

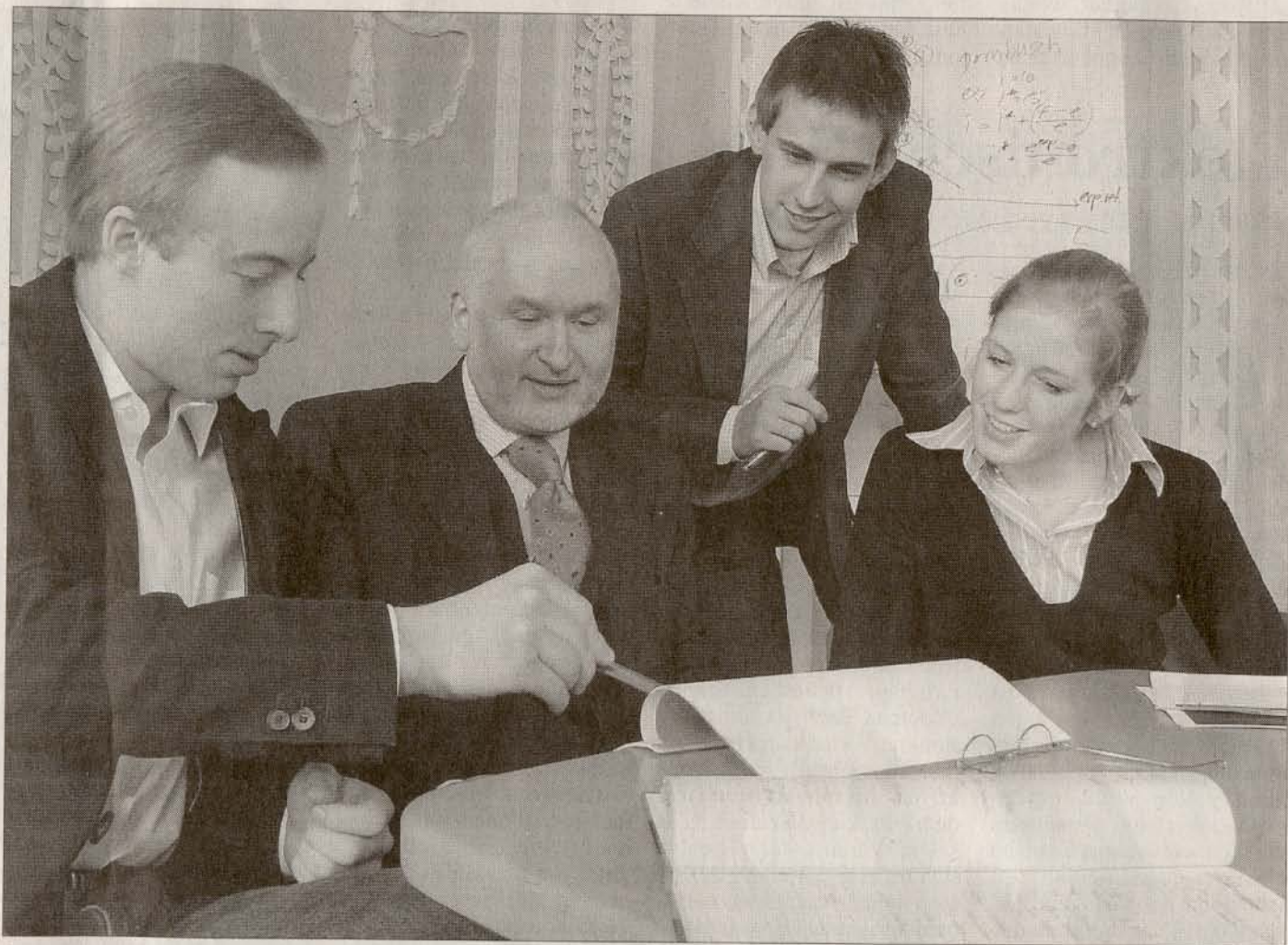
## FrISCHE Ideen für den Mittelstand

Seit 1994 ist die studentische Unternehmensberatung „Confluentes“ ein Partner für Unternehmen in der Region Mittelrhein

**Können Studierende gute Unternehmensberater sein? Für so manchen Unternehmer in der Region Mittelrhein heißt die Antwort eindeutig „Ja“. An diesem klaren Votum ist der Verein „Confluentes“ alles andere als unschuldig. Seit 1994 steht er für das gute Verhältnis von Studierenden der WHU Otto Beisheim School of Management zum Mittelstand.**

VALLENDAR. FrISCHE Ideen kommen nicht aus dem Baukasten. Man muss viel Zeit und Arbeit investieren, um das Beste für ein Unternehmen herauszuholen. Und für den klassischen Berater ist Zeit Geld. Kurzum: Schon allein aus Kostengründen ist auch der beste Service recht schnell am Ende. Ein Grundsatz, der vor allem für kleine und mittelständische Unternehmen gilt. Sie sind ein Fall für die jungen Berater von „Confluentes“.

Unter dem Dach des eingetragenen Vereins haben sich rund 120 junge Frauen und Männer versammelt, um mit ihren Produkt- und Organisationsideen Unternehmen in der Region Mittelrhein weiter nach vorn zu bringen. Die Berater haben eines gemeinsam: Sie sind allesamt Studierende an der WHU Otto Beisheim School of Management. Dort



**Alois C. Lubberich (2. von links) schätzt als Inhaber eines mittelständischen Unternehmens die Kreativität der jungen Unternehmensberater von der WHU. Studierende wie die Vorstandsmitglieder Rubin Ritter, Normann Kreuter und Martina Janssen (von links) leisten mit ihrer Unternehmensberatung „Confluentes“ wertvolle Projektarbeit. ■ Foto: Reinhard Kallenbach**

um befinden, geht es nicht um Auch Alois C. Lubberich ist von Anfang an bei gesteiger- schlussarbeiten zu sammeln.

Männer versammelt, um mit ihren Produkt- und Organisationsideen Unternehmen in der Region Mittelrhein weiter nach vorn zu bringen. Die Berater haben eines gemeinsam: Sie sind allesamt Studierende an der WHU Otto Beisheim School of Management. Dort werden sie darauf vorbereitet, Führungsaufgaben in international aufgestellten Unternehmen oder in renommierten Beratungsgesellschaften zu übernehmen.

„Unsere Leistungen sind nicht billig. Aber unsere Einnahmen kommen der Hochschule zugute“, erklärt Vorstandsmitglied Rubin Ritter. Dieser nicht kommerzielle Ansatz unter dem Aspekt der Gemeinnützigkeit kommt gut an. Immerhin arbeitet das studentische Netzwerk von „Confluentes“ bereits seit 1994. Eine Konkurrenz zu kommerziellen Beratungsgesellschaften will man nicht sein. Den studentischen Beratern, die sich im Hauptstudi-

um befinden, geht es nicht um Krisenmanagement – sie sind vielmehr Ideengeber, die keine fertigen Produkte oder Analysekonzepte anbieten.

Gut 200 Projekte haben die Berater von „Confluentes“ bereits abgewickelt. Unter den Kunden befinden sich so bekannte Namen wie die Königsbacher Brauerei, Corus, Lohmann oder Lufthansa. Die renommierten Beratungsfirmen sehen die Studenten aus Vallendar nicht als Konkurrenz. Im Gegenteil: Ihre Angebote werden nicht selten in größere Dienstleistungspakete eingebaut, bestätigt Vorsitzender Normann Kreuter. Er weiß: „Confluentes“ kann ein Sprungbrett sein – weil das Echo der Kunden positiv ist.

Auch Alois C. Lubberich ist sehr zufrieden. „Ich habe schon oft mit Studierenden zusammengearbeitet und stelle immer fest, dass das Engagement in der WHU größer ist als an anderen Hochschulen“, betont der Zahn-technikermeister, der rund 100 Mitarbeiter beschäftigt.

Der Koblenzer Unternehmer arbeitet derzeit unter anderem an einer Dienstleistungsmarke für ein Netzwerk von Zahntechnikern und Zahnmedizinern. Auch wenn ein solcher Ansatz vielerorts noch skeptisch beäugt wird, gehört der Markenbildung angesichts der drohenden Einschnitte im Gesundheitswesen auch in der Medizin die Zukunft. Dass eine „Marke“

von Anfang an bei gesteigerter Qualität kostenoptimiert und reibungslos funktioniert, ist eine klassische Aufgabe für die jungen Berater von „Confluentes“. „Die nehmen sich die Zeit, um wirklich alle Abläufe im Betrieb kennenzulernen“, lobt Lubberich.

Unter dem Strich zahlt sich die Arbeit für beide Seiten aus, weil „Confluentes“ natürlich auch den direkten Draht zu den zuständigen WHU-Lehrstühlen hat. Und wenn es der Auftraggeber wünscht, können einzelne Fragestellungen wissenschaftlich weiterverfolgt werden – etwa in Form von Diplomarbeiten. Dennoch geht es den Aktiven im Netzwerk nicht darum, Themen für Ab-

schlussarbeiten zu sammeln. Entscheidend ist vielmehr der direkte Kontakt zu den Betrieben in der unmittelbaren Nachbarschaft und der Erfolg.

Das Prinzip des Gebens und Nehmens zahlt sich offenbar aus. Regelmäßig wechseln „Confluentes“-Mitglied nach Abschluss des Studiums oder der Promotion in die Dienste international aktiver Beratungsunternehmen. „Die guten Kontakte sind jedoch geblieben. Inzwischen ist sogar eine echte Freundschaft entstanden“, freut sich Alois Lubberich, der auch künftig auf „Confluentes“ setzt.

**Reinhard Kallenbach**

■ E-Mail-Kontakt:  
confluentes@whu.edu

**Alois C. Lubberich (2. von links) schätzt als Inhaber eines mittelständischen Unternehmens die Kreativität der jungen Unternehmensberater von der WHU. Studierende wie die Vorstandsmitglieder Rubin Ritter, Normann Kreuter und Martina Janssen (von links) leisten mit ihrer Unternehmensberatung „Confluentes“ wertvolle Projektarbeit. ■ Foto: Reinhard Kallenbach**