

## Beliebte Arbeitgeber im Consulting

**Worauf legt der Berater-Nachwuchs bei der Wahl eines Arbeitgebers besonderen Wert? Welche Erwartungen stellt er an das künftige Leben als Consultant?**

**Diese Fragen hat die „Consulting-Excellence-Studie“ in den Blick genommen.**



Consulting-affine Bewerber sind nicht nur für Beratungsunternehmen von Interesse. Zum einen sind sie besonders gut ausgebildet und motiviert. Zum anderen halten sie zumindest langfristig auch außerhalb der Branche nach attraktiven Arbeitgebern Ausschau. Deshalb hat das Online-Karrierenetzwerk [squeaker.net](#) schon zum zweiten Mal online den Beraternachwuchs befragt. An der aktuellen „Consulting-Excellence-Studie“ nahmen insgesamt 1900 Studenten, Absolventen und Professionals teil. 90 Prozent der Teilnehmer interessieren sich für Unternehmensberatungen als Arbeitgeber, 54 Prozent von ihnen bringen erste Erfahrungen in der Branche mit.

### Recruiting auf Segeltouren

Mit welchen Veranstaltungen erreichen Recruiter am besten den Beraternachwuchs? „Mehrtägige Recruiting-Veranstaltungen im Ausland“ stehen derzeit mit 7,5 Punkten auf der Beliebtheitskala von 1 (sehr gering attraktiv) bis 10 (sehr stark attraktiv) ganz oben. Die im Consulting beliebten Segeltouren durch die Ägäis oder ähnliche Recruiting-Veranstaltungen treffen offensichtlich den Nerv

der Zielgruppe. Die weit weniger aufwändigen „Fallstudien-Workshops im Büro der Firma“ sind ihnen mit 7,0 Punkten jedoch dicht auf den Fersen. Abgeschlagen erreichen hingegen „Recruiting-Kontaktmessen“ nur 4,6 Punkte. Inhaltlich stehen vor allem „Zielgruppenspezifische Formate“ hoch im Kurs, die sich an bestimmten Studiengängen orientieren (7,2 Punkte). Es überrascht wenig, dass Top-Bewerber Recruiting-Formate im Ausland bevorzugen, bleibt aber immerhin ein Argument für die mit solchen Events verbundenen hohen Budgets. Spannend für rekrutierende Arbeitgeber ist jedoch der Aspekt, dass die weniger aufwändigen Workshops im Büro des Unternehmens ähnlich beliebt sind und sie auch mit Veranstaltungen den Geschmack der Zielgruppe treffen können, die sich gezielt an Studierende und Absolventen bestimmter Studienfächer richten.

### Online-Karriere-Netzwerke top

Weiterhin wollten die Autoren mit Hilfe der Studie herausfinden, auf welchen Kanälen sich potenzielle Bewerber vorrangig über künftige Arbeitgeber informieren. Nach den Unternehmenswebsites

(86 Prozent) sieht die Zielgruppe vor allem Online-Karriere-Netzwerke wie [squeaker.net](#) (86 Prozent) oder [e-fellows.net](#) (73 Prozent) als am nützlichsten an. Diese haben den großen Vorteil, dass sich Kandidaten dort über mehrere Arbeitgeber umfassend informieren können. So schaffen sie Vergleichsmöglichkeiten und bieten zudem Raum, sich mit anderen Mitgliedern auszutauschen. Unternehmensvertreter können wiederum authentisch mit den Talenten kommunizieren. Die größte Steigerung unter den Info-Kanälen erzielte im Vergleich zum Vorjahr Facebook, das von 16 Prozent auf 53 Prozent der Nennungen steigt, insgesamt aber deutlich hinter den Karriere-Communities zurückbleibt.

### Auswahlkriterien bei der Arbeitgeberwahl

Bei der Frage „Wie wichtig sind die folgenden Kriterien bei der Arbeitgeberwahl?“ konnten die Teilnehmer bei der Studie insgesamt 20 Kriterien auf einer Skala von 1 (unwichtig) bis 10 (sehr wichtig) bewerten. Wie schon im Vorjahr schafften es die Kriterien „Kollegen“ (8,2), „Unternehmenskultur“ (8,1) und „Intellek-

tuell stimulierendes Arbeiten“ (7,9) auf die vorderen drei Ränge. Diese Kontinuität weist auf eine gewisse Langfristigkeit bei den Auswahlprioritäten hin. Trotz intensiver öffentlicher Diskussion spielt „Work-Life-Balance“ (7,2) nach wie vor für die Arbeitgeberwahl im Consulting eine untergeordnete Rolle. Der Grund könnte sein, dass Consulting-affine Bewerber mit hoher Arbeitsbelastung rechnen und das Thema daher weniger hoch priorisieren. Aber immerhin: Die Balance zwischen Berufs- und Privatleben fällt bei ihnen wie im Vorjahr auch stärker ins Gewicht als die Gesichtspunkte „Reputation“ (7,0), „Einstiegsgehalt“ (6,9) oder „Internationalität“ (6,7), was darauf hinweisen könnte, dass auch bei den Consultants von morgen das Thema ins Blickfeld gerückt ist.

### Viel Arbeit und Vier-Sterne-Hotels

Künftige Consultants rechnen dennoch mit sportlichen Arbeitszeiten: Im Durchschnitt sind sie auf eine 60-Stunden-Arbeitswoche gefasst und ebenso darauf, immerhin 25 Prozent des Wochenendes mit Arbeit zu verbringen. Auch die intensive Reisetätigkeit, die das Beraterleben mit sich bringt, ist für sie keine Überraschung: 80 Prozent der Befragten gehen davon aus, als Unternehmensberater künftig drei bis vier Tage pro Woche auf Achse zu sein. Der Nachwuchs erwartet dabei durchaus gewisse Lifestyle-Standards wie die Unterbringung in einem Vier-Sterne-Hotel (67 Prozent). Was die Erwartungen an die Reiseklasse im Flieger angeht, differenziert er zwischen Kurz- und Langstreckenflügen. Bei Inlandsflügen geben sich 84 Prozent mit Economy zufrieden, bei internationalen Flügen sind es 17 Prozent.

### Ranking der Consulting-Arbeitgeber

Welche Consulting-Arbeitgeber sind derzeit besonders beliebt? Es standen 20 Unternehmen zur Wahl, die eine besonders große Rolle bei der Arbeitgeberwahl in der Branche spielen. Die Studienteilnehmer konnten hier auf einer Skala von 1

| Die beliebtesten Unternehmensberatungen |                             |                      |                                 |                      |
|---|-----------------------------|----------------------|---------------------------------|----------------------|
| Rang 2013                               | Unternehmen „Bekanntheit“   | Nennungen in Punkten | Unternehmen „Bewerbungsabsicht“ | Nennungen in Prozent |
| 1                                       | McKinsey & Company          | 3,5                  | The Boston Consulting Group     | 40%                  |
| 2                                       | The Boston Consulting Group | 3,4                  | McKinsey & Company              | 37%                  |
| 3                                       | Roland Berger               | 3,1                  | Booz & Company                  | 28%                  |
| 4                                       | KPMG                        | 3,1                  | Roland Berger                   | 27%                  |
| 5                                       | Deloitte                    | 2,9                  | Bain & Company                  | 25%                  |
| 6                                       | PwC                         | 2,9                  | Oliver Wyman                    | 22%                  |
| 7                                       | Accenture                   | 2,8                  | Siemens Management Consulting   | 18%                  |
| 8                                       | Bain & Company              | 2,7                  | PwC                             | 16%                  |
| 9                                       | Booz & Company              | 2,6                  | A.T. Kearney                    | 12%                  |
| 10                                      | Oliver Wyman                | 2,6                  | Deloitte                        | 12%                  |

Anmerkungen: Skala von 1 (= nicht bekannt) bis 5 (= sehr gut bekannt)

Consulting-affine Hochschulabsolventen und Young Professionals kennen und schätzen vor allem die großen Strategieberatungen. McKinsey und BCG haben die Nase vorn.

(nicht bekannt) bis 5 (sehr gut bekannt) angeben, „wie bekannt“ sie mit den jeweiligen Beratungsunternehmen sind. Hier liegen die großen Strategieberatungen vorn: McKinsey (3,5), The Boston Consulting Group (3,4) und Roland Berger Strategy Consultants (3,1). Gut bekannt als Arbeitgeber für Consultants sind ebenfalls die Beratungssparten der Wirtschaftsprüfungsgesellschaften: KPMG (3,1), Deloitte (2,9) und PwC (2,9). Unternehmen aus dem Inhouse-Consulting sind dagegen eher unbekannt. Diese sollten vor allem ihre Bekanntheit als Arbeitgeber erhöhen und dafür in ihre Arbeitgebermarke investieren. Bekanntheit und Attraktivität stimmen nicht immer überein, hier gab es einige Überraschungen: In der Studie wurden die Teilnehmer auch danach befragt, bei welchen Arbeitgebern sie planen, sich „definitiv“ zu bewerben. Im Ranking der „Bewerbungsabsicht“ liegt die Boston Consulting Group knapp vor McKinsey. Obwohl Oliver Wyman bei der reinen Bekanntheit Rang zehn einnimmt, belegt die Beratung bei der „Bewerbungsabsicht“ den sechsten Rang. Gleiches gilt für Siemens Management Consulting. Die Inhouse-Beratung liegt bei der Bekanntheit nicht unter den Top Ten (Rang 11), bei

der Bewerbungsabsicht jedoch auf dem siebten Rang.

Fazit: Der Studie zufolge zeigt sich der Berater-Nachwuchs derzeit als selbstbewusst und anspruchsvoll. Studierende, Absolventen und Professionals mit den entsprechenden Qualifikationen wissen um ihre Attraktivität auf dem Talentmarkt. Doch ist dieses Selbstbewusstsein zugleich mit entsprechender Leistungsbereitschaft verbunden. Ihre bevorzugten Quellen zur Informationsbeschaffung sind Unternehmenswebsites und Karriere-Communities. Bei gezielten Investitionen in die Arbeitgebermarke und -bekanntheit haben durchaus auch weniger bekannte Unternehmen eine Chance, diese Talente zu erreichen.

#### Mehr zum Thema

Unternehmen können eine **Zusammenfassung der Studie** und eine **firmenspezifische Auswertung** per E-Mail bestellen: [jennifer.wroblewsky@squeaker.net](mailto:jennifer.wroblewsky@squeaker.net).



Autor  
**Stefan Menden**,  
Gründer und Geschäftsführer  
von squeaker.net,  
[stefan.menden@squeaker.net](mailto:stefan.menden@squeaker.net)