

Batten Empower – Mit der eigenen Mannschaft in 12 Wochen zur neuen Strategie

Batten & Company schließt die Lücke zwischen klassischer Beratung und traditioneller Weiterbildung. Batten Empower ist ein projektbasiertes Strategietraining für Führungskräfte im Mittelstand, die für Marketing- oder Vertriebsthemen verantwortlich sind. Die Qualifikation erfolgt direkt anhand der eigenen Fragestellung, vor der die Teilnehmer in ihrem Job stehen.

Kosten senken und gleichzeitig weiter wachsen. Eine dieser Tage in fast jedem mittelständischen Unternehmen anzutreffende Situation. Als Reaktion auf Ertrags-, Kosten- und Innovationsdruck verschlanken sich Unternehmen immer mehr. Fokus auf Kernkompetenzen ist die Devise.

Im gleichen Atemzug werden Wachstums- und Optimierungsprojekte ins Leben gerufen. Häufig werden solche Projekte allein mit der bestehenden Mannschaft gestemmt – parallel zum operativen Tagesgeschäft.

Die Praxis zeigt, dass Mitarbeiter diese Herausforderung annehmen und aktiv Verantwortung übernehmen. Theoretisches Wissen für diese Themen ist teilweise auch vorhanden. Häufig fehlt es jedoch an methodischem Know-how und an Erfahrung, fundierte Lösungen projektbasiert und systematisch zu erarbeiten. Häufig begegnen wir Fragen wie z.B.

- Welche Faktoren müssen wir für die Projektfragestellung beachten?
- In welchem grundsätzlichen Rahmen darf/kann sich das Projekt bewegen?
- Wie kommen wir von einem „Bauchgefühl“ zu einer fundierten Lösung?
- Welche Stärken besitzen wir wirklich im Vergleich zu unseren Wettbewerbern?
- Wie lassen sich die Kosten pragmatisch abschätzen?
- Haben wir als Unternehmen die Leistungsfähigkeit, um im Markt zu bestehen?
- Wie lassen sich die neuen Aufgaben mit dem bestehenden Geschäft vereinen?
- Wie stellen wir die Umsetzung der Maßnahmen sicher, so dass aus dem Projekt kein „Papiertiger“ wird?

Vor diesem Hintergrund setzen erfolgreiche Unternehmen konsequent auf Weiterbildung und lebenslanges Lernen. So werden die Verantwortlichen befähigt, Problemstellungen außerhalb ihrer Kernbereiche erfolgreich zu lösen.

Unser Angebot

Hier setzt Batten Empower an. Bei Batten Empower werden Führungskräfte mit modernen Marketing-Methoden befähigt („empowering“), ihre eigenen Projekte umzusetzen. Sie lernen nicht anhand von theoretischen Fragestellungen und fiktiven Fällen – im Fokus steht ihr Anliegen, ihr eigenes Projekt. Angeleitet und unterstützt werden sie dabei von Batten & Company Beratern und Trainern. Für die jeweilige Fragestellung des Klienten vermitteln ausgewählte Branchen- und Themenexperten die

passende Herangehensweise. Die Teilnehmer wenden das Wissen und die ihnen zur Verfügung gestellten Werkzeuge direkt auf ihre eigene Fragestellung an.

Zielgruppen und Themen

Batten Empower richtet sich in erster Line an Führungskräfte im Mittelstand, die für ein konkretes Projekt im Bereich Marketing, Vertrieb oder Geschäftsentwicklung verantwortlich sind. Ein Marketinghintergrund ist nicht erforderlich.

Jedes Unternehmen, jeder Klient entscheidet individuell, welches Thema durch Batten Empower geschult und erarbeitet wird. Batten & Company stimmt daraufhin die passenden Instrumente und Methoden auf die jeweilige Problemstellung ab. Die Aufgabenstellungen unterscheiden sich danach, ob Bestehendes verbessert oder Neues entwickelt werden soll, z.B.

ALS GRAFIK: Tagcloud

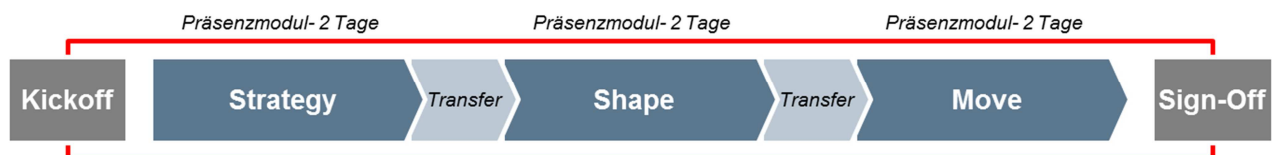
Optimieren

- Einen Geschäftsbereich differenzierend und präferenzbildend positionieren
- Die Zielgruppe besser durchdringen und verstehen
- Marktanteilsverluste von Produkt XY stoppen
- Strategien für stagnierende und schrumpfende Märkte entwickeln

Erweitern

- Einen neuen Ländermarkt erschließen
- Neue Geschäftsfelder identifizieren
- Eine neue Dienstleistung vermarkten
- Neue Kundensegmente gewinnen

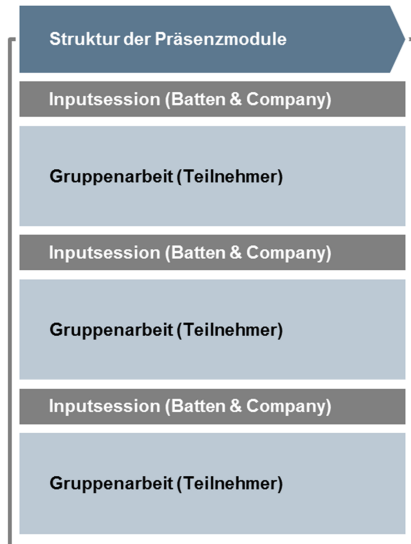
Der grundlegende Ablauf von Batten Empower



Kick-Off: Zu Beginn werden das Thema, Teilnehmer sowie weitere Rahmenbedingungen in einem Kickoff-Termin festgelegt. Idealerweise besteht die Trainingsgruppe aus 6-8 Mitarbeitern, die zusammen an einem Projekt arbeiten.

Präsenzmodule: Jedes Thema wird in drei Präsenzmodulen (Batten Strategy, Batten Shape, Batten Move) bearbeitet. Diese dauern jeweils zwei Tage und folgen einem klar

strukturierten und standardisierten Ablauf. In kurzen Inputsessions vermitteln unsere Berater in verdichteter Form Methoden, Konzepte sowie Grundlagen. Hierbei greifen wir auf die Erfahrung aus über 1.000 Marketingprojekten zurück. Das vermittelte Wissen wenden die Teilnehmer im Anschluss direkt an.



Transferzeit: Zwischen den Präsenzmodulen liegen 3-5 Wochen Transferzeit, in der die Teilnehmer klar abgesteckte Aufgabenstellungen für den weiteren Projektfortschritt bearbeiten. Somit werden schrittweise eigene Strategien und Lösungen in die Umsetzung gebracht.

Sign-off: Abschließend präsentiert das Projektteam die Ergebnisse vor der Geschäftsführung und holt relevante Entscheidungen für die anschließende Umsetzung ein. So werden in einer Gesamtprojektdauer von 10-12 Wochen klare Projektergebnisse inklusive konkreter Umsetzungsmaßnahmen erarbeitet.

Nutzen durch Batten Empower

Batten Empower stellt eine bis heute einmalige Synthese aus Training und Beratung dar. Im Vergleich zu anderen Weiterbildungsangeboten ist Batten Empower dadurch lösungsorientierter und setzt unmittelbar an den Fragestellungen des Unternehmens an. Das erhöht die Relevanz und den Nutzen – nicht nur für die Teilnehmer, sondern für das gesamte Unternehmen.

INFOKASTEN: Mit Batten Empower den Markteintritt in Brasilien vorbereiten

Batten Strategy

Ganz am Anfang legen die Teilnehmer die **grundsätzliche Zielsetzung und den Scope** der zu bearbeitenden Fragestellung fest. Zum Beispiel möchte die Gruppe eine Strategie für die "Einführung eines Produkts im brasilianischen Markt" entwickeln. Um diese Herausforderung anzugehen, werden unterschiedliche **Informationen** benötigt, z.B.:

- Wie sieht der relevante Markt für unser Produkt in Brasilien aus?
- Welche Anforderungen haben die Kunden?
- Welche Wettbewerber gibt es?
- Was kann unser Produkt besonders gut?

Die Teilnehmer werden angeleitet, wie man diese Fragen pragmatisch **recherchiert** systematisch **auswertet**. Auf Basis dieser Übung kann beim geschilderten Beispiel die übergeordnete Launchstrategie definiert werden. Das heißt, welche Kundengruppen sprechen wir an, welches Leistungsversprechen machen wir ihnen, wie positionieren wir uns mit unseren Produkten präferenzbildend und differenzierend am Markt?

Batten Shape

Im zweiten Modul überführen die Teilnehmer die Strategie in konkrete Marketingprogramme. Dies beinhaltet die Ausgestaltung sämtlicher Parameter des **Marketing-Mix**. Für die Produkteinführung in Brasilien bedeutet dies z.B. die Definition von Produktmerkmalen, Bestimmung von Preisen, Prüfung von Vertriebswegen, Ausrichtung der Kommunikation oder die Beschreibung von Stellenprofilen. Neben der Marktausrichtung ist die **organisatorische Verankerung des Projekts im Unternehmen** entscheidend. Dazu werden Fragen geklärt wie: „Wer wird zukünftig für das Projekt verantwortlich sein? Welche Kompetenzen werden dazu benötigt? Wie wird kontrolliert, ob die Ziele erreicht werden?“

Batten Move

Das abschließende Modul Batten Move legt den Grundstein dafür, dass die Mitarbeiter die definierten **Aufgaben selbstständig und erfolgreich umsetzen** können. Dazu entwickeln die Teilnehmer Maßnahmenpläne mit konkreten Aufgaben, Verantwortlichkeiten und Timings. Gemeinsam wird zudem ein Argumentationsleitfaden erarbeitet, um die Veränderungen überzeugend nach Innen und Außen an zentrale Anspruchsgruppen zu kommunizieren. Mittels Definition messbarer Erfolgskriterien und -kennzahlen wird eine **wirkungsvolle Kontrolle des Projekterfolgs** sichergestellt.

INFOKASTEN

Die Mehrwerte von Batten Empower auf einen Blick:

- **Boost:** Schnelle und kostengünstige Qualifizierung der eigenen Mitarbeiter führt zu Marketing- und Vertriebskompetenz mit „Langzeitwirkung“
- **Solution:** „Nebenbei“ effiziente und direkt umsetzbare Lösung realer Projektfragestellungen
- **Commitment:** Breite Unterstützung und Akzeptanz durch gemeinsam/im Team entwickelte Lösungen

Interview mit UKB

Mit Batten Empower betritt Ihre Unternehmensberatung den Markt für Weiterbildung. Ein für Batten & Company neues Betätigungsfeld. Was hat Sie zu diesem Schritt bewogen?

UKB: Die Situation unserer Kunden hat sich in den letzten 10 Jahren massiv verändert. Das Marktumfeld ist intensiver. Die Organisationen maximal auf Effizienz getrimmt. Gleichzeitig gibt es kontinuierlich den Ruf nach Innovation und Wachstum. Das heißt: Mehr Projektarbeit. Und das neben dem Tagesgeschäft. Häufig werden Unternehmensberatungen hinzugezogen, schlicht und einfach um Kapazitäten zu schaffen. Wir merken aber, dass unsere Kunden gewisse Themen gerne mit der eigenen Mannschaft angehen möchten. Das hierfür notwendige Wissen und spezifische Kompetenzen sind aber nicht immer ausreichend vorhanden. An diesem Punkt kommt unser projektbasiertes Strategietraining Batten Empower ins Spiel.

Qualifizierungsangebote für Marketing und Vertrieb gibt es ja bereits. Was ist neu an Empower?

UKB: Das besondere an Batten Empower ist, dass die Teilnehmer nicht im luftleeren Raum an theoretischen Fragestellungen und fiktiven Fällen lernen. Sie arbeiten stattdessen an ihren eigenen Projekten. Dadurch werden sie nicht nur mit modernen Marketingmethoden qualifiziert, sondern lösen „nebenbei“ ihre eigenen konkreten Projektfragestellungen.

Warum wendet sich Batten Empower in erster Linie an den Mittelstand?

UKB: Gerade im Mittelstand sind Marketingskills besonders gefragt, insb. in technisch getriebenen Branchen. Dort reift immer mehr die Erkenntnis, dass sich am Ende des Tages jeder im Unternehmen ein Stück weit mit Marketing und Vertrieb beschäftigen muss, um Präferenz beim Kunden zu erzeugen und Absatz zu generieren. Das notwendige methodische Know-how ist aber nicht immer vorhanden.

Wie greift hier Batten Empower?

UKB: Wir vermitteln einen Mix an Marketingtheorie und operativer Projektmanagementmethodik. Damit ist sichergestellt, dass die Teilnehmer das erlernte Wissen am Ende des Tages auch selbstständig auf die Straße bringen können.

Gefährden Sie mit diesem Ansatz nicht Ihr Kernbusiness – das klassische Projektgeschäft?

UKB: Nein. Wir ergänzen hiermit unser Geschäft und bieten einen größeren Werkzeugkasten an. Wir können flexibler auf die Wünsche unserer Kunden reagieren. Insbesondere bei komplexen, besonders wichtigen und strategischen Fragestellungen ist die klassische Beratung nach wie vor das geeignete Mittel, Veränderungsprozesse voranzutreiben – und zwar methodisch fundiert, unabhängig, in kurzer Zeit und Ressourcen schonend. Mit Batten Empower reagieren wir auf den Wunsch vieler unserer Kunden, die eigene Mannschaft zu befähigen, selbständig Themen anzugehen, die außer der Reihe sind.

Wie entscheide ich mich als Unternehmen, welcher Weg der Beratung der richtige für mich ist?

UKB: Das ist situationsabhängig. Generell haben wir Batten Empower an den Bedürfnissen von mittelständischen Unternehmen ausgerichtet. Das muss aber nicht bedeuten, dass die ein oder andere Fragestellung in puncto Marketing-Qualifizierung nicht auch für ein Bluechip-Unternehmen interessant sein kann. Häufig erschließt sich aus der Projektzielsetzung und den intern verfügbaren Ressourcen relativ schnell, was die beste Methode ist, das gesetzte Ziel zu erreichen. Wir sind am Ergebnis interessiert. Den am besten geeigneten Weg dorthin diskutieren wir traditionell gemeinsam mit unseren Klienten.

INFOKASTEN

Kritische Erfolgsfaktoren für Batten Empower:

1. Konkrete & relevante Herausforderung

Nur auf Basis einer klar definierten und wichtigen Herausforderung des Unternehmens können umsetzungsreife Inhalte entwickelt, Teilnehmer motiviert und ein nachhaltiges Lernen sichergestellt werden.

2. Commitment der Auftraggeber

Um die Herausforderung kurz- bis mittelfristig zum Erfolg zu bringen, sind Auftraggeber mit klaren Absichten gefordert, die bereit sind, Zeit in das Projekt zu investieren (z.B. für Kamingespräche, Abschlusspräsentationen, Q&A-Sessions etc.)

3. Die richtigen Teilnehmer

Bei der Auswahl der Teilnehmer ist sowohl relevantes Wissen bezüglich des operativen Sachverhalts des Geschäfts als auch eine Offenheit für neue sachliche Themen essenziell. Daher sollten Projektleiter und -mitarbeiter ausgewählt werden, die engagiert sind und sich der Herausforderung annehmen wollen und nicht solche, die gerade Zeit haben.

4. Freistellung der Teilnehmer

Die besten Teilnehmer nützen nichts, wenn das operative Tagesgeschäft keinen Platz für die Arbeit im Projekt lässt. Die Teilnehmer benötigen daher ausreichend Zeit für die Projektarbeit, die auch in den Jahreszielen berücksichtigt wird.

5. Freiräume schaffen/ offen für neue Wege & Lösungen

Die klare inhaltliche Trennung zwischen neuem Projekt- und Arbeitsalltag ist wichtig für den Projekterfolg. Innerhalb definierter „Leitplanken“ sind daher Veränderungen nicht tabu, sondern gewünscht – auch, wenn das mit altem Vorgehen bricht. Eine räumliche Trennung von Arbeit im Projekt und Tagesgeschäft hat sich als äußerst vorteilhaft erwiesen.