



**Änderung an der IT-Struktur von
Academy Consult**

Serverwechsel & Neustrukturierung 4

**Gutes Recruiting fördert Expansion
Hochschulmarketing für einen
Finanzdienstleister** 7



I 2008

Quarterly



Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

das erste Quarterly des Jahres 2008 steht ganz im Zeichen von Entwicklung. Auf der einen Seite verstehen wir darunter die kontinuierliche Weiterentwicklung von Academy Consult, auf der anderen Seite die Unterstützung der Entwicklung unserer Kunden durch eine hochwertige Beratungsleistung. In einem Großteil unserer Arbeit nimmt dieser Begriff somit eine Schlüsselrolle ein.

Die interne Weiterentwicklung von Academy Consult zeigt sich u.a. in einer Verbesserung der vereinseigenen IT-Infrastruktur. Die Umstellung auf einen leistungsstärkeren Server eröffnet eine Vielzahl an Möglichkeiten zur Erweiterung und Optimierung unseres Intranets. Um dieses Potential zu nutzen, werden im Moment erste Teile eines vereinsübergreifenden Informationssystems entwickelt und implementiert. In naher Zukunft soll dieses System das Managementboard bei seiner Arbeit unterstützen und den kompletten Informationsfluss im Verein abbilden. Aber auch der Aspekt Wissensmanagement wird durch den Erfahrungsaustausch der Projektteams untereinander gefördert. Davon versprechen wir uns konkret einen weiteren Schub der Leistung der Projektteams.

Allerdings beschränkt sich die Weiterentwicklung von Academy Consult nicht auf Hardware und Software, sondern im Mittelpunkt steht selbstverständlich die persönliche und fachliche Weiterentwicklung unserer Mitglieder. Neben dem persönlichen Erfahrungsaustausch zwischen Mitgliedern untereinander und den von Academy Consult entwickelten und durchgeführten Schulungen findet eine Entwicklung der individuellen Potentiale auch durch externe Praxisworkshops statt.

Im Zentrum des Engagements für unsere Kunden steht selbstverständlich die Projektarbeit. Zwei unserer kürzlich abgeschlossenen Projekte finden Sie in diesem Quarterly. Das erste Projekt diente der Ausarbeitung einer Hochschulmarketingstrategie für einen Finanzdienstleister, während das zweite Projekt die Marktpositionierung eines Einzelhandelsunternehmens zum Thema hatte. Doch lesen Sie selbst, was die Projektteams zu berichten haben.

Bei der Lektüre dieser Themen wünsche ich Ihnen nun viel Vergnügen.

von Martin Schade

Kurzüberblick

Studierende verschiedenster Fachrichtungen sind bei Academy Consult München e.V. aktiv. Durch die breit gefächerte Mitgliederstruktur verfügen wir über interdisziplinäres Wissen und einen reichen Erfahrungsschatz für die Bearbeitung von Beratungsprojekten. Durch Schulungen, den Wissenspool und nicht zuletzt die Projektarbeit selbst wird der ständige Wissenstransfer im Verein vorangetrieben.

Mehr Informationen finden Sie auch unter www.academyconsult.de.

„Erkenne,
wo Du stehst,
wo Du hinwillst.
Mach Deinen Plan.
Und dann geh!“

Kan Cardigan

Internes

Serverwechsel und Neustrukturierung der Online-Dienste

Seit längerer Zeit wurden bei Academy Consult bereits Pläne entworfen, Änderungen an der bestehenden IT-Infrastruktur vorzunehmen. Gestiegene Anforderungen an die Leistungsfähigkeit und Funktionalität unseres Servers machten einen Wechsel der zugrundeliegenden Hardware unverzichtbar. So wurde beschlossen, einen neuen Server anzumieten und alle Dienste auf die neue Plattform zu übertragen.

Nach wie vor setzt Academy Consult dabei durchwegs auf Open-Source Technologie: Unter einem *Debian-Linux* erledigt der *Apache* Webserver alle Aufgaben, die mit Webseiten in Verbindung stehen. Verschiedenste Anwendungen nutzen eine *MySQL*-Datenbank zur zentralen und flexiblen Speicherung von Informationen und das vereinsweite Intranet wird mit Hilfe des Content Management Systems *Plone* bereitgestellt. Eine größere Umstellung erfolgte bei der Verwaltung von E-Mails. Die neu eingesetzte Software *Cyrus & Postfix* bietet mehr Möglichkeiten und einen noch besseren Komfort für den Endbenutzer, die Umstellung des Systems fordert jedoch auch hohen Aufwand bei der Konfiguration und Portierung. Dabei erledigt der Arbeitsbereich „Server“ innerhalb des Ressorts für Informationstechnologie von Academy Consult den maßgeblichen Anteil der Arbeiten.

Open-Source Software ermöglicht uns in erster Linie eine flexible Anpassung und Verzahnung der verschiedenen Komponenten. Darüber hinaus spart sie Lizenzgebühren ein und ist durch eigene Entwicklungen leicht zu erweitern. Alles in allem wird Academy Consult durch die Umstellung den zukünftigen Herausforderungen, auch im Bezug auf die zuverlässige Eindämmung von Spam, gut aufgestellt sein.

Besondere Erwähnung verdient außerdem die Entwicklung eines „Vereinsinformationssystems“. Diese Plattform dient der Abbildung und dem zentralen Management wichtiger vereinsinterner Prozesse – von der Projektausschreibung bis zu deren abschließenden Dokumentation, vom Bewerbungsprozess der Interessenten bis hin zum Customer Relationship Management.

Insgesamt steht bei allen Weiterentwicklungen der Mehrwert für den Endbenutzer, sprich die Projektteams und Mitglieder von Academy Consult, im Vordergrund. Aber auch Erfahrungsgewinn und der Wissenstransfer zwischen den Mitgliedern werden durch die ständige Weiterentwicklung gefördert. So kann unsere IT-Infrastruktur auch weiterhin ein wichtiges Standbein effizienter Beratungsarbeit bleiben – und stiftet somit einen unmittelbaren Mehrwert für unsere Kunden, Kuratoren und Partner.

von Maximilian Balbach

Academy Consult – creative consulting

Hervorheben der Personalarbeit durch Investition in die menschlichen Ressourcen – nur eines der internen Ziele, die Academy Consult durch die gezielte Personalpolitik des aktuellen Vorstands für Internes, Helene Luckner, in diesem Jahr anstrebt. Der Leitgedanke dabei ist, unseren Kunden optimierte Beratungsleistungen zu bieten, aber auch unsere Vereinsmitglieder als wichtigste Ressource für erfolgreiches Wirken zu motivieren.

Eine konkrete Maßnahme um der Mitglieder motivation und Personalentwicklung gerecht zu werden, ist die gezielte Förderung der internen Aus- und Weiterbildung durch die Schaffung eines breiten Angebots an Trainings und Workshops. Darunter finden sich zum Beispiel Schulungen über Projektmanagement und Präsentationstechniken, aber auch zu Themen wie Kommunikation, Teamverhalten oder Stressbewältigung.

Neben fünf Basisschulungen, in denen unsere zukünftigen Vereinsmitglieder das grundlegende Handwerkszeug für den Berateralltag erlernen, nutzt der Verein zur Sicherung des fortlaufenden Wissenstransfers etwa im Rahmen von zielgerichteten Workshops die spezifische Expertise erfahrener Vereinsmitglieder und der Alumni. Darüber hinaus tragen aber auch unsere externen Partner sowie Kunden durch Workshops zu einer praxisnahen Ausbildung bei. So fand kürzlich mit Campana & Schott ein Projektmanagement-Workshop statt, bei dem das Unternehmen nicht zuletzt auch die Möglichkeit hatte, Academy Consultants in Aktion zu erleben. Vor dem Hintergrund der hohen Relevanz erfolgreichen Projektmanagements auf Ebene der „Hard“- und „Soft-Skills“ dürfen sich im April diesen Jahres außerdem noch zwölf unserer Berater in einem eintägigen Workshop der Tiba Managementberatung GmbH den ein oder anderen Tipp aus der Praxis einholen – getreu dem Workshop-Motto: Excellence in Project Management. Wir freuen uns sehr, dass wir uns bei dieser Veranstaltung von zwei unserer Alumni schulen lassen können!

Die breite Palette an Bezugsquellen zur Personalentwicklung wird letztlich von den maßgeschneiderten Angeboten der im September 2007 durch 16 Mitglieder des Bundesverbands Deutscher Studentischer Unternehmensberatungen (BDSU) gegründeten Trainerakademie (siehe Quarterly IV 2007) abgerundet. Neben einer Schulung zu Stressmanagement im Dezember 2007 konnten so im Zuge eines gezielt eingesetzten Trainings im Januar dieses Jahres verschiedenste Techniken zur Aktivierung sowie Förderung des kreativen Prozesses erlernt werden. Neben einer handvoll analytischer Kreativitäts- und Problemlösetechniken (z.B. Change Quadrat, ABC-Listen) konnten sich die Teilnehmer vor allem auch in intuitiven Kreativitätsverfahren wie Brainwriting oder der 6-Hüte-Methode nach Bono üben. Das hohe Maß an Interaktion bei der Vermittlung praktischer Inhalte, kombiniert mit fundierten Fachkenntnissen zum Themenbereich Kreativität, erwies sich im Nachhinein als besonders transferfördernd. Was zunächst spielerisch oder auch unrealistisch zur konkreten Problemlösung erschien, entpuppte sich letztendlich als effiziente Maßnahme zur Lösungsfindung. Erste erfolgreiche Anwendungen einzelner Techniken auf konkrete Fragestellungen im Rahmen von Beratungsprojekten zeigten sich bereits unmittelbar in Folge des Trainings. Dies spricht nicht nur für die Qualität der Trainerakademie als interne

Personalentwicklungsinstitution des BDSU, sondern verdeutlicht auch den eingangs erwähnten Aspekt direkter Auswirkungen auf die Beratungsleistungen für unsere Kunden.

In diesem Sinne wird Academy Consult auch in Zukunft den eingeschlagenen Kurs strategischer Aus- und Weiterbildung beibehalten und im Zuge dessen gezielt das bunte Portfolio an praxisbezogenen Workshops der (Partner-) Unternehmen einerseits und (BDSU-) internen Schulungen und Trainings andererseits ausweiten.

von Gesche Blohm

Externes

Entwicklung einer Hochschulmarketingstrategie für einen Finanzdienstleister

Erfolgreiches Wachstum stellt jedes Unternehmen vor individuelle Herausforderungen. Die meisten Unternehmen haben dabei aber eine Sache gemeinsam: Wesentlicher Bestandteil jeder Expansionsstrategie ist eine erfolgreiche Personalmarketingstrategie. Nur so können frühzeitig und langfristig neue Mitarbeiter für das Unternehmen gewonnen werden.

Vor diesem Hintergrund trat im letzten Quartal 2007 auch ein junges, stark wachsendes Unternehmen aus der Finanzdienstleistungsbranche an Academy Consult heran. Das von Academy Consult vermittelte Projektteam sollte für den Finanzdienstleister eine Personal- bzw. Hochschulmarketingstrategie entwickeln, mit der gezielt geeignete und gut qualifizierte Nachwuchsführungskräfte insbesondere von den Münchner Hochschulen rekrutiert werden können.

Während des Projektes wurde analysiert, was einen beliebten Arbeitgeber im Allgemeinen kennzeichnet und wie sich ein Finanzdienstleister im Besonderen optimal am Arbeitsmarkt positionieren kann. Beleuchtet wurde auch, welche Kriterien bei den Studenten für die endgültige Wahl ihres Arbeitgebers ausschlaggebend sind. Kernstück war dabei die Befragung von Studenten mittels eines vom Projektteam entwickelten und auf ca. 15 Minuten Bearbeitungszeit ausgelegten Fragebogens. Neben den Besuchern einer Absolventenmesse in München wurden unter Verwendung eines professionellen Online-Befragungstools deutschlandweit Studenten verschiedener Hochschulen und Mitgliedsinitiativen des Bundesverbands Deutscher Studentischer Unternehmensberatungen (BDSU) befragt. Dabei konnten Antworten von insgesamt über 450 Personen gesammelt werden. Ferner wurden Interviews mit Hochschulprofessoren und weiteren Experten geführt, vorhandene Studien zum Thema analysiert sowie die Recruiting-Aktivitäten anderer Unternehmen beleuchtet.

Die Ergebnisse belegen zum Beispiel, dass das Betriebsklima und die Weiterbildungsmöglichkeiten im jeweiligen Unternehmen in der Wertschätzung der Studenten inzwischen deutlich vor rein monetären Anreizen rangieren. Sie zeigen auch, dass sich Studenten insbesondere über das Internet und persönliche Empfehlungen über ihren potentiellen Arbeitgeber informieren. Neben diesen und zahlreichen weiteren für alle Branchen gültigen Voraussetzungen eines erfolgreichen Hochschulmarketings wurden vom Projektteam insbesondere für die Finanzdienstleistungsbranche relevante Ergebnisse gefiltert und aufbereitet. Abschließend wurden dem Auftraggeber in einer umfangreichen Präsentation Handlungsempfehlungen dargelegt, die zeigen, wie er die Studenten durch Berücksichtigung ihrer Bedürfnissen und Vorstellungen bereits frühzeitig während der universitären Ausbildung für sich gewinnen kann. Da kurzfristige Einzelaktionen nur schwer messbare Erfolge hervorbringen, wurde der Fokus dabei klar auf eine langfristige Hochschulmarketingstrategie gelegt.

Der Kunde war mit den Ergebnissen sehr zufrieden und steht bereits wegen der weiterführenden Unterstützung zur Umsetzung einzelner Handlungsempfehlungen in Form eines Folgeauftrags mit dem Projektteam in Kontakt. Damit steht dieses Projekt in einer Reihe mit erfolgreichen Hochschulmarketing-Projekten die in den letzten Jahren insbesondere für Kunden aus der Industrie bearbeitet wurde. Academy Consult konnte seine Kompetenzen auf diesem Gebiet so um eine weitere Facette ausweiten.

von Kevin P. Kiesling

Marktpositionierung eines Einzelhandelsunternehmens

Frühes Handeln bei auftretenden Startschwierigkeiten kann sich im Rahmen von Immobilienprojekten im Einzelhandel schnell auszahlen. Ist erst einmal ein Mieter ausgezogen, sinken Akzeptanz und Besucherzahlen und die Millioneninvestitionen in ein Einkaufszentrum verlieren schnell an Wert.

Um diesem Wertverlust vorzubeugen, beauftragte ein großer deutscher Einzelhandelskonzern, ein dreiköpfiges Team von studentischen Beratern, welche die Lage zuerst vollkommen unvoreingenommen einschätzen und schließlich umsetzbare Lösungen erarbeiten sollten.

Ausgangspunkt ist ein mehrstöckiges Einkaufszentrum in einer Gemeinde in Oberbayern. Dieses kombiniert Filialen konzerneigener Einzelhandelsketten, darunter bekannte Marken aus dem Lebensmittel- und Bekleidungshandel, im Sockelgeschoss mit kleineren Fachgeschäften, Gastronomiebetrieben, Drogerien und einer Apotheke im Erdgeschoss. Des Weiteren befinden sich Arztpraxen, Büros und ein Fitnessstudio im Dachgeschoss. Trotz einer sehr verkehrsgünstigen Lage und der unmittelbaren Nähe zum Stadtzentrum wurde von den Mietern eine starke Differenz der Geschäftsentwicklung zwischen den Etagen beklagt. Während die konzerneigenen Märkte im Sockelgeschoss nach einem guten Start Ende 2006 zunehmende Umsätze und eine steigende Kundenfrequenz verzeichneten, blieben die Umsatzzahlen der im Erdgeschoss befindlichen Geschäfte nach Aussagen der Betreiber deutlich hinter den Erwartungen zurück. Einzelne Händler fühlten sich sogar zur Geschäftsaufgabe gezwungen, falls sich die Situation mittelfristig nicht bessern sollte. Die im Dachgeschoss untergebrachten Mietparteien hatten dagegen keine Schwierigkeiten zu vermelden.

Im Rahmen des dreiphasigen Projektes wurden zuerst mögliche Ursachen für die unterschiedliche Geschäftsentwicklung aus verschiedenen Blickwinkeln mithilfe auf die einzelnen Geschäfte angepassten Fragebögen identifiziert, quantitativ und qualitativ erfasst, und bewertet.

Um ein vollständiges Bild zu erhalten und die Problematik ganzheitlich abzudecken, war es integraler Bestandteil der zweiten Phase die Kundensicht zu verifizieren und daraus Lösungsansätze abzuleiten. In diesem Zusammenhang führte das Projektteam Befragungen in den relevanten Geschossen des Einkaufszentrums sowie in der nahe gelegenen Fußgängerzone durch. Inhalte der Befragung waren das Einkaufsverhalten der Besucher, ihre Wahrnehmung der Geschäfte und des Einkaufszentrums im Allgemeinen, sowie etwaige Verbesserungsmöglichkeiten. Über eine statistische Analyse und Aufbereitung der erhobenen Daten konnten die Antworten auf diese Weise zur Beurteilung der ermittelten potentiellen Ursachen beitragen.

Um die Ergebnisse auf ihre Allgemeingültigkeit hin zu testen und daraus Erfahrungswerte ableiten zu können, rundete eine telefonische Befragung des Managements verschiedener Einkaufszentren nach ähnlichen Problemen, deren Ursachen und vor allen Dingen der Lösungsansätzen die zweite Phase ab.

Schließlich wurden die Resultate der einzelnen Erhebungen in einem Gesamtbild betrachtet und in einer detaillierten Studie dem Auftraggeber präsentiert. Als zentrale Erkenntnis ist festzuhalten, dass die Problematik durch einige betroffene Mietparteien zuvor deutlich überschätzt wurde. Als wesentliche Erklärung der teilweise schlechten Geschäftsentwicklung konnten individuelle Versäumnisse und mangelhafte Geschäftsführung identifiziert und als Ansatzpunkt für Verbesserungen genannt werden.

Der Auftraggeber, der als langjähriger Stammkunde bereits bei mehreren Projekte mit Academy Consult zusammengearbeitet hat, zeigte sich mit dem Ergebnis außerordentlich zufrieden und hat bereits mit der Umsetzung nahezu aller Handlungsempfehlungen begonnen.

von Julian Faupel

Schlusswort

Wie Sie sehen, hat sich Academy Consult mit dem Anspruch, sich ständig neu zu erfinden, erneut – sowohl im Hinblick auf die IT-Infrastruktur, der Aus- und Weiterbildung, aber auch der Projektarbeit – ein weiteres Stück nach vorne entwickelt. Vielleicht möchten auch Sie unser Potential bei einem Projekt oder einer sonstigen Zusammenarbeit entdecken, und finden sich mit Ihrem Auftrag in einem der nächsten Quartalsberichte wieder. In diesem Sinne dürfen Sie sich auf das nächste Quarterly im Juli freuen, in dem wir wie gewohnt weitere interessante Einblicke in unsere Arbeit geben werden.

Damit verabschiede ich mich von Ihnen und verbleibe im Namen aller studentischen Berater von Academy Consult mit den besten Grüßen,

Ihr



Martin Schade

Impressum

Academy Consult München e.V.
Studentische Unternehmensberatung
Vereinsregister: VR 16628
Gerichtsstand: München

Ramona Lermer
| Ressort für Public Relations & Marketing |

Büro:
Türkenstraße 70
80799 München
fon: +49 (89) 30649601
fax: +49 (89) 381686589
e-mail: info@academyconsult.de
web: <http://www.academyconsult.de>

Bildquellen

Microsoft Office ClipArt