

Consulting

Projekt. Office Day. Client. Anzug. Präsentation. Hotel. Fliegen. Schlagworte, mit denen Unternehmensberater ihre Tätigkeit beschreiben. Ein kleiner Einblick in die Branche der Unternehmensberatung (Consulting).

Dem einen oder anderen werden sie schon aufgefallen sein – seit zwei Jahren findet man Plakate auf der TU, mit welchen Unternehmen wie Accenture, The Boston Consulting Group oder McKinsey&Company zu Workshops und Präsentationen einladen.

Informationsmesse
TECONOMY 2001
am 08. Mai 2001

Dies sind nur drei der in Österreich vertretenen und international agierenden Unternehmensberatungen. Wie der Name der Branche schon sagt, liegt der Zweck dieser Unternehmen in der Beratung des Management anderer Unternehmen auf Basis neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse und Erfahrungen, aber teilweise auch in der Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen. Dabei werden für den Kunden Visionen entwickelt, Strategien erstellt, Unternehmensziele kritisch hinterfragt, Geschäftsprozesse durchleuchtet und analysiert.

Die Tätigkeit als Unternehmensberater ist herausfordernd, interessant und alles andere als ein 9-to-5 Job. Die meiste Zeit verbringt der Berater beim Kunden, spricht dort mit Mitarbeitern, um einerseits einen Einblick in dessen Unternehmen zu bekommen und andererseits nach Projektpräsentation bei der Umsetzung der beschlossenen Maßnahmen zu helfen.

Es gibt bei den meisten Unternehmen zumindest einen Tag in der Woche, wo alle Berater in ihrem Heimatbüro sind – der Office Day. Dies dient nicht nur der Vereinfachung der betriebsinternen Kommunikation, sondern es sollen den Beratern auch die Möglichkeiten gegeben werden, ihre privaten Agenden zu planen.

Unternehmensberatung ist, würde man meinen, eine typische Branche für Absolventen von wirtschaftswissenschaftlichen Studiengerichtungen – jedoch weit gefehlt. In den Unternehmen findet man sehr viele Absolventen dieser Studien, doch stößt man – vor allem in letzter Zeit – auch vermehrt auf TU-Absolventen, als auch auf Graduierte von „Orchideenfächer“ (© BM Grasser).

Was macht uns für diese Unternehmen interessant? Die Betriebe legen in erster Linie nicht auf wirtschaftswissenschaftliches Fachwissen wert, sondern auf Kreativität und analytisches Vorgehen. Kreativität gedeiht am besten in einem gemischten Umfeld, wenn verschiedenste Ansichten aufeinander treffen. Analytik – zu welcher wir auf der TU getrimmt werden – erlaubt strukturiertes Problemlösen. Und nicht zuletzt durch den Internet, e-Commerce und m-Commerce Boom der letzten Jahre haben diese Unternehmen auch Bedarf an Mitarbeitern mit IT-Fachwissen. Es gibt viele Möglichkeiten, diese Unternehmen kennenzulernen, der Besuch eines Informationsstandes auf einer Messe (z.B. der TECONOMY 2001 am 08. Mai 2001), über ein Praktikum, eine Diplomarbeit, eine Bewerbung oder einen Case-Study-Workshop, wo man mit anderen Studierenden einen oder mehrere Tage lang die Beratertätigkeit anhand einer Fallstudie kennenlernt – sei es, daß man dabei ein Hemdenbügelservice für Wien entwirft oder den Businessplan für einen Babyartikelshop im Internet erstellt.



Kurt Hänsler
Senat

Auf den folgenden Seiten findest Du in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Firmen gestaltete Informationen sowohl über die Branche, als auch über die Tätigkeit als Berater.

Viel Spaß!

>
accenture

BCG THE BOSTON CONSULTING GROUP

McKinsey & Company, Inc.