

Erst Vorlesung, dann Business-Anzug

Von Jürgen Mauerer

Studentische Unternehmensberatungen haben sich etabliert. Sie bieten Vorteile für beide Seiten: Die Auftraggeber erhalten preiswerte Leistungen und ein Reservoir für künftige Führungskräfte. Die Studenten setzen ihr erworbenes Wissen in die Praxis um und knüpfen Kontakte.

„**MIR HAT** in meinem Studium immer der Praxisbezug gefehlt. Bei der studentischen Unternehmensberatung hingegen kann ich Projekte eigenverantwortlich abwickeln. Das ist ja bei den meisten Praktika nicht der Fall“, beschreibt Maren Ehlert ihr Motiv, sich bei Consult One in Braunschweig zu engagieren. Bis zum 1. Juli 2005 war Ehlert noch Vorstand Marketing der studentischen Unternehmensberatung, jetzt ist die 25-jährige Soziologie-Studentin wieder normales Mitglied,

„Während meiner Vorstandszeit war die Arbeit bei Consult One ein Full-Time-Job. Im Endeffekt habe ich dadurch ein Semester verloren. Doch die Praxiserfahrung, die vielen Kontakte und die persönliche Entwicklung wiegen stärker, als die Gefahr, sein Studium nicht in Regelstudienzeit zu beenden“, so Ehlert weiter. Sie hat sich auf Personalfragen spezialisiert, doch Consult One bietet ein breites Leistungsspektrum: Prozessanalysen, Marketing- und Business-Pläne, Strategie- und IT-Beratungen, Kostenrechnungen sowie Schulungen.

Die Idee der studentischen Unternehmensberatung kommt aus Frankreich, wo bereits 1967 an der französischen Eliteuniversität ESSEC die erste derartige Organisation gegründet wurde. Hauptziel war und ist es, dass Studenten schon während des Studiums ihr erworbenes Wissen in die Praxis umsetzen. In Deutschland wurde die erste Initiative 1988 in Darmstadt gegründet. Mittlerweile gibt es hierzulande rund 80 studentische Unternehmensberatungen, die auf lokaler Ebene an den jeweiligen Universitäten oder Fachhochschulen, meist in Form eines eingetragenen Vereins, organisiert sind.

Nützliche Projekterfahrung

Davon haben sich 27 Mitgliedsvereine mit rund 2000 Studenten im 1992 gegründeten Bundesverband Deutscher Studentischer Unternehmensberatungen (BDSU) zusammengeschlossen. Der BDSU sitzt seit dem 1. Januar 2005 in Bonn, im gleichen Haus wie die Geschäftsstelle des BDU, des Bundesverbandes Deutscher Unternehmensberater.

„Wir stehen in einem intensiven Austausch mit dem BDU“, erklärt Verena Graf, Vorstand Marketing des BDSU. „Unsere Mitglieder können beispielsweise Praktika bei den etablierten Unternehmensberatungen ableisten und sogar bei bestimmten Projekten mit den erfahrenen Beratern zusammenarbeiten. Sie profitieren auch durch Schulungen oder Workshops vom Know-how der hauptberuflichen Consultants.“ Auch Klaus Reiners vom BDU sieht den Erfahrungsaustausch als sehr wertvoll an. Die studentischen Unternehmensberatungen seien keine Konkurrenz für die Beratungsgesellschaften.

Die Berufschancen für studentische Berater steigen tatsächlich durch die vielen Kontakte und vor allem die praktischen Erfahrungen. „Die Chancen bei der Bewerbung sind größer, da wir den Projektalltag mit all seinen Tücken erleben, Flexibilität bei der Problemlösung lernen, mit unterschiedlichen Meinungen im Team umgehen müssen und am Ende unsere Ergebnisse präsentieren. Wir leben quasi das

Unternehmertum“, bring Marco Sondermann, Finanzvorstand bei VIA Dortmund, die Praxis der studentischen Unternehmensberatung auf den Punkt.

Die jungen Leute haben einen erheblichen Preisvorteil gegenüber hauptberuflich tätigen Beratern. Mit Tagessätzen von 200 bis 250 Euro stellen die studentischen Unternehmensberatungen besonders für mittelständische Unternehmen eine günstige Alternative dar: Klassische Beratungsgesellschaften verlangen das Vier- bis Fünffache dieses Betrags.

„Studentische Berater zeichnen sich jedoch nicht nur durch ihren günstigen Preis aus“, betont Graf vom BDSU, sondern auch durch ihre Kreativität, ihre hohe Leistungsmotivation und ihr Wissen, das auf dem neuesten wissenschaftlichen Stand basiert. Sie gehen anders an Probleme heran als hauptberufliche Berater und denken nicht in Schubladen.“ Von Vorteil sei auch die Zusammensetzung der Teams mit Studenten aus verschiedenen Fachrichtungen, so Graf.

Um die hohe Qualität der Beratung zu sichern, hat der BDSU strenge Qualitätsrichtlinien für seine Mitglieder aufgestellt. Dazu gehören internes Controlling und ausführliche Projektdokumentationen. „Wir verstehen uns als Qualitätssiegel, mit dem unsere Mitglieder dann auch werben können“, beschreibt Verena Grad das Ziel des BDSU. Bewerber müssen beispielsweise eine einjährige Anwartschaft mit einer Prüfung am Ende bestehen, bevor sie Mitglied werden.

Strenge Qualitätsrichtlinien

Zu den Vereinen, die den Maßstäben des BDSU gerecht werden, gehört Consult One aus Braunschweig. Die Unternehmensberatung wurde im Juli 2002 von 16 angehenden Wirtschaftsingenieuren gegründet. Heute hat Consult One rund 60 Mitglieder mit Studenten aller Fachrichtungen. Einer der Kompetenzschwerpunkte ist IT-Beratung. Kunden sind überwiegend mittelständische Unternehmen aus dem Raum Braunschweig, doch auch Großkonzerne wie Volkswagen gehören zum Kundenstamm.

Consult One ist bekannt für sein strenges Auswahlverfahren. Jeder Bewerber muss zunächst ein vierstündiges Assessment-Center überstehen, bevor er zum Anwärter wird. Dann muss er in einem Anwärter-Projekt zeigen, dass er selbstständig und im Team arbeiten kann. Dieses Projekt ist schließlich gemäß den BDSU-Vorgaben zu dokumentieren, bevor der Anwärter die Ergebnisse dem Vorstand von Consult One präsentiert. Doch damit nicht genug. „Der Anwärter muss noch sieben Pflichtenstellungen durchlaufen, bevor er vollwertiges Mitglied wird“, ergänzt die Braunschweiger Jungberaterin Ehlert. Themen sind beispielsweise Projektmanagement, Präsentieren, Corporate Behaviour und Qualitäts-Management. Einen etwas anderen Ansatz als der BDSU vertritt das Junior Consultant Network, kurz JCNetwork, der zweite Dachverband der studentischen Unternehmensberatungen. JCNetwork wurde am 1. Juli 2002 an der TU Ilmenau gegründet und zählt derzeit 15 Mitgliedsvereine mit etwa 700 Studenten. „Der BDSU drückt seine Standards von oben durch, ist also ein Art Top-Down-Netzwerk. Da er großen Wert auf die Einhaltung dieser Standards legt, ist der Aufwand für die studentischen Berater sehr hoch – unserer Meinung nach zu hoch, das bringt unserer Meinung nach keinen Benefit“, sagt Björn Samland, Vorstand Marketing & PR bei JCNetwork.

„JCNetwork geht auf die Initiative von studentischen Vereinen zurück, die wegen der starken bürokratischen Vorgaben mit ihrer Mitgliedschaft beim BDSU unzufrieden waren. Unsere Struktur ist durch kooperatives Miteinander, gemeinsam Projekte und Interdisziplinarität gekennzeichnet“, so Samland weiter. Das Organisationsmotto

lautet: Schlanke nach innen, Transparenz nach außen. Der Verein hat bewusst niedrige Aufnahmehürden, um auch jungen Kandidaten die Chance zu geben, von den etablierten Mitgliedern zu lernen, und vom Erfahrungsaustausch zu profitieren. JCNetwork konzentriert seine Arbeit daher auf kontinuierliche Weiterbildung und auf Erfahrungsaustausch. Einmal pro Semester richtet einer der Mitgliedsvereine die JCNetwork Days aus. Hierzu treffen sich die Teilnehmer aller Mitgliedsvereine an einem Wochenende zu Schulungen und Vorträgen interner und externer Referenten. Doch auch das JCNetwork will Standards setzen und eine Zertifizierung als Certified Junior Consultant (CJD) etablieren. Ziel ist, damit ein in der Wirtschaft bekanntes und anerkanntes Zertifikat als Nachweis von Hard und Soft Skills einzuführen. Die Anforderungen bestehen in der Teilnahme an fünf Pflichtschulungen (Unter anderem Projekt- und Qualitätsmanagement) sowie im Nachweis von Praxiserfahrung (mindestens zwei Tage bei einem externen Projekt).

Werbung mit Offshore-Preisen

Praxis bekommen Studenten auch beim Darmstädter Beratungsunternehmen Univativ, einem Spezialarbeitgeber für Studenten. Univativ ist keine klassische Unternehmensberatung, da Geschäftsführung, Verwaltung und 30 Absolventen hauptberuflich arbeiten und von derzeit 70 Studenten unterstützt werden. Der Schwerpunkt liegt eindeutig auf IT-Beratung; mit dem Slogan „Support vor Ort – zu Offshore-Preisen“ wirbt die Firma für sich. Kunden sind unter anderem HP, Sanofi Aventis Pharma, Bosch und die Commerzbank. Neben Darmstadt hat Univativ noch Niederlassungen in Düsseldorf, Karlsruhe und Stuttgart.

„Wir haben gegenüber klassischen Unternehmensberatungen mit Tagessätzen zwischen 200 und 250 Euro einen ganz klaren Preisvorteil“, erklärt Univativ-Geschäftsführer Henning Loof. „Zudem bieten wir kaum strategische Beratung, sondern richten den Fokus auf die Umsetzung von IT-Projekten. Im Endeffekt sind wir ein Ergänzungs- und Unterstützungs-Dienstleister, da der Kunde meist einen Projektleiter hat, der den Überblick besitzt. Dadurch können wir preislich auch mit Firmen aus Indien, China oder osteuropäischen Ländern mithalten.“

Links zu Beratungen

www.bdsu.de: Der Bundesverband Deutscher Studentischer Unternehmensberatungen mit Sitz in Bonn wurde im Dezember 1992 gegründet und zählt heute 27 Mitgliedsinitiativen mit rund 2000 Studenten.

www.jcnetwork.de: Das Junior Consultant Network ist der jüngere der beiden Dachverbände und zählt derzeit 15 Mitgliedsvereine mit etwa 700 Studenten

www.consult-one.de: Consult One mit Sitz an der TU Braunschweig stellt auf dieser Website seine Dienstleistungen vor

www.via-ev.de: Homepage von VIA, einer studentischen Unternehmensberatung an der Universität Dortmund

www.univativ.de: Der Schwerpunkt von univativ liegt eindeutig im IT-Bereich. Die GmbH arbeitet mit fest angestellten Absolventen und noch Studierenden zusammen.