

Fünf Studenten nahmen im Gründungspraktikum Erdwärme unter die Lupe

Kiel – Statt ihre Kenntnisse über Betriebswirtschaftslehre allein in Hörsälen zu vertiefen, nutzten fünf Kieler Studenten das "Kieler Gründungspraktikum", um ihr akademisches Wissen in der praktischen Unternehmensberatung anzuwenden. Marie Riekhof (22), Dierk Heesch (26), Jan Kannengiesser (24), Cindy Altmann (22) und Sebastian Döll (24) erarbeiteten ein Markterschließungskonzept für die "Stoltenberg Energie GmbH". Das mittelständische Unternehmen mit Sitz in Schönberg vertreibt Erdwärmeheizungen. Sechs Monate lang setzten sich die BWL- und VWL-Studenten mit den Produkten und dem Unternehmen auseinander, analysierten den Markt der regenerativen Energien und die Wachstumspotenziale für Geothermie, nahmen Wettbewerber unter die Lupe und befragten Kunden.



Sebastian Döll, Cindy Altmann, Dierk Heesch, Marie Riekhof und Jan Kannengiesser (v.l.) nutzten das "Kieler Gründungspraktikum" und sammelten eigene Erfahrungen in der Unternehmensberatung. Foto cwe

Ermöglicht wurde dieses Projekt durch den Lehrstuhl für Gründungs- und Innovationsmanagement von Professor Achim Walter am Institut für BWL der Christian-Albrechts-Universität. Ziel des Gründungspraktikums: bei Studierenden Unternehmergeist zu wecken, indem sie sich eigenverantwortlich in die Entwicklung von realen Geschäftsideen einbringen. Die Anforderungen sind jedoch hoch: Neben fachlichem Wissen, Methodenkenntnissen und guten Noten werden vor allem soziale Kompetenzen verlangt. "Wir achten darauf, dass sich die Studierenden wirklich als Team verstehen und sich in ihren Fähigkeiten ergänzen", erläutert Petra Dickel, die derartige Projekte am Lehrstuhl koordiniert.

An Teamfähigkeit mangelte es der "Geothermie"-Gruppe nicht. Die Studenten kennen sich von ihrer Arbeit in der Fachschaft der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät und durch diverse Projekte. "Wir wussten also, dass wir uns aufeinander verlassen können", so Döll. Das war auch nötig. Das Ermitteln konkreter Zahlen und Fakten war problematisch, weil der Markt für Geothermie noch im Entstehen ist. "Zum Glück war das Unternehmen sehr hilfsbereit. Und auch potentielle Kunden antworteten bereitwillig auf unsere Fragen", berichtet Riekhof. Am Ende entstand ein 80-seitiger Bericht mit konkreten Empfehlungen und einem Marketingkonzept. "Die Gruppe hat uns eine wirklich gute Analyse der Marktstrukturen vorgelegt", urteilt Robert Doelling von der Stoltenberg Energie GmbH, "wir sind sehr zufrieden mit ihrer Leistung." Dem stimmt auch Anke Rasmus zu, zweite Projektbetreuerin vom Lehrstuhl: "Die Studenten haben sich super engagiert und ihre universitäre Ausbildung gezielt in das Projekt eingebracht."

Das sehen die Studenten ähnlich. "Es war zwar extrem viel Arbeit", gesteht Kannengiesser, "aber wir haben auch viel gelernt." Zum Beispiel, was Kommunikationsfähigkeit und Professionalität im Umgang mit Unternehmensvertretern angeht. "Auch wenn man später nicht in die Unternehmensberatung will, war dieses Projekt für uns sehr sinnvoll", unterstreicht Altmann. "Denn im Beruf wird man immer wieder Beraterisch tätig werden müssen." cwe

nordClick/kn vom 05.04.2007 01:00

Quelle im Internet: <http://www.kn-online.de/artikel/2111949>