten hängen aktuell noch an der Pinnwand. Nach der Sitzung überträgst Du innerhalb weniger Minuten den Inhalt der Karten auf eine Folie und verschickst das Ergebnis kurz danach an die Teilnehmer.

3. Abstimmen & Priorisieren

Schließlich kannst Du Zwischenergebnisse ‚veredeln‘ indem Du zu diesen Feedback einholst, Dich mit Kollegen zu diesen abstimmt und sie in diesem Zusammenhang gleich priorisiert.

Beispiel: In einem [Workshop](#) beim Kunden arbeitet ihr mehrere fachliche Anforderungen heraus die ihr in einer Liste festhaltet. Im Anschluss zum Treffen stimmst Du die Liste mit weiteren Stakeholdern ab und holst deren Input zu den Bedarfen ein.

Zumeist lassen sich die drei Arten nicht strikt voneinander trennen. Im Alltag besteht der von umfasst das ‚Added Value‘ häufig zwei bzw. drei der vorgestellten Typen.

Tipps für den perfekte Zusatznutzen

Wie lässt sich das Added Value Prinzip umsetzen, ohne dabei in (im schlimmsten Fall nicht benötigten) Aufwänden unterzugehen? Hier habe ich fünf Tipps für Dich.

- **Kundenperspektive:** Versetze Dich in die Rolle des Empfängers Deines Ergebnisses. Was kannst Du tun, damit dieser einen Mehrwert verspürt?
- **Erwartungshaltung:** Keiner möchte eine Fließtext, wenn er eine Tabelle erwartet. In welcher Struktur und Format möchte mein Empfänger das Ergebnis?
- **Minimax-Ansatz:** Added Value bedeutet nicht, dass Du Stunden mit der Aufbereitung verbringst. Auf welche Weise kann ein Zwischenergebnis in überschaubarer Zeit aufgewertet werden?
- **Strukturvorlage:** Nutze für die Ergänzung bestehenden Vorlagen und Schablonen. In welche bekannte Struktur kann ich die Inhalte

überführen?

- **Best-Practices:** Auch Beraterkollegen fügen ihren Zwischenergebnissen hilfreiche Aspekte hinzu. Welche Ergänzungen haben Dich positiv überrascht?

Nicht immer müssen die Erwartungen Deines internen und externen Kunden haushoch übertroffen werden. Beim Added Value geht es um den kleinen aber feinen Zusatznutzen. Buchstäblich der Kirsche auf dem ohnehin schon leckeren Stückchen Sahnetorte.

Fazit

Greife in Deiner Beraterpraxis bewusst Zwischenergebnisse auf und überlegen, wie und an welcher Stelle Du diese aus Empfängersicht einfach und effektiv aufwerten kannst. Nicht immer wirst die Kunden Deines Ergebnisses vollauf begeistern. Aber fast immer die Erwartungen übertreffen und damit schneller vorankommen als der Standardberater.

> Wende das Added Value Prinzip im folgenden Monat an genau einem Wochentag an. Welche Erfahrung machst Du damit? Noch besser: kombiniere es mit dem [Vorsprung-durch Prinzip](#).