

Erfolgsfaktoren interner Informationsvermittlungsstellen in Unternehmensberatungen

Zusammenfassung

Diese Bachelorarbeit untersucht die internen Informationsvermittlungsstellen von Unternehmensberatungen. Wirtschaftliche und technologische Veränderungen setzen Informationsvermittlungsstellen zunehmend unter Druck und stellen sie vor besondere Herausforderungen. Ziel der Arbeit ist es, die Erfolgsfaktoren dieser Abteilung zu identifizieren und daraus Handlungsempfehlungen zu entwickeln. Einleitend wird dazu der deutsche Unternehmensberatungsmarkt untersucht und die Bedeutung von Informationsvermittlungsstellen auf diesem Markt erläutert. Die empirische Identifikation der Erfolgsfaktoren erfolgt durch eine Fallstudie am Beispiel der Researchabteilung einer großen Unternehmensberatung. In Experteninterviews, mit mehreren Verantwortlichen dieser Abteilung, werden potenzielle Erfolgsfaktoren ermittelt und anschließend gewichtet. Als Ergebnis der Untersuchung werden fünf wesentliche Erfolgsfaktoren identifiziert, die relevant für eine starke Integration in den Wertschöpfungsprozess und die langfristige Existenzsicherung sind. Die Belastbarkeit dieser Ergebnisse wird anhand von einschlägigen Studien überprüft. Abschließend werden auf dieser Grundlage konkrete Handlungsempfehlungen für die Researchabteilung der Unternehmensberatung formuliert.