

**HPP**Harnischfeger, Pietsch & Partner  
Strategie- und Marketingberatung GmbH

# Mit Rat und Tat

Es gibt bestimmte Mechanismen, die auf viele Branchen gleichermaßen anwendbar sind. Gleichzeitig hat aber auch jeder Industriezweig und jede Firma ganz eigene Bedürfnisse. Deswegen sollte Beratung von Leuten kommen, die sich in der besagten Branche wirklich auskennen. So denkt zumindest die HPP Harnischfeger, Pietsch & Partner Strategie- und Marketingberatung GmbH. Das deutsche Unternehmen bietet eine ganzheitliche Beratung, die genau auf die Bedürfnisse der Zielgruppe abgestimmt ist. Als Spezialist für Marketing, Vertriebs- und Strategieberatung hat sich die Firma in den letzten 18 Jahren auf dem Markt etabliert und kann augenblicklich einen rapiden Zuwachs an Aufträgen verzeichnen.

„Was uns von anderen Anbietern abgrenzt, ist unser tiefes Know-how über Struktur und Zusammenhänge“, erläutert Uwe Harnischfeger, geschäftsführender Gesellschafter bei HPP. „Wir arbeiten integrativ mit den Kunden und nicht nur für deren Vorstand, sondern auch im mittleren Management. Wir legen großen Wert auf branchenspezifisches Wissen. Zum Beispiel müssen alle Mitarbeiter, die an Projekten für Automotive-Kunden arbeiten, bereits in der Autoindustrie für Kunden gearbeitet haben.“ Gut 60% der Kunden stammen aus der Au-



*Uwe Harnischfeger ist einer der zwei Gründer von HPP*



*Sein Geschäftspartner Roland Pietsch führt gemeinsam mit ihm die Geschäfte*

„Wir sind kein Beratungs-Generalist sondern Spezialisten für Marketing, Vertriebs- und Strategieberatung.“

tomobilindustrie, mit 30% folgt die Telekommunikationsbranche, 10% verteilen sich auf die Investitionsgüter- und Chemieindustrie sowie B2B-Dienstleistungen. Ein neuer Bereich, der gerade gemeinsam mit einem kundigen Kooperationspart-

ner aufgebaut wird, ist der Bankensektor. „Unsere Erfahrung aus dem Bereich Automotive kommt uns da zugute“, meint Uwe Harnischfeger. „Bei beiden Branchen besteht eine Mehrstufigkeit im Vertrieb.“ Und der ist HPPs Spezialgebiet.

## Strategie und Umsetzung

„Unser Fokus liegt auf Wachstumsstrategien, dem Erschließen von Geschäftsfeldern und auf regionalem Ausbau“, erklärt Uwe Harnischfeger. „Daher haben wir in diesen Bereichen ein erhebliches

Detailwissen. In der Telekommunikationsbranche stehen zum Beispiel Pricing-Strategien im Fokus.“ HPP begleitet die Kunden auch während der Umsetzungsphase. Als Beispiel führt Uwe Harnischfeger die Absatzsteigerung eines Autoherstellers an. „Zunächst wurden die strategischen Eckpunkte besprochen. Daraus entwickelten wir ein Konzept und legten die wesentlichen Stellhebel fest, wie innovative Vertriebskanalelemente und Einbindung der Händler. Dann wurde ein Business Case aufgestellt mit Budget und Zielplanung. Die Entwicklung eines Rolloutplans

zur Ausrollung in die Landesgesellschaften und die Händler war der nächste Schritt. Dann haben wir die Umsetzung weltweit drei Jahre lang begleitet.“

## Vorbereitung auf die Zukunft

Auch das eigene Wachstum beeindruckt. Begonnen haben Uwe Harnischfeger und sein Mitgesellschafter Roland Pietsch 1996 mit zehn Mitarbeitern, heute sind es 56. Im vergangenen Jahr konnte ein um 25% höherer Auftragseingang verzeichnet werden, daher wird der Umsatz 2014 vorraussichtlich von 6,5 Millionen EUR auf 7,5 Millionen EUR steigen. Uwe Harnischfeger, der 57 ist, plant, noch wenigstens sieben weitere Jahre aktiv zu bleiben. „Dennoch ist die Nachfolge schon geregelt“, verrät er. „Unsere Partner sind bewährte Mitarbeiter, die heute schon 40% der Anteile halten. Die Übergabe läuft bereits Schritt für Schritt.“

## Kontakt

HPP Harnischfeger, Pietsch & Partner Strategie- und Marketingberatung GmbH

Goldsteinstraße 114  
60528 Frankfurt  
Deutschland  
Tel.: +49 69 6688500  
Fax: +49 69 6688503  
hpp@hpp-consulting.de  
www.hpp-consulting.de

- |                                                                          |                                       |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| 1. <b>Marktforschung</b><br>in technologieorientierten Märkten           | 2. <b>Strategieentwicklung</b>        |
| 3. <b>Marketing-Strategie</b><br>(Marketing-Mix-/ Vertriebs-Optimierung) | 4. <b>Geschäftsprozessoptimierung</b> |
| 5. <b>Technologiemanagement</b>                                          | 6. <b>Umsetzungsmanagement</b>        |
| 7. <b>Projektmanagement</b>                                              | 8. <b>Autohausberatung (Pkw, Nfz)</b> |

Das Leistungsspektrum von HPP beruht auf einem ganzheitlichen Konzept