

Resümee des Commerzbank-Projektes am Standort München:

„Potentialerhebung im Mittelstandssegment in Süddeutschland – Erschließung und Optimierung von Informationsquellen, Datenauswertung und Aufbau einer erweiterbaren Informationsdatenbank“

Vom 29. Juli 2007 bis 19. September 2007 bearbeiteten Frau Barbara Lorenz (Fachhochschule Augsburg), Frau Jasmin Herrmann (Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen – Geislingen), Herr Christian Butz (Technische Universität München) und Herr Alexander Ivenz (Fachhochschule Augsburg) dieses vielschichtige Projekt während der *praxis academy 2007* im Mittelstandcenter der Commerzbank AG München.

Die Ausarbeitung erfolgte im engen Kontakt mit Herrn Michael Bückler (Mitglied der Geschäftsleitung, Gebietsfiliale München), Herrn Walter Anzengruber (Leitung Abteilung für Firmenkunden, Gebietsfiliale München) und Herrn Ernst Burger (Leitung Mittelstandcenter MSC, Gebietsfiliale München). Durch den direkten Kontakt zur Führungsebene, den Mitarbeitern vor Ort und den Zentralen Abteilungen in Frankfurt am Main, wurde den Studenten ein tiefer Einblick in die Arbeit der Mittelstandsbank ermöglicht.

Der Projektauftrag selbst wurde von Herrn Jochen H. Ihler (Regionalvorstand Süd der Commerzbank AG) initiiert und den genannten Herren zur Betreuung vor Ort übertragen.

Ziel des Projektes:

Durch die Verknüpfung von Studium und Wirtschaft sollte für die Commerzbank AG als Mittelstandsbank Nr.1 eine detaillierte Datenbasis mit den Potentialen im Mittelstand geschaffen werden. Gleichzeitig sollten die vier Studenten neue Ideen in die Neukundenakquisition einbringen.

Ergebnisse und deren weitere Verwendung:

Infolge der hochwertigen Vorbereitung durch das Mittelstandcenter der Gebietsfiliale München konnte das Projektteam mit der Analyse der Datenbestände beginnen und detaillierte Ergebnisse erarbeiten.

Zu diesen Ergebnissen gehört neben digitalen Datenräumen mit allen Daten und Auswertungen zu den vorliegenden Potentialen, Aufbereitungen für eine noch präzisere - auf die Neukundenakquisition abgestimmte - Personalallokation, ersten Berechnungen mit Ertragspotentialen für die herausgearbeiteten Potentiale auch ein Katalog mit Handlungsempfehlungen.

Dieser ist Teil des ausführlichen Berichtes in dem auch Möglichkeiten für weitere Auswertungen der Daten, zum Beispiel unter Berücksichtigung der Prognos-Studie oder Geomarketingaspekten, aufgezeigt wurden. Zusätzlich zum Projektauftrag haben die Studenten eigeninitiativ eine Befragung aller Firmenkundenbetreuer in Süddeutschland vorgenommen und so eine valide Datenbasis an Erfahrungen mit der Neukundenakquisition geschaffen.

Bereits wenige Tage nach der Beendigung des Projektes wurden den Führungskräften in Süddeutschland die Ergebnisse im Rahmen von Workshops vorgestellt.

Zu den Teilnehmern der *praxis academy 2007*:

Die vier Studenten haben durch Ihren Einsatz und die eingebrachten Ideen das Ergebnis des Projektes maßgeblich beeinflusst und so die Neukundenakquisition im Haus der Commerzbank AG unterstützt. Hierbei haben alle unsere Erwartungen an einen Teilnehmer des Campus of Excellence übertroffen.

Aussagen über die Empfehlung einer Beteiligung als Partnerunternehmen:

Als Partnerunternehmen hat man Zugriff auf einen Bewerberpool mit überdurchschnittlichen Studenten aller Fachrichtungen und somit potentiellen Nachwuchskräften. Die siebenwöchige Praktikumsdauer dient neben der Projektbearbeitung dem gegenseitigen Kennenlernen und einer ersten Einbindung der ausgewählten Studenten in das Unternehmen.

Die Partnerunternehmen profitieren sehr durch die Perspektive der Studenten als „Externe“, die ohne Voreinnahme und Beeinflussung an anspruchsvolle Aufgaben herangehen und so dem Unternehmen einem außerordentlichen Mehrwert liefern. Daher empfiehlt die Commerzbank AG München eine Beteiligung an der *praxis academy* vorbehaltlos.