







Grußwort der Dekanin

Herzlich begrüße ich alle Mitglieder von "move e. V." und alle interessierten LeserInnen ihres Jahresberichts 19/20, in dem sich zahlreiche Informationen über Proiekte und Veranstaltungen sowie das Selbstverständnis dieser FB4-Studierendeninitiative finden. Es wird über ein intensives Jahr berichtet, in dem erfolgreiche Projekte mit der wirtschaftlichen Praxis umgesetzt wurden und in dem Engagement gezeigt wurde, das weit über unseren FB4 hinausreicht. Die praxisorientierte Umsetzung von Studieninhalten in Beratungsprojekten ermöglicht es nicht nur, wichtige Soft Skills zu entwickeln, sondern auch Werte für die Gesellschaft zu schaffen. Dies ist ganz im Sinne unseres Fakultätsverständnisses "WIR FB4. Verbindet das Beste".

Der FB4 hat gerade ein vollständig digitales Semester zu Ende gebracht. Dies war nicht von Vorneherein so geplant, sondern den Herausforderungen der Corona-Pandemie geschuldet. So haben wir in den vergangenen Monaten viele Erfahrungen gewonnen, die auch in Zukunft in Lehre und Forschung sowie im Praxistransfer genutzt werden können. Insgesamt sind wir gut durch diese außergewöhnliche Zeit gekommen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die Studierenden und die Lehrenden bereit waren, sich konsequent und gelassen, den neuen Anforderungen zu stellen.

Dafür danke ich auch den Studierenden von "move e. V.". Sie hatten nicht nur die großen Veränderungen im Studium, in der Kommunikation untereinander und generell im sozialen Leben zu bewältigen. Mit großer Freude habe ich zur Kenntnis genommen, dass Sie mittelständische Unternehmen aus dem Münsterland tatkräftig unterstützen, mit den Auswirkungen der Pandemie fertig zu werden.

Weiterhin viel Glück und Erfolg.



Prof. Dr. Theresia Theurl



Dekanin der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät



Vorwort des Vorstands

Liebe Leserinnen und Leser,

unsere Überzeugung vom Konzept der studentischen Unternehmensberatungen vereint die Mitglieder von move seit 25 Jahren.

Wir bieten unseren Studierenden neben Raum zur persönlichen Entwicklung und einem deutschlandweiten Netzwerk, praktische Erfahrungen in externen Projekten und den Zugang zu exklusiven Veranstaltungen mit unseren Kooperationspartnern. Abgesehen von unseren externen Aktivitäten entwickeln unsere Mitglieder den Verein in verschiedenen internen Positionen und Projekten weiter. Das hohe Maß an Eigeninitiative und Selbstorganisation unserer Studierenden ist ein entscheidender Faktor für unseren langjährigen Erfolg als studentische Unternehmensberatung.

Dieses Geschäftsjahr blicken wir erneut auf zahlreiche erfolgreiche Projekte für verschiedene Kunden zurück. Die Bandbreite der Projekte erstreckt sich von Prozessmodellierungen für internationale Konzerne, über Marktanalysen für Start-Ups bis hin zu der Erstellung von Onlineshops für Privatpersonen. Die vielfältigen Studienhintergründe unserer Mitglieder und die langjährige Erfahrung als studentische Unternehmensberatung gewährleistet unsere hohe Beratungsqualität in vielfältigen Projekten.

Mit einer überaus erfolgreichen consultingcontact im November 2019, welche zum 16. Mal von move ausgerichtet wurde, haben wir erneut unser Netzwerk allen interessierten Studierenden geöffnet und durften viele interessante Arbeitgeber aus ganz Deutschland im schönen Münster begrüßen. Wir bedanken uns herzlich bei allen Unternehmen, Mitgliedern und Studierenden, die zu dem Erfolg dieser einmaligen Veranstaltung beigetragen haben.

Im zweiten Halbjahr war die COVID-19 Pandemie natürlich auch bei move Thema Nr. 1. Wir sind stolz auf unsere COVID-19 Practice-Group.



die innerhalb kürzester Zeit nach dem Lock-Down, mit der Unterstützung von unserem universitären Kuratorium, ein White-Paper mit Tipps und Empfehlungen zur Krisenbewältigung zusammengestellt hat. Unsere Mitglieder waren sofort bereit, auf Vergütungen zu verzichten und ehrenamtliche Projekte für hilfesuchende Unternehmen durchzuführen.

Last but not least, durften wir in diesem Jahr mehr als 30 motivierte neue Trainees aufnehmen. Aufgrund der hohen Bewerberzahlen bedauern wir sehr, dass wir durch unsere begrenzte Aufnahmekapazität immer noch viele geeignete Bewerber ablehnen mussten.

Als Vorstand war es uns im letzten Jahr eine große Freude so intensiv mit unseren Mitgliedern und dem Netzwerk zusammenzuarbeiten und den Verein zu führen. In diesem Zusammenhang wollen wir uns bei unseren Kooperationspartnern, Kuratoren und bei allen Kunden bedanken, die zu dem Erfolg des Konzepts der studentischen Unternehmensberatung und dem Erfolg von move beigetragen haben.

Der Vorstand

Linus Reiher, Lenard Strahringer und Marcel Leon Müller



Gliederung

- 1. Vereinsportrait
- 2. Sonderkapitel Covid-19-Pandemie
- 3. Beratungsportfolio und ausgewählte Beratungsprojekte
- 4. Interne Vereinsentwicklung
 - Practice Groups
 - Stabsstelle Sales Office
 - Ressorts
- 5. Alumna-Trainee Interview
- 6. move-Netzwerke
 - Dachverbände
 - Kooperationspartner
 - Kuratoren



Vereinsportrait

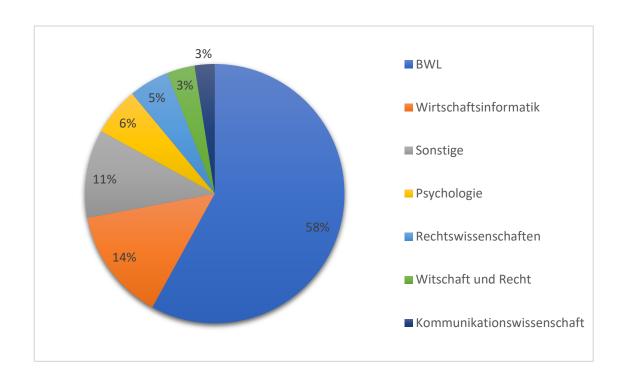
move bietet Beratungsleistungen in Münster und weit über das Münsterland hinaus an.

Der Verein stellt sich Ihnen als eine wachsende studentische Unternehmensberatung vor, die sich auf Marketing, Strategie, Prozesse sowie IT spezialisiert hat. Mit der vereinsinternen Expertise hat move in 20 Jahren über 150 Projekte zur Zufriedenheit der Kunden erfolgreich abgeschlossen. Die externen Beratungsprojekte reichen vom Personalmarketing für einen DAX-Konzern bis hin zur Erarbeitung einer Wachstumsstrategie für ein Start-Up, sodass unsere Beraterinnen und Berater lernen, gewonnene interdisziplinäre Kompetenzen einzusetzen. Felix Heite, Manager bei unserem langjährigen Kooperationspartner accenture, sieht die Vorteile "ganz klar in fachlichen Themen. Mit move als studentische Unternehmensberatung treffen wir auf beratungsaffine Top-Studenten, die Praxiserfahrungen mitbringen und diese erweitern wollen. Zudem treffen wir bei jedem Event auf hochmotivierte Studierende (...)."

Zurzeit umfasst der Verein 113 studentische UnternehmensberaterInnen (inkl. Trainees).

Insgesamt sind bei move 15 verschiedene Studienrichtungen vertreten, die von den Klassikern wie Wirtschafts- und Rechtswissenschaften über Psychologie und Informatik bis hin zu Humanwissenschaften reichen. Durch diese große Vielfalt kann der Verein, je nach Kundenwunsch, ein passgenaues Projektteam mit der geforderten Expertise bereitstellen, das unterschiedlichste Blickwinkel vereint.

Durch zahlreiche Schulungen und Trainings erhalten die BeraterInnen neben ihren universitären Grundlagen eine erstklassige Ausbildung, die es ihnen ermöglicht, professionell an jedes Projekt heranzugehen. Nebenbei sammeln sie wertvolle praktische Erfahrungen, die sie sowohl während des Studiums als auch in ihrem späteren Beruf anwenden können. Unser neuer Kooperationspartner Kienbaum freut sich auf "einen regen Austausch zwischen Kienbaum und jungen Unternehmensberaterinnnen und Unternehmensberatern" in vielen weiteren Formaten, wie einem Softskill Workshop auf der consultingcontact 2020.



Sonderkapitel Covid-19-Pandemie

make a move against corona

Mit Beginn des Jahres 2020 stellte ein Virus die Welt auf den Kopf - das Coronavirus SARS-CoV-2, auch Coronavirus genannt. Als neuartige Atemwegserkrankung brach das Virus Ende 2019 in der chinesischen Millionenstadt Wuhan aus. Es entwickelte sich im Januar 2020 zu einer Epidemie im Raum China und in den darauffolgenden Monaten zu einer weltweiten Pandemie. Dass dieses Virus gravierende gesundheitliche Folgen hat, wurde schnell anhand der Krankheitsverläufe und Todeszahlen deutlich - die Weltgesundheitsorganisation WHO verzeichnet bisher 18,14 Mio. Infizierte und darunter 691.013 Todesfälle (Stand 04.08.2020). Um die weitere Ausbreitung des Virus zu verhindern, verhängten Städte und Länder weltweit strenge Quarantäne-Maßnahmen für die Bevölkerung. Dies führte in vielen Ländern zu einem Einbruch der Versorgungslage durch Hamsterkäufe der Bevölkerung sowie zu vorübergehenden Schließungen von Gaststätten, Tourismusund Unterhaltungseinrichtungen. Um die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu schützen. unterbrachen viele Betriebe ihre Produktion. länderübergreifende Lieferketten unterbrochen und es kam an vielen Aktienmärkten zum Börsencrash.

Dieses Ereignis ging natürlich auch an move und seiner Vereinsarbeit nicht spurlos vorbei. So wirkten sich die Einschränkungen für das Sommersemester 2020 an der WWU auf unsere Mitgliederwerbung aus.

Mit Beginn des Semesters starteten die wöchentlichen Vereinssitzungen und auch diese fanden, wie die regulären Vorlesungen und Seminare an der WWU, digital statt. Die Umstellung auf die online Sitzungen wurde schnell von allen Mitgliedern angenommen und auch Sitzungsbesuche von Kooperationspartnern wie Kienbaum konnten in das digitale Format eingebunden werden. Das Personalressort konnte nicht, wie in den Jahren zuvor, mit Vorlesungsbesuchen oder dem klassischen Flyern auf dem Campus für die Mitgliedschaft bei move werben, sodass hier neue Wege gefunden werden mussten. Die gesamte Mitgliederwerbung wurde somit auf Online-Kanäle wie den Social Media Plattformen Instagram, Facebook und LinkedIn verlegt. Mit Werbeanzeigen und selbstgedrehten Kurzvideos von Mitgliedern wurde kurzerhand eine omnichannel Marketingkampagne ins Leben gerufen. Das Engagement sollte Erfolg versprechen – die Bewerberzahlen waren im Vergleich zum Vorjahr doppelt so hoch. Nach der Bewerbungsphase erfolgte die Phase des Auswahlverfahrens mit den Kennlerngesprächen. Auch hier setzte move komplett auf Online-Verfahren und führte Videokonferenzen über die Plattform "Zoom" durch, um die Bewerber "persönlich" vor der Kamera kennenzulernen. Mit der Aufnahme der neuen Trainees in den Verein wurden viele digitale Kennlernaktivitäten angeboten, wie beispielsweise einem Online-Escaperoom, um





die Integration in den Verein und das Teamgefühl unter den Mitgliedern zu fördern. Die große positive Resonanz von allen Beteiligten hat gezeigt, dass move diese Herausforderung angenommen hat und mit vielen kreativen Ideen und digitalen Entwicklungen über sich hinausgewachsen ist.

Neben der Vereinsarbeit stand bei move aber auch die Unterstützung der kleinen und mittelständischen Unternehmen von Münster im Mittelpunkt. So gründeten engagierte Mitglieder in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Jens Leker (geschäftsführender Direktor des Instituts für betriebswirtschaftliches Management im Fachbereich Chemie und Pharmazie) innerhalb weniger Tage eine interne Practice Group, erstellten ein White Paper und FAQs mit Angeboten und Hinweisen für Unternehmen und initiierten Möglichkeiten für Pro-Bono-Projekte. Diese Maßnahmen wurden sowohl über die öffentlichen Medien als auch über die Vereins-Website kommuniziert.

An dieser Stelle gilt der Dank allen Mitgliedern von move, welche sich schnell und engagiert der fremden Herausforderung gestellt und angepasst haben und somit den Verein in seiner Entwicklung unterstützt und geprägt haben.

Beratungsportfolio

IT.

Durch den breit gefächerten Mitglieder-Pool von move, unter anderem bestehend aus Informatikern und anderen technikaffinen Studierenden, unterstützt der Verein mit viel Expertise bei einer Vielzahl an IT-Beratungsleistungen. Projektthemen aus diesem Umfeld umfassen Business Intelligence, Konzeption von digitalen Produkten sowie System- und Anbieterauswahl.

Projekt: Digitalisierungsstrategie für die Diakonie Münster

In einem Zeitraum von drei Monaten und in enger Zusammenarbeit mit der Diakonie Münster entwickelte move eine Digitalisierungsstrategie.

Diakonie **11** Münster

Diese sollte Ziele zur IT-Landschaft und IT-Nutzung formulieren sowie konkrete Maßnahmen zur Umsetzung dieser Ziele mithilfe einer Digitalisierungsroadmap aufstellen. Aus diesem Grund wurden über 20 Interviews mit MitarbeiterInnen aller Ebenen und Fachbereiche geführt, wobei die Verbesserung von alltäglichen Arbeitsabläufen durch die IT, aber auch die Nutzung von IT für Produkt- und Leistungsinnovation im Fokus standen. Die Konsolidierung der Erkenntnisse der Gespräche geschah in Form von SWOT-Analysen, was die Sammlung konkreter Digitalisierungsideen ermöglichte. Im Anschluss wurden Kriterien für erfolgreiche Digitalisierungsprojekte aus den Erfahrungen vergangener IT-Projekte abgeleitet und in einem objektiven Ordnungsrahmen zur Priorisierung zukünftiger Projekte vereinheitlicht. Der Ordnungsrahmen wurde auf die in den Interviews gesammelten Projektideen angewendet. Im Anschluss wurde auf Basis dieser Informationen eine Digitalisierungsroadmap erarbeitet. Das Projekt hat ein Bewusstsein für die Digitalisierung in der Belegschaft der Diakonie Münster geschaffen.

Strategie

Ob Geschäftsfeldstrategie oder Businessplan: move legt gemeinsam mit dem Kunden den Grundstein für eine erfolgreiche strategische Entwicklung. Konkret bietet move unter anderem Portfolioanalysen, Businesspläne und Wirtschaftlichkeitsanalysen an, um Unternehmen zu helfen, sich optimal auf die strategischen Herausforderungen des Marktumfelds einzustellen.

Projekt: Wettbewerbsanalyse des deutschen M&A-Mittelstandes für die DZ Bank

Das Corporate Finance-Team der DZ Bank wünschte sich zur strategischen Weiterentwicklung und marktgerechten Ausrichtung eine Wettbewerbsanalyse des deutschen M&A-Mittelstands. Ziel des Projekts waren somit ein weitreichender Überblick über die Wettbewerbsstruktur und eine tiefgehende Analyse der relevantesten Wettbewerber. Basierend auf den Stärken und Schwächen der DZ Bank und denen der relevantesten Wettbewerber sollten Schlüsse auf die Potenziale des Markts im Hinblick auf strategische Entwicklungsmöglichkeiten gezogen werden. Strukturell war das Projekt in drei Phasen unterteilt: Longlist, Shortlist & Handlungsempfehlungen. In der ersten Phase, angefangen mit der Erstellung einer Excel-Longlist, bestehend aus allen im Markt aktiven M&A-Unternehmen. sind ebendiese im Hinblick auf ihre Nähe zur DZ BANK kategorisiert worden. In der zweiten Phase folgte eine Detailbetrachtung der sechs engsten Wettbewerber anhand eines Kriterienkatalogs inklusive einer SWOT-Analyse und eines Benchmark-Vergleichs mit der DZ BANK.



Darauf basierend wurden in der dritten Phase Unterschiede der Wettbewerber bewertet und konkrete Handlungsempfehlungen entwickelt. Der stark fragmentierte Markt stellte eine Herausforderung dar. Zudem ist die Komplexität der erbrachten Dienstleistungen im M&A-Markt nicht zu unterschätzen, was die Klassifizierung der engsten Wettbewerber erschwert hat.



Projekt: Recruitingstrategie für eine Wirtschaftsberatung

Im Zeitraum von Oktober bis November 2019 beschäftigte sich ein dreiköpfiges Projektteam mit einem Projekt zur Optimierung der Personalakquise einer Wirtschaftsberatung. Der Kunde war mit sinkenden Bewerberzahlen für das Traineeprogramm, in welchem Hochschulabsolventen zu Wirtschaftsberatern ausgebildet werden sollten, konfrontiert. Intern wurde eine veraltete Stellenanzeige als möglicher Grund für diesen Bewerberrückgang ausgemacht, move wurde daher beauftragt, eine neue, zielgruppenspezifische Stellenanzeige für das Unternehmen zu konzipieren. mithilfe derer die Bewerberzahlen kurzfristig gesteigert werden sollten. Das Projekt untergliederte sich in vier Phasen. In der ersten Phase wurden die Erwartungen der Zielgruppe aufgenommen. Hierfür wurden 50 strukturierte Interviews mit der Zielgruppe - Studierende, bevorzugt mit wirtschaftswissenschaftlichem Hintergrund - durchgeführt und ausgewertet. In einer zweiten Phase wurden

Best Practices ermittelt. Dabei wurden neben wissenschaftlichen Studien zur optimalen Gestaltung einer Stellenanzeige, die Anzeigen von Top-Unternehmen herangezogen. In einem dritten Schritt wurden im Rahmen einer Befragung der aktuellen Trainees geeignete Suchbegriffe ermittelt, um die Anzeigewahrscheinlichkeit der Annonce zu optimieren. Auf Basis der generierten Insights wurde in Phase 4 eine inhaltlich und grafisch neue Stellenanzeige erstellt. Das Kundenunternehmen zeigte sich überaus zufrieden mit der neuen Stellenanzeige und publizierte diese kurzfristig auf Stepstone und der Unternehmenswebsite. Ob die neue Stellenanzeige den gewünschten Bewerbereffekt hat oder ob weitere Maßnahmen ergriffen werden müssen, soll nun ein kundenseitiges A-B-Testing zeigen.

Prozesse

move unterstützt die Kunden operativ beim Optimieren ihrer internen Abläufe. Geschwindigkeit und Flexibilität werden zu ihrem Alleinstellungsmerkmal. Der Verein berät in der Prozesserfassung und -analyse und wendet Kennzahlensysteme, Simulationen und Benchmarking-Analysen an, um Geschäftsprozesse zu optimieren.

Projekt: Datenanalyse und Visualisierung eines großen Tech-Unternehmens

Ein großes Tech-Unternehmen mit verschiedenen Tochterunternehmen, welches in verschiedenen B2B Business Units organisiert ist, benötigte Hilfe bei ihrer Datenauswertung. Aufgrund eines Cross-Selling-Prozesses fielen Daten an, welche vor dem Projekt nur teilweise und mit hohem manuellem Aufwand analysiert werden konnten. Ziel der Datenauswertung sollte es beispielweise sein, Unit-übergreifende Zusammenhänge zwischen Produkten und Kunden-Charakteristika zu erkennen, um daraus strategische Ableitungen treffen zu können. Die Schwierigkeit bestand in den unterschiedlichen Datenquellen, die miteinander verknüpft werden mussten. Das Projektteam identifizierte daraufhin zunächst



alle Datenquellen und -analysen mit Relevanz für das Cross-Selling, kategorisierte diese und bestehende Lücken wurden geschlossen. Des Weiteren wurden Datenflüsse zwischen der Datenquelle und dem Data Visualisation Tool hergestellt, welches vorab bereits durch den Kunden identifiziert wurde. Hinzufügend wurden Datenflüsse automatisiert. Abschließend wurden die bestehenden Analysen in das Dashboard programmiert und weitere Handlungsempfehlungen ermittelt.

An zwei Tagen wurden in Würzburg Modellierungskonventionen evaluiert und Regeln zur Prozesstransformation erarbeitet. Jeder Prozess wurde dabei nach dem Vier-Augen-Prinzip in drei Schritten transformiert. Zunächst fand die Prozessmodellierung statt. Anschließend folgte die Qualitätssicherung, welches die Einheitlichkeit der Modellierungen sicherstellte. Besonderheiten und Auffälligkeiten wurden dann mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern besprochen und eingepflegt. Insgesamt war der Kunde sehr zufrieden, sodass über den eigentlichen Projektinhalt hinaus weitere Prozesse modelliert worden sind.

Marketing & Vertrieb

Durch gezieltes Marketing von Produkten und dem Erstellen von Vertriebsstrategien verschafft move seinen Kunden einen klaren Wettbewerbsvorteil. Zum Beratungsportfolio gehören Markt- und Wettbewerbsanalysen, Pricing-Strategien sowie umfassende und zeitgemäße Social Media-Auftritte und Online-Marketing Strategien.

Projekt: Machbarkeitsanalyse für ein mittelständisches Ingenieursbüro aus dem Münsterland

Die Zielsetzung der durch move durchgeführten Machbarkeitsanalyse war in diesem Kontext die Beantwortung der Frage, ob die aktuell zeitaufwändige Fertigung orthopädischer Schuhleisten in Zukunft von Spezialmaschinen unterstützt oder sogar ersetzt werden kann, um eine vollständig individualisierte Herstellung zu ermöglichen.

Die zu untersuchende Anlage wurde auf ihre technische, wirtschaftliche, organisatorische, juristische und ressourcenbezogene Machbarkeit geprüft. Auf Grundlage der in der Analyse vorgebrachten Argumentation entschied sich der Kunde für eine Maschine, welche für die geplanten Verwendungszwecke am besten geeignet ist. Die wirtschaftliche, organisatorische, juristische und ressourcenbezogene Machbarkeit der Maschine wurde belegt. In einer abschließenden Risikoanalyse wurden technische und wirtschaftliche Risiken evaluiert und in Relation zu den potenziellen Vorteilen des betrachteten Systems gesetzt.

PROVINZIAL Die Versicherung der Sparkassen

Projekt: Bedarfsanalyse der Kundengruppe "Studierende" und Entwicklung innovativer Ansätze

"Kenne deine Kunden." Mit diesem Anspruch beauftrage die Westfälische Provinzial Versicherung AG move, um mehr über die Lebenswelt der Zielkundengruppe "Studenten" zu erfahren. Insbesondere die Bedürfnisse und Probleme der potenziellen Neukunden sollten besser verstanden werden, um darauf aufbauend innovative Ansätze zur Bedürfnisbefriedigung zu entwickeln.

Grundsätzlich umfasste das Projekt zwei aufeinanderaufbauende Phasen: Eine Analysephase bestehend aus einer Sekundär- und zwei Primäranalysen sowie einer zweiten Phase, welche die Entwicklung, Validierung und iterative Verbesserung neuer Ansätze umfasste. Das Endergebnis waren zwei umsetzungsfähige und marktreife App-Konzepte, die die Bedürfnisse der Studierenden ansprechen und der Provinzial helfen sollen, mit der jungen Kundengruppe in Kontakt zu treten. Zwischenergebnisse umfassten aufbereitete Resultate aus den einzelnen Studien und Analysen, die unter anderem in der Marketingabteilung neue Customer Insights liefern.



Interne Projekte

Karrieremesse consultingcontact.2019 von move ausgerichtet

Im November 2019 fand die consultingcontact.2019 unter dem Motto "Challenge Yourself" im schönen Münster statt, welche für den HR Specialist Dennis Reck der Roland Berger GmbH "jedes Jahr wieder die Reise wert [ist]". Bei der Wahl der Unternehmen ging es primär darum, die Vielfalt von Consulting widerzuspiegeln - von großen Beratungshäusern über Inhouse Consulting verschiedenster Branchen bis hin zu renommierten Boutiqueberatungen war alles vertreten. Dementsprechend vielfältig fiel auch das thematische Angebot der Events für die Studierenden aus. So gelang es der consultingcontact.2019 über Workshops, Interviews, Socials Events und dem Lightning Talk namhafte Unternehmensberatungen und Studierende sämtlicher Fachrichtungen aus ganz Deutschland in lockerer Atmosphäre zusammenzubringen. Dabei standen das gegenseitige Kennenlernen und Knüpfen wertvoller Kontakte für beide Seiten im Vordergrund. Auch für move selbst stellt die consultingcontact eine willkommene und einzigartige Gelegenheit dar, sich den Studierenden vorzustellen, das Netzwerk zu Unternehmen weiter auszubauen und den Kontakt zu unseren Kooperationspartnern zu stärken.

Der Lightning Talk mit PwC zum Thema "Quo vadis Fashionindustrie" markierte den eindrucksvollen Start in die mehrtätige Eventreihe.



Zahlreiche Studierende nutzten auch beim zweiten Talk mit Lufthansa Industry Solutions über "Machine learning in virtual reality" die Möglichkeit, an den öffentlichen Events der consultingcontact.2019 teilzunehmen. Bei den Einzelinterviews konnten die Studierenden die Unternehmen direkt von ihrem Können überzeugen und einen Praktikumsplatz oder sogar ein Jobangebot erhalten. Höhepunkt des mehrtägigen Karriereevents bildete jedoch der Workshoptag am Samstag, bei dem sich zahlreiche TeilnehmerInnen vielfältigen Case Situationen stellten. In besonders entspannter Atmosphäre konnten die Studierenden bei den Social Events die Consultants persönlich kennenlernen und mehr über den Alltag als Berater erfahren. Wir danken den vielen Helferinnen und Helfern von move für die tatkräftige Unterstützung und die gelungene consultingcontact.2019. Wir freuen uns auf die nächste erfolgreiche consultingcontact, die unter dem Motto "Shape Your Future" im November 2020 stattfindet.



Interne Vereinsentwicklung

Practice Groups

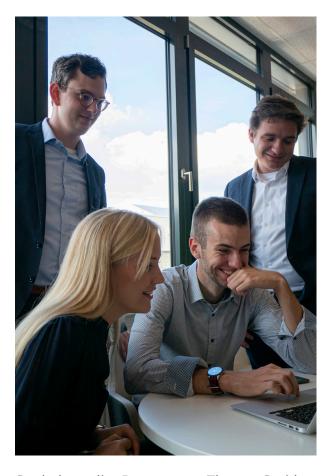
Besondere Zeiten erfordern besondere Maßnahmen: Die Covid-19-Pandemie hat die Welt vor allem im ersten und zweiten Quartal 2020 fast täglich vor neue Herausforderungen gestellt. Für Unternehmen konnten diese Herausforderungen existenzbedrohliche Ausmaße annehmen.

move hat sich deshalb gefragt, wie vor allem die lokalen Unternehmen aus dem Münsterland unterstützt und interne Ressourcen von move genutzt werden können, um die gesellschaftliche und wirtschaftliche Krise zu überwinden. Schnell haben sich ungefähr 10 move'lerinnen und move'ler zusammengefunden, die das Thema spannend fanden und sich in ihrer Freizeit gesellschaftlich gewinnbringend einbringen wollten. Schnell waren sich alle Beteiligten einig, dass eine Practice Group der ideale Rahmen für dieses Projekt sei

In dem ersten Call wurden folgende Aufgabenpakete definiert:

- Erstellung eines White Papers und eines FAQs auf unserer Website mit allen wichtigen Angeboten und Hinweisen für Unternehmen. Dabei wurden auch lokale Münsteraner Initiativen vorgestellt.
- 2. Angebot von Pro-Bono-Projekten für Unternehmen, die besonders von der Corona-Krise betroffen sind.
- 3. Außenkommunikation der Practice Group und des Angebots.

Schnell wurden die einzelnen Aufgabenpakete aufgeteilt und in kleineren Gruppen durchgeführt. Dabei wurde u.a. auch Prof. Dr. Jens Leker in die Arbeit involviert. Innerhalb von drei Tagen hat die Practice Group die ersten beiden Aufgabenpakete abgeschlossen und die Arbeitsergebnisse wurden auf der Website und über verschiedenste Kanäle verbreitet.



So haben die Posts zum Thema Covid-19 auf diversen sozialen Plattformen mehrere Tausend Aufrufe erhalten. Doch nicht nur der FB4 und die WWU Münster haben auf ihren offiziellen Social Media Accounts von unserem Projekt berichtet, auch das lokale Radio und die Westfälischen Nachrichten haben das Thema aufgegriffen.

Die Practice Group Covid-19 hat gezeigt, wie move effizient und schnell auf kurzfristige Ereignisse reagieren kann. Mit der Ausarbeitung des Projektangebots hat move sein gesellschaftliches Engagement für Münster und seine Unternehmen gezeigt und seine Unterstützung durch das Angebot von Pro-Bono-Projekten verdeutlicht.



Stabsstelle Sales Office

Das Sales Office wurde als Stabsstelle des Vorstands für Externes Ende 2018 ins Leben gerufen. Im Wesentlichen gliedert sich das Sales Office in drei Bereiche: Neukundenakquise, dem Lead- und Bestandskundenmanagement sowie den Akquisematerialien. Innerhalb des vergangenen Jahres wurde im Sales Office strategisch und konzeptionell gearbeitet, um die Ziele und Aufgaben der drei Bereiche zu bestimmen. Im Bereich der Neukundenakquise wurden Vertriebskanäle identifiziert und kategorisiert, während im Lead- und Bestandskundenmanagement ein anforderungsgerechtes Customer-Relationship-Management-Tool ausgewählt wurde, in welchem alle Kunden kategorisiert und anhand flexibler Prozesse betreut werden. Die Mitglieder des Bereichs Akquisematerialien haben einen Onepager konzipiert, der vom Öffentlichkeitsressort gestalterisch umgesetzt wurde. Zukünftig werden die identifizierten Vertriebskanäle intensiv genutzt, um



neue Projekte akquirieren zu können. Zurzeit ist dies aufgrund der Covid-19-Pandemie allerdings nur eingeschränkt möglich. Hier arbeitet das Team des Sales office aktuell an digitalen Formaten, um in Zeiten von Covid-19 neue Wege zur Projektakquise zu erschließen.



IT

Die Aufgabe des Ressorts ist es, den Mitgliedern des Vereins eine umfangreiche IT-Infrastruktur zur Verfügung zu stellen. Zu dieser Infrastruktur gehören unter anderem das an unsere Bedürfnisse angepasste Intranet zur Projektausschreibung und Pflege von Kontakten, ein Projektmanagement-Tool zur Unterstützung interner und externer Projekte,

ein Projektspeicher sowie ein Wiki, welches vereinsinterne Wissensmanagement fördert. Neben der Erstellung von Updates für diese Tools besteht eine weitere Aufgabe des Ressorts darin, die Mitglieder mithilfe eines User-Supports bei Problemen durch fachliche Kompetenz zu unterstützen. In diesem Jahr sind wichtige Erneuerungen der IT-Infrastruktur vorgenommen worden. Das Intranet wurde aktualisiert und von Grund auf neu erstellt, um Prozesse und die Vereinsarbeit bestmöglich zu digitalisieren und automatisieren. Dies ermöglicht den Mitgliedern von move auch in diesen schwierigen Zeiten optimal sowohl intern als auch extern zusammenzuarbeiten. Darüber hinaus wurde ein neues Projektmanagement-Tool implementiert, welches nun viele Prozesse automatisiert durchführt und den Mitgliedern mehr Funktionalitäten und einen besseren Überblick ermöglicht.



Öffentlichkeitsarbeit

Unter dem Motto "alles, was du tust, ist Öffentlichkeitsarbeit" ist das Öffentlichkeitsarbeitsressort für einen ganzheitlichen Außenauftritt des Vereins zuständig. Hierbei geht es vor allem um die Konzeptionierung und Planung neuer Werbekampagnen und Marketingstrategien, die inhaltliche Konzeptionierung der Website und die Kommunikation nach außen über die Social Media-Kanäle. In diesem lahr hat das PR-Ressort vermehrt auf bezahlte Maßnahmen gesetzt, um die Reichweite auch während der Corona-Krise zu erhöhen. Durch den gesteigerten Einsatz von Social Media soll der Verein gerade digital deutlich präsenter werden, um vor allem mehr potenzielle Vereinsmitglieder beim Recruiting und während des Semesters zu erreichen, als auch die Brand-Awareness von move bei Unternehmen zu erhöhen. Den größten Einfluss hatte dabei der Einsatz von bezahlten Online-Marketing-Tools von Google, Facebook und LinkedIn, durch die beim Recruiting ein neuer Höchstwert für die Bewerberzahl im Sommersemester erzielt werden konnte. Außerdem konnte durch gezielte Werbung der Traffic relevanter Personen auf der Website deutlich erhöht werden. Zusätzlich sind wir im Rahmen der Bemühungen rund um die Corona-Krise in den "Westfälischen Nachrichten" erschienen und konnten dadurch auf unser Angebot, Münsteraner Unternehmen während der Pandemie zu helfen, aufmerksam machen.



Prozessmanagement

Das Ressort ist für die Kontrolle und stetige Verbesserung vereinsinterner Prozesse zuständig. Wichtige Bestandteile dabei sind die halbjährlich stattfindende Mitgliederzufriedenheitsanalyse und der jährliche BDSU-Audit. Darüber hinaus hat sich das Ressort das interne Wissensmanagement zur Aufgabe gemacht. Hierbei hat move das eigene Wiki aktualisiert und arbeitet weiter daran, dies stetig für seine Mitglieder

zugänglicher zu gestalten. Ein weiterer Fokuspunkt im Prozessmanagement-Ressort war die Einführung neuer Konzepte zur kontinuierlichen Verbesserung, welche besonders durch Feedback-Sessions geprägt sind und in den kommenden Jahren weiter ausgebaut werden sollen. Im vergangenen Jahr konnte move beim BDSU-Audit ein Ergebnis von 86% erzielen. Damit belegt move eine Spitzenposition im Verband.





Finanzen & Recht

Das Ressort Finanzen & Recht hat im vergangenen lahr den Fokus auf verschiedene Recherchen im rechtlichen und finanziellen Bereich gelegt, um die Perspektiven und den Wissensspeicher bei move zu erweitern. So wurden zum Beispiel Recherchen durchgeführt, wie man den Verein und die Projektarbeit rechtlich umstrukturieren kann. Ein Schwerpunkt lag dabei in der Ausarbeitung eines Beiratskonzepts mit entsprechendem Prozess und dazugehörigem Satzungstext. Dieses Konzept soll nun getestet werden, um es bei positiver Resonanz in der Satzung festzusetzen und damit einen Beirat dauerhaft zu etablieren. Daneben wurde der Prozess rund um die vertragliche Abwicklung der Proiektvermittlung an die Projektteams überarbeitet, sodass die Abwicklung einfacher und schneller geschieht. Ebenso lag ein Augenmerk auf der Überarbeitung des Projektstarterkits, welches alle nötigen Informationen für die Projektleitung enthält wie bspw. einer Anleitung zur



GbR Anmeldung. Bei diesem wurden Dokumente aktualisiert, neu hinzugefügt und eine für die Projektarbeit simulative Ordnerstruktur wurde entwickelt. Eine Umfrage an die Projektleiterinnen und Projektleiter soll nach Projektabschluss garantieren, dass das Projektstarterkit stets auf dem neuesten Stand ist und Best Practices der Projektteams in Bezug auf Verträge, Organisation und Steuer an den Verein getragen werden.

Personal

Die Organisation interner und externer Schulungen zur Aus- und Weiterbildung sowie die Vernetzung der Trainees und Mitglieder stehen im Personalressort an erster Stelle. Im Mentorenprogramm bekommen die neuen Trainees eine/n AnsprechpartnerIn aus dem Verein zur Seite gestellt, welche/r sie in den ersten Monaten im Verein begleitet. Zudem organisiert das Ressort vereinsinterne Social Events wie z.B. die Weihnachtsfeier oder das Semesteranfangswochenende, welche eine weitere gute Möglichkeit bieten, Kontakte zu knüpfen und als Verein zusammenzuwachsen. Außerdem zählt das Recruiting zu den Hauptaufgaben des Ressorts. Zu Anfang iedes Semesters werden in einem Auswahlverfahren neue studentische UnternehmensberaterInnen für den Verein rekrutiert und

ermöglichen ihm so zu wachsen und sich weiterzuentwickeln.

Auch move hat 2020 auf die Herausforderungen, die sich durch die Covid-19-Pandemie ergeben haben, reagiert und das Recruiting im Sommersemester ausschließlich digital stattfinden lassen. Statt der regulären Maßnahmen, wie dem Flyern auf dem Universitätsgelände, Vorlesungs- und Messebesuche, Infostände oder die alljährliche Aaseerallye, wurde der Fokus auf digitale Maßnahmen gerichtet. Hierbei wurde insbesondere auf Social Media Marketing gesetzt, indem Werbeanzeigen auf LinkedIn, Facebook und Instagram geschaltet wurden. Mit Hilfe von selbst gedrehten Videos konnte der Verein außerdem sowohl auf Social Media als auch auf



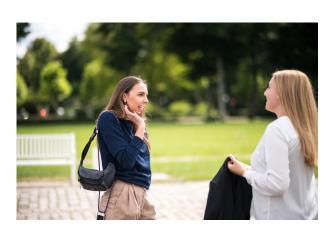


mehreren Veranstaltungen auf der zentralen e-Learning-Plattform der WWU beworben werden. Zudem wurden potenzielle KandidatInnen über XING und LinkedIn direkt angesprochen. Die Kennenlerngespräche wurden mit Hilfe der Videokonferenz-Software Zoom durchgeführt und auch das Onboarding und das Programm für das Semesteranfangswochenende fanden digital statt. Die neue Situation hat move herausgefordert und die Kreativität geweckt, sodass neue effektive Möglichkeiten entdeckt werden konnten, die auch in zukünftigen physischen Recruitingphasen ergänzend genutzt werden können. Der Erfolg von doppelt so vielen generierten Bewerbungen im Vergleich zum vorjährigen Wintersemester und Sommersemester zeigt, dass Studierende wachsendes Interesse am Verein haben. Die Resonanz auf diese neue Form des Recruitings war sowohl innerhalb als auch außerhalb des Vereins durchweg positiv.

Netzwerke

"Wer immer tut, was er schon kann, bleibt immer das, was er schon ist." Frei nach diesem Zitat von Henry Ford lag ein Schwerpunkt der diesjährigen Ressortarbeit auf der Entwicklung weiterer Kooperationsformate. Ein move-Podcast, ein Mentoringprogramm sowie eine Case-Challenge sollen zukünftig für abwechslungsreiche Kooperations- und Informationsmöglichkeiten sorgen.

Der Kontakt und der Austausch mit den Kooperationspartnern haben einen besonderen Stellenwert im Ressort. Durch Sitzungsbesuche sowie Workshops und Social Events wird der ständige Kontakt gepflegt und ein intensiver Dialog gefördert. In diesem Jahr darf move die Unternehmensberatungen Kienbaum und accoda als neue Kooperationspartner begrüßen, und erwartet damit auch fachlich sein Portfolio an Partnern. Der Verein freut sich auf einen spannenden Austausch mit etablierten Beratungen, von dem beide Seiten stark profitieren werden. Weiterhin ist dem Ressort wichtig, die Alumni des Vereins in ein aktives Netzwerk zu integrieren, um von der Expertise der Ehemaligen zu profitieren. Aktuell plant das Ressort das Stattfinden eines zweiten Alumnitages als Möglichkeit des Austausches zwischen Ehemaligen und aktuellen Mitgliedern des Vereins.





Alumna-Trainee Interview



Vom Trainee zur Alumna – unser ehemaliges Vorstandsmitglied Flavia Jungen hat ihr Studium in Betriebswirtschaftslehre erfolgreich abgeschlossen und ist nun als Associate bei der Boston Consulting Group (BCG) tätig. Wie sie ihren Weg bei move gestaltet hat und welche Vorteile sie in der Mitgliedschaft für den Berufseinstieg sieht, erzählt sie im folgenden Interview unseren zwei neuen Trainees Lina und Janine.

Hallo Flavia, du warst viele Jahre Mitglied bei move und auch im Vorstand tätig, nun bist du nach deinem Studium bei BCG eingestiegen. Welche Fähigkeiten, die du bei move erworben hast, kannst du jetzt in deine Karriere als Beraterin einbringen?

Da gibt es einige – die größte und wichtigste Fähigkeit ist wahrscheinlich das Handhaben des Zeitmanagements und die Fähigkeit, sich persönliche Deadlines zu setzten. Auch sehr wichtig ist das große Thema 'Ownership', also dass man sagt, mir gehören Aufgaben und ich übernehme dafür die Verantwortung. Außerdem ist ganz generell die Fähigkeit, Projekte zu strukturieren, extrem wichtig. Abseits vom Fachlichen ist das Netzwerk

besonders wichtig für mich gewesen. Bevor ich bei move war, wusste ich ehrlich gesagt nicht mal was BCG ist und dort habe ich viele neue Dinge kennengelernt. Erst bei move habe ich gemerkt, dass Unternehmensberatung mir liegen könnte.

In welchen Aspekten unterscheidet sich eine studentische Unternehmensberatung wie move von einem Unternehmen wie BCG? Gibt es auch Gemeinsamkeiten in bestimmten Punkten?

Was sich sowohl bei move als auch bei BCG durchzieht, sind die wahnsinnig motivierten Leute. Es sind spannende Persönlichkeiten, mit denen man sich super unterhalten kann, die clever sind und die Lust auf das haben, was sie machen. Auch das Projektdenken und der Zusammenhalt im Team ist bei den beiden Beratungen gleich.

Das Spannende in einer großen Unternehmensberatung sind die Ressourcen, die zur Verfügung stehen. Auch bezüglich der Hierarchien gibt es große Unterschiede, diese sind bei move deutlich flacher als bei BCG. Aber den Zusammenhalt in den Teams habe ich bei



beiden immer zu hundert Prozent gehabt.

Welchen Vorteil siehst du darin, als Alumna weiterhin mit dem Verein in Kontakt zu bleihen?

Ich hatte seit meinem Austritt mehrfach mit Mitgliedern Kontakt, die mich beispielsweise nach Hilfe für Bewerbungen gefragt haben. Ich mache das ziemlich gerne und finde es schön, dass ich zurückgeben kann, was ich selbst aus dem Verein erhalten habe. Ich glaube, ich hätte mich niemals bei der BCG beworben, wenn ich nicht bei move gewesen wäre.

Es ist einfach schön zu sehen, wie der Verein weiterlebt, weil ich ja schon sehr involviert war. Als letzten Punkt halte ich Kontakt aufgrund der Potenziale, die in move stecken. Die heutigen move'lerInnen könnten meine zukünftigen KollegenInnen sein.

Welchen Rat würdest du Trainees und Vereinsmitgliedern gerne mit auf den Weg geben?

Ausnutzen, dass man Fehler machen kann - das ist großartig! Selbst wenn man einen Fehler macht, ist es im Endeffekt nicht unglaublich schlimm. Außerdem solltet ihr move als Plattform nutzen, um euch auszuprobieren, beispielsweise im Rahmen von Projekten oder interner Vereinsarbeit.

Engagement im Verein zahlt sich meiner Meinung nach immer aus. Wenn man viel reinsteckt, dann bekommt man auch viel zurück. Außerdem einfach voneinander lernen – jeder im Verein kann etwas Spannendes, was einem auch für die Zukunft hilft. Da hat move wahnsinnige Ressourcen, also nutzt sie!

move e. V.-Netzwerke

Dachverbände:

BDSU

Der Bundesverband Deutscher Studentischer Unternehmensberatungen e. V. (kurz BDSU), vereint die 32 führenden studentischen Unternehmensberatungen Deutschlands, in denen sich über 2.200 Studierende aus zahlreichen Städten organisieren.

Seit seiner Gründung 1992 setzt sich der BDSU für die Verbreitung der Idee der studentischen Unternehmensberatung in Deutschland ein. Der BDSU sieht sich selbst als wichtige Plattform für Wissens- und Erfahrungsaustausch. Um diesen zu gewährleisten, veranstaltet der



Verband regelmäßig Events, auf denen sich sowohl alle Mitglieder der studentischen Unternehmensberatungen als auch die Alumni miteinander vernetzen können.

Die Sicherstellung hochwertiger Beratungsleistungen ist für den BDSU ein essentielles Ziel. Deshalb wird jede studentische Unternehmensberatung im BDSU jährlich nach Qualitätsmanagement-Richtlinien auditiert.



Kooperationspartner



Kienbaum



accenture

accoda

squeaker.net







Ein neuer Kooperationspartner -Interview mit Kienbaum

Was hat Sie dazu bewegt, Kooperationspartner von move zu werden?

Nach einer intern durchgeführten Analyse hat sich herauskristallisiert, dass wir bei Kienbaum aktuell einige Mitarbeiter beschäftigen, die sowohl in Münster studiert haben als auch aktives Mitglied bei move waren. Daraus konnten wir ableiten, dass sich sowohl die Mentalität der jungen Berater, aber auch der akademische Background der Mitglieder mit unserem Portfolio und unserer Kultur sehr gut vereinen lässt. Ziel war es daher, weitere Vereinsmitglieder auf uns aufmerksam zu machen und Talente von Kienbaum zu begeistern, um diese langfristig für uns zu gewinnen.

Durch einen freundlichen und informativen Austausch mit dem Vorstand von move wurden uns unterschiedliche Möglichkeiten aufgezeigt, durch die wir an die Mitglieder des Vereins herantreten können. Die Kooperationsmöglichkeiten reichten von "klassischen" Formaten (Vortrag, Workshop) bis hin zu eigenen Events, sodass uns reichlich Freiraum bei der Ausgestaltung gelassen und unser Interesse geweckt wurde.

Was erhoffen Sie sich in Zukunft von dieser Kooperation?

Wir versprechen uns innerhalb der Kooperation weitere tolle Formate, insbesondere der "consultingcontact", bei der wir einen Softskill Workshop geben werden. Hier erhoffen wir uns, aufgrund der COVID-19-Pandemie und der daraus resultierenden Herausforderungen, ein digitales Angebot, um einen regen Austausch zwischen Kienbaum und jungen UnternehmensberaternInnen zu gewährleisten. Selbstverständlich ist es für

uns erstrebenswert, unser gesetztes Ziel zu erreichen: Nachwuchsgewinnung aus den Reihen von move, um die jungen UnternehmensberaterInnen nach Einstellung bei Kienbaum in ihrer Karrierelaufbahn unter anderem durch einen eigenen Mentor und durch interne Weiterbildungsmöglichkeiten zu begleiten und zu fördern.

Worin sehen Sie als Unternehmen die Vorteile von move als studentische Unternehmensberatung?

move ist mit seinen rund 100 aktiven Vereinsmitgliedern eine vergleichsweise große studentische Unternehmensberatung, wodurch wir durch eine Kooperation umgehend auf eine große Anzahl an Talenten treffen. Es ist schön zu erleben, wie viele engagierte studentische UnternehmensberaterInnen in so jungen Jahren bereits parallel zum Studium Verantwortung übernehmen und Projekterfahrung sammeln. Ihre Wissbegierde spiegelt sich bei gegenseitigen Austauschformaten wider.

Darüber hinaus ist das Verhältnis der Bachelor- und Masterstudenten unter den Mitgliedern recht ausgeglichen, wodurch sich sowohl potenzielle PraktikantenInnen als auch baldige AbsolventenInnen durch Kienbaum angesprochen fühlen.

Mit welchen Argumenten würden Sie move weiterempfehlen?

move bietet Unternehmen die exzellente Chance, sich in lockerer Atmosphäre den Vereinsmitgliedern als interessanten Arbeitgeber vorzustellen. So erhalten Studierende - welche sich bereits für die Consulting Branche interessieren und erste Projekterfahrung sammeln konnten - einen Überblick über unser Portfolio sowie tiefe Einblicke in den Berateralltag von Kienbaum.

Zusammengefasst stellt move aus den bereits genannten Gründen eine interessante Adresse für Unternehmensberatungen dar, die Interesse an der Gewinnung von jungen Talenten haben.



Kuratoren

Besonders bei der Projektarbeit kann sich move e. V. neben dem breiten Fachwissen der studentischen Berater auch auf ein renommiertes Kuratorium aus Professoren der WWU Münster verlassen. In fachlichen Belangen steht das Kuratorium als Ansprechpartner für wissenschaftliche und projektbezogene Fragestellungen zur Seite. Unsere Kuratorenschaft ist auf eine langfristige ideelle Zusammenarbeit in zweierlei Hinsicht ausgelegt. Zum einen steht der Verein bei Bedarf im Hinblick auf die Bearbeitung externer Projekte im Austausch mit den Professoren. Zum anderen arbeiten wir intern in Practice Groups. um die Verknüpfung zwischen Theorie und Praxis herzustellen. Diese Practice Groups beschäftigen sich mit konzeptionellen Fragen wiederkehrender Themen, wie beispielsweise der Durchführung einer Marktanalyse oder einer Prozessoptimierung sowie mit Interessensgebieten der Mitglieder (z.B. Erstellung von Fragebögen, Businessplan etc.). Je nach Forschungsschwerpunkt des Kurators ergeben sich zahlreiche Möglichkeiten der Zusammenarbeit im Falle inhaltlicher Rückfragen oder thematischer Diskussionen. Mitglieder profitieren somit von einer praxisnahen Erweiterung der Fachkenntnisse über das Studium hinaus. So ist beispielsweise die Practice Group "Data Analytics" im aktiven Austausch mit Prof. Dr. Jens Leker und Mitarbeitern seines Lehrstuhles für betriebswirtschaftliches Management im Fachbereich Chemie und Pharmazie. Nach einem initialen Treffen von move'lerinnen und move'lern mit Prof. Leker zum gegenseitigen Kennenlernen, stellte der Lehrstuhl verschiedene Artikel aus dem Themenbereich "Data Analytics" zu Verfügung. So konnte die Practice Group wissenschaftlich angewandte Methodiken nachvollziehen und darauf aufbauend erste praxisrelevante Ansätze entwickeln. Dies soll in Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl in Zukunft intensiviert werden. Außerdem ermöglicht Prof. Leker die Teilnahme von move'lerinnen und move'lern an Treffen seines Lehrstuhles mit Praxispartnern, sodass move e. V. hierdurch wertvollen Input für die weitere thematische Arbeit bekommt und interessante Kontakte knüpfen kann.

Durch die Berücksichtigung wissenschaftlicher Forschungskenntnisse möchte der Verein optimale und gegenwartsnahe Lösungen für komplizierte Problemstellungen in der Projektarbeit gewährleisten und damit seinen Qualitätsanspruch unterstreichen.

move e. V. bedankt sich für die bisherige Zusammenarbeit und freut sich auf eine langfristige und erfolgreiche Kooperation.



Prof. Dr. Jens Leker

Institut für betriebswirtschaftliches Management im Fachbereich Chemie und Pharmazie

Forschungsschwerpunkte: Innovationsmanagement, Corporate Rating, Strategiebewertung und heterogene Kollaborationen



Prof. Dr. Stephan Nüesch

Lehrstuhl für Unternehmensführung

Fachbereich: markt-, ressourcen- und institutionenorientierte Strategielehre



Impressum

Herausgeber

move - Studentische Unternehmensberatung e. V. Universitätsstraße 14-16 48143 Münster www.move-ev.de

Redaktion

Sven Asmussen, Carina Happe, Johanna Homann Linda Köchling, Malte Küster, Anna Ladwig Thorben Pröpper, Sven Prüß Vicky Wagemann, Beat Weichsler

Layout

Caroline Mungen
Sven Asmussen

Vertretungsberechtigter Vorstand

Julian Heine Jan-Philipp Peperhowe Carina Happe Caroline Mungen

Registereintrag

Eintragung im Vereinsregister Registergericht: Amtsgericht Münster Registernummer: VR3742

Steuernummer: 337/5980/0405

