

**KLARTEXT BRITTA PRÖLSS TESTETE STUDENTISCHE UNTERNEHMENSBERATER**

# „Unsere Marktforscher sind von der Uni“



Enttäuscht von „richtigen“ Marktforschern engagierte Britta Prölss (40) von Le Crobag studentische Unternehmensberater. FOTO: HERNANDEZ

**Mit guten Ideen und viel Engagement überzeugte der Consulting-Nachwuchs die Marketingchefin.**

**ABENDBLATT:** Frau Prölß, Sie haben sich 2009 zum ersten Mal für die Zusammenarbeit mit einer studentischen Unternehmensberatung entschieden. Was war der Anlass?

**BRITTA PRÖLSS:** Lange Zeit haben wir von Le Crobag uns immer wieder gefragt, wie beliebt wir eigentlich bei unseren Kunden sind und wer uns überhaupt kennt. Wir haben immer nur mit den Schultern gezeitelt, und auch über das Image der Marke konnten wir keine Auskunft geben. Unser Ziel war es also, einen Fragebogen zu konzipieren, um das Kaufverhalten potenzieller Kunden herauszufinden und den Bekanntheitsgrad unseres Unternehmens zu ermitteln.

**ABENDBLATT:** Warum haben Sie sich gerade an Studenten gewandt?

**PRÖLSS:** Den Tipp hat mir eine Kollegin gegeben, die schon einmal mit Hanseatic Consulting, einer Hamburger Unternehmensberatung, zusammengearbeitet hatte. Sie sagte mir, dass die jungen Leute fit seien, einen guten Eindruck machten und auch gute Ergebnisse erzielen hätten. Und weil ich mit dem vorherigen „gewöhnlichen“ Marktforschungsinstitut nicht zufrieden war, habe ich mich auf das Experiment eingelassen.

**ABENDBLATT:** Was hatte Sie an der vorherigen Zusammenarbeit gestört?

**PRÖLSS:** Wir haben insgesamt vier Jahre mit dem Marktforschungsinstitut zusammengearbeitet, und trotzdem war der Kontakt sehr dürftig. Wir haben die Mitarbeiter nie kennengelernt, da gab es ein Telefonat, dazu vielleicht noch eine E-Mail, das war's. Den von uns erarbeiteten Fragebogen hat das Marktforschungsinstitut einfach übernommen, ohne uns

zu beraten oder Verbesserungsvorschläge zu unterbreiten.

**ABENDBLATT:** Und was haben die Studenten anders und besser gemacht?

**PRÖLSS:** Zunächst einmal hat sich das ganze Team, das aus fünf Personen bestand, persönlich bei uns vorgestellt. So kannten wir gleich die Gesichter zu den Namen und fühlten uns von Anfang an gut aufgehoben, denn wir haben ja alle überhaupt keine richtige Ahnung, wie eine gute Marktforschung laufen soll. Der gute erste Eindruck wurde zu keinem Zeitpunkt enttäuscht und das, obwohl die Studenten den Job alle nicht hauptberuflich machen. Man darf nicht vergessen: Alle studieren und führen diese Arbeit parallel durch. Trotzdem war die Umsetzung total professionell, und das Team, ob am Telefon oder persönlich, vermittelte uns absolut das Gefühl, dass sie wüssten, wovon sie sprechen.

**ABENDBLATT:** Hat Sie das überrascht? Sie hatten doch sicherlich eine gewisse Erwartungshaltung den Studenten gegenüber, oder?

**PRÖLSS:** Na ja, das Bild vom typischen Studenten wurde nicht wiedergespiegelt, im Gegenteil. Als ich hörte, dass es ein studentisches Unternehmen sei, habe ich mich zuerst gefragt, ob das so gut ist, wenn der Job nebenbei ausgeführt wird und vielleicht auch noch nicht so viel Praxis vorhanden ist. Überzeugt haben sie mich dann mit ihrem ersten Auftritt. Da hatte ich eher die Befürchtung, dass unser Team zu locker ist! Die gesamte Mannschaft trat seriös in schickem Anzug und Kostüm an. Das hat mich schon sehr überrascht.

**ABENDBLATT:** Wie lief die Zusammenarbeit dann ab?

**PRÖLSS:** Zuerst sind wir das Konzept durchgegangen, und das Team hat noch mal nachgefragt, was die Zielsetzung ist und ob sie die richtig verstanden hätten. Daraufhin haben sie das endgültige Konzept und am Ende eine Präsentation erstellt, in der vom ersten Kontakt bis hin zum Ergebnis alles aufgeschlüsselt war.

Das haben sie mir präsentiert, sind Seite für Seite mit mir durchgegangen – und das alles zu einem sehr fairen Preis.

**ABENDBLATT:** Die studentischen Unternehmensberatungen sind günstiger als „gewöhnliche“?

**PRÖLSS:** Auch studentische Unternehmensberatungen haben ihren Preis, aber wichtig ist doch vor allem, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt, und das war in diesem Fall gegeben.

**ABENDBLATT:** Haben Sie davon profitiert, dass das Team bei einiger Praxiserfahrung doch noch sehr nah an der Theorie war?

**PRÖLSS:** Es war auf keinen Fall ein Nachteil, wie man das vielleicht erwarten würde. Denn gerade von Studierenden, die noch nicht voll in der Praxis stecken, würde ich erwarten, dass ich sie zum Beispiel nicht richtig verstehe, weil sie nur fachsimpeln. Aber das war zum Glück nicht so. Ich fand es sehr lobenswert, dass in unserer Unterhaltung kaum Fachbegriffe aus der Marktforschung fielen.

**ABENDBLATT:** Was ist Ihnen von der Zusammenarbeit besonders in Erinnerung geblieben?

**PRÖLSS:** Beeindruckend war für mich, dass das Team schon zu Beginn fragte, ob es irgendeine Kleinigkeit oder Aufmerksamkeit gebe, die man den Kunden als Dankeschön für die Befragung geben könne. Da waren wir zuvor nie drauf gekommen.

**ABENDBLATT:** Die Befragung ist abgeschlossen, wie geht es jetzt weiter?

**PRÖLSS:** Das Naheliegendste wäre zu sagen, jetzt haben wir diesen tollen Fragebogen, jetzt machen wir eigenhändig weiter. Aber das würden wir auf keinen Fall so machen. In 2010 werden wir uns werblich voll und ganz dem Ergebnis der Marktforschung widmen und die daraus entstandene Zielstellung entsprechend umsetzen. Und danach wird es sehr interessant sein, mit Hanseatic Consulting noch einmal eine Marktforschung durchzuführen.

INTERVIEW: BIRTE SCHMIDT



**ARBEITSRECHT**

## Neue Urteile

Obwohl Beleidigungen des Arbeitgebers zu einer Kündigung berechtigen, sind kritische Äußerungen über den Arbeitgeber in einem vertraulichen Gespräch mit einem Arbeitskollegen kein Grund zur Kündigung. (LAG Rheinland-Pfalz v. 08.09.09, 1 Sa 230/09)

quasi als Weihnachtsgeld, muss der Arbeitgeber auf den geldwerten Vorteil für die Mitarbeiter Sozialversicherungsbeträge entrichten. (LSG Niedersachsen v. 25.09.09, L 4 KR 109/07)

Die Arbeitsagentur kann eine Sperrzeit beim Arbeitslosengeldbezug verhängen, wenn das Arbeitsverhältnis vom Arbeitnehmer ohne wichtigen Grund beendet wurde. Kündigt der Arbeitnehmer aber vorzeitig, um eine für ihn positive, zeitlich nur begrenzt gültige Handhabung bei der Arbeitslosengeldbewilligung zu erhalten, darf keine Sperrzeit verhängt werden. (BSG v. 24.09.09, L 1 AL 50/08)

Weder eine lange Betriebszugehörigkeit noch ein hohes Lebensalter oder eine aus anderen Gründen bestehende besondere soziale Schutzwürdigkeit schließen eine Kündigung zwingend aus. Arbeitnehmer werden nicht mit zunehmender Betriebszugehörigkeit automatisch unkündbar, ein solches Gesetz existiert nicht. (LAG Schleswig-Holstein v. 09.09.09, 3 Sa 153/09)



Unser Autor Christian Wieneke-Spohler ist Fachanwalt für Arbeitsrecht in Hamburg. Im Internet: [www.martens-vogler.de](http://www.martens-vogler.de)

Verteilt ein Arbeitgeber auf einer Weihnachtsfeier an die Mitarbeiter wertvolle Goldmünzen,

**TOP TEN**

## Familienfreundlichkeit



**1. DÄNEMARK**

Wie gut sind die (arbeitsmarkt-) politischen Rahmenbedingungen für Familien? Das hat das Institut der deutschen Wirtschaft untersucht (Zahlen von 2006/07) und die europäischen Staaten in eine Rangliste gebracht. Deutschland hat sich in fünf Jahren auf der Skala von 0 bis 100 um 8,8 Punkte verbessert und erreicht Platz 7. Mitverantwortlich dafür war die Entwicklung der Erwerbstätigenquote von hoch qualifizierten Frauen von 25 bis 64 Jahren: Sie stieg von 78 auf 81 Prozent. Am familienfreundlichsten ist Dänemark mit **64,7 Punkten (+2,6)**. In die Bewertung fließen Kriterien wie Elternzeitregelungen, Kindergeld und Steuererleichterungen ein.

**2. NORWEGEN**

64,2 (+0,2)

**3. FRANKREICH**

63,8 (-0,3)

**4. SCHWEDEN**

59,3 (+2,4)

**5. UNGARN**

58,9 (+2,6)

**6. BELGIEN**

56,6 (+1,4)

**7. DEUTSCHLAND**

54,9 (+8,8)

**8. FINNLAND**

50,4 (+10,2)

**9. GROSSBRITANNIEN**

50,2 (+3,8)

**10. NIEDERLANDE**

49,6 (+2,5)

Quelle: Institut für deutsche Wirtschaft Köln, iwd 3/2010.

**ZUR PERSON**

**Britta Prölss** (40) arbeitet seit elf Jahren bei der Firma Le Crobag. Als Werbekauffrau eingestiegen, ist sie heute Marketingleiterin. Als sie dort anfang, hatte das Unternehmen rund 55 Verkaufsfilialen mit Backwaren („Bakery Fast Food“) und Getränken. Heute sind es **120 Niederlassungen**, die je eine Fläche von 15 bis 60 Quadratmeter haben. 850 Angestellte arbeiten für Le Crobag – in ganz Deutschland, die meisten in Hamburg und Berlin. In der Hansestadt war es auch, wo das Unternehmen im März 1981 mit einer Filiale am Hauptbahnhof gegründet wurde. Für Prölß war der Weg in die Branche Gastronomie keineswegs vorgezeichnet.

Die **Industriekaufrau** arbeitete zunächst in der Werbeagentur Springer & Jacoby. Neben ihrer Tätigkeit dort absolvierte sie ein zweijähriges Abendstudium zur **Kommunikationswirtin**. „Das war ein Spagat“, sagt die 40-Jährige heute. Aber diese Erfahrung sei es Wert gewesen. Nach einigen Jahren als Team-Assistentin und Juniorkontakterin in der Agentur wechselte Britta Prölß schließlich auf die Seite des Auftraggebers. „Meine Erfahrung hilft mir bei der Arbeit, denn ich kenne den Stress, wenn ein Kunde nicht zufrieden ist, und kann die Agentur gezielt briefen, wenn mal etwas nicht so läuft, wie ich mir das vorstelle.“ (bdt)