

Inhalt

Vorwort	7
Teil 1	11
Der Berater heute – Leiharbeiter im Anzug	13
<i>Der Reiz der Macht</i>	20
<i>Berater und ihre Rollen – die kritische Perspektive</i>	26
<i>Der Stand beim Mittelstand</i>	34
Image: Die Fassade der Unnahbarkeit	38
<i>Das Selbstbild des Beraters</i>	39
<i>Das Werteverständnis des klassischen Beraters</i>	41
Unsicherheit: Es bewegt sich was	46
<i>Der Experte frisch von der Uni</i>	51
<i>Wachsende Ansprüche der Kunden</i>	51
<i>Das Konzept, das nur entwickelt wird</i>	56
<i>Fusionen der Großen</i>	58
<i>Verschlankte Projekte</i>	59
<i>Disruption – die ständige Bedrohung</i>	60
<i>Was will der Kunde?</i>	62
Chance: Identität und Werteverständnis	64
<i>Werte in Unternehmen</i>	66
<i>Werte in der Beratung</i>	69
Teil 2	79
Der Berater von übermorgen – der Mensch	81
<i>Flexibler Begleiter mit Allroundblick</i>	89
<i>Nahbarkeit und Emotionalität</i>	101
<i>Die Kunst des Zuhörens</i>	108
<i>Die Wertebrylle</i>	115

Werte: Was sich verändern wird	118
<i>Innovationen und Wertewandel</i>	119
<i>Werteänderung durch Generationswechsel</i>	123
<i>Vom rationalen Problemlöser zum weisen Gandalf</i>	126
Fenster auf: Das sagt die Zukunft	135
<i>Megatrends und ihr Einfluss auf den Berater der nächsten Generation</i>	136
<i>Chancen für kleinere Unternehmensdienstleister</i>	147
<i>Neuer Typus Kunde</i>	149
Vorstoß: Gründerzeit für Berater	152
<i>Auf der Welle des Megatrends Konnektivität</i>	153
<i>Mit Einzigartigkeit Geschäft generieren</i>	155
Pure Future	163
Ein typischer Berater-Tag im Jahr 2025	165
Anhang	199
Literaturverzeichnis	201
Anmerkungen	209
Personen- und Stichwortregister	218
Die Autoren	221
<i>Edgar K. Geffroy</i>	221
<i>Benjamin Schulz</i>	222