

Gut beraten ist, wer früh berät

Studentische Unternehmensberatungen sind eine gute Startrampe

Birgitta vom Lehn

Unternehmensberater, das waren früher einmal ausschließlich seriös dreinblickende Herren in dunklem Zwirn. Heute gibt es daneben immer mehr Berater, auch weiblichen Geschlechts, die vormittags Jeans und Flipflops tragen und nachmittags in Kostüm oder Anzug Kundengespräche führen: als studentische Unternehmensberater. Abgesehen von der Kleiderfrage, besteht ein weiterer Unterschied darin, daß die Profis fast ausschließlich von „Klienten“ sprechen, während die Studenten noch ganz unverblümt „Kunden“ sagen.

Gut 20 Jahre dauerte es, bis der Trend von Frankreich („Junior Enterprises“) nach Deutschland überschwappte. Inzwischen gibt es hierzulande über 80 studentische Unternehmensberatungen, ein gutes Drittel davon ist im „Bundesverband Deutscher Studentischer Unternehmensberatungen“ (BDSU) organisiert. Der BDSU will sich mit Qualitätsstandards und ISO-Normen von der nichtorganisierten Konkurrenz absetzen. „Die Professionalisierung darf aber nicht so weit gehen, daß der Spaß auf der Strecke bleibt“, mahnt Tobias Bantzhaff. Er hat als Student selbst sechs Jahre für Delta in Karlsruhe gearbeitet, einem der führenden BDSU-Mitglieder, und ist danach ins Profifach bei Siemens Management Consulting (SMC) gewechselt. „Denn nur wenn man sich wohl fühlt, hat man die Chance, sich weiterzuentwickeln.“

Der Spaß am Selbsttun, an der Umsetzung dessen, was man an der Uni gerade mal vom Hörensagen kennt, ist für die meisten der Motor, schon neben dem Studium beratend tätig zu werden. „Man lernt die Basics wie Interview- und Moderationstechnik, die Erstellung von Präsentationen; man lernt, Dinge auf den Punkt zu bringen, Analysen zu definieren und durchzuführen“, beschreibt Bantzhaffs SMC-Kollege Jean-Christoph Heyne, früher ebenfalls bei Delta aktiv, die Vorteile des studentischen Treibens.

Die Delta-Beratung feiert dieses Jahr Zehnjähriges: Waren es anfangs nur elf Studenten, so machen heute über 100 mit, darunter angehende Wirtschaftsingenieure, Informatiker, Elektrotechniker, Bauingenieure, Physiker und Journalisten. Die Kunden schätzen die interdisziplinären Teams und geben gern Folgeprojekte in Auftrag. Allein bei BMW und Airbus hat Delta in den vergangenen zwei Jahren ein Dutzend Projekte durchgeführt.

Natürlich unterscheidet sich die Arbeitsweise der Youngsters von denen der Profis. „Wir können nicht mal eben fünf Mann für ein halbes Jahr zu einem Projekt

schicken“, erklärt Christopher Kröker. Der 22jährige Informatikstudent an der Uni Karlsruhe ist seit dem ersten Semester für Delta aktiv. Zur Zeit pendelt er jede Woche zwischen München und Karlsruhe: drei Tage Beratung bei BMW, zwei Tage Uni. „Bei uns arbeiten nur Leute, die das gut geregelt kriegen“, antwortet er selbstbewußt auf die Frage, ob sich durch seine Beratungstätigkeit nicht sein Studium verzögere. Nein, die Erfahrungen, die man dort mache, seien „unersetzlich“. Und: „Man verdient richtig gut. Wir sind zwar billiger als die Profis, aber nicht schlechter.“

„Bei vielen wird hier der Appetit aufs Beratungsgewerbe so richtig geweckt, und die Tätigkeit ist bei späteren Bewerbungen auf jeden Fall von Vorteil“, meint sie. „Wer einmal geschnuppert hat, der bleibt dabei. Die meisten fangen im dritten oder vierten Semester bei uns an.“ Die Arbeitsbelastung sei ganz unterschiedlich und frei wählbar. Sie reiche von einmal pro Woche bis jeden Tag. Die Projekte werden per E-Mail ausgeschrieben, die Teams jeweils neu bestückt.

Ab dem Wintersemester kann man – in dieser Form bundesweit einzigartig – an der Uni Oldenburg Unternehmensbera-



Vormittags Hörsaal, nachmittags Kundentermin: studentische Unternehmensberater.

Genau darin liegt die Chance der studentischen Beratungen. Mit Tagessätzen von 200 bis 400 Euro liegen sie deutlich unter denen der Profis. „Viele Firmen stehen vor der Frage: selber oder gar nicht machen. Eine teure Beratung können sie sich nicht leisten. Diese Lücke schließen wir“, sagt Professor Jörg Heinzelmann von der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt in Nürtingen-Geislingen. Vor knapp zwei Jahren gab er den Anstoß zur „Studentischen Unternehmensberatung Geislingen“ (SUB). Mit dem Schwerpunkt Immobilienwirtschaft füllt sie eine Nische. 60 Studenten machen mit, auch Elke Guffel. Die 25jährige Studentin der Immobilienwirtschaft sitzt im SUG-Vorstand. „Ich wollte etwas neben dem Studium machen, aber nicht am Fließband arbeiten, sondern etwas, das mit meinem Studium zu tun hat.“ Vor kurzem hat sie ein Taxiunternehmen beraten, das sich besser am Markt plazieren will, und eine Mieterzufriedenheitsanalyse durchgeführt. Der Vorstand trifft sich einmal die Woche in der Cafeteria, ansonsten arbeitet jeder von zu Hause aus.

Die 23jährige BWL-Studentin Sonja Szeziwola zählt zum Vorstand der studentischen Beratung „Wissenschaft in der Praxis“ (WIP) an der Uni Duisburg-Essen.

In vier Semestern sollen 25 Studenten, die bereits ein abgeschlossenes Studium hinter sich haben, den Master in „Management Consulting“ erwerben. Wird ein solches Berater-Studium die studentische Beratungs-Praxis verdrängen können? „Gewisses Handwerkszeug kann man vermitteln: die Methoden, die Analysetechnik, den Beratungsprozeß. Aber wir arbeiten heute ja nicht mehr so wie vor 20 Jahren, als Studien und Marktanalysen vorwiegend vom Schreibtisch aus gemacht wurden. Heute suchen wir die Lösungen gemeinsam mit Teams, in denen auch Klienten präsent sind“, betont Stefan Eikemann, Geschäftsführer der Unternehmensberatung Booz Allen Hamilton. „Und mit echten Klienten zu arbeiten, das lernt man eben doch nur in der Praxis.“

Deshalb suchen die Profis verstärkt Kontakt zu den studentischen Beratern. Booz Allen etwa fungiert als Kurator für Delta und schickt, ebenso wie Roland Berger, SMC oder Mercer, regelmäßig Berater, um die Studenten in Kundenmanagement und Strategieplanung zu schulen. „Eine Art Trainingslager von Beratern für Berater“ sei das, so Eikemann. Dabei erfährt man dann irgendwann wohl auch vom feinen Unterschied, der den „Kunden“ zum „Klienten“ adelt.