

TZ: Ein neues Licht auf dem Campus

UZ: Düsseldorf hat seine erste studentische Unternehmensberatung

AZ: VON ERIK SCHNITZLER

Vorspann: Im September wurde sie gegründet, jetzt hat sie die Arbeit aufgenommen: Heinrich Heine Consulting (HHC), Düsseldorfs erste studentische Unternehmensberatung. Eine Konkurrenz zu den 500 etablierten Firmen in der NRW-Landeshauptstadt?

Den Anstoß gab Philipp Kölgen, 24-jähriger Philosophiestudent. Wobei die Idee so neu nicht ist, den Anfang machten französische Studenten. Seit Mitte der 80er Jahre gibt es Unternehmensberatungen von Jung-Akademikern auch in Deutschland. Mit einer großen Plakatwand, einer darauf abgebildeten Glühbirne vor hellblauem Hintergrund und dem einprägsamen Spruch „Spot on!“ werben der frischgewählte erste Vorsitzende Kölgen und Jennifer Beier (23), ausgebildete Werbekauffrau und BWL-Studentin im 3. Semester, für ihr junges Unternehmen. „Hier auf dem Campus geht ein neues Licht an“, beschreibt Beier, bei HHC für Marketing und PR zuständig, das Plakatmotiv .

Für beide eine Premiere: ihre erste Pressekonferenz, bei der sie das Projekt vorstellten. Schützenhilfe gab es von Rektor Prof. Dr. Dr. Alfons Labisch. Was bedeutet solche eine Ausgründung für die Universität? „Ich finde es ganz toll, dass sich Studenten frühzeitig und mit viel persönlichem Engagement mit ihrer beruflichen Zukunft beschäftigen.“

Die HHC-Idee: Studenten beraten Firmen nach den neusten Erkenntnissen der Wissenschaft und erhalten im Gegenzug praktische Erfahrungen, Praktikumsstellen und die ersten wichtigen Kontakte zu Ansprechpartnern für ihren beruflichen Werdegang. „Man wird auf später besser vorbereitet und lernt vielleicht auch einen möglichen Arbeitgeber kennen“, ergänzt Beier, die nebenher in einer Marketingagentur jobt.

Der große Vorteil von HHC ist das bunt gemischte Team aus Studenten der verschiedensten Fachbereiche. Neben BWLern und Juristen besteht der Verein aus Geisteswissenschaftlern und einer Vielzahl von Studenten der Mathematisch-Naturwissenschaftlichen sowie der Medizinischen Fakultät. Das kreative Potential der Jung-Akademiker bestätigt auch Rektor Labisch: „Studenten gehen anders an

Problemlösungen heran. Da gibt es generell keine Unterschiede bei der wissenschaftlichen Vorgehensweise.“

Ein großer Vorteil von HHC ist auch die Mischung der Mitglieder: ein Mix aus Studenten mit bereits abgeschlossener Berufsausbildung, wissenschaftlichen Mitarbeitern, Diplomanden und Doktoranden. Auf diese Weise werden Kompetenzen mit „jugendlichem Eifer“ vereint und so entstehen überaus spannende und innovative Denkansätze mit enormem Potential.

Die Unterstützung durch die Universität verstärkt diesen Aspekt. Dem kann auch Labisch nur hinzufügen: „Wir haben der HHC Räume zur Verfügung gestellt, die sie nicht bezahlen muss und helfen bei verwaltungstechnischen Dingen.“

Die regelmäßige Schulung der Mitglieder von HHC ist obligatorisch und reicht von Kursen in Office-Programmen über Rhetorikseminare bis hin zu Vorträgen durch Persönlichkeiten aus den unterschiedlichsten Bereichen. Durch praxisnahe Fallbeispiele und die regelmäßige Teilnahme an internen Projekten erhalten die Mitglieder so die notwendigen Fähigkeiten, um Unternehmen professionell zu beraten.

Noch ist HHC auf Kuratoren angewiesen. Neben der Firma Henkel, die PCs und Drucker für die Uni-Räume bereitstellt, ist es vor allem das Unternehmen Rölfs Partner, das neben der finanziellen Unterstützung Schulungen zu allen Aspekten der Beratertätigkeit (rechtliche Grundlagen, Herangehensweise an Projekte...) übernimmt.

Das Leistungsspektrum von HHC unterscheidet sich nicht sehr von dem großer Unternehmensberatungen. Besonders in den Feldern Personal, Marketing, Controlling und Finanzwirtschaft, Organisation und Prozessmanagement sowie dem Gründungsmanagement liegen die Stärken der studentischen Initiative. Der Unterschied zu den großen Firmen zeigt sich allerdings am Ende des Projektes, - mit dem Eingang der Rechnung. Der Tagessatz der studentischen Unternehmensberatung liegt deutlich unter jenem der „Großen“. Mit Honoraren zwischen 200 und 400 Euro pro Tag und Berater verdienen die Studiosi höchstens 1/8 der branchenüblichen Gehaltssummen. Immerhin: 10 bis 20 Prozent der Einkünfte gehen an den Verein. Davon werden Veranstaltungen, Referenten, Büro- und Werbematerialien bezahlt. Der Rest bleibt beim Berater. „Mit dem Geld werd' ich meine Studienbeiträge bezahlen“, ist sich Beier sicher.

Was könnte Firmen reizen, Studenten als Berater zu engagieren? Kölgen: „Zum einen haben die Unternehmen die Chance, die Studenten sehr intensiv kennen zu lernen. Über ihren Rekrutings-Bereich sind sie immer auf der Suche nach neuen Leuten. Dann natürlich die niedrigen Honorare. Was Studenten auszeichnet, sind aber auch ihre Unvoreingenommenheit und ein anderer Blickwinkel, mit dem sie an Problemlösungen herangehen.“ Somit sei die Kooperation gerade für kleine und mittelständische Unternehmen attraktiv.

Mit derzeit über 30 Mitgliedern steht HHC den Unternehmen in und um Düsseldorf zur Verfügung. Studierende aller Fachrichtungen, auch von der FH oder anderen Hochschulen, sind eingeladen, der HHC beizutreten. Für die Zukunft hat der Verein auch schon Pläne. Falls er angenommen wird, soll daraus einmal eine GmbH gegründet werden. Philipp Kölgen ist sich sicher: „Die HHC würde natürlich immer als Standort für die Uni bestehen bleiben. Allerdings mit dem Unterschied, dass die GmbH dann die Absolventen übernehmen könnte. So schafft man sich selbst seinen Arbeitsplatz.“

Infos und Kontakt:

[www.hhc-duesseldorf.de](http://www.hhc-duesseldorf.de)

[jennifer.beier@hhc-duesseldorf.de](mailto:jennifer.beier@hhc-duesseldorf.de)