

Ausgabe 2/2004

NEWSLETTER

Prof. Götz W. Werner

DM-GRÜNDER NEUER KURATOR BEI DELTA

BDSU - Innovationspreis für delta

DELTA SETZT NEUE STANDARDS

Marktführer mit 1000 Beratertagen

DELTA STELLT NEUEN BENCHMARK AUF

Marktfähigkeitsstudie - Online News

STUDIE ÜBER PERSONALISIERTE MOBILE NACHRICHTENSERVICES

Softwarequalitätssicherung

DELTA: DIE PREISWERTE UND FLEXIBLE ALTERNATIVE

Grußwort des Vorstandes

Liebe Leserinnen und Leser!

Mit Freude präsentieren wir Ihnen den zweiten Newsletter des Jahres 2004.

Der im Juli neu gewählte Vorstand ist mit frischer Kraft in die Amtszeit gestartet und will die erfolgreiche Arbeit der Vorgänger, die auf eine beachtliche Bilanz zurückblicken können, im kommenden Amtsjahr fortführen.

Die im Jahr 2004 bisher abgeschlossenen 19 Projekte sollen noch nicht das Ende eines erfolgreichen Jahres bedeuten. Neu angestoßene Akquisekonzepte, die vor allem im Gesundheits- und im öffentlichen Sektor Projekte schaffen sollen, zeugen von Motivation und Einsatzbereitschaft aller deltas.

Des Weiteren haben die deltas in diesem Jahr auch einen neuen Rekord in der Vereinsgeschichte aufgestellt, nicht nur in der Anzahl der Projekte sondern auch in der Anzahl der verkauften Beratertage, weiteres dazu in dem Bericht auf Seite 12.

Zusätzlich hat delta e.V. auch in diesem Jahr großen Wert auf die ständige Weiterbildung aller Mitglieder, Anwärter und Interessenten gelegt. Sowohl durch interne Schulungen als auch durch die Unterstützung kommerzieller Beratungen wie Roland Berger, Bain & Company und vieler weiterer großer Unternehmen konnten in den letzten Monaten die deltas in Bereichen wie Präsentationstechnik, Rhetorik und Zeitmanagement geschult werden.

Stillstand ist Rückschritt – unter diesem Motto hat der Vorstand von delta e.V. auch in den vergangenen Monaten die konsequente Weiterentwicklung des Vereins vorangetrieben. Die Schlüsse, die sich aus der im April abgeschlossenen ISO-Zertifizierung ergaben, wurden in Rahmen des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses in die Tat umgesetzt. Auf diese Weise wird der Verein auf die kommenden Audits vorbereitet – das Thema „Qualitätsmanagement“ ist nach wie vor zentraler Bestandteil unserer Arbeit.



v.l.: Thomas Mann, Andreas Polychronakos, Christine Leukel, Nicolas Parey,
Judith Blender, Armin Harbrecht, Michael Eisenbach, Bora Ger (abw.)

In diesem Newsletter können Sie sich über die wichtigen Dinge, die delta e.V. im letzten halben Jahr geprägt haben, speziell über interessante Projekte, über Schulungen und Workshops und über die neuesten Entwicklungen in unseren Dachverbänden BDSU und JADE informieren.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre.

Judith Blender
Vorsitzende Netzwerke

BDSU - Innovationspreis für delta e.V.

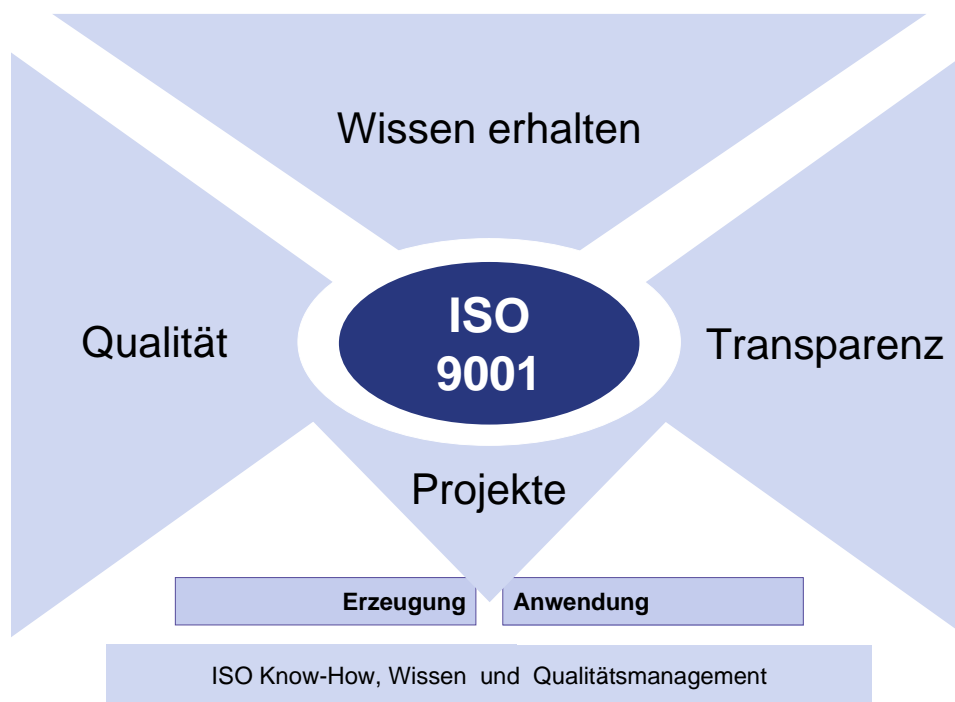
DELTA E.V. SETZT NEUE STANDARDS

Judith Blender

Der Bundesverband Deutscher Studentischer Unternehmensberatungen (BDSU) versteht sich als Netzwerk und Dachverband der führenden Studentischen Unternehmensberatungen in Deutschland und ist Plattform für den Wissens- und Erfahrungsaustausch der studentischen Berater. Er fordert, fördert und sichert die Qualität seiner Mitglieder und etabliert und verbreitet aktiv die Idee „Studenten beraten Unternehmen“. Inzwischen engagieren sich bundesweit 29 Initiativen mit insgesamt 1.700 Studenten für diese großartige Idee.

Damit wurde unsere im April 2004 erfolgreich abgeschlossene ISO-Zertifizierung honoriert, mit der wir eine Vorreiterrolle im BDSU übernommen haben. delta e.V. ist sowohl die erste Hochschulgruppe als auch die erste Studentische Unternehmensberatung in Deutschland, die diesen Schritt vollzogen hat.

Im Rahmen eines BDSU-weiten Benchmarkings hat delta e.V. sich so im Vergleich zu den anderen Studentische Unternehmensberatungen mit dieser Ausnahmeleistung hervorgetan.



Am 1.11.1997 wurde delta e.V. Mitglied des BDSU. Seit diesem Tag entwickeln wir den Qualitätsstandard des BDSU durch unsere kritische und konstruktive Haltung entscheidend mit und setzen neue Maßstäbe unter anderem auf dem Gebiet des Qualitätsmanagements.

Aus diesem Grund wurde auf dem vergangenen Plattformtreffen des BDSU vom 14. bis 16. Mai in Halle der Innovationspreis des BDSU an delta e.V. verliehen.

Viele andere denken nun ebenfalls darüber nach, eine Zertifizierung anzustreben. Dass die Ausweitung des Qualitätsmanagements neben der Einführung eines umfangreichen Controllings und einer konsequenten Ausrichtung der Vereinsarbeit an den Kundenbedürfnissen auch eine Menge Arbeit und interne Umstrukturierungen bis zum Ziel erfordert, scheint noch nicht allen bewusst. Wir erwarten gespannt die Entwicklungen.

DaimlerChrysler Global Logistics Center

DELTA E.V. BESUCHT DAIMLERCHRYSLER

Christian Schwab

Germersheim – Am Dienstag, dem 18. Mai bekamen 16 deltas die Möglichkeit, im Rahmen einer Exkursion das Global Logistics Center von DaimlerChrysler in Germersheim kennen zu lernen. Die Veranstaltung sollte einen Einblick in den Ablauf der logistischen Prozesse des Global Players DaimlerChrysler gewähren und den Studenten die Möglichkeit geben, diese hautnah mitzuerleben.

Nach der Begrüßung hatten die Jungberater die Möglichkeit, einen Fachvortrag über das Global Logistics Center zu hören, bei dem sie in die Geheimnisse der Hochregallagertechnik eingeweiht wurden. In diesem Vortrag informierte Dieter Müller, Manager Team Mechanics und Technical Services/Globale Lagerplanung, die Studierenden über die technischen Abläufe der Lagerhaltung, insbesondere im Hinblick auf mögliche Fehlerquellen. Dies wurde durch zahlreiche interessante Bilder mit technischen Defekten und Unfällen illustriert.

Anschließend hielt der Referent Arnd Heimbach, Leiter Warehouse Planning & Development, einen Vortrag über das Arbeitsgebiet Lagerplanung und Entwicklung. Hierbei ging es insbesondere um die Struktur der Lagerhaltung und der zugehörigen logistischen Systeme bei DaimlerChrysler weltweit.

Während der Vorträge und auch im Anschluss bestand jederzeit die Möglichkeit, Fragen an die Referenten zu stellen, was von den Studenten sehr intensiv genutzt wurde. Somit entstand eine informative Diskussionsrunde, in der die studentischen Berater die Gelegenheit bekamen, abseits des Hörsaals praxisnahe Informationen zu sammeln.

Abgerundet wurde die Exkursion mit einer Werksführung durch Herrn Müller. Nach den eher theoretischen Einblicken in die Lagerhaltung des Global Logistics Centers durch die Fachvorträge konnten die Jungberater nun direkt im Werk die Arbeitsabläufe und logistischen Prozesse nachvollziehen. Mit der Werksführung endete die Exkursion und die Teilnehmer konnten ihre Heimreise mit neuen Erkenntnissen in Sachen Logistik und Lagerhaltung antreten.

Das Global Logistics Center ist für die weltweite Versorgung der Ersatzteile der DaimlerChrysler AG zuständig. Es sitzt im Zentrum eines weltumspannenden Netzes von Waren- und Informationsströmen und gewährleistet seit 14 Jahren mit seiner logistischen Kompetenz die zuverlässige Teileversorgung der Marken Mercedes-Benz, smart, Chrysler, Jeep und Mitsubishi.



Competence Center Logistik

WISSEN WEITERGEBEN

Christian Keßler

Das Competence Center (CC) Logistik besteht als eines der ersten CC seit etwa eineinhalb Jahren. Das Ziel des CC Logistik ist es, aktiv Wissensaufbau und -transfer im Beratungsfeld Logistik zu fördern und so unterstützend bei der Projektarbeit mitzuwirken.

Die Mitglieder des Competence Centers erwerben ihr Grundwissen aus den Vorlesungen des Instituts für Fördertechnik und Logistiksysteme an der Universität Karlsruhe (TH), geleitet von Herrn Prof. Dr. Arnold und Herrn Prof. Dr. Furmans.

Der aktive Erfahrungsaustausch unter den Mitgliedern delta multipliziert Wissen und bildet kompetente Jungberater im Fachgebiet Logistik. Das angesammelte Fachwissen wird von den Mitgliedern mit großem Erfolg während Praktika und Projekten in der Praxis angewendet und umgesetzt. Regelmäßige Veranstaltungen mit dem Global Logistics Center der DaimlerChrysler AG in Germersheim, wie Sie auf der Seite 4 nachlesen können, bieten allen Inter-

essierten einen Einblick in die Komplexität und die Faszination der Lagerhaltungsoptimierung und des Supply Chain Managements.

Durch diese und ähnliche Veranstaltungen, der Nähe zur Forschung durch die Universität Karlsruhe und die Eigeninitiative unserer Mitglieder halten wir uns über Trends im Bereich der Logistik stets auf dem aktuellsten Stand.

Das CC Logistik bietet unseren Projektteams eine hervorragende Unterstützung bei fachlichen Fragen im Rahmen der Projektarbeit.

Die Vorteile für die Kunden unserer Projektteams liegen auf der Hand: Dank der Betreuung durch die CC verkürzt sich die Einarbeitungszeit der Projektteams und die unterschiedlichen Wissensquellen sichern die hohe Qualität, für die delta e.V. steht.



Procter & Gamble

WIE EIN NEUER DUFT AUF DEN MARKT KOMMT

Marcus Moritz

Im Juli lud uns Procter & Gamble (P&G) zu einer Case Study ein, bei der eine Markteinführungsstrategie für ein neues Parfum entwickelt werden sollte.

An einem heißen Nachmittag versammelten sich 15 deltas in einem Seminarraum des Audimax, um die Herausforderung anzunehmen. Bereits in der Woche zuvor hatte jeder Teilnehmer Unterlagen zur Vorbereitung erhalten. An Hand dieser konnten sie sich schon im Vorfeld mit der groben Thematik und dem „Vokabular“ vertraut machen. Neben allgemeinen Informationen zu Duftwässern fanden sie auch schon einige Details zum Markt, dem Marketing und der Positionierung. Die Aufgabe während der Case Study bestand darin, an Hand weiterer zur Verfügung gestellter Daten und Fakten eine Strategie für die Markteinführung eines neuen Parfums zu finden, wobei sowohl der Zeitpunkt der Markteinführung und die Produktionsmöglichkeiten (einschließlich Standort, Produktionsanlagen und Investitionen) als auch die Wünsche der unterschiedlichen Beteiligten zu berücksichtigen waren.

Zu Beginn wurden die Teilnehmer in drei Gruppen aufgeteilt und jedes der fünf Gruppenmitglieder bekam einen Verantwortungsbereich zugewiesen (z.B. Produktion, Marketing, Finanzen, Kundenbetreuung usw.) sowie Zahlen und spezifische Informationen zu Wünschen und Bedürfnissen der Kunden. Die Herausforderung bestand nun darin, innerhalb von zwei Stunden die Aufgabenstellung genau zu umreißen, einzelne Aufgabenpakete zu verteilen, die Informationen aufzuarbeiten, auszutauschen und abzugleichen.

Praxisnah war dabei vor allem, dass jeder Bereich Zugang zu unterschiedlichen Daten hatte und diese dem Bereich entsprechend interpretierte. Marketing hatte na-

turgemäß andere Ansprüche und Bedürfnisse als die Produktionsplanung. Das Marketing wollte das Produkt so schnell wie möglich auf den Markt werfen, um eine hohe Marktdurchdringung für das laufende Jahr zu erreichen. Die Produktion zielte auf eine möglichst ausgewogene und sinnvolle Auslastung der Maschinen und Produktionsstandorte ab. Zusätzlich mussten die Wünsche der Kunden, d.h. der Händler, berücksichtigt werden sowie eine Vorgabe bezüglich des anzustrebenden Verkaufspreises gemacht werden.

Gesteuert wurden die Bereiche durch den Verantwortlichen für Finanzen, der stets das vorhandene Budget als Ganzes als auch jene für die einzelnen Bereiche akribisch überprüfte. Nach gut zwei Stunden hatten alle drei Gruppen Ergebnisse erarbeitet und stellten diese in einer kurzen Präsentation dem Vorstand, d.h. den Vertretern von P&G, vor.



Die Gruppen hinterfragten gegenseitig gründlich jede Entscheidung und jedes Szenario. Sicherlich ist es nicht möglich, in der Kürze der Zeit die Realität vollständig darzustellen, doch erhält man einen Eindruck von den Fragestellungen und Problemen, die sich in einem Team aus verschiedenen Bereichen ergeben. Im Anschluss an die Ergebnispräsentation der deltas stellten die Vertreter von P&G ihr reales Ergebnis vor und die Teams konnten erleichtert feststellen, dass sie doch recht nahe an die Strategie von P&G herangekommen waren.

Nach dem erfolgreichen Abschluss der Case Study wurde die Location gewechselt, nämlich in die Höpfnerburg, wo bei gutem Essen die Vertreter von Procter & Gamble im lockeren Gespräch ihren Arbeitsalltag, die Möglichkeit eines Praktikums oder gar eines Berufseinstiegs erläuterten.

Kuratorenabend

BERATER ALS INFUSION GEGEN EINEN VIRUS

Richard Marx

Die Studentische Unternehmensberatung delta e.V. veranstaltete ihren jährlichen Kuratorenabend in Karlsruhe - „Sie als Berater sind dann die Infusion gegen den Virus im Organismus“, erklärte Prof. Götz W. Werner seinen verdutzten Zuhörern. Der Gründer der Unternehmensgruppe dm-drogerie markt verwendete als Thema seiner späteren Rede den kranken menschlichen Körper in Analogie zum schwächelnden Unternehmen, welches die Jungberater von der Studentischen Unternehmensberatung delta e.V. als „Frischblutkur“ zu Hilfe ruft.

Kuratoren sind bei delta e.V. Persönlichkeiten aus Wissenschaft und Wirtschaft, die den Verein ideell unterstützen und als erfahrene Ratgeber in kritischen Fragen zur Seite stehen. Dem Kuratorium gehören von der Wissenschaft neben dem ehemaligen Dekan der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät Prof. Dr. Werner Rothengatter, Prof. Dr. Hermann Göppl, Leiter des Instituts für Finanzwirtschaft, Banken und Versicherungen und Prof. Dr.-Ing. Dr. h.c. mult. A. J. Schwab vom Institut für Elektroenergiesysteme und Hochspannungstechnik an. Seit Juli ist auch Prof. Götz W. Werner Mitglied des Kuratoriums, dazu lesen Sie auf der Seite 8 mehr. Aus der Wirtschaft sind die international renommierte Unternehmensberatung Booz Allen Hamilton und Prof. Dr. h.c. Reinhold Würth, Beiratsvorsitzender der Würth Gruppe, Mitglieder des Kuratoriums.

Der Abend wurde mit der Vorstellung der von delta e.V. erreichten Meilensteine des vergangenen Jahres eröffnet. Mit Stolz konnte delta e.V. dabei auf eine Vielzahl anspruchsvoller Projekte und überaus zufriedener Kunden zurückblicken.

Mit diesen Projekten wurde abermals das hohe qualitative Niveau, das man von der Arbeit von delta e.V. erwarten kann, unter Beweis gestellt. Dies begrüßte auch Professor Rothengatter, der als Mitglied des Kuratoriums der Studentischen Unternehmensberatung besonders verbunden ist.

Als Schirmherr begleitete er außerdem das von delta e.V. im Januar in Boston durchgeführte Symposium mit Studenten des MIT (Massachusetts Institut of Technology). Er würdigte besonders das Engagement der Studenten und unterstrich, dass man gerade in jungen Jahren die besten Ideen habe.

Den Abschluss des Kuratorenabends bildete ein Buffet, bei dem die Möglichkeit zum Meinungsaustausch zwischen Studenten und Kuratoren intensiv genutzt wurde.

Softwarequalitätssicherung

DELTA: DIE PREISWERTE UND FLEXIBLE ALTERNATIVE

Thomas Mann

Nun sind schon drei Softwarequalitätssicherungsprojekte bei einem großen Automobilhersteller durchgeführt worden, welche im Bereich Automotive/IT-Systeme angesiedelt waren. Diese umfassten den Test der gesamten Software, die im Bereich Human Resources im Rahmen einer strategischen Neuausrichtung des Recruiting-Prozesses neu entwickelt wurde. Die einzelnen Software-Tools wurden systematisch auf Fehler durchsucht und getestet.

Des Weiteren wurden die grafische Oberfläche, die Datenbankanbindung und die bestehende Programmlogik analysiert, um die korrekte Umsetzung der Fachkonzepte zu überprüfen. Tests der Mehrsprachigkeit, Erweiterungen des Internetauftrittes, des internetbasierten Bewerbungsbogens sowie der gesamten internen Steuerung der Bewerber waren ebenfalls Bestandteil der Projekte. Besonderer Schwerpunkt beim Testen lag auf den Schnitt-

stellen und der Kommunikation der einzelnen Softwaremodule, da diese getrennt entwickelt wurden.

Es war schon das insgesamt vierte Folgeprojekt bei unserem Stammkunden, das Dritte im Bereich IT-Systeme, bei dem bereits die zweite Version der Software getestet wurde.

Unsere Teams überzeugten immer durch hohe Fachkompetenz, hervorragende Motivation und sehr schneller Verfügbarkeit, diese wurde dadurch hervorgehoben indem delta die Teams immer innerhalb einer Woche mit einer Anzahl von bis zu sieben Beratern stellte.

Hohen Wert legte der Kunde auch auf das sehr gute Preis/Leistungsverhältnis der Beratung bei delta, insbesondere bei der Qualitätssicherung im IT-Bereich.

Prof. Götz W. Werner

DM-GRÜNDER NEUER KURATOR BEI DELTA

Nicolas Parey



delta e.V. freut sich, Herrn Prof. Werner als neues Mitglied seines Kuratoriums begrüßen zu dürfen.

Herr Prof. Werner ist Gründer und Geschäftsführer der erfolgreichen Drogeriekette „dm“. In über 30 Jahren der Selbstständigkeit hat er erklärte Anthroposoph immer wieder durch seine innovative und offene Geschäfts- und Personalpolitik auf sich aufmerksam gemacht und konnte wegen seiner außergewöhnlichen Unternehmensphilosophie „dm“ zur zweitgrößten Drogeriekette Deutschlands aufbauen.

Seit einem Jahr ist Herr Prof. Werner Leiter des inter fakultativen Instituts für Entrepreneurship an der Universität Fridericiana in Karlsruhe, das sich mit Fragen des Unter-

nehmertums beschäftigt, bei denen er als Experte anerkannt ist.

„Je mehr der Einzelne selber sehen kann, was für andere notwendig ist, umso unternehmerischer wird er in seiner Arbeit sein.“ (Prof. Götz W. Werner)

Durch sein vorbildliches Unternehmertum, seine Ideen und die Verbindung, die er zwischen Wissenschaft und Praxis herstellt, vertritt Herr Prof. Werner in besonderem Maße den Grundgedanken von delta e.V. und wir freuen uns deswegen sehr, ihn für delta e.V. begeistert zu haben.

Neben Prof. Werner bilden mit Prof. Rothengatter, Prof. Würth, Prof. Göppl und Prof. Schwab fünf Persönlichkeiten aus Wissenschaft und Wirtschaft sowie die Unternehmensberatung Booz Allen Hamilton das angesehene Kuratorium von delta e.V.

Health Marketing

ERARBEITUNG EINES MARKETINGKONZEPTES

Claas Pinkenburg

Gesundheit, Wellness und Fitness sind Schlagwörter, die in den letzten Jahren immer öfter Aufnahme in das Bewusstsein verschiedenster Bevölkerungsgruppen fanden. Im Zuge dessen wuchs und wächst die Bedeutung der damit verbundenen Wirtschaftszweige spürbar. Es entstehen neue Produkte und Konzepte, denen durchaus gute Erfolgchancen zugesprochen werden.

Für ein Gesundheitsstudio erarbeitete ein Projektteam von delta e.V. Mitte dieses Jahres ein neues Marketingkonzept. Bewusst grenzt sich die Idee eines Gesundheitsstudios von der Idee der klassischen Fitnesscenter ab – im Vordergrund stehen Gesundheit und Wellness. Durch gezielte Anwendungen und Trainings werden das Wohlbefinden der Kunden und die Fitness für die individuellen Anforderungen im Alltag gesteigert.

Das Ziel des Auftraggebers war es, durch dieses Marketingkonzept die Anzahl der Kunden und somit den Umsatz nachhaltig zu steigern. Hierzu wurden eine umfassende Analyse der bisherigen Marketingaktivitäten erstellt, neue Trends des Marktes bewertet und eine abschließende Empfehlung ausgearbeitet. Um den Erfolg künftiger Marketingaktivitäten überprüfbar zu machen, wurde zusätzlich ein Kundenevaluationsbogen entworfen.

Der Projektaufbau gliederte sich in drei Phasen – Analyse der bisherigen Marketingaktivitäten, Generierung neuer Marketingideen sowie Gestaltung eines Umsetzungskon-

zeptes inklusive Bewertung. Im Fokus des ersten Teils standen neben der Analyse und Definition der Zielgruppe die Evaluation der Stärken und Schwächen bereits verwendeter Flyer, Zeitungsannoncen und der Homepage sowie weiterer Werbeaktivitäten. Aufbauend auf diesen Ergebnissen entstanden Handlungsanweisungen, die sowohl konzeptionelle als auch gestalterische Punkte für zukünftige Printmedienwerbung beinhalteten.

Ferner wurde eine Empfehlung zur Optimierung des Internetauftrittes erarbeitet. In der zweiten Projektphase wurden Ideen für weitere zukünftige Marketingaktivitäten entwickelt. Hierbei stand neben konkreten Werbemaßnahmen auch die Identifikation weiterer potenzieller Zielgruppen im Vordergrund.

Die Ergebnisse der zweiten Phase wurden in der dritten Phase hinsichtlich entscheidungskritischer Faktoren bewertet. Aus den Resultaten wurde die abschließende Empfehlung abgeleitet.

Das Abschlussdokument – ein fast 80-seitiger Report – wurde Ende Juni, knapp zwei Monate nach Projektstart, beim Kunden zu seiner vollsten Zufriedenheit präsentiert.

Aus Sicht von delta e.V. hat sich zum wiederholten Male gezeigt, dass Projekte mit kleineren Unternehmen interessante Aufgabenspektren bieten und eigenverantwortliches Arbeiten ermöglichen.

delta International

KONGRESS DES EUROPÄISCHEN DACHVERBANDES

Armin Harbrecht

Vom 15. bis 18. Juli 2004 trafen sich 250 studentische Berater aus zwölf verschiedenen europäischen Ländern zum Summermeeting des Europäischen Dachverbandes der Studentischen Unternehmensberatungen JADE (European Confederation of Junior Enterprises) in Genf. Mit dabei waren sechs Mitglieder von delta e.V., die sich auf den Weg nach Genf gemacht haben, um das internationale Netzwerk von Studentischen Beratungen aus ganz Europa weiter zu entwickeln.

Als besondere Gäste waren auf dem Treffen Vertreter der nationalen Verbände von Brasilien anwesend. Alle zusammen haben das Ziel, den Unternehmergeist schon während des Studiums zu fördern und eine der weltweit größten Studentenorganisationen zu bilden.

Halbjährlich findet in einer anderen europäischen Stadt ein Jademeeting statt. Die Treffen dienen vor allem dem internationalen Erfahrungsaustausch sowie der Weiterbildung der Mitglieder und der Weiterentwicklung des Netzwerkes. Genf ist für solch einen internationalen Kongress genau der richtige Veranstaltungsort, da die Stadt Genf und die Region um den Genfer See so viele internationale Organisationen und Zentralen von global agierenden Unternehmen beheimatet wie sonst keine andere Stadt in Europa.

Die Verbindung von Unternehmertum und internationalen Organisationen zog sich demnach durch das ganze Treffen. Einerseits wurde den Teilnehmern eine Vielzahl an erstklassigen Workshops und Vorträgen geboten, unter anderem von so unterschiedlichen Firmen wie Cartier, UBS, Caterpillar und Deloitte. Andererseits beinhaltete das Programm ebenfalls die Besichtigung des Sitzes der Vereinten Nationen. Begleitet wurde das Treffen von einem Vertreter der Europäischen Kommission, welche sich für die Förderung von „Junior Entrepreneurs“ einsetzt.

Während des gesamten Treffens konnten die persönlichen Kontakte zwischen den Teilnehmern gepflegt werden. Hierbei entstanden neue Freundschaften, wurden interessante Erfahrungen ausgetauscht und teilweise

sogar langfristige Kooperationen gebildet, die ihre Früchte in Form von gemeinsam bearbeiteten internationalen Projekten tragen. Darüber hinaus konnte das Netzwerk auch auf offizieller Ebene Erfolge vermelden.

Auf dem Treffen wurden Kooperationsverträge mit Junior Achievement – Young Enterprise, einer internationalen Organisation, die sich für die unternehmerische Erziehung schon während der Schulzeit einsetzt und mit Junior Chamber International, dem internationalen Dachverband der deutschen Wirtschaftsjunioren, die ein Netzwerk für unternehmerisch denkende Young Professionals sind, unterzeichnet. Gemeinsam wollen die drei Organisationen ein Konzept für ein lebenslanges Unternehmertum bieten.

Alle sechs Teilnehmer von delta konnten ein äußerst positives Fazit des Jademeetings ziehen. Christine Leukel, Vorsitzende für Human Resources bei delta e.V., blickt zufrieden auf das Treffen zurück: „Durch die halbjährlichen Jademeetings ist es möglich, das internationale Netzwerk tatsächlich zu leben, wertvolle Kontakte zu knüpfen und seinen persönlichen Horizont zu erweitern.“



Marktfähigkeitsstudie - Online News

STUDIE ÜBER PERSONALISIERTE MOBILE NACHRICHTENSERVICES

A. Polychronakos

Seit längerer Zeit ist bekannt, dass Nachrichten und Wissen die wertvollsten Güter unserer Zeit sind. Um noch flexibler, mobiler und mit mehr Interaktionsmöglichkeiten auf vorhandenes Wissen und aktuelle Nachrichten zugreifen zu können, entwickelt das Forschungszentrum Informatik (FZI) in Karlsruhe zusammen mit unterschiedlichen Institutionen und Forschungseinrichtungen aus ganz Europa im Auftrag der Europäischen Union ein Produkt, mit dem diese Herausforderungen des 21. Jahrhunderts in Zukunft noch besser bewältigt werden sollen.

Ein Team von delta e.V. bekam im Rahmen dieses Projektes den Auftrag, die zukünftige wirtschaftliche Nutzbarkeit des Produktes zu untersuchen. Dies sollte im Rahmen eines Businessplans geschehen. Da jedoch Inhalte wie ein Marketingplan oder die konkrete Finanzierung für einen Markteintritt in diesem Stadium des Projektes verfrüht gewesen wären, entschied sich das FZI zusammen mit dem Team von delta e.V. für eine individuellere Lösung - eine Marktfähigkeitsstudie.

Um das Ziel des Projektes zu erreichen und das Marktpotenzial des Produktes zu evaluieren, war es von großer Bedeutung für das Team, sich das umfangreiche Wissen der einzelnen Mitglieder des Projektkonsortiums, die in ganz Europa verteilt sind, zu Nutze zu machen.

Die Projektarbeit gliederte sich in drei Phasen. In der ersten Phase wurden eine Grundstruktur und die wichtigsten Inhalte für die Studie erarbeitet. In Phase Zwei mussten die benötigten Informationen, Daten und Fakten gesammelt werden, so dass in Phase Drei die Studie erstellt werden konnte.

Die Phase Eins konnte relativ zügig bearbeitet werden, da bereits im Angebot erste Ideen zur Gestaltung der Studie erarbeitet worden waren, weitere wichtige Inhalte wurden in Diskussionsrunden mit den Auftraggebern aus dem Forschungszentrum Informatik erarbeitet. Eine Herausforderung an das Team war, von Anfang an den Kontakt zu den externen Projektpartnern in Deutschland, Schweden und Spanien zu halten, da gerade diese später hinter den

Ergebnissen der Studie stehen mussten. Um dieses zu gewährleisten, verfasste das delta Team einen wöchentlichen Projektreport, der den beteiligten Personen zugesandt wurde. Bei Telefonkonferenzen oder Nachfragen waren so alle Ansprechpartner auf dem gleichen Wissensstand.

Als interessanteste Phase stellte sich die Zweite dar, da hier ein eintägiger Workshop im Mittelpunkt stand, zu dem die an dem Projekt mitarbeitenden Personen nach Karlsruhe eingeladen wurden, um einen Tag lang die Fragen des Teams von delta e.V. zu beantworten und die einzelnen Themen zu diskutieren. Die Ergebnisse dieser Veranstaltung bildeten später die Grundlage für die Erstellung der Studie. Die Teilnehmer waren von der guten Planung und Durchführung ebenso begeistert wie von den Erkenntnissen, die auch sie aus diesem Workshop zu ihrem eigenen Projekt gewonnen hatten.

Inhalt der Phase Drei war die Erstellung einer 75-seitigen Studie, in der sich neben der umfangreichen Beschreibung des Produktes mit allen Vor- und Nachteilen sowie den Vergleichen zu substituierbaren Produkten und Lösungen und der Analyse von Chancen und Risiken durch eine SWOT-Analyse, gerade die Quantifizierung des Zielmarktes für Europa als interessantestes Kapitel darstellte.

Nachdem die wichtigsten Zielgruppen definiert worden waren, wurden drei Szenarien durchgerechnet, in denen über Adaptionenkurvenmodelle die potenziellen Verkaufszahlen für die ersten fünf Jahre nach der Markteinführung berechnet wurden.

Mit dem Aufbau und den Ergebnissen der Studie waren alle Mitglieder des Projektkonsortiums sehr zufrieden, so dass die Ergebnisse in einem Review mit dem zuständigen Ausschuss der Europäischen Union präsentiert wurden und ihren Teil dazu beitragen konnten, die finanziellen Mittel für die Weiterführung des Projektes zu sichern.

Marktführer mit 1000 Beratertagen

DELTA STELLT NEUEN BENCHMARK AUF

Thomas Mann

Mit Abschluss dieses Jahres wird delta einen neuen Benchmark in der Vereinsgeschichte aufstellen. Dieser wird nicht nur für die erfolgreiche Studentische Unternehmensberatung sondern auch für die anderen Beratungen gelten, welche beispielsweise im BDSU aktiv sind.

Aktueller Stand in den Projektstatistiken ist am 01.11.2004 ein Volumen von 986 verkauften Beratertagen. Zum Ende des Geschäftsjahres wird die Grenze der 1000 Beratertage überschritten.

Im Jahr 2002 wurden 297 Beratertage verkauft, im anschließenden Jahr 2003 waren es schon 600, was einem Wachstum von über 100 Prozent entspricht. Betrachtet man das Jahr 2004 nur für sich so erkennt man, dass im ersten Halbjahr 457 Tage verkauft wurden und in den bisherigen vier Monaten des zweiten Halbjahres immerhin schon 511, was ein erhebliches Potential für die verbliebenen zwei Monate darstellt. Wir sind überzeugt, dass wir die Wachstumsquote von über 100 Prozent auch dieses Jahr halten werden.

Jedoch reicht für uns nicht nur das Wachstum im Gesamtvolumen aus, wir achten auch auf das Wachstum

innerhalb eines einzelnen Projektes. Die zwei Größten unserer 19 Projekte hatten ein Volumen von 248 und 141 Beratertagen, wobei das Größte ein Projektteam von sieben qualifizierten Beratern aus dem IT-Sektor stellte. Dazu können Sie auf Seite 8 mehr lesen.

Des Weiteren legen wir großen Wert darauf auch in der personellen Stärke mitzuwachsen, um den künftigen Ansprüchen in Projektgröße und Gesamtvolumen gerecht zu werden. Dazu betreiben wir gezielte Akquise von qualifizierten und hoch motivierten Studenten und schulen diese auch in einem kontinuierlichen Prozess.

Aktueller Stand am 01.11.2004 in der personellen Besetzung sind 11 Interessenten, 47 in den Verein eingeführte Anwärter und 61 erfahrene und qualifizierte Mitglieder. Darüber hinaus können wir auf über 40 Alumni zurückgreifen, die uns mit ihrer Erfahrung und ihrem Know How aus der Berufswelt tatkräftig unterstützen.

Hiermit ist delta eine hervorragend aufgestellte und marktführende Studentische Unternehmensberatung.

Redaktion & Layout: Thomas Mann, Felix Limbach, Thilo Gamber

Auflage: 600 Stück

Druck: Druckerei Böckle, Karlsruhe

Herausgeber: delta e.V. Studentische Unternehmensberatung Karlsruhe
Kaiserstraße 12
76128 Karlsruhe
Tel.: 0721 / 608 30 56
Fax: 0721 / 608 78 01
info@delta-ev.de

Besuchen Sie uns auch im Internet: www.delta-ev.de