



Wie viele Neueinstellungen von Bewerbern aus den Wirtschaftswissenschaften planen Sie voraussichtlich noch bis Ende 2016?



Oliver Wyman
 Claudia Fell, Partnerin und Verantwortliche für den Bereich Recruiting
 »Im Jahr 2016 stellen wir 100 Berater ein – mit Bachelor, Master oder Promotion. Ein Kontingent für Wirtschaftswissenschaftler haben wir nicht, allerdings hat sich in den letzten Jahren ein Anteil von circa 45 bis 55 Prozent eingependelt.«



Ebner Stolz
 Dr. Jens Petersen, Partner Management Consulting
 »Wir suchen für Ebner Stolz Management Consultants rund zehn neue Kollegen, die einen Studienschwerpunkt auf Wirtschaftswissenschaften haben sollten.«

Im Consulting lautet die Devise »up or out«. Dafür wird hart gearbeitet. Top-Absolventen werden aber auch gebührend entlohnt und gefördert

Zugegeben, den Automobilherstellern als bevorzugte Arbeitgeber der Wirtschaftswissenschaftler den Rang abzulaufen, ist keine einfache Aufgabe. Dennoch sind Unternehmensberatungen ebenfalls auf den Top-Rängen vertreten, wenn es um die Wunscharbeitgeber der Absolventen geht: gleich drei Consulting-Größen haben es in die Liste der Top-20-Arbeitgeber von Wiwi-Absolventen aus dem Jahr 2015 geschafft. Auch für das Jahr 2016 planen 78 Prozent der großen Beratungen Einstellungen von Junior Consultants, bei den mittelgroßen Beratungen immerhin 56 Prozent, so eine Umfrage des Bundesverbands Deutscher Unternehmensberater (BDU).

Das ist keine Überraschung, denn die **Unternehmensberatungen glänzen mit Einstiegsgehältern, die sich sehen lassen können: Bis zu 70.000 Euro können es mit etwas Glück – und entsprechendem Leistungswillen – bei den Größten der Branche sein.** Diese lassen sich durch Fleiß, Arbeitswillen und Engagement in den Folgejahren noch einmal ordentlich erhöhen. Zudem bestehen viele Gehälter aus einem fixen und einem variablen Anteil. Über genaue Beträge wird öffentlich gerne Still-schweigen bewahrt, allerdings versprechen die meisten Beratungen »je nach individueller Geschwindigkeit der Karriereentwicklung attraktive

Illustration: macrove – Fotolia.com, privat



Ihr Job: Neue Wege gehen.*
 *Nicht stillstehen.

Willkommen bei der Generali in Deutschland, die Teil der internationalen Generali Gruppe ist. Arbeiten Sie mit an unserem Ziel, weltweit in unseren Märkten „First Choice“ für unsere Kunden zu werden. In einem spannenden Umfeld, in dem Ihr Beitrag geschätzt und Ihre Entwicklung gefördert wird. In einem Team, das mit Leidenschaft agiert.

karriere.generali-deutschland.de



Welche Anforderungen sollte ein Bewerber erfüllen, um bei Ihnen einen Zuschlag zu erhalten?



EY
Marcus Reif, Leiter Recruiting und Employer Branding
 »Wir suchen Bewerber mit sehr guten akademischen Leistungen, analytischen Fähigkeiten und idealerweise ersten Praxiserfahrungen. Daneben setzen wir vor allem auf soziale Kompetenz, Teamfähigkeit und Flexibilität. Aufgrund unseres internationalen Netzwerkes sind gute Englischkenntnisse ebenso Voraussetzung.«



KPMG
Carsten Müller, Personalverantwortlicher Partner Consulting
 »Wichtig sind für uns neben einem abgeschlossenen Bachelor- oder Masterstudium erste Berufserfahrungen im Rahmen von Praktika, einer Werkstudententätigkeit oder einer kaufmännischen oder technischen Ausbildung. Außerdem Begeisterung für die Weiterentwicklung von komplexen Themenstellungen bei unseren Kunden, verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse sowie Reisebereitschaft.«



Capgemini Consulting
Alexandra Meß, Recruiting Specialist & HR Marketing
 »Wir erwarten sehr gute Studienleistungen bei einer angemessenen Studiendauer sowie erste praktische Erfahrung im Beratungs- und Industrieumfeld.«



Arthur D. Little
Dr. Engin Benken, Consultant
 »Wir erwarten überdurchschnittliche analytische und konzeptionelle Fähigkeiten, Durchsetzungsvermögen, Innovationsfähigkeit sowie eine hohe Eigenmotivation. Neben dem Studium an einer renommierten Universität sollten auch internationale Erfahrungen und Praktika bei führenden Unternehmen und Beratungen selbstverständlicher Teil des Studiums gewesen sein.«



Ebner Stolz
Dr. Jens Petersen, Partner Management Consulting
 »Neben sehr guten Studienleistungen sollte ein Bewerber über relevante Praktika verfügen, zudem von seiner Persönlichkeit her Ambition, Teamorientierung und Bodenständigkeit kombinieren.«

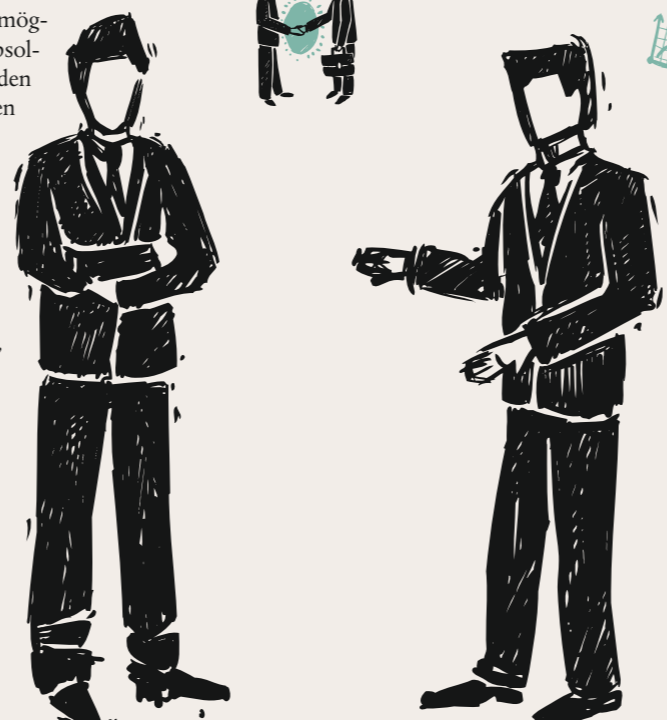
Gehaltssteigerungen«, wie Claudia Fell, Partnerin bei Oliver Wyman bestätigt.

Schnelle Aufstiegs- und vielfältige Weiterbildungsmöglichkeiten locken ebenfalls nach wie vor viele Absolventen ins Consulting. Eine steile Lernkurve ist in den ersten Arbeitsjahren garantiert. Bei KPMG profitieren Einsteiger von einem breiten internen und externen Schulungsangebot. »Darüber hinaus fördern wir Master- und Berufsexamen sowie zahlreiche Zertifizierungen«, ergänzt Carsten Müller, personalverantwortlicher Partner im Bereich Consulting. In den meisten Beratungen ist die Weiterbildung ein Schlüsselement der Absolventenförderung. Oliver Wyman biete beispielsweise regelmäßig Trainings, die auf die jeweilige Karrierestufe des Beraters abgestimmt seien und in denen der fachliche Austausch über internationale Grenzen hinweg unterstützt werde, erläutert Claudia Fell.

Die Karriereleiter erklimmen Absolventen im Normalfall schnell, nicht umsonst gilt in den meisten Beratungen das »Up-or-out-Prinzip, das einen Aufstieg vorsieht – oder aber den Ausstieg. Der erste Karrieresprung ist bereits nach dem ersten Jahr geplant, ein weiterer nach drei bis fünf Jahren. Absolventen mit lediglich einem Bachelor-Abschluss müssen allerdings damit rechnen, dass der Aufstieg zum Project Manager oder Partner nicht ohne Weiteres möglich ist. Dafür bieten die meisten Beratungen ihren Top-Mitarbeitern finanzielle Unterstützung beim weiterführenden Studium, einem MBA oder sogar einer anschließenden Promotion. »Alle festangestellten Berater haben die Möglichkeit, sich nach mindestens 18 Monaten der Firmenzugehörigkeit für eine Promotion oder einen MBA freustellen zu lassen«, so Christine Rupp, Partnerin bei Strategy&.

Eines sollte Bewerbern jedoch klar sein: geschenkt gibt es die attraktiven Benefits nicht. Weiterhin gilt in der Branche ein Arbeitspensum, das über die üblichen 40 Stunden weit hinausgehen kann. Arbeitsintensive Wochen bei Mandanten und Dienstreisen sind branchenüblich. Dennoch: dass die Zeiten sich ändern, ist auch an den Consulting-Unternehmen nicht spurlos vorüber gegangen. Sie begegnen dem Karrierebild der Generation Y mit modernen Teilzeitmodellen, Sabbatical-Optionen oder Home-Office-Lösungen. Und wie die Beliebtheit der Branche beweist: Die Rechnung geht auf, denn immerhin acht Prozent der WiWi-Absolventen sind in der Beratungsbranche und der Firmenleitung tätig, nur der Einzel- und Großhandel beschäftigt mit einem Anteil von zehn Prozent noch mehr Wirtschaftswissenschaftler.

Die Anforderungen an Absolventen entsprechen der Devise, die auch für Förderungsmöglichkeiten und Einstiegsgehälter gilt: »Von Bewerbern erwarten wir sehr gute akademische und auch schulische Leistungen«, bestätigt Rupp von Strategy&. **Das Prinzip eines überdurchschnittlichen Studienabschlusses wird auch bei KPMG gelebt. Die Abschlussnote, die mindestens im guten Bereich liegen sollte, sei ein wichtiges Kriterium, so Carsten Müller. Schließlich gibt es Aufschluss über die Motivation und Leistungsfähigkeit eines Bewerbers.** Dennoch sind gute Noten alleine natürlich nicht alles. Das Profil wird ergänzt durch eine teamorientierte, ambitionierte und bodenständige Persönlichkeit sowie praktische Erfahrungen durch einschlägige relevante Praktika und »einen Auslandsaufenthalt während des Studiums. Das ist für uns ein Muss«, sagt Rupp. Kommen noch Kommunikationsfähigkeit und Reisebereitschaft hinzu, haben Absolventen gute Chancen auf einen Zuschlag. ■



FACTS & FICTION

Was ist dran an Behauptungen von überarbeiteten, dauerreisenden und gnadenlosen Consultant?

Wir fragen Christine Rupp, Partnerin und Recruiting-Verantwortliche bei Strategy&:

Ist der Burnout im Consulting vorprogrammiert?

»Der Job des Strategieberaters kann sehr herausfordernd sein und unterscheidet sich natürlich vom klassischen Nine-to-five Job. Bewerber wissen dies aber genau und sehen hierin auch oft den Reiz. Die Work-Life-Balance der Berater ist trotzdem ein wichtiges Thema. Strategy& bietet daher eine Vielzahl an Modellen zur Flexibilität der Arbeitszeit an.«

Heute hier, morgen dort – von einem festen Arbeitsplatz können Consultant nur träumen! Ist das so?

»Unser Credo lautet: wir arbeiten nicht »für« unsere Klienten sondern »mit« unseren Klienten. Mobilität ist ein klarer Teil unseres Geschäftsmodells, daher verbringen unsere Berater die meiste Zeit vor Ort. Es kann jedoch auch immer besondere Projektsituationen geben, die ein Arbeiten aus dem Büro heraus zulassen.«

Wir fragen Dr. Engin Benken, Consultant bei Arthur D. Little:

Für neue Ideen gilt: Gut geklaut ist halb optimiert! Stimmt das?

»Im Rahmen von Optimierungsvorhaben bestehen mehrere Hebel wie beispielsweise das Methodenwissen und die Anwendungserfahrung des Teams, welche über einen erheblichen Ergebnisbeitrag verfügen. Insbesondere letzteres lebt von der Mehrheit der individuell durchgeführten Projekte – die Entwicklung von maßgeschneiderten Ideen baut dabei auf diesem Fundament auf.«

Haben Consultants die Idee, die Lorbeeren erntet aber jemand anderes?

»Beratungsprojekte werden aufgrund der inhaltlichen Komplexität oftmals mit integrierten Klienten-/Berater-teams durchgeführt. Die Ideengenerierung ist in der Regel ein iterativer Prozess, welcher durch den individuellen Wertbeitrag sämtlicher Teammitglieder angetrieben wird und somit selten einem einzelnen Teil des Teams zugesprochen werden kann.« ■

Tune up your career for the digital era

Die Herausforderungen des digitalen Zeitalters spornen Sie an? Uns auch – jeden Tag. Dafür durchbrechen wir alte Denkmuster und gehen neue Wege. Als eines der führenden Prüfungs- und Beratungsunternehmen weltweit setzen wir Maßstäbe für die Zukunft. Auch für Ihre Karriere. Denken, handeln und lernen Sie in unserem globalen Netzwerk und entfalten Sie Ihr ganzes Potenzial! Es ist Ihre Zukunft. Wie weit wollen Sie kommen?

Besuchen Sie uns
www.deloitte.com/careers

Deloitte.

INHOUSE CONSULTING



Näher dran am Firmengeschehen kann man nicht sein: Interne Consultants sind nicht nur Planer, sondern auch Macher

Welche Förderung erhalten Absolventen nach dem Einstieg in Ihrem Unternehmen?



Strategy8

Christine Rupp, Partnerin und Recruiting-Verantwortliche

»Alle festangestellten Beraterinnen und Berater haben die Möglichkeit, sich nach mindestens 18 Monaten der Firmenzugehörigkeit für eine Promotion (PhD) oder einen MBA freistellen zu lassen. Strategy8 beteiligt sich auch finanziell am entsprechenden Vorhaben.«



Deloitte

Edgar Klein, Partner und Leiter Consulting

»Wir bieten fachspezifische und verhaltensorientierte Trainings im internationalen Umfeld. Viele Fortbildungen finden zum Beispiel an der Deloitte University in Dallas und Brüssel statt. Außerdem erhalten Absolventen individuelle Betreuung durch einen Counselor.«



Capgemini Consulting

Alexandra Meß, Recruiting Specialist & HR Marketing

»Junge Consultants erlernen im »Institute« das Handwerkszeug. Parallel dazu finden Weiterbildungen im Rahmen eines internationalen Curriculums statt. Fachlicher Schwerpunkt sind Themen rund um die Digitalisierung.«

Ursprünglich aus Kosteneinsparungsgründen entstanden, stellt das Inhouse Consulting inzwischen für zwei Drittel der 30 deutschen DAX-Unternehmen ein wichtiges Strategieplanungs-Instrument dar, ergab eine Studie der European Business School in Zusammenarbeit mit Bayer Business Services. **Wer sich für die interne Beratung entscheidet, dem sollte allerdings bewusst sein, dass er schlussendlich nur ein Unternehmen berät – nämlich das Eigene.** Für Absolventen, die bereits während des Studiums ihre Branche gefunden hat, ist das Inhouse Consulting aber durchweg eine gute Option.

So kam auch Franziska Wörthmüller vor allem wegen ihrer Begeisterung für die Automobilindustrie und strategische Fragestellungen zu Volkswagen Consulting. »Ich habe beides im Paket und arbeite als Inhouse Consultant mit Entscheidungsträgern des Konzerns für dessen langfristigen Erfolg«, beschreibt die Senior Beraterin, deren Schwerpunkt bei Volkswagen Consulting im Bereich Marketing und Vertrieb liegt. Hier unterstützt die 28-Jährige ihre Kollegen in internationalen Projekten zu Digitalisierung, Produktportfolio und Vertriebskonzepten.

Zwar lässt sich das Inhouse Consulting nicht generell als Kaderschmiede für den Management-Nachwuchs eines Unternehmens bezeichnen, doch es ist Fakt, dass viele interne Berater auf lange Sicht ins Management wechseln. Ihr Vorteil ist das detaillierte Wissen über viele Teilbereiche und Projekte des Unternehmens. Auch bei Volkswagen Consulting gelten Berater als Führungskräfte-Nachwuchs.

Das Einstiegsgehalt von rund 48.000 Euro bleibt zwar etwas hinter dem der Top-Beratungen zurück, dafür können Inhouse Consultants von der internationalen Aufstellung ihres Unternehmens profitieren, ohne die gleiche Reisebereitschaft mitbringen zu müssen wie ihre externen Kollegen – denn das Kerngeschäft vieler internationaler Unternehmen findet immer noch in Deutschland statt. **Einen klassischen Nine-to-Five-Job absolviert natürlich auch ein interner Berater nicht, eine ausgeglichene Work-Life-Balance wird dennoch mehr gelebt.** Auch Franziska Wörthmüller schätzt bei Volkswagen Consulting die »gute Vereinbarkeit von Arbeits- und Privatleben.« Nacharbeit, Seminare am Wochenende oder Kundentermine im Ausland mögen zwar gelegentlich vorkommen, die Regel sind sie aber nicht. ■



... beantwortet für uns Alexander Hohaus. Er ist im Personalmarketing der Deutschen Apotheker- und Ärztebank (apoBank) tätig und absolviert berufsbegleitend den Master of Science in Human Resource Management

Herr Hohaus, warum haben Sie sich trotz Ihrer Berufstätigkeit für ein Studium entschieden? Bereits neben meinem Bachelorstudium in Business Administration mit den Schwerpunkten Kommunikation, Marketing und Arbeitsrecht, habe ich mir als studentischer Mitarbeiter Kenntnisse im HR-Bereich angeeignet. Das war besonders wichtig für mein Ziel, im Personalmarketing zu arbeiten.

Inwieweit haben die Studieninhalte bereits Ihre Arbeit beeinflusst? Durch die praxisnahe Gestaltung der Vorlesungen konnte ich Aspekte aus dem beruflichen Alltag integrieren. So haben wir beispielsweise eine Neukonzeption unseres Onboardingformates entwickelt, das in diesem Jahr auch umgesetzt wird.

Welche Herausforderungen bringen Berufstätigkeit und Studium mit sich? Der Alltag ist die größte Herausforderung! Beruf, Studium und Privat-

leben müssen miteinander kombiniert werden. Das Verständnis zu schaffen, dass für Familie und Freunde weniger Zeit bleibt, ist nicht ohne. Schließlich ist in der »Freizeit« einiges für das nebenberufliche Studium zu tun.

Welche Tipps haben Sie für Bachelor-Studierende parat, die schon jetzt überlegen, während ihrer Berufstätigkeit den Master draufzulegen? Erst einmal berufliche Erfahrungen sammeln, mindestens ein halbes Jahr. Aber den Beginn des Masterstudiums nicht aus den Augen verlieren. Wer drei oder vier Jahre wartet, ist aus dem Lernfluss raus und der Wiedereinstieg ins Studium wird durchaus schwerer.

Welche Fähigkeiten brauchen Berufstätige, die berufsbegleitend studieren möchten? Für ein berufsbegleitendes Studium muss jedem bewusst sein, dass ein hohes Maß an Disziplin, gutes Zeit-

management und Selbstmotivation gefragt sind. Durch die Verbindung von Vollzeitjob und Studium gibt es aber auch Einschränkungen im Privatleben, die man in Kauf nehmen muss.

Welche Möglichkeiten erschließen sich für Sie nach Ihrem Studium? Die Übernahme von verantwortungsvollen Aufgaben und Projekten, insbesondere in der interdisziplinären Zusammenarbeit. Zudem bietet der Masterabschluss entsprechende Kompetenzen für eine mögliche Fach- oder Führungsaufbahn.

Inwieweit bauen die Studieninhalte auf Ihre Praxiserfahrungen auf? Grundlegende HR-Kenntnisse werden durch das Studium vertieft. Theoretische Kenntnisse können in der Praxis angewendet werden. Ebenfalls bieten einige Module eine Horizonterweiterung, die wiederum in den beruflichen Kontext einfließen. ■

Charakter entfalten ein Beruf mit Charakter



apoBank zahlt sich aus.

Ihre berufliche Zukunft bei der apoBank, der führenden Bank im Gesundheitswesen.

Erleben Sie die führende Bank im Gesundheitswesen als wertvolles Plus Ihrer Entwicklung. apoBanker sind als Experte, Vertrauensperson und als Mensch geschätzte Ansprechpartner für rund 400.000 Kunden. Und sie sind tolle Kolleginnen und Kollegen, die Ihnen den Einstieg in die berufliche Praxis erleichtern und Ihrer Persönlichkeit freien Lauf lassen. Schlagen Sie Ihren neuen Weg ein – kommen Sie ins Team!

Mehr Informationen unter www.apobank.de/karriere



Weil uns mehr verbindet.



Arne Görke, Praktikant

Nora Zumdick, Trainee

GROSS ODER KLEIN?



Branchenspezialisierung oder Generalismus? Familiengeist oder Hierarchiedenken? Operativ arbeiten oder strategisch planen? Große oder kleine Unternehmensberatung? Was liegt dir mehr?

Bei der Jobsuche landen die Bewerbungsschreiben der meisten Absolventen in den Postfächern der 'Big Four' der Wirtschaftsprüfungen. Schließlich sind sie die Consulting-Größen auf dem Weltmarkt. Die einzige Karrieremöglichkeit bieten sie aber bei Weitem nicht. Denn abgesehen von den altbekannten Unternehmen gibt es unzählige mittelständische und kleine Beratungen, die sich auf Nischenmärkte oder -klientel spezialisiert haben.

Projekten bei Konzernen, inklusive Auslandseinsatz, mitzuarbeiten, so Edgar Klein, Partner beim Prüfungs- und Beratungsunternehmen Deloitte.

Der große Pluspunkt einer Karriere im Mittelstand? Learning on the job! »Durch flache Hierarchien und die Nähe zum Mandanten übernehmen Berater in einem mittelgroßen Consultingunternehmen bereits früh Verantwortung«, so Prof. Dr. Norbert Neu, Mitglied und Sprecher der Gesamtleitung der DHPG. Zudem winke im Mittelstand durch eine vermehrt operative Tätigkeit oft eine unmittelbare Teilnahme an der Entwicklung und dem Unternehmenserfolg des Mandanten. »Die inhaltliche Breite der Themen hat mich schon immer überzeugt. Hier kann ich eigene Ideen einbringen, etwas bewegen«, so Norbert Neu über seine Entscheidung für den Mittelstand.

Und wie unterscheiden sich die Anforderungen? Für groß wie klein gilt: überdurchschnittliche Studienleistungen sind ein Muss. Flexibilität, Motivation und Leistungsbereitschaft müssen außerdem stimmen. Ein MBA muss es im Mittelstand aber nicht zwingend sein, denn intensive Begleitung und Karrierentwicklung seien laut Klaus Reiners schon alleine durch die enge Zusammenarbeit und die kleineren Teamstrukturen gegeben. Große Beratungsfirmen verfügten dagegen meist über ausgeklügelte Weiterbildungsangebote. Dabei gilt in großen Häusern nach wie vor das »up or our«-Prinzip. Edgar Klein bestätigt: »Der Leistungsdruck ist größer, da die »Peer Group« fast ausschließlich aus Leistungsträgern mit hohen Karriereambitionen besteht. Wer aber stärker gefordert und gefördert werden möchte, findet in einem größeren Unternehmen das richtige Umfeld.« Im Mittelstand ist das Arbeitsklima dagegen oft persönlicher und familiärer.

In einer großen Beratung mit mehr als 1.000 Mitarbeitern ist dagegen Spezialisierung Programm. Je größer das Unternehmen, desto definierter das Aufgabengebiet. Einsteiger arbeiten zuerst oft den Consultants aus dem Hintergrund zu. Das bietet aber die Chance, wertvolle Einblicke in Großprojekte zu erlangen und Mandanten kennen zu lernen. Denn »personalintensive und internationale Beratungsprojekte werden meist von den größeren Consultingfirmen betreut. Kleinere Beratungen sind eher regional und für mittelständische Firmen im Einsatz«, weiß Klaus Reiners vom Bundesverband Deutscher Unternehmensberater (BDU).

Womit noch der finanzielle Punkt bleibt: Die Gehaltsunterschiede sind spürbar. Rund 2.500 Euro pro Monat können es sein, wenn das Höchstgehalt der »Big Four« gilt, kein Pappentstiel. Und dennoch: den Arbeitgeber wählen die wenigsten aus rein finanziellen Gründen, sondern weil er am besten zum persönlichen Lebensmodell passt. Und so bleibt die Wahl, ob groß der klein schlussendlich Typsache. Eine steile Karriere wartet auf leistungsbereite Absolventen da wie dort. ■

Natürlich kann auch in einer kleineren Beratung die ein oder andere Dienstreise notwendig sein, »in einem großen Unternehmen haben Berater jedoch eher die Möglichkeit, an internationalen

Mach den Test

Mittelstand oder große Unternehmensberatung? Wir verraten, was dir vermutlich mehr liegen wird.

■ Ich möchte lieber regional oder national arbeiten, statt vorwiegend in internationalen Projekten.

■ Ich bin nicht wirklich sehr reisefreudig, 50 Prozent meiner Arbeitszeit oder mehr würde ich gerne am Schreibtisch verbringen.

■ Strategisch planen liegt mir zwar, lieber packe ich aber Dinge an und bewege selbst etwas.

■ Ich bin ein Tüftler – ein Spezialgebiet, in das ich mich so richtig reindenken kann, so stelle ich mir Beratungsarbeit vor.

■ Karriere ist mit zwar wichtig, ein familiäres Arbeitsklima und ein kleines, überschaubares Team aber auch.

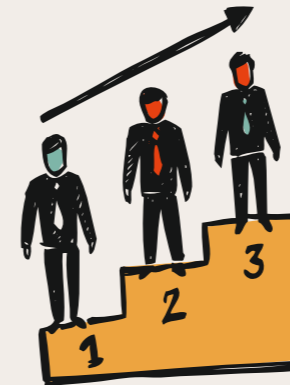
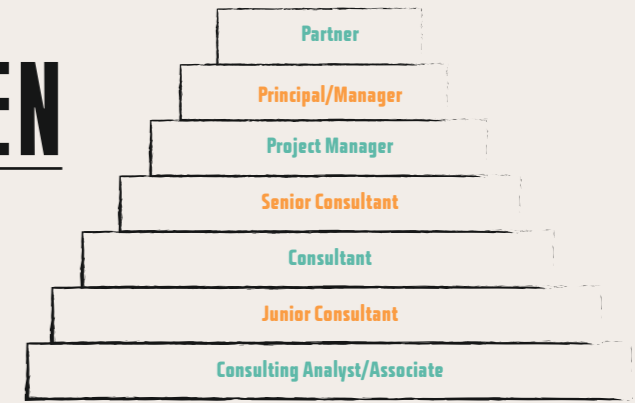
■ Flache Hierarchien sind etwas, womit ich mich wesentlich wohler fühle als mit einem steifen Hierarchiegefüge.

Hast du mehr als vier Fragen mit einem eindeutigen »Ja« beantwortet? Dann liegt dir eher die Arbeit in einer kleinen oder mittelständischen Unternehmensberatung.

Du hast bei mehr als vier Fragen vehement den Kopf geschüttelt? Dann probier's mal bei einer richtigen Consulting-Größe, dort wirst du dich sicher wohler fühlen.

DIE STUFEN NACH OBEN

Jedes Unternehmen hat seine eigenen Karrierestufen definiert. So könnte die Karriereleiter beispielhaft aussehen



Consulting Analyst/Associate

Kariereinstieg für Bachelor-Absolventen. Mitarbeit in Projektteams als Zuarbeiter für Consultants. Oft inklusive Mentoring. Aufstieg zum Junior Consultant nach ein bis zwei Jahren.

Junior Consultant

Kariereinstieg für Master-Absolventen. Direkteinstieg in erste Projektaufgaben. Weiterentwicklung zum Consultant nach etwa einem Jahr.

Consultant

Verantwortlicher eines Projektmoduls. Weiterentwicklung zum Senior Consultant innerhalb eines Jahres.

Senior Consultant

Verantwortlicher für mehrere Projektmodule oder ein ganzes Projekt. Oft mit direktem Kundenkon-

takt verbunden. Weiterentwicklung zum Project Manager wird oft durch persönlichen Mentor begleitet.

Project Manager

Das »Gesicht zum Kunden: Eigenständiger Verantwortlicher für ein gesamtes Projekt, dessen Ablauf, Ergebnis und Budget. Weiterentwicklung zum Principal wird oft durch Mentor begleitet.

Principal/Manager

Aufgaben sind Projektführung und Kundenakquise. Außerdem fällt in den Tätigkeitsbereich die Weiterentwicklung jüngerer Kollegen.

Partner

Hat als Teilhaber unmittelbaren Einfluss auf das Unternehmen. Zudem trägt der Partner Verantwortung für einen Expertenbereich oder eine Kundengruppe.



SIE WOLLEN HOCH HINAUS? HIER GEHT'S LANG!

Werden Sie Trainee im IT-Vertrieb bei Europas führendem herstellerübergreifenden IT-Dienstleister.

Am 01.10.2016 startet es wieder: Unser bundesweites, neunmonatiges Sales-Traineeprogramm! Eine umfassende Ausbildung mit Hand und Fuß für Talente mit Herz und Verstand: Wenn Sie Ihr Business-talent mit Ihrer Begeisterung für aktuelle IT-Themen verknüpfen möchten, findet Ihre eindrucksvolle Karriere hier ihren Anfang.

Ob Netzwerk, Datacenter oder Workplace – wir machen Sie zum Profi im IT-Vertrieb. Neben einem spannenden Kundenportfolio mit vielen Dax-30-Unternehmen und Verantwortung von Anfang an bieten wir volles Gehalt, attraktive Zusatzleistungen und eine sofortige Festanstellung.



Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung unter www.computacenter.de/karriere

Kostenlose Karriere-Hotline: +49 800 4682326





WE WANT YOU

Weiche Knie beim Gedanken an die Einladung zum Interview? So meisterst du das Bewerbungsgespräch im Consulting

Herzlichen Glückwunsch, die erste Hürde, nämlich das Bewerbungsschreiben, ist geschafft. Doch das war nur das erste Base Camp beim Aufstieg auf den Mount Everest. Denn die wirkliche Herausforderung ist das Bewerbungsgespräch. Das besteht im Regelfall aus drei Teilen: Den Personal-Fit-Fragen, der Case Study und einem oder mehreren kleinen Logik-Tests.

Personal Fit: Werden wir zusammen glücklich?

Unternehmensberater arbeiten im Team, und oft gegen knappe Deadlines an. Für Reibereien unter Kollegen sind dabei weder Zeit noch Nerven vorhanden. Die unterschiedlichsten Charaktere müssen einander effizient zuarbeiten und harmonisieren. Im Personal-Fit-Gespräch werden Fragen zu Lebenslauf, Werdegang und Motivation gestellt – ein klassisches Kennenlernen, bei dem klar werden soll, ob Firma und Bewerber zusammenpassen. Zudem tasten die Fragesteller ab, wie der Bewerber in Stresssituationen reagiert.

Case Study: Das Herz des Gesprächs

In der Case Study muss sich der Bewerber analytisch, strukturiert und kritisch mit einem ihm unbekanntem Fall auseinandersetzen. Es kann um eine Marktexpansion, eine Fusion, Verbesserungspotenziale in einem Prozess oder ein ganz anderes Problem einer fiktiven Firma gehen. Die Prüfer wollen sehen, dass der Absolvent seine Lösung sicher und mit schlüssiger Logik und nach betriebswirtschaftlichen Kriterien präsentiert.

Brain Teaser: Kühles Köpfchen bewahren

Bei den Brain Teasern geht es um analytisches Denkvermögen, die Fähigkeit zur Problemlösung und vor allem darum, Ruhe zu bewahren, wenn es knifflig wird. Um die Ecken denken muss der Bewerber bei Fragen wie: »Wie viele Smarties passen in einen Smart?« oder »Wie viele PKWs kann man auf deutschen Autobahnen parken?« ■

Die besten Tipps

Das dreiteilige Bewerbungsgespräch ist eine harte Nuss. Aber eine, die mit guter Vorbereitung und ein paar Tricks zu knacken ist

1 Wie meistere ich das Personal-Fit-Gespräch?

Eine ausgewogene Mischung aus erzählen und zuhören macht's. **Lass dir nicht alles aus der Nase ziehen, stelle aber auch Fragen zum Unternehmen oder wenn etwas unklar ist und achte darauf, alle Personen im Raum einzubeziehen.** Oft ist nämlich nicht nur ein Personaler anwesend, sondern mehrere Manager oder Partner, die deine Motivation und Persönlichkeit auf Herz und Nieren prüfen.

2 Wie hinterlasse ich bei der Case Study einen guten Eindruck?

Laut denken zeigt dem Fragesteller, dass du dich kritisch mit dem Fall auseinandersetzt und hilfst ihm, deine Gedankengänge nachzuvollziehen. Zudem ist es sinnvoll, top down zu arbeiten, das heißt, nicht gleich ins Detail zu gehen, sondern den Fall von außen nach innen zu bearbeiten. Hilfreich ist es außerdem, Kennzahlen einiger gängiger Märkte, Einwohnerzahlen großer Industrienationen oder typische betriebswirtschaftliche Modelle und deren Anwendung schon vorab zu verinnerlichen

3 Wie kann ich verhindern, dass mir der Brain Teaser Kopfzerbrechen bereitet?

Versuche, trotz der schwierigen Fragestellung nicht zu abwegig zu denken. Wenn du mit Zahlen rechnen musst, runde großzügig auf glatte Beträge. Außerdem ist es nützlich, einige Längenangaben (zum Beispiel ein Fußballfeld) und Gewichte im Kopf zu haben, um diese als Messgrößen zu verwenden. **Trau dich, Hypothesen und Annahmen zu treffen, die dir die Lösung erleichtern.**

PRAXISERFAHRUNGEN SIND EIN MUSS

Marketing - einer der beliebtesten Studiengänge. Wer erfolgreich in dieses Berufsfeld einsteigen will, muss sich von seinen Mitbewerbern abheben

Jedes Unternehmen ist darauf angewiesen, dass seine Produkte gesehen werden. Daher haben viele Firmen eigene Marketing- und PR-Abteilungen. Manche Mittelständler arbeiten auch mit Marketingdienstleistern zusammen – Agenturen sind also ein weiterer möglicher Weg für den Einstieg. Ganz gleich, welchen Arbeitgeber ein Absolvent wählt: Praxiserfahrungen in Form von Praktika

oder Werkstudentenjobs sind unerlässlich. Das Einstiegsgehalt von Hochschulabsolventen liegt im Schnitt bei rund 36.000 Euro, Neulinge im Online-Marketing liegen mit rund 30.000 Euro etwas darunter. SEO-Experten können rund 28.000 Euro erwarten, Anfänger etwas weniger. Was für den Einstieg im Marketing wichtig ist, erklären acht Einsteiger und Berufserfahrene. ■

Einsteiger: »Praktika helfen«



Katharina Rückwardt, 27, Assistant Brand Manager, Henkel

„In zwei Praktika in der Konsumgüterbranche lernte ich die Praxis kennen und übernahm Projektverantwortung. Die wichtigsten Voraussetzungen für den Berufseinstieg sind in meinen Augen: vielseitiges Interesse, ein Blick für Trends, interkulturelle Erfahrung sowie Spaß an Analysen und neuen Herausforderungen.“



Julia Weber, 31, Redakteurin PR & Kommunikation, Homag Group

„Es ist heute wichtiger denn je, sich intensiv mit seiner Zielgruppe auseinanderzusetzen, sich in Gewohnheiten, Lebensstil und Bedürfnisse hineinzuversetzen. Wer im Marketing erfolgreich sein möchte, sollte offen sein. Man muss nicht von Beginn an alles können, aber man sollte bereit sein, alles zu lernen.“



Franziska Düchting, 27, Marketing Trainee, Vodafone

„Die wichtigsten Eigenschaften sind Begeisterungsfähigkeit und Leidenschaft für die Marke. Gerade im Marketing kann man nur mit Herzblut und viel Engagement erfolgreich sein. Ich konnte neben dem Studium in mehreren Praktika bereits erste Marketingenerfahrung sammeln.“



Sarah Voss, 28, Management Trainee in der Abteilung Campaign Management, Payback

„Durch das praxisorientierte Studium habe ich mich gut auf den Berufseinstieg vorbereitet gefühlt, und auch die vorherigen Praktika in der Konsumgüterbranche haben geholfen. In meiner ersten Trainee-Station habe ich größtenteils den Launch eines neuen Magazins betreut. Schon nach kurzer Zeit übernahm ich eigene Teilprojekte.“

Berufserfahrene »Technisch weiterbilden«



Stefan Altmann, 42, Marketing, Greif & Contzen Immobilien Gesellschaft

„Die größte Herausforderung besteht darin, das theoretisch gelernte Wissen in die Praxis umzusetzen. Es werden meist Praxiserfahrung und Qualifikationen im Bereich vorausgesetzt. Häufig gelingt der Einstieg ins Marketing über ein Praktikum oder über ein Traineeprogramm.“



Nina Dahm-Loraing, 48, Marketing Support International, Gen Re

„Die wichtigsten Eigenschaften sind Begeisterungsfähigkeit und Leidenschaft für die Marke. Gerade im Marketing kann man nur mit Herzblut und viel Engagement erfolgreich sein. Ich konnte neben dem Studium in mehreren Praktika bereits erste Marketingenerfahrung sammeln.“



Julia Hanke, 35, Unternehmenskommunikation, Ecovis Deutschland

„Der Anforderungskatalog persönlicher Qualifikationen reicht von analytischen Fähigkeiten über kommunikative Stärke, ein Gespür für Trends, Kreativität bis zum Mut und der Bereitschaft zum ‚Querdenken‘. Marketingverantwortliche sollten die Fähigkeit zum Vernetzen und analytischen Denken, Aufgeschlossenheit und den Willen zum lebenslangen Lernen mitbringen.“



Marcel Dittrich, 37, Teamleiter SEO, Chefkoch

„Wenn man ins Online-Marketing einsteigen will, reicht ein Marketingstudium nicht aus. Absolventen sollten sich technisch weiterbilden und gute Kommunikatoren sein, denn sie haben im Unternehmen mit Kollegen aus den unterschiedlichsten Abteilungen zu tun.“