

Geograph*innen in der Strategieberatung – Praktikumserfahrungen von Dominic Feldmann bei EY Parth

*Strategieberatung mag Einigen nicht als klassischer Tätigkeitsbereich für Geograph*innen erscheinen. Dominic Feldmann machte in seinen Ausführungen über sein Praktikum bei EY Parthenon, im Rahmen des Kolloquiums „Geographie in verschiedenen Berufsfeldern“ im Wintersemester 2020/21 jedoch deutlich, dass Geograph*innen einige nützliche Fähigkeiten für diesen Beruf mit sich bringen. Dominic absolvierte sein halbjähriges Praktikum von Januar bis Ende Juli 2020. Auf die Stelle aufmerksam wurde er über die Onlineplattform „Career Match“. Was genau ist nun aber Strategieberatung? Und was steckt hinter dem Unternehmen „EY Parthenon“, welches Geographiestudierenden im Allgemeinen kein Begriff sein dürfte?*

Bei der Strategieberatung geht es darum, Strategien zu entwickeln, die langfristig die Markterfolge und -chancen eines Unternehmens sichern beziehungsweise steigern. Hier deutet sich bereits an, dass das Tätigkeitsfeld wohl am ehesten Studierenden mit Interesse an Wirtschaftsgeographie zusagen dürfte. EY Parthenon ist also ein Dienstleistungsunternehmen für Strategieberatung, welches multi-sektoral aufgestellt ist und somit Kund*innen aus verschiedensten Branchen betreut. Bei EY Parthenon arbeiten etwa 1600 Mitarbeiter*innen an über 20 Standorten weltweit. Fünf dieser Standorte befinden sich im deutschsprachigen Raum, genauer gesagt in Düsseldorf, München, Hamburg, Zürich und in Wien. Bevor Dominic nun sein Praktikum bei EY Parthenon absolvieren konnte, musste zunächst ein umfassendes Bewerbungsverfahren durchlaufen werden. Nach dem Erstkontakt per Mail mit der Bitte um Zusendung weiterer Unterlagen folgte unmittelbar die Einladung zum Bewerbungstag in Düsseldorf. Neben zwei Gesprächen mit Mitarbeiter*innen, die standardisierte Fragen und die Überprüfung einer analytischen Denkweise beinhalteten, mussten die Bewerber*innen eine Fallstudie bearbeiten und sich dem Abschlussgespräch stellen. Zur Vorbereitung auf das Bewerbungsverfahren machte sich Dominic zuvor mit gängigen Fallstudien vertraut und informierte sich über Aktuelles innerhalb der Branche. Außerdem eignete er sich relevante Tools zur Analyse ökonomischer Fragestellungen an, dazu gehörte beispielsweise die Branchenstrukturanalyse (Five Forces) nach Porter. Insgesamt vergingen von der Bewerbung bis zur Zusage etwa ein Monat.

Den Start in sein Praktikum empfand Dominic als sehr beeindruckend. Bevor er richtig loslegen konnte, gab es nämlich erstmal ein sogenanntes „Onboarding“. Dabei wurde Allen, die neu in der Firma angefangen hatten, eine Woche lang das Unternehmen und seine Strukturen nähergebracht. Während der Onboarding-Woche wurden außerdem nochmals die Microsoft-Office Fähigkeiten aller neuen Mitarbeiter*innen auf den gleichen Stand gebracht, vor allem Excel und PowerPoint standen hier im Vordergrund. In dieser Zeit konnte Dominic natürlich auch schon sein neues Team und die Partner*innen vor Ort kennenlernen. Bei den fast 100

Mitarbeitenden, die auf zwei Etagen arbeiten, kannte fast jeder jeden und es herrschte immer eine sehr angenehme, familiäre Stimmung.

Nachdem Dominic eine Woche lang auf den Start ins Arbeitsleben vorbereitet wurde, konnte er nun endlich beginnen seinen eigentlichen Tätigkeiten nachzugehen. Er befasste sich mit allen möglichen Projekten, welche von Berater*innen des Unternehmens an ihn herangetragen wurden. Durch den multi-sektoralen Aufbau des Unternehmens gab es Projekte von der Automobilbranche bis hin zu Zerspanungstechniken und noch vieles mehr. Sein normaler Tagesablauf war hier von Recherchearbeiten und Datenaufbereitung geprägt. Dominic arbeitete vor allem an Markt- und Wettbewerbsanalysen, Unternehmensanalysen und Pressescans. Je nach Angaben der Berater*innen musste er entsprechende Information, Zahlen und Kennwerte über Branchen und Unternehmen herausfinden, die Daten aufbereiten und den Berater*innen wieder zur Verfügung stellen. Dafür standen ihm viele Tools und Websites zur Verfügung, wie beispielsweise Oxford Economics oder Statista.

Sein Geographiestudium half Dominic enorm während seines Praktikums. Hierbei sind allerdings nicht unbedingt einzelne Veranstaltungen des Studiums zu nennen, sondern vielmehr die Art des Denkens und Arbeitens, die im Geographiestudium gelehrt wird. Die Interdisziplinarität des Studiums zusammen mit der Fähigkeit abstrakt und analytisch zu denken war für ihn unabdingbar. Sie ermöglichten es ihm sich schnell in Projekte aus den verschiedensten Thematiken einzuarbeiten und halfen mit Assoziation und Transfer. So war es für ihn beispielsweise kein Problem vormittags noch an Projekten zu Dreh- und Frästechnik zu arbeiten und sich nachmittags mit der Digitalisierung eines Verlages zu beschäftigen. Weitere nützliche Fähigkeiten, die Dominic während des Studiums gelernt hat und im Praktikum anwenden konnte, waren das strukturierte Arbeiten an Projekten und eine pragmatische Arbeitsweise. Letzteres half ihm gerade beim Zeitmanagement und der Aufteilung seiner Arbeitskraft auf verschiedene Projekte.

Geograph*innen haben häufig mit dem Klischee zu kämpfen, dass sie zwar alles ein bisschen können, aber dafür nichts so richtig. Dominics Praktikum hat jedoch gezeigt, dass auch manchmal Generalist*innen gerade wegen ihrer Interdisziplinarität gesucht werden. Gerade wenn es ein bestehendes Interesse an wirtschaftsgeographischen Themen gibt sind Research und Consulting daher definitiv ein mögliches Berufsfeld für Geograph*innen. Gute Kommunikation ist definitiv auch eine Schlüsselkompetenz, welche man beherrschen muss, um auf Dauer erfolgreich arbeiten zu können. Im Weiteren sind Vorkenntnisse in Volks- und/oder Betriebswirtschaftslehre auch sehr hilfreich, sollte man diese Richtung weiterverfolgen.

Quellenverzeichnis

DIMLER, N., HIRZEL, M., & ZUB [Hrsg.], H. (2016). Strategische Positionierung. Geschäfts- und Servicebereiche auf Kundenbedarf fokussieren. Wiesbaden: Springer.