Oktober bis Dezember 2021

Unabhängiges Fachmagazin für Berufseinsteiger und Young Professionals

junior//consultant

FEMALE CONSULTING

Die Ausgabe, in der weibliche Consultants das Wort haben

MOBILITY
Sandra Radüge (Bild) von DB MC über die großen Aufgaben der Bahn und ihren Weg im Inhouse Consulting

JOBWELTEN
Beraterinnen aus allen Karrierestufen sprechen über Ein- und Aufstieg und den Wandel in der Branche

SICHTBARKEIT ALS KARRIEREBOOSTER
Fünf Tipps für Frauen zur erfolgreichen Positionierung – ein Beitrag von Kommunikationsexpertin Susanne Mathony

TERMINE

News & Events
Die wichtigsten News, Webinare, Recruitingevents und studentischen Veranstaltungen im Herbst und Winter 2021/22

PRAXIS

Women & Consulting
Frauenförderung heißt auch Männerförderung: Ein Gastbeitrag von Monika Dussen von Struktur Management Partner

EINSTIEG

Onboarding
Corona hat Praktika und Einstieg verändert. Wird das digitale Onboarding auch zukünftig eine Rolle spielen?

McKinsey
& Company
erlebeMcKinsey
Mobilität lässt
Chancen auf der
Straße liegen?
Change
it.
Für Veränderungen braucht es den richtigen Antrieb.
Davon hat Sihong mehr als genug. Bei McKinsey sucht sie
gemeinsam mit Automobilherstellern und Zulieferern
nach Wegen, Mobilität zu einem neuen Erlebnis zu machen.
Best work. Best teams. At your best.
change-it.mckinsey.de

Liebe Leserin, lieber Leser!

Das Special *Female Consulting* gibt es bereits seit 2010 jährlich in einer Ausgabe von junior //consultant. Aus einer *Mutmacher*-Edition ist eine Publikation geworden, die die Vielfalt im Consulting zeigt. Bei dieser Gelegenheit möchte ich auch einmal den Hut vor der Weitsicht des Herausgebers ziehen, der damals frühzeitig ein Thema etabliert hat, das nach zehn Jahren nichts an Aktualität und Relevanz eingebüßt, ja sogar an Bedeutung hinzugewonnen hat.
Wieder haben wir in dieser Ausgabe Frauen versammelt, die mit ihrer ganz eigenen Sicht und ihren originären Erfahrungen den Cosmos Beratung beleuchten. Um Sichtbarkeit geht es auch in den Beiträgen von Susanne Mathony und Monika Dussen, die betonen, wie wichtig es für Frauen ist, sich zu zeigen und gezeigt zu werden. Monika Dussen bringt dabei auch die Männer ins Spiel und erklärt, dass Frauenförderung nicht bedeuten muss, Männer zu benachteiligen.
Im Zuge dieser Ausgabe sprach ich natürlich mit vielen Unternehmen und es ist klar: Die Coronaflaute ist vorbei. Die HR-Abteilungen haben wieder grünes Licht bekommen und nun viel Nachholbedarf. Die Kandidaten, die auf dem Markt sind, decken längst nicht den Bedarf und wir erleben erneut einen Arbeitnehmermarkt. Durch Homeoffice, Videocalls und so weiter haben sich neue flexible Möglichkeiten der Arbeit etabliert. Die Beraterwoche vor Ort beim Kunden ist nicht mehr Standard und wird an die Sinnfrage geknüpft. Davon profitieren Bewerber:innen aller Geschlechter – und natürlich auch deren Familien, Kinder und Partner:innen

Es grüßt herzlich
David Lins

Die Female Consulting-Ausgabe, einst und jetzt

Vorschau auf Ausgabe 4-2021 von junior //consultant am 1. Dezember 2021 // Die Themen

1. Arbeitgeber 2022: Beratungen im Profil
2. Beratungen mit maximal 150 Mitarbeitern
3. Beratung für Controlling, Banking & Finance
4. Work-Life-Dynamik – Arbeit wird individuell
5. Frauen in der Arbeitswelt IT-Beratung
6. Diversity im Consulting

Impressum

Herausgeber: Caspar Brandi (V. i. S. d. P.)

Chefredakteur: David Lins
Redaktion: Martin Schneider
Mitarbeiter: Bettina Riedel, Lisa Albrecht, Svenja Uhl, Nam Tran

Anzeigen: David Lins (verantwortlich)

Bilder: Archiv, privat, pixabay, imagebase.net, pexels.com, unsplash.com.

Druck: Dierichs Druck+Media GmbH & Co. KG

Anschrift für Verlag, verantwortlichen Redakteur und Anzeigenverantwortliche: junior//consultant, Ramsauer Str. 11, 81379 München
Kontakt: Redaktion 089 / 769 003-71, Anzeigen 089 / 769 003-67
Vertrieb 089 / 769 003-70, redaktion@juniorconsultant.net

www.juniorconsultant.net
www.facebook.com/juniorconsultant.net

junior //consultant erscheint im Verlag Evoluzione GmbH. Die Meinungen der Autoren können sich von denen des Herausgebers und des Verlages unterscheiden. Für unverlangt eingesandte Bilder oder Manuskripte wird keine Haftung übernommen.

Alle Rechte vorbehalten.

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Die Urheberrechte für gestaltete Anzeigen und Vorlagen liegen beim Verlag. Die anderweitige Nutzung selbiger bedarf ebenfalls der schriftlichen Genehmigung. Für Vollständigkeit und Richtigkeit von Veranstaltungshinweisen wird keine Gewähr übernommen.

Allgemeiner Hinweis: Aus Gründen der Lesbarkeit wird in den Texten in der Regel die männliche Form gewählt, nichtsdestoweniger beziehen sich die Angaben auf Angehörige aller Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich anderes erwähnt wird.

Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse nach BayPrG: Geschäftsführender Gesellschafter Dipl. Kfm. Caspar Brandi, Verleger, Pullach

ISSN 2363-5827
Auflage: 21.500 Exemplare

3 Impressum

10 Diversity

„Unser Erfolg entsteht aus der Diversität der Mitarbeiter:innen"

Partnerin **Carolin Eistert** berichtet über ihre bisherigen **14 Jahre bei BCG**

24 Karriere

Sichtbarkeit als Karrierebooster für Frauen im Consulting

Fünf Tipps zur **erfolgreichen Positionierung** – ein Beitrag von **Susanne Mathony**

32 Praxis

Frauenförderung heißt auch Männerförderung

Ein Gastbeitrag von **Monika Dussen von Struktur Management Partner**

42 Perspektivwechsel

Wechsel ins Inhouse Consulting

Helen Dietrich ging firmenintern zu **thyssenkrupp Management Consulting** (TKMC)

48 Unternehmenspraxis

Einstieg und Onboarding

Wird das **digitale Onboarding** auch zukünftig eine Rolle spielen?

6 **News & Events**

Weitere **aktuelle Events der Branche** auch unter juniorconsultant.net

14 **Mobility**

Sandra Radüge von DB Management Consulting im Interview über die großen **Aufgaben der Bahn** und ihren **Weg im Inhouse Consulting**

E.ON Inhouse Consulting

A new perspective has never been so close

At E.ON Inhouse Consulting we keep all our recruiting efforts high and are looking for motivated talents to join our team anytime! A new perspective has never been so close: Simply apply online and participate in one of our Online Recruiting Days.

Are you passionate about strategic challenges and want to make an impact – on your personal growth, on our clients or even society as a whole? Are you looking for a steep learning curve to develop your skills? Joining E.ON Inhouse Consulting guarantees you the pole position for launching a career within the E.ON Group.

Depending on your academic qualification and professional experience, you can enter E.ON Inhouse Consulting at a number of different career levels. You can find all vacancies online. Do not miss the chance and join our diverse team! We are looking forward to your application.

E.ON Inhouse Consulting GmbH
Hohenzollernstraße 24
45128 Essen
www.eon.com/econ/jobs

E.ON
Inhouse
Consulting

Die wichtigsten Veranstaltungen und Neuigkeiten der Consulting-Branche

NEWS & EVENTS

Weitere aktuelle Events und Angebote gibt es auf juniorconsultant.net

Women in Consulting

Women in Consulting. Lead the way. With us. Frauenevent von Simon-Kucher am 19. Oktober 2021. Bewerben noch bis 10. Oktober
Wie kommuniziere ich effektiv in der Arbeitswelt? Wie trete ich kompetent und selbstbewusst auf? Wie überzeuge ich mit einem starken ersten Eindruck – persönlich und virtuell? Antworten auf diese Fragen gibt es beim interaktiven Workshop von Simon-Kucher.
Das Event richtet sich an Master-Absolventinnen mit den Schwerpunkten Wirtschaft, Psychologie, Technik oder Naturwissenschaften. Bewerbung auf einen der 15 Teilnehmerinnen-Plätze: Online mit Lebenslauf inkl. Noten bis zum 10. Oktober 2021. Das Event findet via Zoom statt.
Mehr unter simon-kucher.com/de/events/women-consulting-lead-the-way-with-us

BCG Stipendiat:innen Event

Das BCG Stipendiat:innen Event // 18. und 19. November 2021 in München // Bewerbungsschluss: 17. Oktober
Was sind die Mechanismen hinter digitalen Plattformen, die unseren Alltag bestimmen und ganze Industrien revolutionieren? Mit dieser Frage beschäftigen die Teilnehmer:innen am ersten Tag und analysieren gemeinsam globale Player aus den verschiedensten Bereichen. Am zweiten Tag folgt eine gemeinsame Diskussion über die zentrale Bedeutung neuer Ideen für die Wirtschaft. Dabei bleibt natürlich genug Zeit, um sich mit den BCGler:innen und den anderen Eventteilnehmer:innen zu vernetzen.
Teilnehmen können herausragende Stipendiat:innen aller Fachrichtungen, mehr Informationen gibt es unter bcg-events.de/stipendiat-innen

Kaffeeklatsch mit TKMC

Kaffeeklatsch mit thyssenkrupp Management Consulting: Entwicklung & Weiterbildung // Online am 1. Dezember 2021 ab 15 Uhr
TKMC, die interne Beratung von thyssenkrupp, möchte die Kaffeepause virtuell gemeinsam mit interessierten StudentInnen verbringen. Im Dezember geht es um das Thema Entwicklung & Weiterbildung. **Mehr Informationen und Anmeldung unter thyssenkrupp-management-consulting.com/de/events**

McKinsey On Air MINT Edition

McKinsey // Webinar // 12. November, 15:00 bis 17:00 Uhr
Das McKinsey-Event für deutschsprachige Studierende, Promovierende und Professionals der MINT-Fachhintergründe: Was bedeutet es, Beraterin oder Berater bei McKinsey zu sein? Wie sieht eine typische Arbeitswoche aus? Diese und weitere Fragen werden bei *McKinsey On Air MINT Edition* beantwortet. Bewerbungsschluss ist der 8. November.
Mehr auf karriere.mckinsey.de/event/mckinsey-on-air-mint-edition, weitere kommende McKinsey-Events auf karriere.mckinsey.de

JCNetwork & BDSU

Die nächsten Termine der Dachverbände der studentischen Unternehmensberatungen

3. JCNetwork Days
11. bis 14. November 2021 // Online
Organisiert von UniClever e.V, der studentischen Unternehmensberatung der Potsdamer und Berliner Hochschulen. Die JCNetwork Days sind eine Plattform für Erfahrungsaustausch und ein Netzwerk zwischen studentischen und nicht-mehr-studentischen Consultants.
Alle Infos und Termine unter days.jcnetwork.de und jcnetwork.de

BDSU // Herbstkongress 2021
vom 4. bis 7. November 2021 in Aachen
Ausrichter: aixsolution e.V.
Mehr erfahren unter bdsu.de und bdsu-kongress.de

the Group.Livestream

Webinar BCG // Online-Event der Boston Consulting Group am 17. Dezember 2021, 16 Uhr

Bei den the Group.Livestream Sessions erhalten die Teilnehmer:innen Informationen über die Einstiegsmöglichkeiten bei der weltweit führenden Strategieberatung. Außerdem gibt es Experten-Insights zu spannenden Zukunftsthemen. Teilnehmen können herausragende deutschsprachige Universitätsstudent:innen, Doktorand:innen sowie Professionals aller Fachrichtungen.

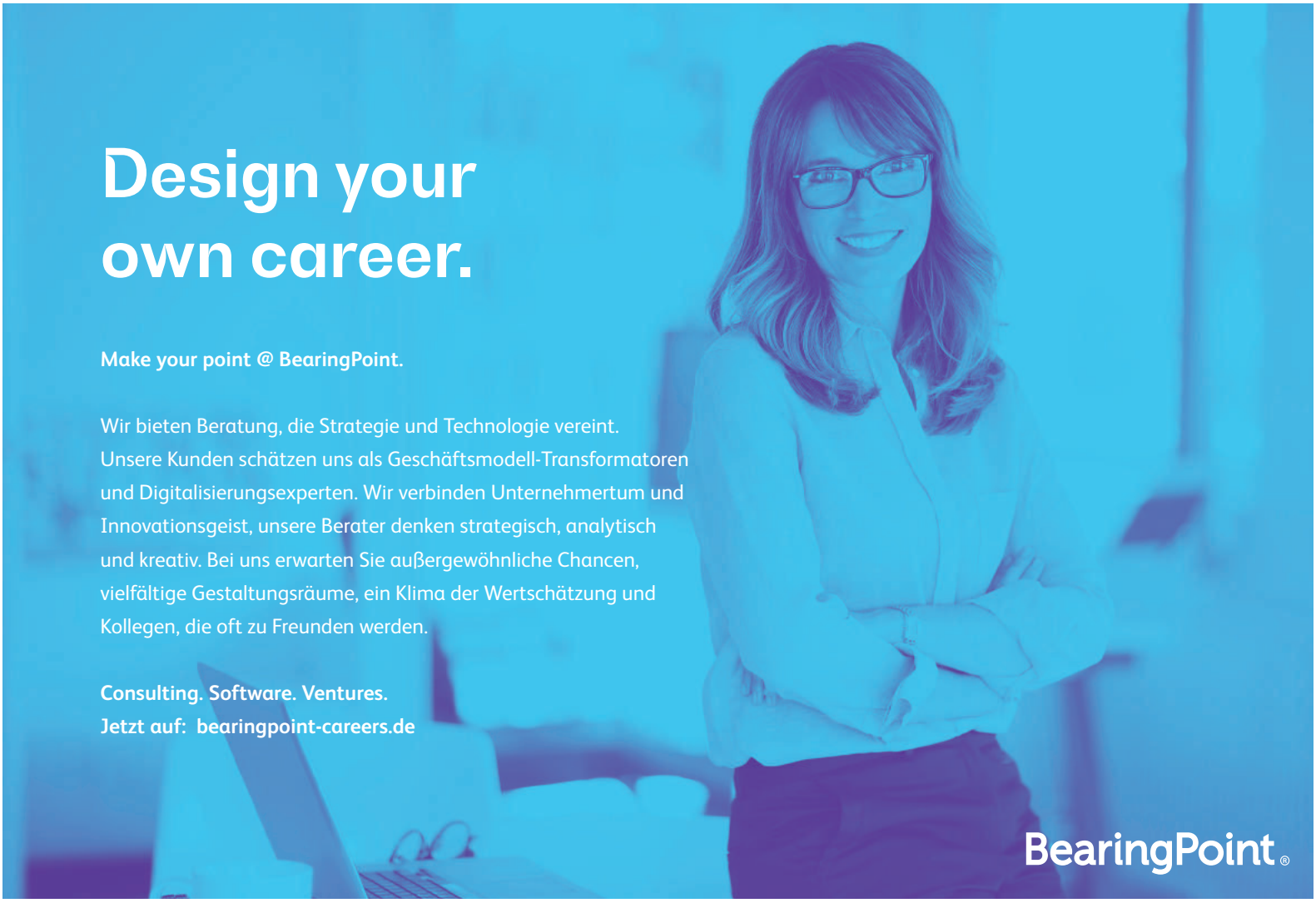
Interessierte können sich mit ihrem CV bis einen Tag vor Veranstaltungstermin unter bcg-events.de/livestream registrieren

Durchstarten im Consulting – bist du dabei?

Als praxisnahes Beratungshaus für die gesamte Energiewirtschaft helfen wir unseren Kunden seit 18 Jahren dabei, die Herausforderungen der Digitalisierung und der signifikanten Veränderungen im Markt zu bewältigen.
Wir leben ein wertschätzendes Miteinander, kümmern uns intensiv um unser junges, 30-köpfiges Team und fördern Engagement bei hohem Vertrauensvorschuss.

Neugierig? **www.utility-partners.de**

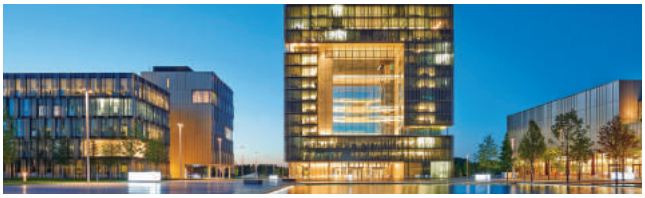
UTILITY PARTNERS



Frauenevent-Reihe von TKMC

Frauenprogramm „Durchstarten – erlebe, wie Beraterinnen ticken" // thyssenkrupp Management Consulting mit neuer Eventreihe

TKMC, die interne Beratung von thyssenkrupp, möchte die Tür noch weiter für interessierte Studentinnen und Absolventinnen öffnen. Nach erfolgreicher Aufnahme ins Frauenprogramm können die Teilnehmerinnen bei Events mitmachen und aktuelle Mitarbeiterinnen und weibliche Alumni kennenlernen.



Der nächste Frauenevent-Termin:
15. November: Think consultant, think female. Alles rund um Team-Diversity und die Erfahrungen der TKMC-Beraterinnen
Mehr: thyssenkrupp-management-consulting.com/de/events

Events – kurz und knapp

Digital Career Day Consulting
Event der RWTH Aachen am 4. November 2021
Online via Zoom. Online-Anmeldung erforderlich
Alle Informationen unter rwth-aachen.de/go/id/noljz

Firmenforum der ESB Business School (FIFO)
Virtuelle Karrieremesse der Hochschule Reutlingen am 9. und 10. November 2021 unter anderem mit DB MC, EY, EY Parthenon, Solon Management Consulting und thyssenkrupp Management Consulting. **Alle Infos unter esb-business-school.de**

consultingcontact.2021
Event vom 17. bis 20. November 2021 an der Universität Münster
Ausrichter: move – Studentische Unternehmensberatung e. V.
Alle Informationen unter consultingcontact.de

Wichtiger Hinweis der Redaktion
Der Veranstaltungskalender spiegelt den Stand Mitte September 2021 wider. Nach dem Redaktionsschluss können sich Änderungen ergeben haben. Es wird deshalb empfohlen, sich in jedem Fall vorab online bei den Veranstaltern über die Termine zu informieren.

Lünendonk-Studie 2021

Lünendonk-Studie 2021: Managementberatung – Zwei Drittel der Führungskräfte arbeiten auch operativ weiter

Zwei Drittel der Geschäftsführer und Mitglieder des Management-Boards von Consulting-Unternehmen arbeiten operativ voll weiter. Für die Führungsaufgaben steht ihnen im Jahr ein bestimmtes Zeitkontingent zur Verfügung. Nur 18 Prozent erhalten dafür eine Extra-Vergütung. Das sind Ergebnisse der aktuellen Lünendonk-Studie „Managementberatung in Deutschland", die das Marktforschungsunternehmen Lünendonk & Hossenfelder zum 25. Mal veröffentlicht hat und ab sofort unter www.luenendonk.de zur Verfügung stellt.

„Gerade im Hinblick auf die großen Zukunftsaufgaben stellen sich viele Consultants die Frage, ob die Führung einer Managementberatung die volle Aufmerksamkeit erfordert oder neben dem operativen Geschäft betrieben werden kann", sagt Jörg Hossenfelder, geschäftsführender Gesellschafter und Studienautor. „Denn Unternehmensstrategie, Business Development, Digitalisierung und Employer Branding sind erfolgsentscheidend. Gerade für große Managementberatungen gewinnen diese Themen an Dynamik – und sie können keineswegs mehr en passant erledigt werden." So ist es wenig verwunderlich, dass bei den Managementberatungen mit einem Umsatz von mehr als 50 Millionen Euro nur 44 Prozent der Führungskräfte operativ weiterarbeiten. Bei den Studienteilnehmern unter 15 Millionen Euro Umsatz beträgt der Anteil 90 Prozent.

Umgang mit Kundenpflege und Boni
18 Prozent der Geschäftsführer respektive Mitglieder des Management Boards erhalten eine Extra-Vergütung für ihre Führungstätigkeiten. Vor allem bei kleinen Beratungsunternehmen ist dies mit 30 Prozent der Fall, denn in dieser Gruppe zeichnen die Manager auch für das operative Geschäft verantwortlich. Bei den großen Beratungshäusern ist dies nur bei acht Prozent der Fall.

„Bei einigen Managementberatungen sind die Führungskräfte für eine gewisse Zeit gewählt", sagt Hossenfelder. „Vor diesem Hintergrund sind sehr viele Punkte zu klären, da einerseits der Kundenkontakt nicht ganz abbrechen soll und andererseits die dann geringeren umsatzabhängigen Boni kompensiert werden müssen."

Bei der aktuellen Studie handelt es sich um die 25. Auflage. Lünendonk hat in der Jubiläumsausgabe neben dem Kapitel „Führung und Karrieremodelle" auch ein Sonderkapitel über „Remote Consulting" ergänzt. Für die Lünendonk-Studie „Managementberatung in Deutschland" wurden 72 Managementberatungen untersucht und befragt – darunter die führenden Managementberatungen in Deutschland.

Hohenheim Consulting Week

Eine gute Woche Beraterallltag hautnah // Januar 2022 in Stuttgart

Die Hohenheim Consulting Week ist ein exklusives Recruiting-Event für Studierende und Doktoranden mit Interesse an der Beratungsbranche. Die Veranstaltung wird seit 1999 jährlich vom Junior Business Team, einer der führenden studentischen Unternehmensberatungen im süddeutschen Raum, organisiert und durchgeführt.

Die Teilnehmer können zehn renommierte Unternehmensberatungen treffen und in Workshops ihr Können unter Beweis stellen. Mit dabei sind BearingPoint, Deloitte, EbnerStolz, Horváth, KPMG, PwC, P3, Santiago Advisors, zeb und thyssenkrupp Management Consulting. Neben der aktiven Zusammenarbeit mit erfahrenen Beratern wird die Gelegenheit geboten, Kontakte zu knüpfen und sich bei einem gemeinsamen Abendessen kennenzulernen. Den Rahmen für die Veranstaltung im Januar 2022 bieten die Design Offices in Stuttgart Mitte.

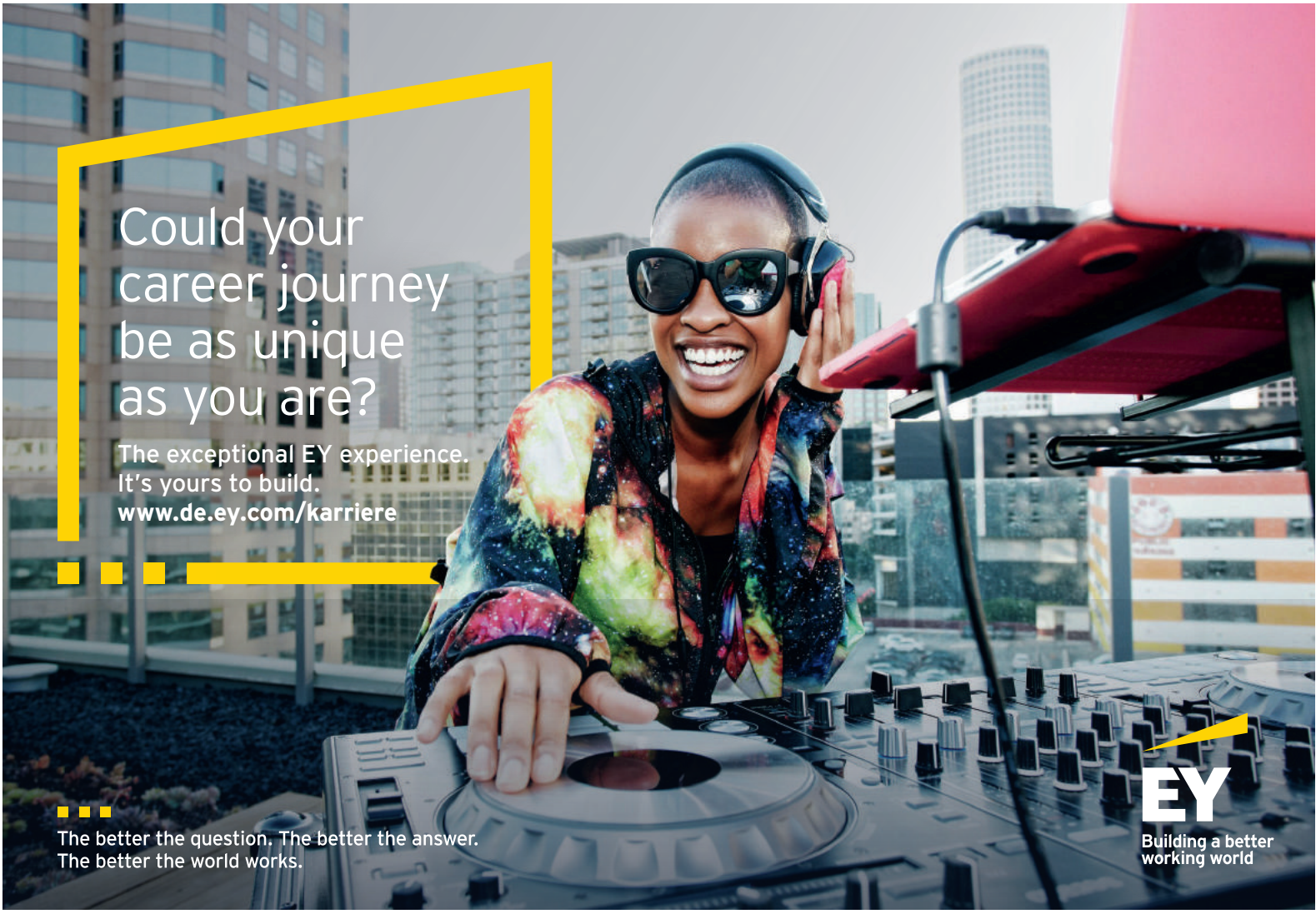
Die Bewerbungsphase für die Hohenheim Consulting Week 2022 läuft noch bis 31. Oktober 2021,
mehr Infos unter consulting-week.de

BwConsulting verstärkt sich

Berufung von Sandra Bußmann in die Geschäftsführung der BwConsulting

Zum 1. September 2021 hat das Bundesministerium der Verteidigung Sandra Bußmann in die Geschäftsführung der BwConsulting berufen. Sie wird die Inhouse-Beratung der Bundeswehr gemeinsam mit Michael Rogasch führen. Sandra Bußmann war bereits von 2009 bis 2020 für die BwConsulting tätig, unter anderem als Verantwortliche für die Personalmanagementberatung sowie als Abteilungsleiterin Personal des Unternehmens. Danach wechselte die studierte Sozial- und Wirtschaftswissenschaftlerin in das Bundesamt für das Personalmanagement der Bundeswehr. Sandra Bußmann: „Ich bin von dem großen Mehrwert der BwConsulting überzeugt, den wir als Inhouse-Beratung in die vielfältigen Projekte des Verteidigungsministeriums einbringen können. Ich freue mich sehr, nunmehr als Geschäftsführerin die Weiterentwicklung der Bundeswehr unterstützen und meinen Beitrag zur weiteren Schärfung des Profils der BwConsulting als Inhouse-Beratung leisten zu können."

Mehr zum Unternehmen unter
juniorconsultant.net/bwconsulting



Dr. Carolin Eistert ist seit 2007 bei der Boston Consulting Group (BCG)

Carolin Eistert berichtet über ihre bisherigen 14 Jahre bei BCG

„UNSER ERFOLG ENTSTEHT AUS DER DIVERSITÄT UNSERER MITARBEITER:INNEN“

Carolin hat BWL studiert und danach bei BCG angefangen, wo sie inzwischen zum Managing Director and Partner aufgestiegen ist. Was erst mal nach einer klassischen Karriere klingt, steckt bei näherer Betrachtung voller Überraschungen. Denn nebenbei hat Carolin im Rahmen einer akademischen Auszeit – dem Educational Leave of Absence – zusätzlich noch in Politikwissenschaften promoviert, kümmert sich heute hauptsächlich um Kund:innen aus dem Gesundheitswesen und verantwortet darüber hinaus das Recruiting der Group. Wir haben mit ihr über ihren Weg bei BCG, Veränderungen in der Group und die Initiative „Next Generation Ways of Working“ (NGWOW) gesprochen.

Carolin, du bist als Associate eingestiegen und inzwischen Managing Director and Partner. War das von Anfang an dein Plan?
Absolut nicht. Ich wollte eigentlich gar nicht in die Beratung, sondern hatte schon woanders als Assistentin der Geschäftsführung unterschrieben. Aber häufig kommt es doch ganz anders, als man denkt. Und als ich damals mit der Group in Berührung kam, hat sich eine neue Welt für mich eröffnet. Mit einer Vielzahl an Möglichkeiten, meinen eigenen Weg zu gestalten, und den Freiheiten, mich auszuprobieren: Herausfinden, was ich will, aber eben auch, was nicht. Auf welche Art und an welchen Stellen ich Impact haben möchte. Und all das in einem Umfeld, das das nicht nur zulässt, sondern fördert – nicht zuletzt durch die vielen unterschiedlichen Persönlichkeiten. Ich wusste: Hier kann beziehungsweise werde ich viel lernen.
Also habe ich mir gedacht: „Okay, Carolin, das machst du jetzt zwei bis drei Jahre, und dann geht’s weiter. Vielleicht gründest du dann ein Start-up.“ Das machen viele, denn Consulting bzw. BCG kann oft ein Sprungbrett für tolle Karrieren auch außerhalb der Group sein. Darauf sind ▶

wir stolz: Laut einem Report von Antler sind die meisten Gründer:innen erfolgreicher Start-ups – genauer gesagt Unicorns – aus der DACH-Region BCG-Alumni.
Aber egal, wie oft ich mich gefragt habe, wie mein Weg weitergeht und ob mein aktuelles Umfeld noch das richtige ist – ich habe mich immer wieder sehr bewusst für meinen Weg bei BCG entschieden. Vor allem, weil ich meinen Werdegang aktiv selbst mitgestalten konnte. Und so sind aus zwei bis drei Jahren bei mir schon 14 Jahre geworden.

Was hat sich denn in diesen 14 Jahren alles getan innerhalb der Group?
Puh, ich glaube, egal welche Antwort ich hier gebe – sie kann der Frage beziehungsweise dem Wandel in der Group nur schwer gerecht werden.

Es ist Teil unserer unternehmerischen Verantwortung, dass wir uns selbst hinterfragen und kritische Fragen stellen

Aber fangen wir mal vorne an – das, was unsere DNA ausmacht, ist geblieben: Nach wie vor ringen wir mit unseren Kund:innen als Team zusammen um die beste Lösung. Das aber setzt voraus, dass wir nicht nur am Puls der Zeit, sondern quasi einen Herzschlag davor sind. Denn zu unserem Selbstverständnis gehört, dass wir in allem, was wir tun, nach echter Exzellenz streben. Und das nicht nur – was viele immer meinen – in den „klassischen" Beratungsfeldern, sondern gerade da, wo es um die wirklich zentralen, für die Gesellschaft wichtigen Themen geht: Nachhaltigkeit und Social Impact – um nur zwei zu nennen.
Es ist nach wie vor Teil unserer unternehmerischen Verantwortung, dass wir uns selbst hinterfragen und kritische Fragen stellen. Wir lehnen zum Beispiel auch Case-Anfragen ab, die nicht zu uns passen. Aber das trifft so zugegebenermaßen nur einen Teil der Frage – in der Tat hat sich vieles, sehr vieles sogar, verändert: Wir haben in diesen 14 Jahren zum Beispiel unsere Fähigkeiten und Themen kontinuierlich ausgebaut. Von Big Data über Advanced Analytics und AI bis hin zu Venture- und Purpose-Entwicklung bieten wir unseren Kund:innen ein stetig wachsendes Skill-Set – auch in Kooperation mit unseren Tochterunternehmen wie BCG Digital Ventures, BCG Platinion oder BrightHouse.

Die „klassische Beraterwoche", also Montag bis Donnerstag immer beim Kunden vor Ort, gibt es nicht mehr

Das ist natürlich nicht nur für unsere Kund:innen, sondern auch für die BCG-ler:innen von Vorteil. Denn für jede:n Einzelne:n gibt es so viele Möglichkeiten wie nie zuvor.

Wie hat sich die Arbeit als Consultant verändert?
Auch die Art, wie wir arbeiten, wird attraktiver. Natürlich ist Beratung immer noch ein herausfordernder und intensiver Job, das bringt der schnelle Wechsel zwischen Projekten, Teams und Kunden einfach mit sich. Aber wir sind heute viel flexibler in der Gestaltung der Arbeitswoche, sowohl was Zeiten, aber auch Locations angeht. Die „klassische Beraterwoche", also Montag bis Donnerstag immer beim Kunden vor Ort, gibt es so nicht mehr. Das geht einher mit weniger Reisen. Zusätzlich gibt es immer mehr Angebote von BCG, das eigene Arbeitsmodell mitzugestalten. Dazu gehören klare Veränderungen für die Vereinbarkeit von Familie und Job ebenso wie Leave-Angebote – mit einem solchen Programm habe ich beispielsweise zwischendurch promovieren können, ohne dadurch „zurückgeworfen" zu werden, ganz im Gegenteil – und vieles mehr.
In den Offices und virtuell gibt es Health-&-Wellbeing-Initiativen, die sehr intensiv genutzt werden – von Einzelnen oder Teams. Das gab es so vor 14 Jahren nicht. Vieles entsteht natürlich auch gerade erst oder wird kontinuierlich weiterentwickelt. Das Schöne ist, dass jede:r in der Group sich selbst mit einbringen und zum Beispiel über unsere Green-Team-Initiativen ihr und sein eigenes Umfeld selbst mitgestalten kann.

Welche Stationen waren für dich persönlich dabei besonders prägend?
Da gibt es wirklich viele. Ich glaube, weil die Arbeit bei BCG durchweg „prägend" ist. Aber ich picke gerne ein paar heraus: Mich begeistert es immer wieder, wenn ein Projekt herausfordernd ist und wir gemeinsam die Lösung gestalten. Es wird diskutiert, Skeptiker:innen werden zu Befürworter:innen, man wächst als Team zusammen, und am Ende überzeugen Ergebnisse. Am eindrücklichsten sind solche, die wirklich etwas verändern – ▶

Dr. Carolin Eistert, BCG

Dr. Carolin Eistert ist Managing Director and Partner bei BCG. Sie hat BWL in Münster studiert und später – im Rahmen des Promotionsförderprogramms von BCG – auch dort in Politikwissenschaften promoviert. Bei der Group ist sie im Gesundheitswesen unterwegs, vor allem im Bereich Krankenkassen, verantwortet das Recruiting in Deutschland und Österreich und setzt sich für die Vernetzung von Frauen ein. Ihre Freizeit verbringt Carolin mit Freunden und Familie – und das am liebsten am oder auf dem Wasser.

Bei den Motiven der WELCOME TO THE GROUP-Recruiting-Kampagne spielt BCG mit den Klischees und Stereotypen der Beratungsbranche. Auf den Motiven: Keineswegs nur Models, sondern auch Berater:innen – Carolin ist zum Beispiel links unten zu sehen.

das ist ein tolles Gefühl, wenn man sich des Mehrwerts bewusst wird, den man zusammen im Team geschaffen hat. Apropos: Genau die Teamarbeit und das Miteinander waren und sind für mich immer sehr prägend. Und das in verschiedene Richtungen: Auf welchem Projekt ich auch gearbeitet habe, ich habe immer Menschen getroffen, von denen ich etwas lernen konnte. Egal ob auf Kund:innenseite oder im Team. Ich habe so zwei Kolleg:innen kennengelernt, die zu meinen Mentor:innen geworden sind und mich auf meinem Weg begleiten, mir Feedback und neuen Input geben. Genauso ist es auch ein großartiges Gefühl, über die Jahre selbst zu einer Mentorin für die jüngeren Kolleg:innen zu werden.

Mentoring bedeutet auch, Arbeitsumfelder zu schaffen, in denen alle ihre eigenen Entwicklungspfade gehen können

Für mich bedeutet Mentoring auch, Arbeitsumfelder zu schaffen, in denen alle ihre eigenen Entwicklungspfade gehen können – inhaltlich, aber auch auf Arbeitsmodelle bezogen. Als prägend habe ich auch die Flexibilität in der Group empfunden, die mir gegeben wurde, als eine familiäre Situation dies verlangt hat. In dieser Zeit brauchte ich klare Planbarkeit und mehr Zeit vor Ort. Die Lösung war dann, dass ich selbst an einer zentralen strategischen BCG-internen Aufgabe gearbeitet habe – in einer Taktung, wie es für mich möglich war.

Welche Themen sind aus deiner Sicht die wichtigsten Entwicklungen für das Consulting beziehungsweise BCG der Zukunft?

Ich denke, dass Neugierde und die Lust auf Veränderungen wichtiger sind als je zuvor. Jeglicher Wandel hat darin seinen Ursprung. Unsere wichtigste Ressource sind aber nach wie vor unsere Mitarbeiter:innen. Denn unser Erfolg entsteht aus deren Diversität. Und BCG war noch nie so vielseitig aufgestellt, so bunt, so offen wie jetzt. Daraus ergeben sich unglaublich viele Möglichkeiten für alle, die jetzt in die Group kommen. Denn wir sind sehr aktiv, wenn es darum geht, neue Initiativen zu schaffen, um das Miteinander weiter zu stärken und das Arbeiten noch angenehmer zu gestalten. Bestes Beispiel ist unsere Initiative „Next Generation Ways of Working" oder kurz NGWOW.

Kannst du genauer erklären, wofür NGWOW steht?

NGWOW steht für die neue Art, wie wir arbeiten wollen. „Next Generation Ways of Working" ist eine BCG-Initiative mit einer großen Ambition: Zum einen wollen wir den Impact und die Wertgenerierung unserer Arbeit für unsere Kund:innen steigern, zum anderen wollen wir damit unsere Arbeit nachhaltiger gestalten und den Fokus auf eine individuelle Bedürfnisse berücksichtigende und positive Arbeitsatmosphäre sowie eine starke Teamkultur legen. Beides lässt sich nur gemeinsam erreichen. Zu abstrakt? Vielleicht wird es so greifbarer: Eine Säule von NGWOW ist das Thema Wohlbefinden. Es geht zentral darum, eine sehr offene Kommunikation zu fördern, in der alles – auch Probleme oder Fehler – im geschützten Teamrahmen angesprochen werden kann. Respektvoll natürlich. Uns ist sehr wichtig, das Bewusstsein für dieses Thema zu schärfen.

Aber nicht nur dafür – bei NGWOW geht es ja vor allem darum, die Flexibilität und den hohen Faktor an Mitgestaltung jetzt ganz konsequent auf die Art und Weise anzuwenden, wie wir arbeiten. Und dabei ist jede:r Einzelne gefordert und kann so ihr:sein eigenes Arbeitsumfeld jeden Tag als Teil der Group ein Stück mitgestalten.

#GENERATIONTK
Neue Wege? Gehen wir.
Mit Empathie, Know-How
und guten Projekten.
Gut beraten? Genau unser Ding! Als Inhouse Consultants entwickeln und realisieren wir bei thyssenkrupp Management Consulting immer wieder neue nachhaltige Lösungen, um die thyssenkrupp Gruppe für die Zukunft zu stärken. Dafür beraten wir nicht nur unsere internen Kund:innen im Hauptquartier in Essen, sondern weltweit. Werde auch du ein Teil der #GENERATIONTK und kreiere gemeinsam mit uns individuelle Lösungen für eine sichere Zukunft: karriere.thyssenkrupp.com/tkmc
thyssenkrupp

„Das zweijährige Analysten-Programm sieht das Kennenlernen der verschiedenen Geschäftsfelder vor, um den DB Konzern ganzheitlich erleben und noch besser verstehen zu können." Sandra Radüge im Dezember 2019 mit einer Kollegin während des Projektes „Starke Cargo" – inzwischen ist sie festangestellte Analystin und kümmert sich um „Starke Materialwirtschaft"

Sandra Radüge ist aktuell im Projekt *Starke Materialwirtschaft* bei DB Management Consulting aktiv

ZURÜCK IN DIE ZUKUNFT

Die Bahn will mit ihrer Dachstrategie „Starke Schiene" die Anzahl der Reisenden im Schienenpersonenverkehr verdoppeln und die Verkehrsleistung im Güterverkehr um 70 Prozent steigern. Ein Mosaikstein ist dabei das Projekt „Starke Materialwirtschaft", das die Ausfallquote von Zügen deutlich senken wird. Mit im Projektteam ist Sandra Radüge, die DB Management Consulting zunächst im Praktikum kennenlernte und später als Analystin fest einstieg. Im Interview erzählt Sandra von ihrem Weg zu und bei DB MC.

Über ein Praktikum zum Festeinstieg – durchaus ein üblicher Werdegang bei DB MC. Können Sie kurz Ihre persönliche Einstiegsgeschichte erzählen? -
Natürlich, gerne. Während meines Studiums war ich als Werkstudentin bei der Sächsischen Aufbaubank im Bereich der Kommunal- und Infrastrukturfinanzierung tätig. Bereits während dieser Zeit hatte ich Berührungspunkte mit öffentlichen Verkehrsträgern und analysierte deren Geschäftsmodelle. Dadurch wurde mein Interesse an der Mobilitätsbranche geweckt – und der gedankliche Weg zur Bahn ist natürlich kurz gewesen.

Wie kam es dann zum Praktikum bei der Bahn – oder korrekt gesagt: bei DB Management Consulting?
Einer meiner Kommilitonen hatte bereits Erfahrungen bei DB MC gesammelt und berichtete von spannenden Herausforderungen und einem äußerst kollegialen Umfeld – ein Aspekt, der mir persönlich sehr wichtig ist. Ich bewarb mich also kurzerhand für ein Praktikum, wurde zeitnah für ein Bewerbungsgespräch in Berlin eingeladen und erhielt noch am selben Abend eine Zusage.
Ausschlaggebend für meine Bewerbung bei DB Management Consulting waren letztlich zwei Gründe: Zum einem wollte ich meine Kenntnisse in der Mobilitätsbranche vertiefen. Der DB Konzern ist zweifelsfrei ein zentraler Player in dieser Branche, spielt eine Schlüsselrolle in der Verkehrswende und steht vor spannenden, unternehmensspezifischen Herausforderungen.
Zum anderen wollte ich den Bereich Unternehmensberatung kennenlernen. Mir machte es immer Freude, analytisch und konzeptionell zu arbeiten und ich hatte den Eindruck, meine Stärken hier optimal einsetzten zu können. Der vielfältige Projektalltag versprach zudem eine steile Lernkurve, von der ich profitieren wollte.

DB Management Consulting besetzt seine Analystenstellen zu einem Großteil durch ehemalige Praktikantinnen und Praktikanten – und gestaltet ▶

die Praktika durchaus herausfordernd. Können Sie das bestätigen und wie erlebten Sie diese Zeit?
Das Praktikum war anspruchsvoll und wertschätzend zugleich, denn schon während des Praktikums erhalten Praktikantinnen und Praktikanten direktes Feedback von der Projektleitung oder direkten Teammitgliedern. Am Ende des Praktikums wird die individuelle Leistung zudem anhand eines standardisierten Bewertungsbogens beurteilt. Bei einem erfolgreich absolvierten Praktikum, wirst du von deiner Projektleitung für das DB MC-interne Talentbindungsprogramm empfohlen.

Über das Talent-Bindungsprogramm habe ich erfahren, dass DB MC wieder Analysten einstellt und mich daraufhin beworben

Was bringt die Aufnahme in das Bindungsprogramm konkret mit sich?
Damit besteht die Möglichkeit, über Infoveranstaltungen und Newsletter im Kontakt mit DB MC zu bleiben und man erhält regelmäßig wertvolle Einblicke in das Projektgeschäft.
Über diesen Weg habe ich auch erfahren, dass DB MC wieder Analysten einstellt und mich daraufhin beworben.

Zur Gegenwart: Wo ist aktuell Ihr Einsatzgebiet und an welchem Projekt arbeiten Sie?
Wie Sie sicher wissen, verfolgt der Konzern im Programm „Starke Schiene" die ambitionierten Ziele, die Anzahl der Reisenden im Schienenpersonenverkehr zu verdoppeln und die Verkehrsleistung im Güterverkehr um 70 Prozent zu steigern. Gleichzeitig erleben wir aktuell aber immer noch, dass Züge aufgrund fehlenden Ersatzmaterials ausfallen. Wir wollen nun die vorhandenen Kapazitäten besser nutzen, um diese Ausfälle zu verhindern. Das aktuelle Projekt „Starke Materialwirtschaft" trägt dazu bei, indem es auf die Steigerung der Materialverfügbarkeit von Schienenfahrzeugersatzteilen zielt und somit die Fahrzeugverfügbarkeit verbessert. Um dies zu erreichen, mussten die Eisenbahnverkehrsunternehmen sowie die DB Fahrzeuginstandhaltung und die Konzernleitung, also alle wesentlichen Stakeholder, an einem Tisch gebracht werden, um eine nachhaltige Lösung zu entwickeln.
Nach einer dezidierten Ursachenanalyse wurden operative und strukturelle Maßnahmen vorbereitet und auf den Weg gebracht – und zusammen mit einem zweiköpfigen Kundenteam betreue und steuere ich eine dieser Maßnahmen. Die systematische Analysemethodik wird zunächst in einem Pilotwerk der DB Cargo erprobt, bevor diese auf die anderen Cargo-Werke ausgerollt wird.

An welchen Projekten hatten Sie während des Praktikums gearbeitet?
Während meines sechsmonatigen Praktikums bei DB MC war ich unter anderem Teil eines achtköpfigen Beraterteams auf dem Projekt „Starke Cargo". Ziel des Projektes war die Konzepterarbeitung und Maßnahmenumsetzung zur Wirtschaftlichkeitssteigerung der DB Cargo. Auf einer extra eingerichteten Bürofläche wurde dafür drei Monate lang täglich sehr eng mit dem Kunden zusammengearbeitet.
Als Praktikantin wurden mir gleich zu Beginn vielfältige Aufgaben übertragen - hauptsächlich war ich im „Project Management Office" tätig. Zu meinen Aufgaben zählte unter anderem die Erfassung des Projektfortschritts sowie die Erstellung von Ergebnispräsentationen für unsere Auftraggeber. Im Projektalltag – und dies war durchaus das Reizvolle an dem Praktikum – fielen immer mal wieder neue, herausfordernde Aufgaben an, mit denen ich betraut wurde.

Ich habe gesehen, dass Sie den Konzern danach an anderer Stelle kennenlernten und bei der DB Netz AG gearbeitet haben. Können Sie uns etwas darüber erzählen?
Während meines zweiten Projektes im Praktikum bei DB MC hatte ich die Gelegenheit, die DB Netz AG kennenzulernen. Im Fokus des Projektes stand die Entwicklung einer Ressortstrategie für den Bereich „Anlagen- und Instandhaltungsmanagement".
Dieses Projekt ließ bereits einen ersten Einblick in die strategischen und auch die operativen Herausforderungen zu. Die komplexen Strukturen und Prozesse, die täglich ineinandergreifen, faszinierten mich ebenso wie der Umstand, dass es keine Pauschallösung für die aktuellen Probleme gibt. Gleichzeitig ist der Bereich der Infrastruktur eine der großen Stellschrauben zur Schaffung zusätzlicher Kapazitäten und damit für den Erfolg der „Starken Schiene". Gerne wollte ich also mehr über diesen Geschäftsbereich kennenlernen und bewarb mich als

Sandra Radüge, DB Management Consulting

Sandra Radüge, Jahrgang 1991, studierte Business Administration & Economics an der TU Dresden. Nach Praktika und Werkstudentinnentätigkeiten in der Industrie, bei Wirtschaftsprüfungsgesellschaften und DB Management Consulting schloss sie sich im Juni 2020 der DB Netz AG an. Ein Jahr später kehrte sie als Analystin zu DB MC zurück. Ihre Freizeit verbringt Sandra Radüge sportlich beim Wassersport oder sie trifft sich gerne mit Freunden. Zudem ist sie nach eigenen Angaben immer auf der Suche nach einem Café mit guter Kuchenauswahl.

Sandra Radüge ist seit Sommer 2020 Analystin bei DB Management Consulting

Assistentin des Leiters Anlagen- und Instandhaltungsmanagement der Region Nord.

Offenbar war die Bewerbung erfolgreich. Was beinhaltete dieser Job?
Als Assistenz ist man einer der ersten Ansprechpartner für rund 2.900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, aber auch für das Vorstandsbüro und externe Stakeholder und steuert eine Vielzahl von Aufträgen. Von diesen wertvollen Einblicken in das Geschäftsfeld ebenso wie von der Erfahrung viele Bälle gleichzeitig in der Luft halten zu müssen, kann ich perspektivisch auch als Beraterin profitieren.

Sie haben Business Administration & Economics an der TU Dresden studiert. Wieviel von Ihrem Studium steckt in Ihrem Job?
Viele Dinge, die ich im Studium vermittelt bekommen habe, helfen mir im Job. Ich habe gelernt, mich systematisch und analytisch komplexen Fragestellungen zu nähern und die Fähigkeit entwickelt, mich schnell in neue Themen einzuarbeiten und konzeptionell zu arbeiten. Und natürlich habe ich betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Zusammenhänge verstehen gelernt, sowie last but not least in vielfältigen Teamkonstellationen zusammen zu arbeiten.

Und was haben Sie bei DB MC gelernt, was die Uni nicht vermitteln kann/konnte?
Bei DB MC eignete ich mir enorm viel Wissen an: Über Stakeholdermanagement und Kommunikation, Eisenbahn-Know-how und über die Anwendung vielfältiger Tools im Projektmanagement und in der Projektsteuerung. Aber auch die Moderation von Meetings und Sitzungen sowie die Gestaltung und Durchführung von Workshops lernt man erst on-the-job.

Wohin geht Ihr Weg und was wollen Sie bei DB MC erreichen?
Gerne möchte ich meine Methodenkenntnisse und meine Erfahrungen im Bereich des Projektmanagement erweitern und mich fachlich und persönlich weiterentwickeln. Zudem freue ich mich auf die Möglichkeit, zunehmend mehr Verantwortung übernehmen zu können und perspektivisch zum Beispiel die Teilprojektleitung zu übernehmen.
Das zweijährige Analysten-Programm sieht zudem das Kennenlernen der verschiedenen Geschäftsfelder vor, um den DB Konzern ganzheitlich erleben und noch besser verstehen zu können.

Nicht zuletzt durch Corona haben wir alle gemerkt, wie wichtig ein agiler und flexibler Arbeitgeber ist. Wie haben Sie DB MC in dieser Zeit erlebt?
Gegen Ende meines Praktikums waren Reisen zu den Kundenstandorten plötzlich nicht mehr möglich und das gesamte Team befand sich von heute auf morgen im Homeoffice. Auch wenn dies zunächst recht ungewohnt war und Kommunikationswege neu eingespielt werden mussten, waren wir technisch super vorbereitet und die Projektarbeit lief ohne Probleme weiter.

Events und Meetings, deren virtuelle Umsetzung zunächst schwierig erschien, wurden mit kreativen Teams-Lösungen erfolgreich durchgeführt

Auch Events und Meetings, deren virtuelle Umsetzung zunächst schwierig erschien, wurden mit kreativen Teams-Lösungen erfolgreich durchgeführt und man gewöhnte sich zunehmend an das gänzlich virtuelle Arbeiten.
Natürlich fehlt der direkte Kontakt mit den Auftraggebern und Kolleginnen und Kollegen, weshalb zunehmend lockere Austauschformate auf den Weg gebracht wurden, die in den Projektalltag integrierbar waren. Inzwischen haben wir zudem die Möglichkeit, wieder etwas häufiger beim Kunden vor Ort arbeiten zu können und damit auch die anderen Teammitglieder wieder physisch treffen zu können.

WE ARE THE LEADERS OF TOMORROW

Ein Dachverband mit
2900+ Studierenden und
25+ Jahre Erfahrung durch
3000+ Projekte von
30+ studentischen
Unternehmensberatungen

Bundesverband deutscher studentischer
Unternehmensberatungen e.V.

MEHR INFOS

www.bdsu.de | kontakt@bdsu.de | @bdsu._e.v | BDSU e.V.

Sarah Lämmlin ist seit fünf Jahren bei Simon-Kucher & Partners

Sarah Lämmlin über ihren Ein- und Aufstieg sowie den besonderen Teamspirit bei Simon-Kucher & Partners

„ICH FREUE MICH AUF DIE NÄCHSTEN JAHRE“

Ein erfolgreiches BWL-Studium an der Universität Mannheim öffnet viele Türen. Sarah Lämmlin nahm die zu Simon-Kucher & Partners und bezeichnet das Unternehmen nach fünf Jahren als ihren Traumarbeitgeber. In ihrem Erfahrungsbericht erzählt sie, wie sie zu dieser Einschätzung gelangte und warum fünf Jahre noch lange nicht genug sind.

Anfang 2016 stand ich fast am Ende meines Masterstudiums in BWL an der Universität Mannheim und habe mich gefragt, was ich jetzt nach meinem Studium tatsächlich beruflich machen möchte.
Ich hatte verschiedene Praktika absolviert, verschiedene Industrien erkundet, aber nichts hat mich wirklich überzeugt. Bis eine Kommilitonin mir von ihrem Praktikum bei Simon-Kucher & Partners erzählt hat und ich mir dachte, da muss ich hin, das könnte was für mich sein. Denn Marketing hat immer zu meinen Lieblingsthemen in der Universität gehört. Da dies einer der Firmen-Schwerpunkte ist, wurde meine Neugier auf das Unternehmen geweckt. Zudem bestärkte mich der positive Erfahrungsbericht meiner Kollegin, die von dem besonderen Teamspirit und der guten Unternehmenskultur geschwärmt hat.

Start bei Simon-Kucher

Schon der Bewerbungsprozess hat mir sehr viel Spaß gemacht, die Interviewvorbereitung ging leicht von der Hand ▶

und ich habe dem Tag förmlich entgegen gefiebert. Auch wenn die Gespräche durchaus herausfordernd waren, habe ich mich den ganzen Tag wohl gefühlt. Am Ende hatte ich das Gefühl, einen guten Platz gefunden zu haben, an dem ich lernen und mich entwickeln kann. Mein Eindruck war, dass Simon-Kucher ein Arbeitgeber ist, bei dem ich ohne Angst vor Fehlern lernen kann und wo ich gefordert und auch gefördert werde.
Als ein paar Tage später die Zusage kam, habe ich keine Sekunde gezögert und ich habe mich einfach sehr gefreut, meine Karriere bei Simon-Kucher & Partners beginnen zu können.

Kein Tag war wie der andere, kein Projekt wie das vorherige, jeder Kunde immer wieder neu und spannend

Im Oktober 2016 bin ich im Frankfurter Büro eingestiegen und schon zwei Tage später ging es zu meinem ersten Projekt in die Schweiz. Das ist jetzt fünf Jahre her und wenn ich heute zurückblicke, bin ich beeindruckt, wie viel ich in dieser Zeit lernen durfte und wie stark das Unternehmen mich gefördert hat. Kein Tag war wie der andere, kein Projekt wie das vorherige, jeder Kunde immer wieder neu und spannend!

Allerdings gibt es eine Konstante, die mich in den letzten fünf Jahren begleitet hat und das ist mein großartiges Team, verbunden durch einen einzigartigen Spirit. Ich hatte von Anfang an das Gefühl, dass ich aktiv mitgestalten kann und nicht nur abarbeite. Schrittweise durfte ich dann immer mehr Verantwortung übernehmen und leite jetzt seit einiger Zeit selbstständig Projekte, was mir wirklich sehr großen Spaß macht.

Die Projekte und die tägliche Arbeit
Obwohl die Covid-19-Krise sehr viel an unserem Arbeitsalltag verändert hat, ist der Beratungsjob immer noch genauso spannend wie vorher – eigentlich sogar noch spannender. Ich bin Projektleiterin im Bereich Consumer & Retail und viele unserer Kunden befassen sich mit der Frage, wie die letzten Monate Konsumgewohnheiten langfristig verändert haben. Trends, wie die zunehmende Digitalisierung der Consumer Journey, haben sich noch weiter verstärkt und unsere Themen im Bereich Commercial Excellence sind so relevant wie nie, um sicherzustellen, dass Unternehmen langfristig profitabel wachsen. Wir stellen nachhaltiges Wachstum in den Mittelpunkt unserer Projekte, was die Zusammenarbeit mit unseren Kunden grundsätzlich sehr positiv beeinflusst. Jedes Projekt ist anders; gerade das macht den Beratungsjob so spannend.

Keine Routine, sondern Struktur
Es gibt zwar nicht die „typische Woche" oder den „klassischen Tagesablauf", aber es gibt doch eine Struktur, die sich wiederholt. Üblicherweise besteht ein Projektteam bei uns aus dem verantwortlichen Partner, einem Projektleiter und bis zu drei Consultants und Praktikanten. Am Anfang des Projekts besprechen wir die inhaltlichen Ziele des Projekts, den Zeitplan und die Rollenverteilung auf dem Projekt. Ich nehme mir auch die Zeit, mit jedem Teammitglied über seine individuellen Ziele zu sprechen. Es ist mir sehr wichtig, dass sich jeder während des Projekts weiterentwickeln kann und wir alle voneinander lernen.

Meine Aufgabe als Projektleiterin ist es, dafür zu sorgen, dass das Team effizient arbeiten kann: Inhalte und Aufgaben zu strukturieren, Feedback zu geben, Dinge zu erklären und verschiedene Resultate zu einem roten Faden zusammenzufügen sowie diese dann wiederum mit unseren Partnern abzustimmen. Das Teammanagement ist jedoch nur ein Teil der Projektleiteraufgabe, der andere Teil ist die Interaktion mit dem Kunden. Je nach Projekt gibt es beispielsweise tägliche Check-ins mit dem Projektmanagement des Kunden, Workshops, die vorbereitet und präsentiert werden müssen. Darüber hinaus stimmen wir uns regelmäßig zu Projektstatus, Ergebnissen und den daraus abgeleiteten Empfehlungen ab.

Das Teammanagement ist nur ein Teil der Projektleiteraufgabe, der andere Teil ist die Interaktion mit dem Kunden

Die Konstanten eines Tages
Der Tag beginnt üblicherweise mit der internen Abstimmung, welche Aufgaben erledigt werden müssen, wie wir im Zeitplan liegen und endet dann idealerweise abends mit einem kurzen Update, was geschafft wurde oder wo Feedback benötigt wird. Sowohl in der Mitte als auch am Ende des Projekts machen wir dann intern eine Feedback-Session, um sicherzustellen, dass alle Teammitglieder ihre Ziele erreichen.

Vor Covid-19 sind wir natürlich viel zum Kunden gereist, wobei wir selten den Beratungsstandard „Montag bis Donnerstag vor Ort" hatten, sondern immer mit dem Kunden abgestimmt haben, wie oft und wie lange wir vor Ort sein sollen. Manchmal waren das dann lediglich wenige Vor-Ort-Termine für Workshops, die restliche Projektarbeit fand dann gemeinsam in unseren Büros statt. Da wir auch hier darauf achten, häufig als Team zusammenzuarbeiten, können wir so auch immer wieder andere Büros und neue Kollegen kennenlernen. So ein enges Netzwerk hilft dann auch dabei, im Home Office als Team in Kontakt zu bleiben. Wir haben es geschafft, virtuell sehr gut sowohl intern als auch mit unseren Kunden zusammenzuarbeiten. Trotzdem freue ich mich unglaublich darauf, wieder mehr persönlich mit meinen Teams und Kunden arbeiten zu können.

Sarah Lämmlin, Familienmensch und gerne unterwegs in der Welt

Der Arbeitgeber Simon-Kucher

Auch nach fünf Jahren ist Simon-Kucher & Partners mein Traumarbeitgeber. Es ist großartig, ein Teil dieses wachsenden, dynamischen Teams zu sein. Wir haben eine absolut einzigartige Kultur, in der man wachsen kann, ohne Versagensängste haben zu müssen. Meine Vorgesetzten haben immer sehr viel Vertrauen in mich gelegt; ich hatte vom ersten Tag an das Gefühl, aktiver Teil eines großen Ganzen zu sein, nicht nur abzuarbeiten, sondern aktiv zu partizipieren. Das beginnt damit, dass wir uns intern alle duzen – Praktikanten natürlich eingeschlossen – und hört damit nicht auf, dass auch Junior Berater mit Partnern auf Augenhöhe diskutieren. Das Tolle an Simon-Kucher & Partners ist, dass ich nicht nur auf Projekten viel beitragen kann, sondern es auch abseits des normalen Projektalltags Möglichkeiten gibt, sich einzubringen und dafür zu sorgen, dass wir uns als Firma weiterentwickeln. Dazu gehören etwa Akquise-Tätigkeiten und natürlich Recruiting-Aktivitäten wie Interviews oder Teilnahme an Workshops und Messen an Universitäten.

Initiative zeigen ist gewollt

Ich konnte aber auch eigene Initiativen vorantreiben und habe beispielsweise mit einigen wunderbaren Kolleginnen eine „Women in Consulting"-Roadshow aufgebaut, um Studentinnen für uns zu gewinnen. Eine weitere Initiative, die ich auch sehr toll finde, sind unsere Pro-Bono-Projekte. Sie sind ein fester Teil unseres Projektkalenders und interessierte Beraterinnen und Berater haben so die Möglichkeit, ihre Kenntnisse für soziale Initiativen einzusetzen.

Einmal im Jahr trifft sich die ganze Firma an einem Ort, um unser Worldmeeting zu feiern

„Team" ist einer unserer Unternehmenswerte und wird sehr aktiv gelebt – sowohl auf der Projektteamebene über die verschiedenen Fachbereiche, als auch auf der gesamten Unternehmensebene. Einmal im Jahr trifft sich die ganze Firma an einem Ort, um unser Worldmeeting zu feiern. Ich weiß noch, wie ich das erste Mal dabei war: Damals haben wir uns noch im alten Bundestag getroffen und es war einfach ein unglaubliches Gefühl, die gesamte Firma in einem Raum zu sehen und zu erleben, was wir als Team im vergangenen Jahr alles geschafft haben und was wir für das nächste Jahr vorhaben.

Das Worldmeeting ist nicht nur eine einzige Veranstaltung, sondern eine ganze Woche voller Networking, Weiterbildungen und mit viel Spaß. Traditionellerweise beginnen wir mit einem Fußballturnier, bei dem jeder Teilnehmer einen wirklich erstaunlichen Ehrgeiz entwickelt und der Simon-Kucher-Worldchampion gekürt wird. In den folgenden zwei Tagen treffen wir uns dann in unseren verschiedenen Divisions und natürlich als Gesamtteam zum Worldmeeting. Der krönende Abschluss ist dann unsere Weihnachtsfeier, die immer unter einem bestimmten Motto steht. Die letzte Weihnachtsfeier 2019 stand unter dem Motto „Our Galaxy: Today, tomorrow and beyond" – wir haben mit Astronauten getanzt, funkelnde Drinks getrunken und bis in die frühen Morgenstunden gefeiert. Und auch während der Covid-19-Pandemie haben wir es geschafft, ein virtuelles Worldmeeting abzuhalten, bei dem trotzdem der besondere Worldmeeting-Spirit in der Luft lag und ich mich sehr mit dem Team verbunden gefühlt habe.

Smells like teamspirit

Unser Teamspirit fällt mir immer wieder positiv auf – wir helfen einander und ich habe es noch nie erlebt, dass ich mit einem Problem alleine gelassen wurde. Wir sind füreinander da. Und auch wenn wir verschiedenste Charaktere im Team haben, so teilen wir doch die gleichen Werte und ähnliche Überzeugungen, wenn es darum geht, die besten Lösungen für unsere Kunden zu entwickeln.

Ich bin immer wieder fasziniert, was für interessante Persönlichkeiten für Simon-Kucher & Partners arbeiten. Für mich ist die Arbeit als Projektleiterin auch nach fünf Jahren mein Traumjob – sowohl durch die inhaltliche Arbeit und die Sinnhaftigkeit, die ich darin empfinde, langfristiges, gesundes Wachstum zu fördern, als auch durch das Team, mit dem ich arbeite – im einzelnen Projektteam sowie im ganzen Simon-Kucher & Partners Team. Ich bin sehr stolz darauf, Teil dieses wunderbaren Unternehmens zu sein und freue mich sehr auf die nächsten Jahre.

Sarah Lämmlin, Simon-Kucher & Partners

Sarah Lämmlin (29) ist 2016 bei Simon-Kucher & Partners eingestiegen und seit 2020 Manager in der Consumer Goods/Retail Practice in Hamburg. Sarah verfügt über einen Masterabschluss in Marketing & Finance der Universität Mannheim. In ihrer Freizeit wandert Sarah am liebsten in den Bergen, fährt Ski im Tiefschnee, segelt auf der Alster in Hamburg und backt leidenschaftlich gern Weihnachtsplätzchen mit ihrer Familie.

Wir verbinden.
Füreinander

ATRUVIA

Über Atruvia.

Aus Fiducia & GAD wird Atruvia.

Wir sind der Digitalisierungspartner in der genossenschaftlichen FinanzGruppe und vereinen jahrzehntelanges Expertenwissen in Banking und Informationstechnologie. Die speziell auf Banken zugeschnittenen IT-Lösungen und Leistungen reichen vom Rechenzentrumsbetrieb über das Bankverfahren von Atruvia bis hin zur App-Entwicklung.

Consulting

Du

Wir betreuen mit rund 4.600 Mitarbeiter*innen etwa 164.000 Bankarbeitsplätze und sorgen dafür, dass bei 86 Millionen Konten alles optimal läuft.

Unsere Kunden vertrauen uns bei der Digitalisierung und Standardisierung ihrer Prozesse. Im Geschäftsfeld Kundenprojekte und Consulting beraten wir sie, wie sie unsere Lösungen zielgerichtet einsetzen. In Schulungen und Trainings zeigen wir, wie man ihre Funktionen optimal ausschöpft. Als Outsourcing-Partner bringen wir die Zukunft des Bankings auf den Weg.

Unsere Berater*innen sind viel unterwegs – etwa 130 Tage im Jahr. Über 2.200 Beratungstage jährlich, mehr als 30.000 Nutzer*innen der Online-Schulungen und rund 330 Outsourcing-Kunden belohnen jeden Tag aufs Neue unseren Erfolg.

Der Weg zu uns ist aus vielen Richtungen möglich: Mit einer Banklehre oder einem Studium – aber vor allem mit Neugierde, Offenheit, Kontaktfreudigkeit und Begeisterungsfähigkeit.

Abwechslungsreich, vielseitig und spannend – in unseren Beratungsjobs steckt alles drin, was du dir wünschst. Starte jetzt bei uns durch!

Atruvia AG | People Management
Fiduciastraße 20 | 76227 Karlsruhe
GAD-Straße 2-6 | 48163 Münster

Jetzt online bewerben:

atruvia.de/karriere

Wir freuen uns auf dich!

Genossenschaftliche FinanzGruppe
Volksbanken Raiffeisenbanken

„Im Social Leave helfe ich, gemeinnützige Arbeit wirksamer zu gestalten“: Nina Hirsens, Beraterin bei McKinsey

Nina Hirsens unterstützte während ihres Leaves die gemeinnützige Organisation PHINEO

SOCIAL LEAVE BEI MCKINSEY

Wer als Fellow bei McKinsey einsteigt, steht nach etwa zwei Jahren vor einer Entscheidung: Nutze ich den „Educational Leave“ für einen MBA oder eine Promotion? Oder gebe ich weiter Vollgas in der Beratung? Die Wirtschaftswissenschaftlerin Nina Hirsens wählte eine weitere Option: den Social Leave. Bei der gemeinnützigen Organisation PHINEO bringt sie ihre McKinsey-Erfahrung in die Arbeit für Stiftungen und Spender ein.

Was ich studiere und wo ich einmal arbeite: Das hat sich bei mir alles Schritt für Schritt ergeben, ohne Masterplan. Als Jugendliche wollte ich sogar einmal Rechtsanwältin werden. Dann besuchte ich eine Testvorlesung in Betriebswirtschaftslehre. Und das passte. Ich schrieb mich ein, machte meinen Bachelor in Münster und schloss einen Corporate Development Master in Köln an.

Vom Gemeinschaftsgefühl überzeugt

Für Wirtschaftsstudierende ist Beratung natürlich früh ein Thema. Aber ich hatte Vorbehalte. Zunächst wollte ich mir möglichst viel anschauen, absolvierte Praktika in der Industrie, bei einer kleineren Beratung und schließlich bei McKinsey. Als mir klar wurde, wie wertvoll der Blick „von außen“ für Unternehmen ist, stand meine Entscheidung für die Beratung fest – und für McKinsey. Schon im Praktikum hatte mich begeistert, wie sehr die Menschen in dieser riesigen Firma aufeinander achten und sich unterstützen. Zwei Jahre lang beriet ich als Con- ▶

sultant Klienten unterschiedlichster Branchen, von Healthcare bis Automotive – und lernte dabei unfassbar viel.

Ich sondierte gründlich, was am besten zu mir passen würde – zum Glück erzählte mir ein Kollege von der Möglichkeit des Social Leaves

Educational oder Social Leave?
Die intensive und vielseitige Arbeit mit Klienten war so spannend, dass mir die Entscheidung für einen Leave nicht leicht fiel. Ich sondierte gründlich, was am besten zu mir passen würde. Ein MBA? Der Lerngewinn schien mir nach dem BWL-Master begrenzt. Also Promotion? Dafür hatte ich zu große Freude an der Themenvielfalt. Zu meinem Glück erzählte mir ein Kölner Kollege von der Möglichkeit eines Social Leaves. Dabei gehen Consultants für sechs bis zwölf Monate zu einer gemeinnützigen Organisation. McKinsey hat dafür einige feste Kooperationspartner, aber es ist auch möglich, sich selbst eine Organisation zu suchen.

PHINEO ist ein Beratungs- und Analysehaus, das gemeinnütziger Arbeit zu mehr Wirkung verhelfen will

Mein Einstieg bei PHINEO
Mich hat vor allem die Chance gereizt, an meine Erfahrungen bei McKinsey anknüpfen zu können, aber einen für mich ganz neuen Sektor kennenzulernen. PHINEO gefiel mir sofort: ein Beratungs- und Analysehaus, das gemeinnütziger Arbeit zu mehr Wirkung verhelfen will. Schwerpunkte sind die Beratung von Non-Profit-Organisationen, die Vergabe von Fördermitteln und unternehmerisches Engagement. Mein Team arbeitet vor allem mit Großspendern, die ihr Vermögen sinnvoll einsetzen möchten. Ich betreue dabei zum Beispiel das Reporting und die gesamte Kommunikation mit den Geförderten. Außerdem unterstütze ich die Weiterbildung für Non-Profit-Organisationen. Im Moment produzieren wir Videos für eine Lernplattform. Dafür stehe ich auch vor der Kamera.

Eine Gründung von A bis Z begleiten
Bei PHINEO arbeite ich stets an mehreren Projekten parallel. Das ist einer der Hauptunterschiede zu der fokussierten Klientenarbeit bei McKinsey. Mein Lieblingsprojekt? Ganz klar eine Gründung, die ich von Anfang an begleiten durfte. Es begann vor einem halben Jahr mit einer groben Idee zum Thema. Dann haben wir zwei Monate an dem Konzept geschliffen und die Stiftung offiziell gegründet. Seither arbeiten wir an den Strukturen und bauen ein regionales Netzwerk auf. Außerdem stoßen wir Förderungen an. Mein McKinsey-‚Toolkit' hilft mir bei alldem sehr. Dazu gehört vor allem die Fähigkeit, Aufgaben zu strukturieren, zu durchdenken und Projekte sinnvoll aufzusetzen.

Rückkehr ins McKinsey-Team
Mein Social Leave hat mich persönlich und beruflich so bereichert, dass ich ihn anderen McKinsey-Beraterinnen und -Beratern nur empfehlen kann. Ich habe die Zeit sogar verlängert, um ein Projekt zu Ende bringen zu können. Jetzt freue ich mich auf die Rückkehr zu meinem Team in Köln, meiner McKinsey-‚Familie'. Ein bisschen Urlaub – und dann am besten direkt hinein in das nächste Projekt – bei uns heißen sie Studien. Wahrscheinlich werde ich mich auf Organisationsthemen spezialisieren. Was die Industrien angeht, will ich mich noch nicht festlegen und eine möglichst große Bandbreite kennenlernen.

Mein Social Leave hat mich persönlich und beruflich so bereichert – ich habe die Zeit sogar verlängert, um ein Projekt zu Ende bringen zu können

Was bleibt
Aus meiner Zeit bei PHINEO werde ich vieles in meine Beratungstätigkeit mitnehmen. Beispielsweise habe ich eine Menge über Selbstorganisation gelernt. Außerdem konnte ich erstmals Projekte leiten. Das steht für mich auch bei McKinsey als nächstes an. Vor allem aber bleibt eine gewisse Demut: ein großer Respekt vor den Menschen, die ich in meinem Leave kennengelernt habe. Gemeinnützige Organisationen beschäftigen sich mit fundamentalen Herausforderungen. Dabei laufen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sehr oft gegen Wände, und fast immer fehlt es an Geld. Dennoch sind alle unfassbar motiviert und beharrlich. Das wird mich noch lange beeinflussen. ■

Dieser Artikel und viele andere Erfahrungsberichte sind zu finden unter karriere.mckinsey.de/erfahrungsberichte

Nina Hirsens, McKinsey

Nina Hirsens hat Betriebswirtschaftslehre an der Westfälischen Wilhelms-Universität in Münster und Corporate Development an der Universität zu Köln studiert. Neben einem Semester in Frankreich hat sie auch vier Monate für ein Auslandpraktikum in Singapur verbracht. Juli 2018 startete Nina Hirsens als Fellow bei McKinsey, nachdem sie im Jahr zuvor das Unternehmen bei einem Praktikum kennengelernt hatte. Seit Herbst 2020 ist die Wahlkölnerin Senior Consultant.
Als Ausgleich neben dem Berufsleben powert sie sich gerne bei Hindernisläufen wie dem Fisherman's Strongman Run aus.

Fünf Tipps zur erfolgreichen Positionierung: Ein Gastbeitrag von Susanne Mathony

SICHTBARKEIT ALS KARRIEREBOOSTER FÜR FRAUEN IM CONSULTING

Fragt man mich, was ich tue, antworte ich: Reputationsbodyguard. Ich baue Menschen als starke Marke auf und beschütze sie und ihren Ruf. Seit mehr als zwei Jahrzehnten mache ich das mit Leidenschaft vor allem im Professional Services. Spätestens als ein Partner bei Andersen Consulting – heute Accenture – mir ein hochkomplexes Problem auf einer Serviette in der Kantine simplifizierte, ist die Branche meine Heimat.

Von Susanne Mathony, Geschäftsführerin von Mathony Brand Strategists

Bislang waren es primär Männer, die mich bei Interviews, dem WEF oder für ihr Personal Branding auf LinkedIn an ihrer Seite wissen wollten. Männer, weil die Country Manager oder Practice Leads meistens Männer waren/sind. Frauen an der Spitze waren nicht die Regel, sondern die Ausnahme. Das ändert sich zunehmend.

Gender-Parität: Die gibt es in der Beratungswelt noch nicht

Laut BDU stellen Frauen zwar 43 Prozent der Juniorberater, aber nur 19 Prozent der Leitungsfunktionen. Die WGMB nimmt für die Top-Beratungen sogar nur 15 Prozent Frauen auf der Top-Ebene an.

Weder bei McKinsey, noch BCG oder Bain ist bislang eine Frau global CEO. Bei Accenture dagegen lenken gleich zwei Frauen die Geschicke: Julie Sweet als Global CEO und Christina Raab als neue DACH-Chefin.

Warum ist der Karriereweg von Frauen im Consulting kein Selbstläufer?

Als Frau mit Ambitionen beschäftigt es mich doppelt: Warum gibt es so wenig Frauen an der Spitze? Länger als ein Jahrzehnt war das eine meiner Hauptfragen im EMEA-Appraisal Committee von Booz, heute Strategy&.

Natürlich, eine 70-Stunden-Woche verkompliziert die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Dennoch ist es multifaktoriell. Als wir Mercer beauftragten, 3.000 Appraisals nach Gründen zu durchforsten, kam unter anderem heraus: Festgefahrene Rollenmuster, Selbstzweifel bis hin zum Impostor-Syndrom oder geringeres Networking.

Gebe ich heute Female Empowerment-Workshops im Consulting, erlebe ich darüber hinaus Aspekte wie:

- Perfektionismus
- Besorgnis, auf das Äußere reduziert zu werden
- Das „Women don't ask"-Phänomen; das heißt die Zurückhaltung im Glauben, die Projektarbeit spräche für sich.

Vier Trends, die sich zugunsten von Frauen im Professional Services auswirken können

1. Die massive Beraterlücke: Addiert wollen die Top Ten der Consultants und Wirtschaftsprüfungen 27.000 Stellen besetzen. Aber: Laut Trendence haben die Großen der Branche an Ansehen verloren. Wer sein Wachstum nicht gefährden will, kann sich jedoch dem größten Talentpool der Welt – Frauen – nicht verschließen.

2. Immer mehr Klienten pochen auf gemischte Teams. Das heißt, Berater können weder wichtige Pitches ohne starke Frauen gewinnen, noch Langläufer-Projekte ohne diese führen. Laut Source Global sind für 72 Prozent der Klienten auf C-Level genderbalancierte Teams für die Beauftragung von Consultants entscheidend.

3. Die Pandemie hat das Arbeitszeitmodell 5/4/3 ausgehebelt. Der Erfolg von #remotework macht hybride Arbeitsformen zum #nextnormal.

4. Die Klimakrise kommt auch im Professional Services an. „Bis zu 60 Prozent weniger: Beraterfirmen verzichten nach Corona auf viele Dienstreisen", titelt das Handelsblatt. Danach wollen etwa McKinsey und BCG ihre Dienstreisen bis zu 30 Prozent bis 2025 senken. Roland Berger sogar um 40 Prozent bis 2028. Zusammengenommen spielt dieses alles in die Hände von Frauen. Ihre Chancen sollten sich also verbessern!

Wer nach oben will, für den ist Sichtbarkeit unverzichtbar

„Wer nicht redet, wird nicht gehört!" – sagte Ex-Bundeskanzler Helmut Schmidt. Gehört werden und Karriere korrelieren also. Hier ist die eigene Sichtbarkeit ein wichtiger Hebel, den Frauen selbst in der Hand haben.

Diese Sichtbarkeit hat nichts mit Eitelkeit zu tun: Sie hilft in der internen wie externen Positionierung. Und beim New Business! Wieso? 41 Prozent der Visible Experts verzeichnen Umsatzsteigerungen und Neugeschäft.

In meinen Mandaten treffe ich Beraterinnen, die skeptisch ▶

Susanne Mathony ist Geschäftsführerin von Mathony Brand Strategists

sind, ob sie ein ‚Visible Expert' werden sollten, also eine Expertin mit hohem Bekanntheitsgrad und einem überzeugenden Ruf für spezifisches Fachwissen.
Aber: Der Marketing- und Brandingspezialist Hinge belegt messbare Returns für individuelle Sichtbarkeit. Danach sagen 46 Prozent, ihr eigenes ‚Gesicht zeigen' habe auf ihre Personal Brand eingezahlt. 38 Prozent, es habe ihre Glaubwürdigkeit erhöht und Reputation gestärkt.

Fünf Tipps zur wirksamen Sichtbarkeit für die erfolgreiche Karriere im Professional Services

1. „Umparken im Kopf" als erster wichtiger Schritt
Belén Garijo, die erste weibliche CEO im DAX30, fordert "Ab und zu muss man die Hand heben und Verantwortung übernehmen". Frauen sollten ihre Ambitionen offen zeigen. Besonders junge Frauen ‚würden sich häufig viel zu klein machen.'
Dies ist auch eine Einladung an Beraterinnen, die eigene ‚Hand zu heben' – beim Appraisal, beim wichtigen Projekt oder der Mentorenwahl.
Noch bedeutet dies #ChoosetoChallenge. Denn laut einer Kearney-Studie von Johanna Tybus, Katharina Moll und Janine Bacher haben Frauen weiter zwei Barrieren im Kopf:
• 66 Prozent der Frauen glauben, dass erfolgreiche Frauen weniger ihre weiblichen Charakteristika zeigen.
• 85 Prozent passen ihr Verhalten im Job an, um weniger weiblich zu wirken.

Wenn ich auf erfolgreiche Frauen – und meine eigene Historie – blicke, sage ich: Wagen Sie (mehr) Weiblichkeit. Schütteln Sie Ihr mögliches Impostor-Syndrom ab. Schätzen Sie Authentizität als Kraftquelle.

2. Werden Sie zur unverwechselbaren Marke
Professional Services wird zur Commodity. Letztlich gilt das auch für Berater*innen. Da hilft nur eines: Werden Sie schon früh zur Marke! Seien Sie das unverwechselbare Gesicht, das wichtige Stakeholder inhouse wie exhouse wahrnehmen.
Wichtig dabei: Suchen Sie sich die richtige Themen und Wissen um den ‚Unconscious Bias'.
Laut „Von Star-Gründerinnen und Quotenfrauen" dominieren noch stereotyp weibliche – ‚weiche' – Themen in deutschen Leitmedien: 6x so häufig wie Männer werden Managerinnen als Privatperson angesprochen. In jedem viertenInterview wird das Geschlecht der Gesprächspartnerin thematisiert. Bei Männern ist es nur jeder 100. Männlich konnotierte Führungseigenschaften, wie taktisch oder selbstsicher, bewerten Journalist*innen bei Managerinnen besonders kritisch.
Den von mir betreuten Beraterinnen rate ich: Seien Sie sich des Bias bewusst. Lassen Sie sich nicht (oder nur wohldosiert) auf stereotype ‚Frauenthemen' ein. Bestimmen Sie Ihr eigenes Narrativ.
Vereinfacht formuliert: Nicht das Interview zu ‚Women in Consulting' macht Sie zur Marke. Eine klare Meinung zu Zukunftsthemen schon. ▶

LinkedIn hat sich als Tool für Digital Personal Branding etabliert

Als Leuchtturm-Beispiele seien hier Verena Pausder – Digitalisierung und Bildung – oder Marie-Christine Ostermann – Unternehmertum – genannt. Für die Branche ist es etwa Angelika Huber-Straßer, Managing Partner und Regionalvorständin Süd der KPMG in Deutschland mit dem spannenden Themenmix aus CEO-Agenda, Automotive, Nachhaltigkeit und Female Leadership.

3. Pflegen Sie Ihr Personal Branding auf LinkedIn

Menschen folgen Menschen. Daher führt der Weg zur Spitze auch über ein Social Me auf LinkedIn. Matthias Tauber (BCG) macht es. Martin Eisenhut (Kearney) macht es. Warum nicht auch Sie? So positionieren Sie sich nicht als abstrakte Marke, sondern als Mensch und ‚Beraterin of choice'.

Auch eine Nicht-Präsenz auf LinkedIn ist eine Aussage. Und sei es nur gegenüber der Einkaufsabteilung oder dem Unternehmen, in dem Sie ein großes Projekt leiten.

Also nehmen Sie Ihr Personal Branding in die Hand. Vielleicht ja auch mit Hilfe von modernem Storytelling. Für den Start langt es, täglich 20 Minuten in Ihr LinkedIn-Positioning zu investieren. Dabei gezielt andere Frauen zu taggen, um Reichweiten zu teilen und zu erhöhen, ist gelebte Kommunikationssolidarität.

4. Nutzen Sie PR und Thought Leadership zum gezielten Eigenmarketing

Auch die klassischen Kommunikationskanäle wie PR gilt es, zu bespielen. Egal, ob DAX-Konzern oder Professional Services-Player: Alle müssen Themen besetzen und erstellen dazu Studien und Presse-Statements. Hier ist es nur opportun, wenn Frauen Sichtbarkeit anstreben.

Noch erhalten laut Unicepta Top-Managerinnen in Deutschland nur ein Viertel der gesamten Mediencoverage. Männer hingegen drei Viertel. Dabei sind Frauen mit einem anderen Themenset präsent. Zentrale Zukunftsthemen – etwa Digitalisierung – landen abgeschlagen. Hier existieren genau 16 aus insgesamt 2.222 Artikeln. Das langt nur für Rang 27.

Smarte Beraterinnen besetzen zukunftsrelevante Themen. Gehen Sie auch auf Panels. Veranstalter können sich keine ‚Manels' – also Veranstaltungen mit ausschließlich männlichen Sprechern – mehr leisten.

5.Vernetzen Sie sich. Und: Lassen Sie sich coachen

Beraterinnen, die ob dieser Sichtbarkeitsagenda schlucken, rate ich: Machen Sie es wie Ihre männlichen Kollegen. Holen Sie sich kompetente Unterstützung für das, was Sie (noch) nicht perfekt können. Gerade Männer sind exzellent im Vernetzen und im Einsatz externer Experten. Das können Frauen noch intensiver nutzen.

Sowie last but not least: Denken Sie an das #strongertogether-Momentum! Jede erfolgreiche, sichtbare Beraterin ist ein Vorbild, die mit anderen ihre Erfahrungen teilt. So ziehen sie nicht nur weitere weibliche Talente mit nach oben, sondern agieren als Mentorin und Leuchtturm.

Dieser Artikel ist auch online auf juniorconsultant.net abrufbar, inklusive aller relevanter Verlinkungen

Susanne Mathony

Susanne Mathony ist Geschäftsführerin von Mathony Brand Strategists, eine internationale Marketing- und Kommunikationsberatung mit dem Schwerpunkt auf Professional Services. Unter den Klienten finden sich Unternehmensberatungen, Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, Anwaltskanzleien sowie Executive Search. Als internationale Kommunikationsexpertin blickt sie auf mehr als zwei Jahrzehnte Führungserfahrung im Professional Services zurück. Auf DACH und EMEA-Ebene arbeitete sie unter anderem für Andersen Consulting (heute Accenture), AlixPartners, Booz & Company (heute Strategy&) sowie Russell Reynolds Associates.

Die größten Consultants

betreuen die besten Mandanten mit den wichtigsten Männern. Wie schön, dass unsere Branche Ausnahmen hat.

Mehr über Karrieren (w)
bei CTcon unter: + 49 211 577 903-75

Wir sind nicht die Größten. Doch mit unseren zahlreichen Dax-30-Mandaten gehören wir zu den Anspruchsvollsten. Und wenn wir schon bei den Ausnahmen sind: Auf der Suche nach einem Management Consultant, der bei all den Herausforderungen seinen Mann steht, würden wir uns auch gern für eine Frau entscheiden. Nichts für ungut, Männer!

CTcon ist die Top-Managementberatung für Unternehmenssteuerung. Mehr als die Hälfte der im DAX 30 notierten Konzerne setzen auf unsere Expertise.

Für anspruchsvolle Projekte in einem hoch professionellen, internationalen Umfeld suchen wir den richtigen Management Consultant (m/w/d) mit

- Ausgezeichnetem Universitätsabschluss
- Ökonomischem Hintergrund, idealerweise mit Vertiefung im Bereich Controlling/Finanzen
- Sehr guten Englischkenntnissen
- Analytischer und kommunikativer Stärke
- Unternehmergeist
- Hoher Sozial- und Teamkompetenz
- Begeisterung für digitale Transformation

Aufgaben

- Vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Klienten
- Ausarbeitung maßgeschneiderter Problemlösungen im Bereich Unternehmenssteuerung
- Entwicklung strategiekonformer Steuerungsansätze
- Umsetzung in Prozesse, Systeme und Anreizmodelle
- Übernahme erster Teilprojektverantwortung
- Mitarbeit an Querschnittsaufgaben

CTcon GmbH
Julia Cedrati | Recruiting und Personalmarketing
recruiting@ctcon.de | www.ctcon.de | karriere.ctcon.de

Bonn | Düsseldorf | Frankfurt | München | Vallendar

PEOPLE. PASSION. PERFORMANCE.

ctcon
MANAGEMENT CONSULTANTS

MINT-PhD meets Consulting @ E.ON Inhouse Consulting

DER WEG VON DER CHEMIE IN DIE INHOUSE-BERATUNG

Katharina ist promovierte Chemikerin und startete ihren Berufseinstieg bei der E.ON Inhouse Consulting als Senior Consultant im Sommer 2020. Im Interview erzählt sie, wie sie den Übergang vom Studium in die Beratung meisterte und was ihr dabei geholfen hat, im Consulting durchzustarten.

„Neben dem generell sehr gut strukturierten Onboarding-Prozess bei ECON ist es schön, einen Kontakt zu haben, der vor der gleichen Herausforderung stand." – Katharina, Senior Consultant bei der ECON, über das Buddy-Programm für Neueinsteiger in die Beratung

Die Zeiten, als man unbedingt Wirtschaftswissenschaften studiert haben musste, um Consultant zu werden, sind lange vorbei. Was ist dein Hintergrund?
Sowohl meinen Bachelor als auch den Master habe ich im Bereich Chemie an der Ruhr-Universität Bochum absolviert. Schon früh habe ich dabei meine Leidenschaft für die anorganische Chemie entdeckt und mich dementsprechend auf diesen Bereich in meiner Promotion spezialisiert. Was mich daran besonders gereizt hat, war die Herausforderung, mit sehr instabilen chemischen Verbindungen zu arbeiten. Im Rahmen meiner Zeit an der Uni konnte ich an einer Vielzahl von Publikationen mitwirken. Besonders stolz bin ich aber auf meine zwei Veröffentlichungen aus meiner Promotion, die ich hauptverantwortlich erarbeitet habe.

Wieso hast du dich für dieses Studium entschieden und was interessiert dich am meisten am MINT-Bereich?
Ich habe mich für den MINT-Bereich, insbesondere Chemie entschieden, da ich es bereits zu Schulzeiten sehr spannend fand, zu verstehen, wie und warum Dinge so funktionieren, wie sie funktionieren. Mit Hilfe der Chemie kann man vieles im Leben erklären: Seien es vermeintlich simple Prozesse, wie das Verfärben der Blätter im Herbst oder auch augenscheinlich komplexere Fragen, zum Beispiel, warum verschiedene Materialen und Stoffe unterschiedliche Eigenschaften haben. Die Situation nicht einfach hinzunehmen, sondern ihren Ursprung zu erforschen, hat mich fasziniert.

Dann hast du den Weg ins Consulting bei der ECON gefunden: Wie ist es dazu gekommen?
Bis zu meiner Promotion habe ich fast genau zehn Jahre an der Uni verbracht – eine gefühlt extrem lange Zeit. Ich hatte das Gefühl, dass ich eine neue Herausforderung brauche: Mal etwas anderes ausprobieren, als im Labor zu stehen. Mein Promotionsthema war sehr spezialisiert und daher reizte es mich, an einem Thema zu arbeiten, das für viele Menschen relevant ▶

ist. Und genau das tue ich jetzt bei ECON: In unseren Projekten helfen wir E.ON sich unter anderem durch innovative Lösungen, auf die Herausforderungen, die die Energiewende mit sich bringt, bestmöglich vorzubereiten.

Wie hilft dir dein MINT-Hintergrund im Inhouse Consulting?
Während der Promotion habe ich neben dem reinen Fachwissen eine Vielzahl an Softskills erlernt, die auch außerhalb der Chemie sehr hilfreich sind. Allem voran – und viele Promovierende werden mir hier zu stimmen – eine hohe Frustrationstoleranz und Durchhaltevermögen. Aber auch lösungsorientiertes Denken, Selbstorganisation sowie das Arbeiten in internationalen und interdisziplinären Teams spielten eine große Rolle. All diese Kompetenzen sind sehr wichtig für eine erfolgreiche Projektarbeit In der Unternehmensberatung. Daher kann ich das erlernte Wissen sehr gut in meine tägliche Arbeit integrieren, mich aber auch stets noch weiterentwickeln und Neues dazu lernen.

Wie war das Onboarding für dich als „Quereinsteigerin"?
Ich würde lügen, wenn ich sagen würde, ich hätte mich während meiner ersten Woche in der Beratung nicht gefragt, was ich hier überhaupt mache. Es war eine komplett neue Welt: Andere Themen, fremde Aufgaben und natürlich auch ein komplett neues soziales Umfeld. Dank des guten Coachings, der Hilfsbereitschaft im Team und der Offenheit gegenüber anderen Perspektiven, ist es mir jedoch sehr leichtgefallen, mich einzuarbeiten. Ich fühlte mich direkt willkommen. Alles, was ich an (business-)relevantem Wissen brauchte, eignete ich mir auf den Projekten oder in einem der zahlreichen Trainings an.

Welche Angebote für MINT-Studierende gibt es bei der ECON?
Für interessierte MINT-Studierenden bieten wir regelmäßig spezifische Recruiting-Events an. In diesem Jahr gab es zwei solcher Events, die es ermöglichen, in den Alltag eines Consultants hineinzuschnuppern und erste Consulting-Erfahrung zu sammeln. Die Studierenden haben die Möglichkeit, erste Business- und Interviewtrainings sowie eine begleitete Case-Study zu absolvieren und dabei in informeller Atmosphäre auszutesten, ob Consulting für sie eine interessante Option darstellt.

Alle Neueinsteigenden bei der ECON bekommen dann einen Buddy zur Seite gestellt, der in den meisten Fällen denselben oder einen sehr ähnlichen Hintergrund hat. Mein Buddy hat beispielsweise in Biologie promoviert, sodass er meine Unsicherheiten und Herausforderungen sehr gut nachempfinden konnte und mich entsprechend unterstützte. Mittlerweile bin ich auch Buddy für eine promovierte Physikerin. Neben dem generell sehr gut strukturierten Onboarding-Prozess bei ECON ist es schön, einen Kontakt zu haben, mit dem man sich regelmäßig austauschen kann.

Was würdest du abschließend anderen MINT-Kandidatinnen und Kandidaten für ihren Einstieg bei der ECON empfehlen?
Da habe ich drei – wie sollte es in der Beratung anders sein – Tipps. Erstens: Nehmt neue Herausforderungen positiv an. Erst dann merkt ihr, wie viel ihr auch ohne wirtschaftswissenschaftlichen Hintergrund erreichen könnt. Wie bereits angesprochen, kann man viele der in der Promotion erlernten Softskills auf das Consulting übertragen, was es einem ermöglicht, als geschätztes, vollwertiges Teammitglied auf dem Projekt mitzuarbeiten.

Zweitens: Traut euch, Fragen zu stellen und kommuniziert klar, wenn ihr Hilfe braucht. Bei ECON ist der Teamspirit sehr stark ausgeprägt und jeder freut sich, neue Kolleginnen und Kollegen zu unterstützen. Immerhin haben wir alle mal dort gestanden.

Drittens: Seid offen für Feedback und gebt selbst aktiv euer Feedback – egal, ob an die anderen Consultants, Projektmanager oder Direktoren. Wir alle können uns nur verbessern, wenn wir Feedback bekommen und annehmen. Und zu guten Letzt, auch wenn das jetzt Nummer vier ist: Habt Spaß und genießt es, Teil der spannenden, sich stetig wandelnen Energiewelt zu sein!

Die E.ON Inhouse Consulting GmbH (ECON) bietet Absolvierenden der MINT-Bereiche einen abwechslungsreichen Einstieg in die Beratung. Hier können sie ihr fachliches Wissen mit neuen wirtschaftlichen Fähigkeiten verbinden. Ein Angebot, das auch Katharina davon überzeugte, in die Beratung zu gehen.

Du hast ebenfalls dein Studium im MINT-Bereich absolviert und möchtest neue Wege in die Beratung kennenlernen? Besuch uns auf eon.com/econ und bewirb dich für eines unserer Recruiting-Events oder starte direkt als Consultant oder Senior Consultant durch.
Wir freuen uns auf deine Bewerbung!

Mit fortschreitender Digitalisierung wachsen auch die Herausforderungen – und somit Accenture: Mehr als 569.000 Mitarbeitende in über 120 Ländern sind für das Beratungsunternehmen in den Bereichen Strategy & Consulting, Interactive, Technology und Operations tätig

Im Gespräch mit Sofia Hassiotaki, Change Expert im Bereich IT Change Management bei Accenture

„ES GEHT UMS VERSUCHEN – NICHT UMS GEWINNEN“

Accenture sieht seine Mitarbeitende als treibende Kraft von Innovationen und bietet viele Angebote an, um neuen Talenten den Einstieg ins Unternehmen zu ermöglichen. Sofia Hassiotaki, Change Expert im Bereich IT Change Management, hat über Accentures Java Traineeprogramm zum Unternehmen gefunden. „Einfach ausprobieren“ ist das Motto der studierten Phonetikerin, was sie letztlich zu ihrer jetzigen Tätigkeit bei Accenture geführt hat. Nach ihrem Java Traineeship hängte sie noch ein zweites Traineeprogramm im Unternehmen dran und damit öffneten sich für sie berufliche Perspektiven, die sie ergriff.

Sofia, du hast bei Accenture über das Java Traineeprogramm gestartet, dann noch ein DevOps Traineeprogramm draufgesetzt, um schließlich bei IT Change Management Services (ITCMS) einzusteigen. Wie kam es dazu?
Über eine Kommilitonin habe ich von Accentures Traineeprogrammen gehört. Dass man hier auch als Quereinsteigerin durchstarten kann, hat mich überzeugt. Denn, ganz ehrlich: Im Studium war ich im Programmieren nie besonders gut gewesen und musste mich da erst noch richtig einarbeiten. Im Java Traineeprogramm habe ich sehr viel gelernt, aber auch gemerkt, dass mir reines Programmieren auf Dauer nicht reichen wird. Nur einen Monat nach dem Programm hat mich jemand von DevOps angerufen. DevOps ist ein Mindset, das Menschen, Prozesse und Technologien vereint und so eine beschleunigte Entwicklung und ein qualitativ hochwertiges Produkt ermöglicht. Ich wurde also gefragt, ob ich in diesem Bereich ein Traineeship machen möchte. Gesagt, getan. Ich hatte dann anderthalb Jahre lang eine sehr schöne Zeit in der DevOps Community und habe dort meine Leidenschaft für agiles Arbeiten entdeckt. Mir persönlich fällt Veränderung nicht schwer, aber es liegt in der Natur des Menschen, sich gegen Veränderungen zu sträuben. Daher ist Change Management ein sehr spannendes Feld für mich. An einem anderen Arbeitsplatz hätte ich wahrscheinlich für den Wechsel in den Bereich Change kündigen müssen. Hier konnte ich einfach zum Hörer greifen, mein Interesse bekunden – und schon war ich drin.

Ein spannender Weg! Seit Ende 2019 bist du mittlerweile schon im ITCMS Team tätig. Was genau macht ihr da?
In unserer globalisierten und vernetzten Welt beschäftigen sich Organisationen mit stetig wandelnden Einflüssen – ▶

Marktbedingungen, Kundenwünsche, Technologien, Betriebskosten und Wettbewerb sind einige davon. Aktuell ist die Umstellung auf Cloud ein ganz heißes Thema. Die Welt ist kontinuierlich im Wandel und das müssen Unternehmen ebenso sein, um weiter am Markt mitzumischen. Der Mensch ist jedoch ein Gewohnheitstier. Führungskräfte und Mitarbeitende wollen oft am Bestehenden festhalten und sträuben sich gegen den Wandel. Da kommen wir ins Spiel. Wir unterstützen Unternehmen bei ihrer strategischen Neuausrichtung. Meistens geht es darum, durchwachsene Strukturen zu verändern, technische und organisatorische Systeme zu erneuern, Prozesse zu verbessern oder Verhaltensweisen der Mitarbeitenden in der Organisation zu beeinflussen.

Accenture hat eine individualistische Unternehmenskultur und setzt sich stark dafür ein, Diversität zu fördern und Raum zur Entfaltung zu geben

Das klingt sehr vielseitig und nach abwechslungsreichen Arbeitstagen. Wie genau kann man sich den täglichen Arbeitsverlauf vorstellen?

Auch wenn jeder Tag anders aussieht, bleibt eines immer gleich: Ich tausche mich ständig mit meinen Kolleg:innen und Kund:innen aus, denn Kommunikation und Transparenz sind die Grundpfeiler meiner Arbeit. Jeden Morgen haben wir im Team einen 15-minütigen Abstimmungscall, in dem wir unseren Tag planen und mögliche Hindernisse besprechen. Danach arbeiten alle für sich oder in der Gruppe an ihren Aufgaben.

Was mir besonders an meinem Arbeitsplatz gefällt, ist die individualistische Unternehmenskultur. Accenture setzt sich stark dafür ein, Diversität zu fördern und allen Mitarbeitenden den Raum zur Entfaltung zu geben. Das spiegelt sich im täglichen Miteinander wider und setzt Engagement, Kreativität und Innovation frei.

Was gefällt dir an deinem Job besonders?

Die Abwechslung! Ich war bereits in Hamburg, Berlin und Wien unterwegs und konnte in diversen Branchen tätig werden: Über den Finanzsektor bis hin zum Bauwesen und der Automobilindustrie, Medienindustrie und Telekommunikationsindustrie war schon alles dabei. Auch meine Rollen haben dabei stark variiert und ich konnte mich als Testerin, Scrum Master, Requirements Engineer (Verbindungsstelle zwischen Auftraggeber und Softwareentwickler), Coach und Change Manager unter Beweis stellen. Normalerweise hätte ich dafür sechsmal den Job wechseln müssen, aber als Unternehmensberaterin erlebt man alles in einer Jobposition.

Was macht für dich Accenture als Arbeitgeber aus?

Auf jeden Fall die Wandelbarkeit und Förderung der Mitarbeitenden! Allen wird die Möglichkeit geboten, sich im Laufe der Zeit weiterzuentwickeln. Das Schönste daran ist: Accenture entwickelt sich mit und bietet einem den Raum, in den persönlichen Potenzialen zu wachsen. Zudem kann man sich durch Trainings und Workshops kontinuierlich weiterbilden. Ich kenne kein anderes Unternehmen, das einem so viele Fördermöglichkeiten bietet.

Sofia Hassiotaki hat zwei Traineeprogramme bei Accenture absolviert

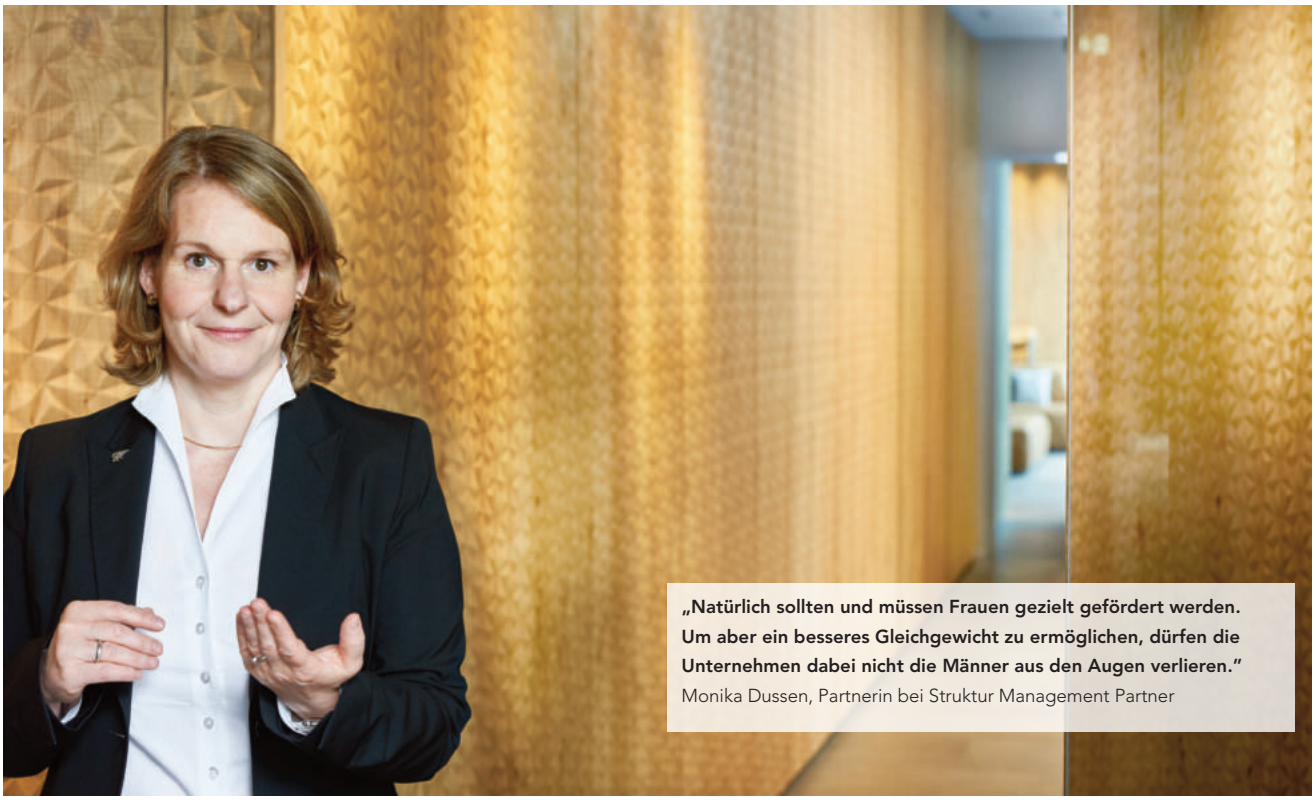
Abschließend noch eine Frage: Gibt es ein bestimmtes „(Lebens-)Motto", das dir als Ansporn dient?

Habe den Mut, deiner Intuition zu folgen. Es wird immer Menschen geben, die einem etwas nicht zutrauen. Leider verstärkt dies oft Selbstzweifel. In solchen Momenten sollte man der Sache aber erst recht nachgehen. Wenn es klappt? Gut. Wenn es nicht klappt? Auch gut. Scheitern ist gar nicht so schlimm, wie alle denken. Es zeigt dir einen Weg, der nicht funktioniert, aber letztlich ist das, was du daraus für dich mitnimmst entscheidend. Es geht ums Versuchen, nicht ums Gewinnen.

Accenture

Accenture ist ein weltweit tätiges Beratungsunternehmen, führend in Digitalisierung, Cloud und Security. Die Berater:innen bringen ihre Erfahrung und Fähigkeiten in mehr als 40 Branchen ein und bieten Dienstleistungen aus den Bereichen Strategy & Consulting, Interactive, Technology und Operations.

Auf der Karriereseite **accenture.com/de-de/careers** gibt es alle Informationen rund um Einstiegsmöglichkeiten bei Accenture.



„Natürlich sollten und müssen Frauen gezielt gefördert werden. Um aber ein besseres Gleichgewicht zu ermöglichen, dürfen die Unternehmen dabei nicht die Männer aus den Augen verlieren."
Monika Dussen, Partnerin bei Struktur Management Partner

Ein Gastbeitrag von Monika Dussen von Struktur Management Partner über „Women in Consulting"

FRAUENFÖRDERUNG HEIßT AUCH MÄNNERFÖRDERUNG

Wie in den meisten anderen Branchen sind auch in der Beratungsbranche Frauen nach wie vor unterrepräsentiert, gerade was Führungspositionen betrifft. Doch Unternehmen, die das ändern möchten, sollten sich nicht allein auf die Frauen konzentrieren. Um ein besseres Gleichgewicht herzustellen, sollte sie sich zusätzlich mit der Förderung der Männer beschäftigen – und ihren Blick mehr auf die stilleren Talente lenken.

Von Monika Dussen, Partnerin bei Struktur Management Partner

Dass Beratungsunternehmen – ebenso wie alle anderen Unternehmen – von diversen Teams profitieren, sollte mittlerweile klar sein. Frauen wie Männer bringen tendenziell andere Stärken und Hintergründe mit in die Teams und bereichern gerade Führungsteams mit ihren unterschiedlichen Erfahrungen und Ideen. Und doch sind Frauen gerade in den Managementetagen nach wie vor in der Unterzahl.

Die Gründe dafür sind vielfältig. Natürlich gibt es viele Unternehmen, die diesen Punkt nach wie vor kaum auf der Agenda haben und erst langsam erkennen, dass auch sie von gemischten Führungsteams profitieren können. Zum anderen liegt es zum Teil an den Frauen selbst. Viele schrecken davor zurück, eine Laufbahn in einer eher männlich dominierten Branche einzuschlagen, die zudem als relativ wettbewerbsintensiv wahrgenommen wird. Hier ist es auch an den Unternehmen, für sich als Arbeitgeber zu werben und zu zeigen, dass beispielsweise Familienplanung in Sachen Karriere kein Ausschlusskriterium ist.

Role Models, also erfolgreiche Frauen aus der Beratungsszene, können hier als Vorbilder dienen. Sie zeigen, dass man Karriere und Familienplanung kombinieren kann und dass gerade weibliche Stärken im Beratungsgeschäft gefragt sind. Hier sollte man früh ansetzen und schon an Schulen und Universitäten die entsprechenden Berufsbilder und Möglichkeiten vorstellen.

Nur wer sichtbar ist, wird auch gesehen?

Gleichzeitig bleibt die Frage: Warum schaffen es aus dem Anteil der weiblichen Berater so wenige an die Spitze? Zum einen ist das sicher darin begründet, dass viele Frauen zwar durchaus die Ambitionen und den Ehrgeiz haben, Führungspositionen in Beratungsunternehmen anzustreben – dies aber noch viel zu wenig kommunizieren. Beförderungen fordern sie tendenziell weniger lautstark ein als ihre männlichen Kollegen. Hier ist es an den Führungskräften und Personalern, sich gezielt auf die Suche nach ▶

SIMON • KUCHER & PARTNERS
Strategy & Marketing Consultants

Photo: photocase_gregepperson

Embrace challenges.
With us.

www.simon-kucher.com

geeigneten Kandidatinnen zu machen, die sich vielleicht weniger lautstark positionieren – aber ebenso geeignet für Führungspositionen sind wie ihre männlichen Kollegen. Das kann bedeuten, Frauen ins kalte Wasser zu werfen – heißt: ihnen Positionen anzubieten, die sie sich selbst (noch) nicht zutrauen. Zum anderen sollten die Unternehmen Frauen im Rahmen von Coachings gezielt begleiten – auch, um beispielsweise nach der Rückkehr aus der Elternzeit eine gute Balance hinsichtlich ihrer Aufgaben zu finden. Hier können gemeinsam die Bereiche identifiziert werden, in denen die Frauen den größten Mehrwert für das Unternehmen bieten und sie ihre Stärken am besten ausspielen können.

Eine Frau, die Karriere machen möchte und sich gleichzeitig für Kinder entscheidet, schafft das nur, wenn auch ihr Partner das entsprechende Umfeld hat

Zweiter Punkt: Natürlich sollten und müssen Frauen gezielt gefördert werden. Um aber ein besseres Gleichgewicht zu ermöglichen, dürfen die Unternehmen dabei nicht die Männer aus den Augen verlieren. Ihnen müssen ebenfalls die entsprechenden Rahmenbedingungen geboten werden. Eine Frau, die Karriere machen möchte und sich gleichzeitig für Kinder entscheidet, schafft das in der Regel nur, wenn auch ihr Partner das entsprechende Umfeld hat. Den Männern muss es ermöglicht sein, kürzer zu treten und beispielsweise die Arbeitszeit zu reduzieren oder in Elternzeit zu gehen, ohne danach Nachteile oder gar das Ende der eigenen Karriere befürchten zu müssen.

Gemeinsam leichter an die Spitze

Was Männer bereits seit langem selbstverständlicher praktizieren, sind das Knüpfen und die Nutzung von Seilschaften. Als Begriff ein Stück weit in Verruf geraten, beschreibt er doch im Kern, dass man sich mit gemeinsamer Unterstützung auf den Weg an die Spitze begibt. Starke Seilschaften – oder Netzwerke – helfen nicht nur, indem man von den Erfahrungen und Tipps der anderen profitiert. Man erfährt auch schneller von attraktiven Jobangeboten. Speziell die Karrierenetzwerke helfen zudem, Rollenvorbilder oder Mentoren zu finden. Diejenigen, die den Weg bereits gegangen sind zeigen, dass es durchaus möglich ist, Karriere und Familie zu vereinen.

Zudem spielt speziell im Beratungsumfeld das Thema Vertrauen eine große Rolle. Geht es darum, Unternehmen zu begleiten, die sich in Krisensituationen befinden, empfiehlt man eher Menschen, die man aus dem eigenen Netzwerk kennt und die man für vertrauenswürdig hält. Und je mehr Frauen dann irgendwann in den Managementebenen der Beratungen zu finden sind, desto mehr Frauen werden nachkommen – eine Sogwirkung, die nicht zu unterschätzen ist.

Auf die Einstellung kommt es an

Um all diese Entwicklungen zu ermöglichen, sollten Unternehmen zuallererst damit anfangen, sich das entsprechende Mindset zuzulegen. Denn man kann sich zwar auf die Fahnen schreiben, mehr Frauen einstellen zu wollen. Scheitern diese Frauen aber dann im Laufe ihrer Berufslaufbahn immer wieder an Grenzen oder sind Vorurteilen ausgesetzt, bringen all die schönen Committments herzlich wenig.

Flexible Arbeitsbedingungen zu garantieren und so die Vereinbarkeit von Job und Familie zu vereinfachen, ist sicher in Zeiten von Remote und Hybrid Work leichter geworden. Dennoch sollten Arbeitgeber darauf achten, ihren Angestellten individuelle Lösungen zu bieten – und das gilt gleichermaßen für Frauen und Männer. Denn digitales Arbeiten bedeutet nicht automatisch mehr Gleichberechtigung – in vielen Fällen verschoben sich die Rollenmuster während der Pandemie auch wieder in die andere Richtung. Sprich: Am Ende blieben Kinderbetreuung und Haushalt doch wieder an den Frauen hängen, die gleichzeitig in ihrem Beruf weiterarbeiteten. Hier sind alle Seiten gefragt: Viele Frauen müssen ihren Männern beziehungsweise den Vätern mehr zutrauen und Männer müssen sich noch selbstverständlicher in der Familie engagieren. Und die Unternehmen müssen dafür die entsprechenden Rahmenbedingungen schaffen.

Am Ende sollte sich ein Mindset etablieren, dass Unternehmen von der Vielfalt profitieren und daraus echten Gewinn ziehen können. Denn abgesehen von der Fairness-Komponente werden es sich auch Beratungsunternehmen in Zukunft nicht mehr leisten können, auf das Know-how und das Engagement von weiblichen Mitarbeitern und Führungskräften zu verzichten – gerade auch mit Blick auf den sich weiter verschärfenden Fachkräftemangel.

Monika Dussen, Struktur Management Partner

Monika Dussen ist Partnerin bei Struktur Management Partner in Köln – dem Beratungsunternehmen mit der längsten Erfahrung im Turnaround- und Wachstumsmanagement in Deutschland. Sie konzipiert und setzt Turnaround-Programme verantwortlich um. Insbesondere übernimmt Monika Dussen seit mehreren Jahren erfolgreich direkte interimistische Verantwortung als CRO / CFO.

Jobware,
da hab' ich
den Job her!
jobware.de
Jobware

Zwei Beraterinnen der Atruvia AG berichten von ihren ersten zwei Berufsjahren als Consultant

FINANCE MEETS IT & CONSULTING

Aus dem Banking in die Beratung: Antonja Blumer und Luisa Minnebusch zeigen prototypisch, woher Consultants der Atruvia AG ihr tiefes Banken-Know-how haben. Das neu firmierte Beratungshaus ist Teil der Genossenschaftlichen FinanzGruppe und sichert die Zukunftsfähigkeit von regionalen Genossenschaftsbanken. junior //consultant unterhielt sich mit den beiden Beraterinnen über ihre ersten beiden Berufsjahre als Consultants, den Einstieg während der Corona-Pandemie und die Projektarbeit.

Luisa Minnebusch kam nach einer Ausbildung zur Bankkauffrau und einem Traineeprogramm im gewerblichen Kreditgeschäft im Oktober 2020 zur Atruvia AG

Frau Minnebusch, Frau Blumer, Sie starteten beide vor etwa einem Jahr als Prozessberaterinnen bei der bei der Fiducia & GAD IT AG – die mittlerweile zur Atruvia AG geworden ist. Wie fiel dieser Start mitten in der Corona-Pandemie aus?

Antonja Blumer: Meine Bewerbungsphase war von der Corona-Pandemie unbeeinflusst. Nachdem ich einige Zeit auf den Start bei der damaligen Fiducia & GAD aufgrund von Kündigungsfristen warten musste, begann meine Einarbeitung kurz vor dem Lockdown im November 2020. Während der ersten Wochen konnte ich noch einen kleinen Teil der Kolleg*innen persönlich kennenlernen. Anschließend befand ich mich den Rest der Einarbeitungszeit komplett im Homeoffice. Dies war einerseits förderlich, da Fahrtzeiten deutlich reduziert wurden, aber anderseits eine Herausforderung, da die Nähe zu den Kolleg*innen und Kunden fehlte.
Dadurch konnte ich den eigentlichen Alltag eines Consultants während der Einarbeitung nicht kennenlernen.

Luisa Minnebusch: Wie jede Krise bietet auch die Corona-Pandemie eine Chance zur positiven Veränderung. In diesem Fall wurde die Digitalisierung weiter vorangetrieben, sodass meine Bewerbungsphase ressourcenschonend online stattfand.
Die Atruvia AG legt dennoch weiterhin viel Wert auf den persönlichen Austausch, sodass ich einige Kolleg*innen an meinen ersten Arbeitstagen persönlich kennenlernte. Die herzliche Begrüßung und die positive Stimmung im Team bestärkte mich in Bezug auf meine Arbeitgeberwahl.
Obwohl meine Einarbeitungsphase größtenteils durch das Arbeiten im Homeoffice geprägt war, bekam ich die Möglichkeit, unseren Tribe Lead Roland Reckert bei Kundenterminen vor Ort zu begleiten. Dadurch erhielt ich erste Einblicke in die Beratertätigkeit und erlangte in kürzester Zeit Fachwissen von unserem kompetenten Tribe Lead.

Noch kurz zur Atruvia AG: Können Sie etwas zur Neufirmierung sagen? Ändert sich dadurch etwas für Sie und die Mitarbeiter?

Antonja Blumer: Zum einen positionieren wir uns im wettbewerbsintensi- ▶

ven Finanz-Technologiemarkt zukunftsfähig und dadurch nicht zuletzt attraktiver für neue Talente – der neue Markenauftritt unterstreicht das. Zum anderen stärken wir unseren Auftritt bei unseren Kunden, Partnern und in der Öffentlichkeit. Innerhalb des Unternehmens trägt die neue Marke dazu bei, eine gemeinsame Denkweise im Sinne unserer Strategie und unsere Werte zu fördern. Und sie hilft, uns hinter unserer gemeinsamen Vision zu versammeln.

Tritt das Unternehmen nach außen künftig anders auf als in der Vergangenheit?

Luisa Minnebusch: Die Marke ist das Herzstück eines jeden Unternehmens und beeinflusst deren interne sowie externe Wahrnehmung. Das gemeinsame Werte- und Zielverständnis des Unternehmens wird durch die Marke für alle sicht- und erlebbar. Die Marke formuliert zudem klar, wer wir sind und wohin wir wollen.
Für uns Mitarbeiter*innen symbolisiert und unterstützt die neue Marke auch den Wandel, um die gemeinsame Denkweise im Sinne unserer Unternehmensstrategie sowie das „Wir-Gefühl" zu stärken.
Als Teil der Genossenschaftlichen Finanz-Gruppe und ihrer Wertegemeinschaft sind wir wichtiger Partner der VR-Banken in der digitalen Banking-Welt. Mithilfe der neuen Marke verdeutlichen wir unsere Neuausrichtung nach außen und unterstreichen deren Zukunftsfähigkeit.

Wir sind wichtiger Partner der VR-Banken in der digitalen Banking-Welt und mithilfe der neuen Marke verdeutlichen wir unsere Neuausrichtung nach außen

Die letzten anderthalb Jahre waren auch ein Stress-Test für Unternehmen und zeigten ganz gut, wo man wirklich steht, was die Flexibilität des Arbeitens angeht und auch, wie fit und anpassungsfähig eine Firma ist. Das ist ja auch ein Fingerzeig, wie es vielleicht werden wird, wenn man als junge Mutter auf die Flexibilität seines Arbeitgebers bauen möchte. Wie hat sich das Unternehmen hier geschlagen?

Luisa Minnebusch: In meinen Augen schlug die Atruvia sich während dieser außergewöhnlichen Zeit hervorragend.
In kürzester Zeit stellten wir im Team unsere Beratungsleistungen auf Online-Beratungen um. Durchaus positiv war nicht nur das Feedback der Kund*innen, sondern auch die wertvolle Erkenntnis für die Zukunft, dass Online-Beratungen zielführend umgesetzt werden können.
Derzeit schafft mein Arbeitgeber eine gesunde Work-Live-Balance gepaart mit viel Flexibilität für uns Mitarbeiter*innen. Bei uns wird der Mensch großgeschrieben und ich erfahre sehr viel Wertschätzung von meinen Vorgesetzten und Kollegen.
Neben flexiblen Arbeitszeiten sowie individuellen Teil- und Elternzeitmodellen schafft mein Arbeitgeber kontinuierlich weitere zeitgemäße Rahmenbedingungen. So können wir Mitarbeiter*innen Eltern-Kind-Büros nutzen und ein Sabbatical machen.
Großzügig angelegte Urlaubsregelungen und eine attraktive betriebliche Altersvorsorge runden unser Angebot ab.
Ich bin überzeugt, dass sich künftig mein Beraterallltag und das Familienleben bei der Atruvia sehr gut vereinbaren lassen.

Antonja Blumer: Die letzten anderthalb Jahre haben gezeigt, dass die

Antonja Blumer ist seit November 2020 bei der Atruvia AG und kümmert sich als Prozessberaterin vor allem um Passiv-Prozesse

Antonja Blumer, Atruvia AG

Antonja Blumer, Jahrgang 1994, absolvierte nach dem Abitur eine Ausbildung zur Bankkauffrau bei der Volksbank eG Überlingen. Im Anschluss war sie dort bis zum Wechsel zur Fiducia & GAD IT AG im Oktober 2020 in der Organisationsentwicklung tätig und bildete sich zur Prozessmanagerin und systemischen Organisationsentwicklerin weiter. Bei Atruvia ist sie Prozessberaterin mit dem Beratungsschwerpunkt auf Passiv-Prozesse. In der Freizeit sucht sie sportliche Herausforderungen beim Krafttraining oder Joggen.

Arbeit als Consultant auch aus dem Homeoffice möglich ist. Viele unserer Banken haben die technischen Möglichkeiten gemeinsam mit uns genutzt. Allerdings ist spürbar, dass der persönliche Kontakt nicht an Bedeutung verliert. Dieser ist weiterhin gewünscht und sehr geschätzt. Meiner Meinung nach leidet der offene Austausch unter den Onlinemeetings und ich hoffe, dass der Beraterralltag bald wieder einkehrt.

Die Corona-Pandemie hat gezeigt, dass es vielfältige Möglichkeiten gibt, das Angebot um digitale Formate zu erweitern

Zudem hat die Corona-Pandemie gezeigt, dass es vielfältige Möglichkeiten gibt, das Angebot um digitale Formate zu erweitern. Zusätzlich gibt es viele Chancen, sich innerhalb des Unternehmens zu verändern und geeignete Tätigkeiten zu übernehmen.

Wie wurden Sie eigentlich auf das Unternehmen aufmerksam und die Möglichkeiten, die es bietet – und warum haben Sie sich dafür entschieden?
Antonja Blumer: In meiner früheren Tätigkeit bildete ich die Schnittstelle der Bank zur Atruvia AG ab. Dadurch konnte ich in den vergangenen Jahren häufig den Austausch nutzen. Den Kontakt zu den Prozessberater*innen vertiefte ich in regelmäßigen Terminen und auf Messen und Veranstaltungen.
Mit der Atruvia AG fand ich einen Arbeitgeber, der mich herausfordert und bei dem ich meine bisherigen Kenntnisse und Fähigkeiten nutzen kann.

Luisa Minnebusch: Im Rahmen meiner Tätigkeit als Multiplikatorin für die Migration auf das Bankensystem agree21, entdeckte ich meine Leidenschaft für die Projektarbeit in der Prozesseinführung im Consultingsektor.
Für mich persönlich stand nur ein Arbeitgeber aus der Genossenschaftlichen FinanzGruppe zur Auswahl, wo ich diese Leidenschaft ausleben kann und zudem gefordert und gefördert werde.
Dreimal dürfen Sie raten, bei welchem Arbeitgeber ich mich beworben habe.
Und nun bin ich stolzes Teammitglied im stark wachsenden Bereich Kundenprojekt & Consulting mit dem Schwerpunkt auf Vertriebs- und Geschäftsprozesse.

Frau Blumer, aktuell sind Passiv-Prozesse Ihr Beratungsschwerpunkt. Können Sie ein kurz beleuchten, was das genau ist und was Sie dort machen?
Antonja Blumer: Bei meinen Projekten handelt es sich um das Outsourcing des Prozessmanagements der „Passiv- und Verbundprozesse". Gemeinsam mit unseren Kunden bereiten wir dabei die Implementierung unseres Standardprozessmodells in der Bank vor. Damit unterstützen wir unsere Kunden bei der technischen Abbildung von Prozessen im Kernbankverfahren. Während der Projektarbeit besprechen wir sämtliche Prozesse, die wir der Bank zur Verfügung stellen. Des Weiteren zählen Trainings- und Coachingmaßnahmen zum Inhalt der Projekte. Hierbei komme ich vom Filialmitarbeiter sowie Marktfolgemitarbeitern über die Organisation bis zum Vorstand der Bank in Kontakt.

Frau Minnebusch, Sie beschäftigen sich mit Omnikanal-Vertriebsprozesse, Omnikanal-Prozesse und Kredit-Prozesse. Was machen Sie genau in dieser Rolle?
Luisa Minnebusch: Zum einen unterstütze ich unsere Outsourcing-Kunden bei dem immer wichtiger werdenden digitalen Zugangsweg – der Online-Geschäftsstelle – sowie dem KundenServiceCenter der Zukunft. Zum anderem implementiere ich gemeinsam mit den Banken neue und zukunftsweisende Produkte – zum Beispiel die „Omnikanalberatung Immobilie".

Meine Beratertätigkeit endet nicht mit der technischen Umsetzung des Projekts, sondern wir schulen auch die Mitarbeiter*innen

Wie sieht ein typisches Projekt in etwa aus?
Luisa Minnebusch: In meinem vielseitigen Tätigkeitsbereich ist ein „typisches Projekt" schwierig zu beschreiben. Grundsätzlich beginnt jedes Projekt mit einem Kick-off. Dieser dient der Auftragsklärung, Definition der Rahmenbedingungen sowie Zielen. Zudem wird dadurch ein einheitlicher Wissensstand innerhalb der Projektgruppe sichergestellt. Im Zuge der Projektarbeit besprechen wir Prozesse, implementieren Vorgänge und führen administrative Tätigkeiten im Kernbankverfahren der Bank durch.
Wichtig hierbei ist, dass meine Beratertätigkeit nicht mit der technischen Umsetzung des Projekts endet, sondern wir darüber hinaus die Mitarbeiter*innen im Umgang mit den neuen Prozessen schulen. Nach Durchführung der Schulungsmaßnahmen erfolgt mindestens ein gemeinsamer Review des Projekts sowie der offizielle Projektabschluss. ■

Luisa Minnebusch, Atruvia AG

Luisa Minnebusch, Jahrgang 1996, beendete 2018 ihre Ausbildung zur Bankkauffrau bei der VR-Bank Westmünsterland eG. Während eines Traineeprogramms im gewerblichen Kreditgeschäft hospitierte sie bei der Münsterländischen Bank Thie & Co und agierte als Multiplikatorin bei dem Projekt agree21. Berufsbegleitend erwarb sie den Abschluss als staatlich geprüfte Wirtschaftsfachwirtin/Bachelor Professional of Business CCI. Im Oktober 2020 startete sie als Prozessberaterin bei der Fiducia & GAD IT AG. In ihrer Freizeit powert Luisa Minnebusch sich gerne im Fitnessstudio aus, kreiert neue, gesunde Rezepte und genießt die Zeit mit Familie und Freunden.

VDSI
Verband Deutscher Studierendeninitiativen e.V.

..weil nur studieren zu langweilig ist..

Du bist zu motiviert für jeden Abend Netflix? Dann nutze deine Zeit sinnvoll und informiere dich über das studentische Ehrenamt an deiner Hochschule!

14 Mitgliedsinitiativen

67.000 Mitglieder

110.000 Junge Menschen im Netzwerk

83 Standorte

350 Hochschulgruppen

Auch in deiner Stadt!

vdsi.org
@vdsi.ev
info@vdsi.org

Jacqueline Bruns ist seit zwei Jahren Consultant bei Sopra Steria

Jacqueline Bruns berät bei Sopra Steria im Bereich Human Capital Management. Bevor sie als Consultant andere Unternehmen betreute, war sie bei Sopra Steria als Praktikantin und Werkstudentin in der internen Personalentwicklung beschäftigt. Im Interview erzählt sie, warum sie sich für die Arbeit im Personalbereich entschieden hat und welche Unterschiede es mit sich bringt, als Consultant tätig zu sein.

Jacqueline Bruns, Consultant bei Sopra Steria, über Personalberatung und Personalentwicklung

„PERSONALTHEMEN WERDEN IMMER WICHTIGER“

Frau Bruns, Sie kommen ursprünglich aus der Personalentwicklung, machen jetzt auch weiterhin HR-Themen, aber nicht mehr aus dem HR-Bereich heraus, sondern als Consultant bei Sopra Steria. Soweit richtig?
Richtig zusammengefasst. Ich habe Wirtschaftspsychologie mit Schwerpunkt Personal- und Organisationsentwicklung studiert und dabei ein Praktikum in der Personalentwicklung bei Sopra Steria absolviert. Dort bin ich dann auch anschließend bis zum Ende meines Studiums als Werkstudentin geblieben. In der Zeit habe ich mich um die Einführung eines neuen Lernmanagementsystems gekümmert. Kurz vor Ende meines Studiums kam die Anfrage, ob ich nicht Lust hätte, ins Consulting zu einer Business Unit zu wechseln, die sich mit digitalen Personalthemen auseinandersetzt.

Das hatten Sie ganz offenbar, denn Sie sind jetzt Teil des „Human Capital Management"-Teams bei Sopra Steria. Womit beschäftigen Sie sich dabei konkret?
Ich bin in dem Bereich Human Capital Management, kurz HCM, und im Human Experience Management-Umfeld, kurz HXM, unterwegs. Ich betreue Projekte, in denen Kunden ganz unterschiedliche Personalanforderungen haben.

Im HXM-Umfeld kümmere ich mich beispielsweise um SuccessFactors, das ist eine Cloud-Software von SAP. Sie ermöglicht es, den gesamten Personalprozess abzubilden, vom Recruiting bis zu Personalentwicklungsthemen wie dem Goal Management. Ich selbst besitze Zertifizierungen für zwei Module, für Learning und für Onboarding. Bei Kunden- ▶

projekten sind das dann die Bereiche, die ich betreue.

Sie kümmern sich – natürlich sehr verkürzt gesagt – um Dinge wie die Weiterbildung aktueller Mitarbeiter*innen in einem Unternehmen, also um die internen Personalprozesse in anderen Unternehmen?
Genau, beim Learning geht es darum, intern den Mitarbeiter*innen ein Weiterentwicklungsangebot zu bieten, sei es über Online-Schulungen oder einen Trainingskatalog. Im Bereich Onboarding gilt es, Mitarbeiter*innen für das Unternehmen zu begeistern und einen reibungslosen Start zu gewährleisten.

Wir betreuen und gestalten im aktuellen Projekt von Anfang bis Ende

Was machen Sie ganz aktuell?
Bei meinem aktuellen Projekt führt das Unternehmen die SuccessFactors-Software gerade komplett neu ein. Das bedeutet, dass das Unternehmen mit den Modulen noch gar nicht vertraut ist und wir nun nach und nach ins Unternehmen vordringen und die Module implementieren, angefangen mit dem Recruiting- und Onboarding-Modul. Wir betreuen und gestalten hier also von Anfang bis Ende. Das erlebe ich zum ersten Mal in dieser Form und das macht das Projekt zu etwas Besonderem für mich.

Was würden Sie sagen, ist generell für Sie das Besondere und Schöne an Ihrem Job?
Ich würde sagen, die Vielfalt macht es aus. Man hat unterschiedliche Kunden aus unterschiedlichen Bereichen und das macht es natürlich unheimlich spannend, weil jede Branche, jeder Kunde, unterschiedliche Anforderungen hat. Da sammelt man natürlich extrem viel Erfahrung und lernt vieles in kurzer Zeit kennen.

Wie oft sind Sie eigentlich dann vor Ort bei so Projekten?
Aktuell sind wir noch immer selten vor Ort in den Unternehmen. Das hängt auch damit zusammen, dass bei unseren Kunden natürlich viele Ansprechpartner*innen im Home Office sind. Dementsprechend arbeiten wir zurzeit noch in erster Linie remote, also von zuhause aus.

Immer öfter fallen die Begriffe Flexibilität und Sinnhaftigkeit, wenn es darum geht, zu beschreiben, wie und wo man gerne arbeiten würde. Wie ist das bei Ihnen – und erfüllt Sopra Steria Ihre Wünsche?
Ich finde, dass sich Sopra Steria in diesen Bereichen sehr gut schlägt. Das war schon vor Corona bereits so, dass wir da wirklich sehr flexibel waren, zum Beispiel, was den Arbeitsort angeht.

Auch bezüglich der Sinnhaftigkeit sehe ich Sopra Steria sehr gut aufgestellt. Personalthemen werden immer wichtiger. Wenn man sich den Fachkräftemangel anschaut, ist klar, dass sich die Interaktion zwischen Unternehmen und Mitarbeiter*innen immer mehr verändert, mehr auf die Bedürfnisse und Wünsche der Mitarbeiter*innen eingegangen werden muss. Es ist vieles im Wandel und zwar im positiven Sinn für die Menschen in den Unternehmen. Die Arbeit im Personalbereich ist eine Sache mit Zukunft, die viel Gutes bringen kann.

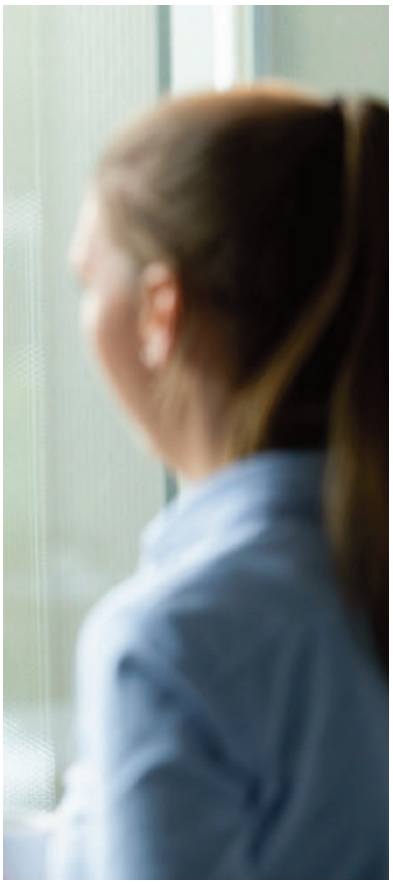
Stichwort Corona. Diese Zeit war ja relativ guter Gradmesser dafür, wie viel Vertrauen ein Unternehmen zu geben bereit ist, wie agil und wie schnell es auf neue Situationen reagieren kann. Wie hat sich Sopra Steria hier präsentiert aus Ihrer Sicht?
Tatsächlich sehr gut, aber das war, wie bereits erwähnt, auch vorher schon so. Mir wurde es von Anfang an freigestellt, von wo aus ich arbeite. Das ist ein großer Vertrauensbonus. Ich hatte also nie die Verpflichtung, ins Büro zu kommen, bin aber früher von mir aus gerne ins Büro gegangen, normalerweise so an drei Tagen in der Woche. Dementsprechend war die Umstellung eine Zeitlang komplett von zuhause zu arbeiten nicht so riesig.

Einen guten, modernen Arbeitgeber zeichnet aus, schnell auf neue Situationen zu reagieren und den Mitarbeiter*innen zu vertrauen

Das hat alles sehr gut geklappt, auch die Kommunikation mit dem Unternehmen war immer gut. Wir wurden regelmäßig über neue Auflagen und alles andere Wissenswerte informiert, so dass wir immer wussten, wie der aktuelle Stand ist und was wir beachten müssen, wenn wir ins Büro kommen möchten.
Ich denke, einen guten, modernen Arbeitgeber zeichnet aus, schnell auf neue Situationen reagieren zu können – und seinen Mitarbeiter*innen zu vertrauen. ■

Jacqueline Bruns, Sopra Steria

Jacqueline Bruns, Jahrgang 1992, hat bereits während ihres Wirtschaftspsychologiestudiums mit dem Schwerpunkt Personal- und Organisationsentwicklung an der BSP Business School Berlin Sopra Steria kennengelernt. Im Bereich Interne Personalentwicklung machte sie zunächst ein Praktikum und arbeite als Werkstudentin weiter. Für ihre Festanstellung wechselte sie dann Ende 2019 in den Beratungsbereich.
Die Wahlhamburgerin liebt es, an der Alster zu laufen und hat sich gerade ein Sportpferd gekauft, das sie selbst ausbildet.



„Da ich mich mit thyssenkrupp verbunden fühle und mich im Unternehmen gut aufgehoben gefühlt habe, wollte ich gerne intern wechseln": Helen Dietrich, Project Manager bei thyssenkrupp Management Consulting

Helen Dietrich wechselte von thyssenkrupp Schulte zu thyssenkrupp Management Consulting (TKMC)

„IN DER BERATUNG LERNT MAN DIE UNTERNEHMENSGRUPPE NEU KENNEN"

Der Wechsel in die Linie war früher die Regel im Inhouse Consulting. Maximal drei Jahre Inhouse-Consultant, dann musste die Veränderung her. Dieser Weg war früher eine Einbahnstraße, mittlerweile erlebt man immer häufiger die Durchlässigkeit in die Gegenrichtung. Helen Dietrich wechselte von der thyssenkrupp-Tochter Schulte zu thyssenkrupp Management Consulting und ist mittlerweile seit vier Jahren dort. David Lins sprach mit der 32-Jährigen über ihre Beweggründe, die Projekte und das Besondere an der Arbeit bei einer *Group of Companies*.

Frau Dietrich, früher hieß es oft, Inhouse sei das Sprungbrett für die Konzernkarriere. Mittlerweile erlebt man immer häufiger auch den Wechsel ins Consulting wie bei Ihnen. Wie kam es in Ihrem Fall dazu?

Für mich war nach drei Jahren im Konzern ein Punkt erreicht, an dem ich mich beruflich weiterentwickeln wollte. Bei meinem Einstieg bei thyssenkrupp Schulte war klar, dass die Tätigkeitsfelder auf Deutschland begrenzt sein würden. Ich wollte aber gerne einen internationalen Bezug bei meiner Arbeit haben. Da ich mich mit thyssenkrupp verbunden und mich im Unternehmen gut aufgehoben fühle, wollte ich gerne intern wechseln. Wichtig für meine nächste Position waren für mich drei Punkte: Internationalität, Projektarbeit und eine klare Entwicklungsperspektive. Diese drei Kriterien konnte thyssenkrupp Management Consulting für mich am besten vereinen.

Gab es denn früher schon Berührungspunkte mit dem Consulting?

Ehrlich gesagt hatte ich keine ▶

Ahnung, was mich in der Beratungswelt erwartet. Für mich spielte Consulting keine Rolle, als ich mich nach der Uni orientiert habe. Ich denke, das liegt daran, dass ich nicht an einer klassischen Zieluniversität studiert habe, an der die großen Beratungen ihre Events durchführen und zum anderen, dass ich in meinem privaten Umfeld keinen Kontakt zu Berater:innen hatte.

Mein Bild war dann eher durch Vorurteile geprägt, die ich in meinem Umfeld mal aufgeschnappt hatte – Berater:innen sind junge hochnäsige Schnösel, die sich für was Besseres halten, kommen in ihren Anzügen und Kostümen daher, wollen mir erklären, wie ich meine Arbeit zu machen habe und haben selber noch nie eine Baustelle oder ein Werksgelände betreten. Zum Glück wurde ich bezüglich meiner Vorurteile eines Besseren belehrt, was ich schon bei meinen Bewerbungsgesprächen und in den Gesprächen mit den neuen Kolleg:innen zwischen den Interviews feststellen konnte.

Der internationale Bezug fehlte mir bei der ersten Stelle – ich wusste jedoch, dass ich diesen in weiteren Stationen in der Unternehmensgruppe realisieren kann

Wenn man Leute fragt, warum sie sich thyssenkrupp angeschlossen haben, geht es oft um regionale Nähe und eine gewisse Ruhrpottromantik. Das kann bei Ihnen eher nicht der Grund dafür sein, dass sich viel thyssenkrupp in Ihrem Lebenslauf findet. Von daher: Warum eigentlich thyssenkrupp?
thyssenkrupp ist mir schon als Kind „begegnet". Ich komme aus einem kleinen Ort, in dem thyssenkrupp Cement als großer Arbeitgeber präsent war. Für mich stand thyssenkrupp deshalb weniger für Aufzüge und Stahl als für Anlagenbau.

Für meinen Berufseinstieg war das allerdings nicht ausschlaggebend. Ich wollte mich nach dem Studium noch nicht festlegen, in welche Abteilung eines Unternehmens es einmal für mich geht. Mir war deshalb wichtig, dass ich einen Einstieg finde, bei dem ich verschiedene Facetten eines Unternehmens kennenlernen kann und bei dem ich eine Perspektive für weitere Entwicklungsschritte innerhalb des Unternehmens habe.
Als ich die Stelle als Trainee bei thyssenkrupp gefunden habe, war ich mir nach dem Assessment Center sicher, dass das passen kann. Deshalb habe ich für den Einstieg auch in Kauf genommen, dass der internationale Bezug bei der Stelle fehlt, weil ich wusste, dass ich diesen in weiteren Stationen in der Unternehmensgruppe realisieren kann.

Sie haben von thyssenkrupp nun schon verschiedene Gesellschaften kennengelernt. Gibt es eigentlich „den Konzern" überhaupt (noch) in der jetzigen *Group of Companies*?
thyssenkrupp ist sehr facettenreich, manche würden sagen kompliziert und undurchsichtig. Für uns bei TKMC ist es ein Vorteil, dass wir den Konzern, oder wie es jetzt heißt, die Unternehmensgruppe, aus verschiedenen Dimensionen kennenlernen.

In der Group of Companies übernehmen die einzelnen Unternehmen eine größere unternehmerische Verantwortung und ihnen wird mehr Eigenständigkeit zugesprochen

Als ich bei thyssenkrupp gestartet bin, gab es noch den thyssenkrupp Konzern und das Ziel, ein führender Industriekonzern zu sein. Mittlerweile wurde die Elevator-Sparte verkauft, also das Aufzugs- und Fahrtreppengeschäft, und kürzlich die Veräußerung des Mining- und des Infrastructure-Business kommuniziert.
Die Strategie hat sich gewandelt, hin zu einer *Group of Companies*, in der die einzelnen Unternehmen eine größere unternehmerische Verantwortung übernehmen und ihnen mehr Eigenständigkeit zugesprochen wird.

Mit ehemaligen Kolleg:innen im Gespräch:
Helen Dietrich auf dem jährlichen Alumni-Event von TKMC

Helen Dietrich ist seit 2017 bei TKMC

Was eint die Gesellschaften – außer dem Namen?
Vom Prinzip sind die Gesellschaften alle ähnlich aufgestellt. Es gibt eine zentrale Service-Einheit, die für alle Gesellschaften tätig ist. Auch die IT Struktur wird bei thyssenkrupp zentral gesteuert und geregelt. Trotzdem steht jedes Geschäft natürlich individuellen Herausforderungen gegenüber. Das liegt am Produkt, am Marktumfeld und so weiter.

Häufig können wir in der Beratung aber Erfahrungen aus einem Projekt in andere Projekte übertragen. Das breite Netzwerk, das wir haben, ermöglicht es uns, auch mal auf dem kurzen Dienstweg eine Frage zu klären oder verschiedene Kolleg:innen an einen Tisch zu holen. Es gibt auch einige Kunden, die wir bei ihren internen Wechseln innerhalb von thyssenkrupp begleiten und in ihrer neuen Funktion dann wieder in Projekten begegnen. Das kommt immer wieder vor. Die gesamten Mitarbeiterbenefits, besonders die gute betriebliche Altersvorsorge, über die man sich beim Einstieg ja selten Gedanken macht, sind ein Vorteil, den es sicherlich nur durch die Konzerninfrastruktur in der Form gibt.

Sie sind bei TKMC in den Segmenten Components Technology, Industrial Solutions, Materials Services, Steel und Corporate tätig gewesen. Abgesehen davon, dass der Job wohl ziemlich abwechslungsreich ist – können Sie diese abstrakten Begriffe exemplarisch mit Leben füllen und über ein, zwei Projekte näher reden?
Sehr gerne. Ein sehr einprägsames Projekt, auf dem ich sehr viel gelernt habe, war ein Projekt bei Steel. Das Steel Segment trägt im Namen genau das, was es macht: Hier wird Stahl produziert. In Duisburg haben wir ein Werksgelände, welches die fünffache Größe von Monaco misst und mit etlichen Schienenkilometern ausgestattet ist.

Wir haben das Steel Segment aus dem thyssenkrupp Konzern herausgelöst und weitestgehend unabhängig aufgestellt

Einige der Leser:innen werden in den Nachrichten gelesen haben, dass thyssenkrupp Steel mit Tata Steel Europe ein Joint Venture, kurz JV, eingehen wollte. Wir von TKMC haben bei der Vorbereitung des JV unterstützt. Konkret habe ich in der Due Diligence und der Carve-out Vorbereitung geholfen.
In der Due Diligence geht es darum, dass die Unternehmen sich gegenseitig überprüfen, ohne dabei wettbewerbswidrige Informationen zu erhalten oder Absprachen tätigen zu können. Das war für mich sehr spannend, da ich einen solchen Prozess zum ersten Mal begleitet habe. Hier sind auch viele externe Parteien wie Banken und Anwälte involviert. Nach der Due Diligence wird der Carve-out vorbereitet. Das heißt, wir haben das Steel Segment aus dem thyssenkrupp Konzern herausgelöst und weitestgehend unabhängig aufgestellt. Dabei wird in allen Bereichen geschaut, welche Verknüpfungen es noch zum Mutterkonzern gibt und wie diese gelöst werden können. Das fängt beim internen Postservice an, geht über die gesamte IT-Infrastruktur, Prozesse und Tools und hört bei gemeinsam genutzten Gebäuden auf. Da ist wirklich einiges zu regeln.

Das Projekt newtk ist entstanden – das Ziel war es, thyssenkrupp schlanker aufzustellen

Dann war da unter anderem noch der Bereich Corporate ...
Corporate ist unsere Unternehmenszentrale. Hier habe ich bei einem Reorganisationsprojekt unterstützt. Als 2019 das geplante Joint Venture durch die europäische Kommission abgesagt wurde, wurde die thyssenkrupp Strategie komplett neu betrachtet. Der Reset-Knopf wurde gedrückt und das Projekt *newtk* ist entstanden. Hier haben wir bei der Konzept- und Strategieentwicklung unterstützt. Das Projekt war sehr breit aufgestellt – Corporate wurde betrachtet, die Serviceeinheiten, die Regionen und einzelne Segmente.

Das Ziel war es, thyssenkrupp schlanker aufzustellen. Meine persönliche Rolle in dem Projekt war damals, als Senior Consultant das übergreifende PMO zu koordinieren. Es war wichtig, dass alle Workstreams voneinander wussten, was ▶

die anderen Teams machen, welche Überschneidungen es gibt und wo eine Abstimmung wichtig ist.

Wie hat sich durch den Wechsel vor vier Jahren die Art des Arbeitens für Sie geändert?
Die Art des Arbeitens hat sich für mich komplett verändert. In der Beratung wird schnell gearbeitet, der Projekteinsatz ist meistens für eine Dauer von drei bis sechs Monaten, manchmal auch neun bis zwölf Monate geplant. Bei einem Projekteinsatz von drei Monaten ist es natürlich wichtig, dass wir uns schnell in die Themen einarbeiten und Ergebnisse präsentieren.

Für mich war es neu, mit internationalen Kolleg:innen zusammenzuarbeiten – und für ein Projekt durfte ich auch sechs Wochen nach Dubai

Zudem war es für mich neu, dass ich auch mit internationalen Kolleg:innen zusammenarbeite. Zum einen haben wir bei der TKMC selber Kolleg:innen mit verschiedenen Nationalitäten von Brasilien bis Indien, zum anderen habe ich auf Projekten mit Kolleg:innen in den USA und China gearbeitet. Für ein Projekt durfte ich auch sechs Wochen nach Dubai. Das war eine tolle Erfahrung, auch wenn ich den Sommer nicht als Reisezeit für Dubai empfehlen kann ...

Was haben Sie noch an Unterschieden wahrgenommen?
Im Beratungsgeschäft gibt es sehr klare Entwicklungspfade für die Mitarbeitenden und entsprechend regelmäßiges eng getaktetes Feedback. Natürlich gibt es diese Prozesse auch in der thyssenkrupp Gruppe, aber weniger stark ausgeprägt. Wir besprechen unsere Entwicklung und Performance quartalsweise mit unseren CDAs, den Career Development Advisors. Dabei geht es um den Rückblick auf die Projekt-Performance der letzten drei Monate, aber auch um den Ausblick, die Präferenzen und gegebenenfalls erforderlichen zusätzlichen Trainings neben dem ohnehin bereits sehr umfangreichen Trainingskatalog. Diese gezielte Unterstützung hat mir geholfen in kurzer Zeit große Entwicklungsschritte zu machen.

Natürlich will man jetzt vor allem nach vorne schauen, aber ich will die letzten anderthalb Jahre auch nicht ausklammern. Bei thyssenkrupp ging es ja relativ schnell und sehr lange ins Homeoffice. Können Sie diese Zeit einmal reflektieren?
Das ist richtig, was Sie sagen. Die Umstellung kam von einem auf den anderen Tag. Innerhalb kürzester Zeit haben unsere IT-Expert:innen es ermöglicht, dass wir alle mit Microsoft Teams ausgestattet waren, sodass die virtuelle Zusammenarbeit erleichtert wurde. Ich muss sagen, dass die Umstellung wirklich gut funktioniert hat. Wir haben unsere Check-ins morgens einfach auf virtuelle Meetings umgestellt. Einige Kolleg:innen bei uns hatten bereits mehr Erfahrung mit MS Teams und haben ihr Wissen dann in einer internen Lern-Session mit den anderen TKMC-lern geteilt, was allen sehr geholfen hat. Auch unsere Kunden mussten natürlich ins Homeoffice wechseln und haben sich ebenfalls schnell an die neue Arbeitsweise gewöhnt.
Besonders kreativ wurden wir natürlich was den virtuellen Erhalt des TKMC-Spirits angeht. Virtuelle Teamevents mit Quiz, Escape-Rooms, gemeinsame Kochabende, Weinverkostung und Bierprobe, eine gemeinsame Weihnachtsfeier, Fifa-Turniere … – der Kreativität waren keine Grenzen gesetzt.

Einige neue Kolleg:innen kenne ich bisher nur virtuell, obwohl ich eng mit ihnen zusammengearbeitet habe

Wissen Sie schon, wie das zukünftig bei TKMC gehandhabt wird?
Da wir ein diverses Team sind, ist die Erfahrung mit dem Homeoffice natürlich unterschiedlich. Einige wollen gerne zukünftig weiterhin im Homeoffice arbeiten, andere können es gar nicht abwarten wieder ins Büro zu kommen. Ich denke, eine gesunde Mischung wird sich in Zukunft einstellen – der zukünftige Arbeitsmodus wird derzeit durch interne Teams erarbeitet. Wir vermissen es alle, die Kolleg:innen mal wieder live zu sehen. Einige neue Kolleg:innen kenne ich bisher nur virtuell, obwohl ich eng mit ihnen zusammengearbeitet habe, das ist schon etwas merkwürdig, wenn man so darüber nachdenkt. Wir hoffen jedenfalls alle, dass wir bald eine Back-to-Office-Party feiern können, wenn die Umstände es zulassen.

Helen Dietrich, thyssenkrupp Management Consulting

Helen Dietrich, Jahrgang 1988, lernte thyssenkrupp bereits während ihres BWL-Studiums an der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg durch zwei Kurzpraktika bei der thyssenkrupp Polysius AG kennen. Nach dem Abschluss absolvierte sie zunächst ein Traineeship bei thyssenkrupp Schulte und stieg dort anschließend als Project Manager im Bereich Betriebs- und Prozessperformance sowie ProcessExcellence ein. Im Herbst 2017 folgte der Wechsel zu thyssenkrupp Management Consulting. Mittlerweile ist Helen Dietrich Project Manager und betreut Projekte unter anderem in den Segmenten Components Technology, Industrial Solutions und Materials Services. In der Freizeit spielt sie in einer Essener Mannschaft Handball, inlineskatet über die Fahrradtrasse nach Mülheim oder lauscht True-Crime Podcasts. Außerdem hat sie eine ausgeprägte Leidenschaft für Lakritz.

„Die vielen Partnerinnen beweisen, dass Frauen bei EY sehr gut erfolgreich sein können" Lena Adler, EY

Lena Adler über das „Fast-Track-Traineeprogramm" bei EY

MIT VOLLGAS INS CONSULTING

In sehr kurzer Zeit sehr viel lernen und dann ab in die Praxis: Das „Fast-Track-Traineeprogramm" von EY bereitet Absolvent:innen in nur fünf Monaten auf eine Karriere in der Beratung vor. Lena Adler hat nach ihrem Bachelor-Studium in BWL an dem Programm teilgenommen und es im Februar 2021 erfolgreich abgeschlossen. Hier erzählt sie, was sie in der Zeit erlebt hat und welchen Mehrwert sie dadurch erfahren hat.

Lena, warum hast du dich gerade für das „Fast-Track-Traineeprogramm" entschieden – und nicht für den Direkteinstieg oder ein anderes Traineeprogramm?
Das Gesamtpaket hat mich überzeugt und mir das Gefühl gegeben, optimal auf den Alltag als Beraterin vorbereitet zu werden. Besonders attraktiv fand ich die Möglichkeit, eine Zertifizierung als SAP-Beraterin zu absolvieren. Außerdem sind die Lerninhalte breit gefächert, sodass man herausfinden kann, was einem besonders Spaß macht und wohin man sich entwickeln möchte. Aber auch die Chance, mit den neuesten Technologien und Methoden zu lernen und zu arbeiten, fand ich sehr reizvoll.

Wie kann man sich den Ablauf des Programms genau vorstellen?
Insgesamt dauert das „Fast-Track-Traineeprogramm" fünf Monate, wovon die ersten zwölf Wochen aus theoretischer Wissensvermittlung bestehen. Los geht es mit Themen wie Consulting-Skills, Projektmanagement und End-to-End-Prozesse, gefolgt von Schulungen zu SAP S/4HANA sowie Planung, Konsolidierung und Reporting. In der zweiten Phase des Programms steht die praktische Anwendung im Zentrum. Nach zwei ersten Fallbeispielen, die man als Team erarbeitet, erfährt man im Rahmen eines Review-Gesprächs, auf welchem realen Projekt man eingesetzt wird – und dann geht es für zwei Monate direkt rein in den Beratungsalltag. Abgeschlossen wird das Programm mit einer Zertifizierung als SAP-Berater:in für SAP Finance oder SAP Controlling.

Was war für dich persönlich der größte Mehrwert?
Da denke ich vor allem an die steile Lernkurve: Ich habe in kürzester Zeit einen Gesamtüberblick über Finanzprozesse, neueste Tools und Technologien sowie agiles Projektmanagement bekommen. Genau das hatte ich mir für meinen Einstieg im Consulting gewünscht. Dazu kommt, dass ich von erfahrenen Profis lernen konnte und tolle Kolleg:innen kennengelernt habe, mit denen ich im Anschluss an das Programm fest bei EY eingestiegen bin – so hatte ich von Beginn an „Gleichgesinnte".

Wie erlebst du die Themen Gleichstellung und Unterstützung von Frauen bei EY?
Das sind Punkte, die bei EY eine besonders große Rolle spielen. Die vielen Partnerinnen – auch mit Kindern – beweisen, dass Frauen bei EY sehr gut erfolgreich sein können. Darüber hinaus tauschen wir uns im Rahmen der EY-internen Community „Women at Finance" regelmäßig aus. Die Gespräche inspirieren mich sehr und bestärken mich darin, hier Karriere zu machen. In meinem Jahrgang des Traineeprogramms waren übrigens knapp zwei Drittel Frauen.

Wie empfandest du den Übergang vom Trainee zum Consultant und was folgt danach?
Durch das Training on the Job ist der Übergang sehr fließend. Nach dem Onboarding wird man immer mehr in Projekte integriert und wächst mit den Aufgaben. Das erste Projekt ist natürlich eine völlig neue, herausfordernde Erfahrung, aber man hat immer ein unterstützendes Team um sich herum. Außerdem wird man auch über das Traineeprogramm hinaus weiter individuell gefördert. Je nach Interesse gibt es unzählige Möglichkeiten, sich weiterzubilden und zu entwickeln.

TAFEL DEUTSCHLAND

Wie lange können Lebensmittel über das Mindesthaltbarkeitsdatum hinaus verzehrt werden?

+1 Jahr

+1 Jahr

+1 Jahr

+1 Jahr

+1 Jahr

+1 Jahr

+1 Jahr

+1 Jahr

+6 Monate

+6 Monate

+2 Monate

+28 Tage

+21 Tage

+21 Tage

+21 Tage

+10 Tage

+5 Tage

+2 Tage

+2 Tage

+2 Tage

30

Mindesthaltbarkeitsdatum überschritten?

Entscheidend ist die sensorische Prüfung!

Anschauen Riechen Schmecken

Fotos: alle: stock.adobe.com | Zeile 1 von l. nach r.: © somchaisom; © gitusik; © Erich Mücke; © Sergey Yarochkin; © photocrew | Zeile 2 von l. nach r.: © yingtushutter; © dima_pics; © Ljupco Smokovski; © Splingis; © Barbara Pheby | Zeile 3 von l. nach r.: © Moving Moment; © uwimages; © Elena Schweitzer; © A_Bruno; © Picture Partners | Zeile 4 von l. nach r.: © Moving Moment; © Brad Pict; © Zerbor; © Digitalpress; © euthymia

Diese Anzeige entstand in Zusammenarbeit mit der Wiener Tafel und der Verbraucherzentrale Hamburg e.V.

verbraucherzentrale Hamburg

WIENER TAFEL

Gefördert durch die GlücksSpirale

Das digitale Onboarding wird auch zukünftig eine Rolle spielen

Foto von Mabel Amber von Pexels

Nachwuchstalente gehen jetzt auch digital an Board

DIE KUNST DES DIGITALEN ONBOARDINGS

Corona hat das Praktikum in Deutschland nachhaltig verändert. Das gilt auch für das Onboarding von Nachwuchstalenten. Die meisten Praktikant:innen waren damit zufrieden. Professionell gemacht, wird das digitale Onboarding auch zukünftig eine Rolle spielen. Ein Gastbeitrag von Janine Zimmermann von der Clevis GmbH.

Corona hat alles verändert – auch Praktika. Unternehmen hatten daher in den vergangenen Monaten keine andere Wahl, als das Praktikumsformat anzupassen oder Praktika abzusagen. Standen ausreichend Ressourcen zur Verfügung und gab es weiterhin grünes Licht für neue Praktikumsplätze, war Kreativität und Ideenreichtum gefragt. Gerade in Corona-Zeiten hatte hierbei ein erfolgreiches Onboarding neuer Kandidat:innen einen noch größeren Stellenwert. Der Future Talents Report zeigt: Mut und Arbeitseinsatz der Unternehmen haben sich bezahlt gemacht! 95 Prozent der Praktikant:innen haben trotz Corona irgendeine Form des Onboardings erhalten – ein nahezu identischer Wert zum Vorjahr. Das ist eines der Ergebnisse der 11. Ausgabe des „Future Talents Reports" der Unternehmensberatung CLEVIS, der seit Jahren als die größte Studie ihrer Art durchgeführt wird.

Unternehmen wissen: Für ein gelungenes Onboarding gibt es keine zweite Chance. Der erste Eindruck zählt, ganz gleich ob persönlich oder virtuell. Das Onboarding prägt die Erfahrung des Mitarbeiters mit dem neuen Arbeitgeber. Das sieht auch die junge Generation so. Laut dem Future Talent Report 2019 würde sich jeder zweite Praktikant nicht wieder bei einem Unternehmen bewerben, das ihm kein entsprechendes Onboarding im Praktikum ermöglicht hat.

Onboarding goes digital

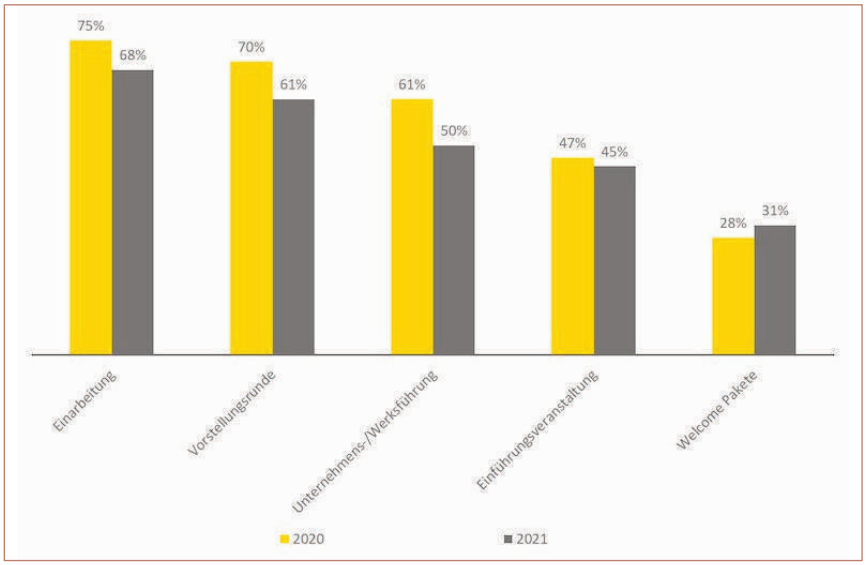
Doch haben sich die Onboarding-Instrumente im vergangenen Jahr verändert. So fiel der Anteil der jungen Talente, die eine klassische Einarbeitung erhielten von 75 auf 68 Prozent zurück. Auch eine Vorstellungsrunde im Unternehmen genossen nur noch 61 Prozent der Future Talents, während vorher sieben von zehn Praktikant:innen eine solche durchliefen. Dagegen stieg der Anteil derer, die ein Willkommenspaket von ihrem Arbeitgeber erhielten von 28 auf 31 Prozent. Das kam bei der jungen ▶

Dein Studium ist dir nicht genug?
Du möchtest bereits während deines Studiums Unternehmen beraten und wertvolle Praxiserfahrung sammeln? Du möchstest deine Kompetenzen stärken und dein Netzwerk erweitern?
Dann starte jetzt als Junior Consultant in einer unserer 32 studentischen Unternehmensberatungen durch! Die studentische Unternehmensberatung in deiner Nähe findest du auf www.jcnetwork.de.
JCNetwork
Enrichment by Partnership
JCNetwork e. V.
Dachverband studentischer Unternehmensberatungen
info@jcnetwork.de
www.facebook.de/JCNetwork

EIN LEBEN
VERÄNDERN!
Mit einer Patenschaft können
Sie Mädchenrechte stärken.
„WERDEN
SIE PAT:IN!“
Plan International
Deutschland e.V.
www.plan.de
PLAN
INTERNATIONAL
Gibt Kindern eine Chance

Generation gut an und wurde als Zeichen der Wertschätzung empfunden.

In einigen Betrieben konnten die neuen Mitarbeiter:innen ausschließlich digital begrüßt und eingearbeitet werden. Laut der Umfrage, sind die Praktikant:innen mit der digitalen Kommunikation im Unternehmen weitgehend zufrieden. Trotz Corona und reduzierter Präsenz machen die Unternehmen demnach einen guten Job. Sie kommunizieren klar, bieten Feedbackmöglichkeiten und haben eine Willkommenskultur etabliert. Einzig die soziale Interaktion komme etwas zu kurz. Dem sind sich die Future Talents bewusst und korrigieren ihre Erwartungen.



Eine Vorstellungsrunde im Unternehmen genossen nur noch 61 Prozent der Future Talents, während vorher sieben von zehn Praktikant:innen eine solche durchliefen.

Soziale Interaktion gefragt

Aber auch soziale Interaktion kann digital möglich gemacht werden. Hilfreich ist beispielsweise ein Buddy. Der Buddy ist Teil der Abteilung, in die der neue Mitarbeiter:innen integriert werden soll, und kümmert sich um seine soziale Integration. Einige Unternehmen bieten nach den ersten Arbeitstagen auch ein Check-In-Gespräch per Videokonferenz an. Das stellt den Kommunikationsfluss sicher und sorgt für Transparenz. Folgende Fragen können hier zur Sprache kommen: Wie war deine erste Woche? Was hat dir am Onboarding-Prozess gefallen? Was kann ich tun, um dich besser in deine Rolle zu bringen? Zudem sollte auch das Teamgefühl nicht zu kurz kommen. In Zeiten von Homeoffice haben viele Betriebe digitale Breakout-Sessions, wie die digitale Kaffeepause, Team-Hangouts oder Afterwork-Meetings, eingeführt. Das sind auch für Nachwuchstalente gute Gelegenheiten, das Team besser kennenzulernen. Manche Abteilungen nutzen auch Gruppenchats, um sich mit Kollegen auszutauschen.

Voraussetzung für ein digitales Onboarding ist selbstverständlich das rechtzeitige Bereitstellen der benötigten Hard- und Software. Neue Arbeitnehmer:innen sollten sich problemlos in Mitarbeiterplattformen einloggen können, auf E-Learning-Tools zugreifen und Checklisten mit To Do's sehen, die sie in den ersten Tagen zu erledigen haben. Manche Unternehmen laden die Neuankömmlinge auch zu einem digitalen Welcome Training ein. Dort erfahren sie mehr über Unternehmenswerte und Strukturen, über Systeme und Programme des Unternehmens und können sich mit ihren Aufgaben vertraut machen.

Die Vorteile eines guten digitalen Onboardings liegen auf der Hand: Nur wer sich gut aufgehoben fühlt, geht die neue Position motiviert an. Je mehr Wertschätzung jemand erfährt, desto sicherer agiert er fachlich und integriert sich schneller ins Unternehmen. Richtig angegangen ist digitale Kommunikation somit kein Hindernis, sondern Fortschritt und Chance.

Digitales Onboarding wird bleiben

Fest steht: Auch über die Pandemie hinaus wird das digitale Onboarding eine Rolle spielen. Die fachliche Einarbeitung kann und sollte in Zukunft digital stattfinden, da sie ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen ein Höchstmaß an Flexibilität bietet. Das soziale Onboarding hingegen, bei dem es um den Aufbau von persönlichen Kontakten zu Kolleg:innen, Vorgesetzten und Kund:innen geht, wird sich, soweit möglich, wieder am Arbeitsplatz abspielen. Das digitale Onboarding spielt der jungen Generation in die Karten. Denn Digital Natives, wie die Generationen Gen-Y und Gen-Z, sind für den digitalen Umbruch bereit. Nun ist es an den Unternehmen, die Chancen des digitalen Wandels zu nutzen und das Onboarding neuer Mitarbeiter:innen und Praktikant:innen dort auf virtuelle Kanäle umzustellen, wo es sinnvoll ist. ■

Janine Zimmermann, Clevis GmbH

Janine Zimmermann ist stellvertretende Studienleiterin des CLEVIS Future Talents Reports und Expertin in Sachen Nachwuchsbindung und -förderung. Seit mehr als 10 Jahren berät die Clevis GmbH Unternehmen in Fragen der Digitalisierung von HR, HR Strategie und Business Transformation. Mit der Erfahrung von über 400 Projekten in diesem Kontext zählt das Clevis-Team zu den Top HR Spezialisten in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Wir haben immer ein Plätzchen für euch!

Lust, über euch, eure Arbeit und eure Ziele zu erzählen?

Wir freuen uns über Nachrichten, Vorschläge und Texte von studentischen Unternehmensberatungen und Nachwuchsconsultants an david.lins@juniorconsultant.net!

junior//consultant

Unabhängiges Fachmagazin für Berufseinsteiger und Young Professionals

juniorconsultant.net
facebook.com/juniorconsultant.net

BCG

WIN WITH THE GROUP.
FAIL WITH THE GROUP.

Fail with the Group? Was soll das denn heißen? Du möchtest nur den ersten Teil der Headline haben? Kannst du nicht! Lass uns das von vorne erklären: Bei BCG startest du keinen Job, du wirst Teil einer Gruppe. Einer Gruppe mit einigen der schlausten Expert:innen ihres Fachs. Deshalb lernst du bei BCG jeden Tag von jeder Person Neues. Wir gewinnen im Team und gestalten gemeinsam die Welt von morgen. Und wenn es auf dem Weg dahin Hürden gibt, dann ist das ebenso eine Gruppenleistung und wir wachsen gemeinsam an der Aufgabe. Denn es ist kein „I“ in BCG – nur ein „G“ für Group. Das macht uns aus. **Welcome to the Group.**
Mehr unter: women.bcg.de