

Master Thesis

Welche Faktoren beeinflussen Unternehmen bei der Wahl externer Beratung?

Der Markt für externe Beratung ist groß und vielfältig: Zwischen dem halbstündigen Expertencall und dem Interimsmanager, der mehrere Monate in einer Firma eingesetzt wird, entfaltet sich ein weites Spektrum externer Unterstützung. Nicht jede Lösung ist für jedes Projekt kompatibel und manches Projekt kann vielleicht doch mit firmeneigenen Ressourcen gelöst werden. Ein Unternehmer, der ein Projekt umsetzen möchte, muss viele Entscheidungen treffen, z. B.: (1) externe vs. interne Problemlösung, (2) Beratungshaus vs. Boutiqueberatung vs. freier Berater/Independent Consultant (IC). Entscheidet sich der Klient für einen IC, ergeben sich neue Fragen: (3) IC aus dem eigenen Netzwerk vs. Marketplace/Vermittlung (4) Welcher Vermittler? (5) Welcher Berater im Detail?

Monetäre und zeitliche Budgets spielen dabei ebenso eine Rolle wie die Art des Projekts: Benötigt es die Reputation einer großen Beratungsmarke, Benchmarking-Daten oder international aufgestellte Teams? Wie klar ist das Problem bereits definiert? Auf individueller Ebene ist die Expertise des Beraters entscheidend, aber neben den Hard Skills und Tagessatz zählen auch Soft Skills wie Führungsfähigkeiten oder Teamspirit.

Ziel der Masterthesis ist ein Verständnis der für Unternehmen wichtigen Dimensionen bei der Auswahl externer Beratung, auf organisations- und individueller, zwischenmenschlicher Ebene. Dabei gilt es, alle relevanten Dimensionen zu identifizieren sowie mittels einer geeigneten Methode zu validieren. Ein Endprodukt der Masterthesis könnte z. B. ein Klick-Dummy für einen Entscheidungsbaum sein, der Unternehmen bei der Wahl externer Beratung unterstützt.

Neben einer klassischen Literatursichtung können qualitativ- und/oder quantitativ-empirische Methoden eingesetzt werden. Beispielsweise sind Interviews mit ausgewählten Unternehmern, Vertriebs- und Community-Management-Mitarbeitern denkbar. Zusätzlich können knapp 1.500 über COMATCH.com angefragte Projekte und 4.000 vermittelte Matches in anonymisierter Form ausgewertet werden, als Beispiele für solche, die von freien Beratern besetzt wurden oder hätten werden können. Die tatsächlich vermittelten Projekte verdeutlichen, welche Skillsets erfolgreich sind und welche Berater anderen vorgezogen wurden. Auch, wie zufrieden Unternehmen im Nachhinein mit ihrer eigenen Wahl waren, lässt sich untersuchen.

Die Arbeit wird in Kooperation mit der [COMATCH GmbH](#) ausgeschrieben.

Kontakt:

[Prof. Dr. Nils Urbach](#) & [Severin Oesterle](#)

Literaturempfehlung:

- Deelmann, T. & Ockel, D. (Hrsg) (2015) Handbuch der Unternehmensberatung, Erich Schmidt Verlag.
- Nissen, V. (geplant für 2017) The Digital Transformation of the Consulting Industry, Springer.
- Werth, D., Greff, T. & Scheer, A.-W. (2016) Consulting 4.0 - Die Digitalisierung der Unternehmensberatung, in: HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik, Vol. 53, Iss. 1, pp. 55-70.