



WIRTSCHAFT
FH MAINZ
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES



JAHRBUCH 2009/2010

FACHHOCHSCHULE MAINZ
FACHBEREICH WIRTSCHAFT



Prof. Dr. Ulrich Schüle
Dekan Fachbereich Wirtschaft

Liebe Leserinnen und Leser,

das zurückliegende Studienjahr wurde für unseren Fachbereich vom Umzug in den neuen Campus geprägt. Innerhalb von nur vier Tagen hatten wir über Fastnacht das neue Gebäude bezogen und nach weiteren zwei Tagen inmitten von Kisten und Bauabdeckungen mit 800 Studierenden aus den berufsintegrierenden Studiengängen den Vorlesungsbetrieb wieder aufgenommen. Ich möchte allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern noch einmal herzlich für ihren Einsatz danken; auch den Studierenden sei Dank gesagt für ihre Flexibilität und ihr Verständnis für die Einschränkungen in den ersten Wochen.

Die Architektur unseres neuen Gebäudes strahlt die Offenheit einer modernen Hochschule aus. Für den Fachbereich Wirtschaft gehört das offene Gespräch mit seinen Partnern in Wirtschaft und Gesellschaft zum Selbstverständnis. Wir freuen uns, dass wir neben unserer Kernaufgabe, der Lehre in den Studiengängen, in vielen Praxisprojekten den Kooperationsunternehmen unser Know-how anbieten können – in Form von Abschlussarbeiten, dem „Strategie-Cockpit“ und gemeinsamen Workshops.

Wir sind auch stolz darauf, dass sich uns viele Führungskräfte aus der Wirtschaft als Lehrkräfte zur Verfügung stellen – eine Bereicherung des Studiums und Garant für die für uns als Fachhochschule so wichtige Verzahnung von Theorie und Praxis.

Prof. Dr. Ulrich Schüle

Die etwas andere Bilanz - das erste Semester am neuen Standort ist vorbei

Verena Schmitt



Verena Schmitt absolvierte im August 2009 erfolgreich ihr BWL-Studium mit dem Schwerpunkt Kommunikationsmanagement.

Nach dem Umzug des Fachbereichs Wirtschaft im Februar 2009 von der Bruchspitze zum neuen Standort in der Lucy-Hillebrand-Straße, ist es Zeit, einmal Bilanz zu ziehen. Wie kommt die neue FH bei Studenten und Mitarbeitern an? Was hat sich verändert?

Von außen betrachtet lässt das neue Gebäude bereits einige Vorteile erkennen: Große Fensterfronten lassen viel Licht ins Innere, die schlichte Architektur ist zeitlos und bietet viel Platz.

Betritt man die Fachhochschule durch den Haupteingang, lässt die großzügige Eingangshalle viel Raum und wirkt durch die beiderseitigen Glasfronten sehr hell. Sie verbindet die einzelnen Gebäudeteile und beherbergt Zentrale und Mensa. Sitzmöglichkeiten laden zum Essen oder auch Lernen ein. Die neue Bibliothek bietet ein wesentlich größeres Raumangebot, was das Lernen und das Schreiben der Abschlussarbeiten angenehmer gestaltet. Ein weiterer Vorteil des Neubaus ist, dass die zentrale Verwaltung unter dem gleichen Dach angesiedelt ist. Dies vereinfacht und verkürzt Wege und erleichtert den Austausch.

Prof. Dr. Herbert Paul fühlt sich am neuen Standort bereits wohl: „Am neuen Gebäude gefallen mir die großen Fenster und die hellen, funktional gestalteten Vorlesungsräume. Ich arbeite sehr gerne im neuen Gebäude. Wünschenswert wäre, wenn die Lüftungsanlage auch entsprechend den ursprünglichen Vorgaben arbeiten würde.“

Die Vorlesungsräume bieten ein ansprechendes Lehr- und Lernumfeld und sind auch technisch sehr gut ausgestattet. Auch die Büros in den oberen Stockwerken sind „licht- und sonnendurchflutet – aber im Sommer leider die reinste Sauna“, wie Prof. Dr. Anett Mehler-Bicher bemerkt. Anne Rosenbauer sieht einen Vorteil in den Sichtfenstern der Büros zu

den Fluren. So gibt es weniger Störungen bei der Beratung der Studenten, da man von außen erkennt, ob gerade noch eine Besprechung stattfindet.

Auch der FH-Blog – ursprünglich eingerichtet, um Informationen rund um den Neubau und den damit verbundenen Umzug zu bieten – hat sich bereits mit Meinungen zum Neubau in Schrift und Ton befasst. In einem von Studenten im Rahmen der Option „Medienökonomie“ erstellten Podcast wird deutlich, wie unterschiedlich die Geschmäcker sein können. Kontrovers diskutiert wird vor allem der Sichtbeton, der im gesamten Gebäude verwendet wurde. Vielen ist das Gebäude etwas zu grau, die bunten Stühle werden daher sehr positiv aufgenommen. Eine Studentin formulierte es folgendermaßen: „Die Studenten bringen hier die Farbe rein.“ Ganz besonders gut kommen bei den Studenten die Aufzüge an. Nicht zuletzt wegen der „sexy Stimme“ der Sprachansage.

Dass man jedoch auch in diesem Punkt unterschiedlicher Meinung sein kann, bestätigt Prof. Dr. Heinrich Holland: „Wirklich gut finde ich die unsäglichen Ansagen im Fahrstuhl. Was soll daran gut sein? Nun, die nervige Fahrstuhl-Stimme führt dazu, dass ich immer die Treppen zu meinem Büro im dritten Stock nehme und so in Bewegung bleibe! Ansonsten gefällt mir der Neubau sehr gut, ein großer Schritt für die FH in die richtige Richtung!“

Unter dem Strich ist der Grundtenor der Befragten ist deutlich positiv und es wird klar, dass die neue Fachhochschule an Attraktivität gewonnen hat. In den kommenden Monaten wird es noch einige weitere Veränderungen geben. So wird beispielsweise das Parkhaus fertig gestellt werden und somit den bestehenden Parkplatz ablösen. Sicherlich gibt es noch Verbesserungen vorzunehmen, aber Rom wurde auch nicht an einem Tag erbaut. ■



VORWORT

PROF. DR. ULRICH SCHÜLE

DIE ETWAS ANDERE BILANZ - DAS ERSTE SEMESTER AM NEUEN STANDORT IST VORBEI

VERENA SCHMITT

1. VERANSTALTUNGEN

- 7 Sozialkompetenz – Das Instrument der Qualitätssicherung | AWET CAHSAI
- 8 Sozialkompetenz im beruflichen Alltag – Studierende der FH Mainz schulen Azubis der Sparda-Bank Hessen
LISA VASHOLZ
- 10 Erster Mädchen-Zukunftstag im Neubau der Fachhochschule Mainz | SABINE WEIS
- 12 Veranstaltungen Fachbereich Wirtschaft von Oktober 2008 bis September 2009
- 14 „Open your fridge and I tell you who you are“ – Alexander Falser, Head of Marketing Intelligence Nestlé Germany stellt im Rahmen des M³ Forums die „Nestlé-Studie – bringing a vision to life“ vor | ANNE-KATHRIN BRUNIER
- 16 Löcher in den Bauch fragen – Kinderuni an der FH Mainz
BRIGITTE SEIFRIED
- 19 „Dialog zwischen Praxis und Hochschule“ – 1. HR-Forum war eine gelungene Plattform zum Erfahrungsaustausch und zum Aufbau neuer Kontakte | VERENA SCHMITT

2. INTERNATIONALES

- 22 Internationales Managementseminar des WIN-MBA: Vietnam – ein Land im Aufbruch
PROF. DR. BERND-DIETER WIETH
- 26 Die Internationale Woche an der Fachhochschule Mainz
ARIANE GÖBEL, SABINE KLEBIG, PROF. DR. DANIEL PORATH
- 30 Neue Doppel-Master-Abkommen mit der Università degli Studi in Brescia und der Universidad del Rosario in Bogotá | PROF. DR. DANIEL PORATH, PROF. DR. ULRICH SCHÜLE
- 32 Einmal gesehen ist mehr als hundert Mal gehört – Studierende der FH Mainz erkunden die BRIC-Staaten
PROF. DR. ANDREA BEYER
- 34 Mein Auslandssemester in Thessaloniki – wahrhaftig ein großes Abenteuer | NIKI MAVRENA

36 València von A bis Z | ANNETTE CRASSELT

- 39 Erfahrungsbericht über mein Auslandssemester an der University of Brighton | MARKUS HIERONYMI
- 41 Nem beszélek magyarul – Ich spreche kein Ungarisch
MATTHIAS PARATSCH
- 43 Fünf Jahre COEUR – über China in die Welt
PROF. DR. MATTHIAS EICKHOFF
- 46 International Summer Semester an der Sungkyunkwan University (SKKU) in Seoul, Südkorea | STEFAN HEINRICH
- 48 Ein Akademisches Jahr an der Coastal Carolina University
ÖZGÜR TAKMAZ

3. FORSCHUNGSVORHABEN UND PROJEKTE

- 50 ifams Beitrag zur Initiative Gesundheitswirtschaft in Rheinland-Pfalz: Zukunftsfähigkeit von e-Home und e-Health-Lösungen | JUTTA ALBRECHT, TIM KOHMER, PROF. DR. HANS-CHRISTOPH REISS
- 54 Carbon Footprint von Druckprodukten
PROF. DR. ING. VOLRAD WOLLNY
- 57 Business Creativity Module – EU-Entwicklungsprojekt erfolgreich abgeschlossen
PROF. DR. MATTHIAS EICKHOFF
- 59 Auditing, Taxation, Management und Public Private Partnership: Vier weitere Master-Studiengänge starten im Sommersemester 2010 | ALEXIA RÖSSLER
- 60 TOEFL und TOEIC – ein Plus auf dem Lebenslauf durch Weiterbildungsmöglichkeiten an der Fachhochschule Mainz | CHRISTIN REICHHARDT
- 62 Applied Projects 2008/2009
PROF. DR. WERNER HILLEBRAND, PROF. DR. RÜDIGER NAGEL
- 68 Autorenschmiede am Fachbereich Wirtschaft: BWL-Studierende werden zu Schriftstellern
THERESE BARTUSCH-RUHL

4. DIPLOMARBEITEN/BACHELORARBEITEN

- 70 Die Finanzierung und Akquirierung von finanziellen Mitteln und deren Abhängigkeit vom sportlichen Erfolg bei Profifußballvereinen | MANUEL WALTER
- 73 Free Trade Agreements in Korea | JÜRGEN ZIMMER

5. NEU AN DER FACHHOCHSCHULE

- 75 PROF. DR. HANNO M. KÄMPF
- 75 PROF. DR. MARKUS NAUROTH
- 76 PROF. DR. JENS REINHARDT
- 77 MARION SCHMITT
- 77 JUTTA ALBRECHT
- 78 ANNE-KATHRIN BRUNIER
- 78 ANN-STEPHANE SCHÄFER
- 79 PATRICIA NAGEL
- 79 NATASCHA LOHÖFER
- 80 PROF. DR. RANDOLF SCHRANK

6. WETTBEWERBE/PREISE

- 81 Der Silber Award der Fachhochschule Mainz beim 13. Junior Agency Award | CONSTANTIN KÄLLER
- 84 „Man schafft nicht viel, wenn man alleine ein Haus bauen will“ – Patrick Grömig, Diplom-Betriebswirt (FH) erhielt den Kurt-Dörr-Preis | THERESE BARTUSCH-RUHL
- 85 Das Institut für Unternehmerisches Handeln (IUH) der Fachhochschule Mainz | PROF. DR. SVEN FISCHBACH
- 87 „Essen, schlafen, trinken, SAP“ – SAP AG zertifiziert Studierende des Fachbereichs Wirtschaft der FH Mainz
THERESE BARTUSCH-RUHL

7. ABSOLVENTENPROFILE

- 90 JOACHIM TROTT
- 92 ANETA OKUNOWSKA
- 94 CARSTEN MAYBACH
- 96 MAGDALENA PFLEGER
- 100 SEBASTIAN KETTERN
- 102 MARKUS KLOMANN
- 104 ALEXANDER KISSEL
- 108 Absolventinnen und Absolventen des Jahrgangs 08/09
- 110 Professorinnen/Professoren und ihre Lehrgebiete

Sozialkompetenz - Das Instrument der Qualitätssicherung

Awet Cahsai



Awet Cahsai,

21 Jahre, studiert im 3. Semester BWL an der Fachhochschule Mainz. Neben seinem Vollzeitstudium arbeitet er seit zwei Jahren als Online Redakteur für PUR. Bei PUR handelt es sich um ein Unter Magazin von Journal Frankfurt, das sich mit den Themen Night Life, Style und Movie in Frankfurt, Darmstadt, Mainz und Wiesbaden befasst. Das Magazin erscheint einmal im Monat mit einer Auflage von 50.000 Exemplaren in allen angesagten Clubs, Shops und Bars.

Zu meinen Hobbys gehören:
Fußball (SG Rosenhöhe in Offenbach),
Fitness, Tennis, Politik, Wirtschaft und Reisen.

Sozialkompetenz? Die meisten Menschen denken sich: „Sozialkompetenz? Klar, das haben wir! Wir können mit Kollegen, Freunden, Professoren sowie Mitmenschen gut umgehen und zusammenarbeiten. Fachliche Kompetenz ist zudem viel wichtiger.“ Doch dies ist nicht richtig. Um zu verstehen, und die richtige Erklärung hierfür bei Workshops weitergeben zu können, entstanden in der Lehrveranstaltung „Sozialkompetenz“ – einer Wahlpflichtfachoption im ersten Semester von Herrn Prof. Dr. Ulrich Kroppenber – sechs Workshops für Unternehmungsgründer. Nach zweimonatiger Ausarbeitung und Recherche sowie Informationen und Erläuterungen aus den Vorlesungen von Herrn Prof. Dr. Ulrich Kroppenber wurden

diese Werke fertig gestellt. Dieses Projekt nahmen sich 24 BWL-Studierende der Fachhochschule Mainz zu Herzen.

Am 06.10.2008 begann die Einführung in das Modul sowie die Organisation des Semesters. Dadurch, dass dieses Modul ein sehr großes Spektrum an unterschiedlichen Themen abdeckt, widmeten wir uns am 13.10. 2008 der Aufteilung der Workshopthemen nach den individuellen Präferenzen. Nach genau eineinhalb Monaten war es dann soweit: Die ersten Präsentationen der internen Kurzworkshops hatten Premiere. Hierbei konnten sich die jeweiligen Gruppen ein erstes Feedback von den Studierenden und dem Leiter der Lehrveranstaltung Herrn Prof. Dr. Ulrich Kroppenber abholen.

Vom 15.12. bis 17.12.2008 präsentierten die 24 Studierenden ihre vorbereiteten Workshops den Existenzgründern bzw. -gründerinnen in der Handwerkskammer Rheinhessen in Mainz. Zu Beginn stellte die erste Gruppe ihren Workshop zum Thema Kommunikation vor. Dieser beinhaltete Definitionen zur verbalen und nonverbalen Kommunikation, Kommunikationsmodelle sowie Instrumente zur Förderung der Kommunikation. Thema des Workshops einer weiteren Gruppe war die Selbst- und Fremdeinschätzung. Genau gesehen wurde vorgestellt, welche Verwendungsmöglichkeiten eine Selbst-/ Fremdeinschätzung für Unternehmer/innen hat, und welche Methoden hierzu verwendet werden können.

Am folgenden Tag erläuterten Studierende das Thema Rhetorik/Körpersprache. Weitere vier Gruppen beschäftigten sich mit der Stressbewältigung. Hier lag der Schwerpunkt bei der entsprechenden Rhetorik, der Visualisierung und einer angemessenen Körpersprache. Bestandteil der Stressbewältigung ist zusätzlich die Analyse der Stresssymptome und das Bewusstsein, diesen mit Übungen und Maßnahmen im Alltag sowie im Unternehmen aus dem Weg gehen zu können.

Am dritten Tag der Workshops präsentierten die letzten beiden Gruppen ihre Projekte zum Thema Teamarbeit und Selbstmanagement. Hierzu wurden viele Beispiele für das Zustandekommen perfekter Teamarbeit dargestellt. Besonderen Wert wurde auf Zielbildung, Priorisierung und Zeitmanagement bei der Unternehmensführung gelegt.

Sämtliche Workshops wurden mit vielen Übungen, wie zum Beispiel die Potenzialanalyse, umgesetzt.

Honoriert wurde unser Aufwand mit zahlreichen positiven Rückmeldungen der Existenzgründer/innen sowie der Presse, die vor Ort vertreten war und eine Vielzahl von Artikeln veröffentlichte (Allgemeine Zeitung Mainz, Mainzer Rhein-Zeitung, Handwerksblatt Rheinhessen).

Das Ziel unserer Kurzworkshops, die Existenzgründer/innen auf ihrem Weg in die Selbstständigkeit zu unterstützen, indem sie erfuhren wie sie sich selbst gut organisieren, die eigenen Fähigkeiten erkennen und richtig im Team einsetzen können sowie zielgerichtet kommunizieren können, konnte somit erreicht werden.

Zusätzlich ist jedoch auch zu erwähnen, dass wir, die Studierenden, neben einer attraktiven Projektbescheinigung für den Lebenslauf ebenso eine Menge für unser weiteres Studium und den zukünftigen Berufsweg mitnehmen konnten. ■

Diese Veranstaltung entstand in einer Kooperation zwischen der Fachhochschule Mainz und der Handwerkskammer Rheinhessen.

Herausgeber:

Fachhochschule Mainz
Fachbereich Wirtschaft
Lucy-Hillebrand-Straße 2
55128 Mainz
Tel.: 0 61 31 / 628 - 0
<http://fh-mainz.de>
E-Mail: info@wiwi.fh-mainz.de

Redaktion:

Prof. Dr. Andrea Beyer
Diplom-Volkswirtin Petra Carl
Prof. Dr. Claudia Kurz
Prof. Dr. Daniel Porath
Therese Bartusch-Ruhl

Design und Titelbild:

Uwe Zentgraf
Diplom-Designer (FH)

Druck:

Rheindruck Bingen

Redaktionsschluss:

15. September 2009

Sozialkompetenz im beruflichen Alltag - Studierende der FH Mainz schulen Azubis der Sparda-Bank Hessen

Lisa Vasholz



Lisa Vasholz ist Studentin der Betriebswirtschaftslehre an der Fachhochschule Mainz.

Nach drei Monaten Vorlesung „Sozialkompetenz“ bei Prof. Dr. Ulrich Kropfenberg, stehen wir BWL-Studierende im 1. und 2. Semester vor einer großen Herausforderung: 20 Auszubildende der Sparda-Bank Hessen Filiale in Frankfurt am Main sollen nun mit uns die erarbeiteten Konzepte im Bereich der Soft Skills im Rahmen von Workshops umsetzen.

Gesagt, getan. Der erste Workshoptag startet mit der allgemeinen Projektvorstellung. Fragen wie „Welchen Nutzen können die Auszubildenden daraus ziehen?“ und „Was bringt das Ganze eigentlich den Studenten der FH?“, sollen hier beantwortet werden. Darüber hinaus werden auch schon die einzelnen Gruppen und Themen kurz erläutert. Nach

den Einführungen geht es nun endlich zur Umsetzung unserer bereits in der Vorlesung besprochenen und durchgespielten Workshops. Den Anfang macht der Workshop „Motivation“. Weitere Themen wie „Rhetorik und Körpersprache“, „Verhandlungskunst“ und „Kommunikation und Kultur“, werden in den kommenden drei Tagen den Azubis durch unterschiedliche Medien, wie der Metaplanwand oder dem Flipchart, visualisiert und erläutert.

Dabei stellen drei bis vier Studierende ein Thema vor. Eingebaute Interaktionen, bei denen die Auszubildenden durch praxisorientierte Übungen aktiv das einzelne Thema erleben, machen den Workshopteilnehmern sichtlich Spaß. „Super,

dass wir die Theorie gleich in die Praxis umsetzen“, freut sich die Bankauszubildende Swetlana Werjaskin. Durch die rege Mitarbeit und die steigende Teilnahme von Übung zu Übung verfliegt auch immer mehr die anfängliche Aufregung bei uns Studierenden. Das Eis zwischen uns und den Auszubildenden ist schnell geschmolzen und niemandem ist es unangenehm, sich zu Wort zu melden.

Die Workshops verlaufen unterschiedlich. Die Azubis beantworten Fragen in Gruppenarbeit und stellen diese anschließend an der Metaplanwand vor oder es wird in Form von Rollenspielen ein Beratungsgespräch simuliert. Durch Unterstützung von Video- und Hörsequenzen werden unter anderem die Sinne geschult. Darüber hinaus werden Erfahrungsberichte ausgetauscht und Tipps und Tricks für die Anwendung im beruflichen und privaten Alltag verraten. „Über einige Themen habe ich mir noch nie detailliert Gedanken gemacht. Aber toll, dass uns das jetzt für den Alltag auf der Arbeit hilft“, merkt Mona Schumann, ebenfalls Bankazubi, an.

Die Auszubildenden und wir haben in diesen drei Tagen durch die Workshops gelernt, was sich hinter dem Begriff „Sozialkompetenz“ oder den so genannten „Schlüsselkompetenzen“ verbirgt. „Dadurch, dass wir uns selbst in der Vorbereitung der Workshops ausführlich mit den Themen auseinander gesetzt haben, haben auch wir viel dazugelernt“, teilt Katharina Dräger aus der Arbeitsgruppe „Konfliktbewältigung“ mit. Vor einem unbekanntem Publikum zu präsentieren, dabei sicher aufzutreten und mit Feedback umzugehen, war auch für Hanna Schuster, BWL-Studentin im 1. Semester, eine große Erfahrung: „Klar ist man am Anfang erst mal aufgeregt, aber nach einer gewissen Zeit war die Nervosität wie weggeblasen!“ Somit konnten die kleineren und größeren Herausforderungen gemeinsam gemeistert werden und auf beiden Seiten eine positive Resonanz gezogen werden. ■



Erster Mädchen-Zukunftstag im Neubau der Fachhochschule Mainz

„Es war schön und interessant!“

Diplom-Betriebswirtin (FH) Sabine Weis



Sabine Weis
Fachhochschule Mainz

Beim neunten Girls'Day – Mädchen-Zukunftstag erkundeten bundesweit über 126.000 Schülerinnen Technik und Naturwissenschaften. Die Beteiligung von Betrieben, Hochschulen und Forschungseinrichtungen stieg seit dem Start der Aktion im Jahr 2001 kontinuierlich auf über 9.000 Veranstaltungen zum Girls'Day 2009.

Die Fachhochschule Mainz beteiligte sich bereits zum siebten Mal am Aktionstag und bot 67 Mädchen die Möglichkeit, ihren Mädchen-Zukunftstag an der Fachhochschule zu verbringen. Auf dem Campus schnupperten 56 Mädchen in drei Workshops Studiumsluft.

Unter der Leitung von Prof. Dr. Anett Mehler-Bicher bauten 13 Schülerinnen einen Lego-Roboter, den sie anschließend selbst programmierten. Roberta lernte tanzen, trompetete und drehte sich auf Anordnung der Schülerinnen mehrfach im Kreis. Für die Lösung mancher Aufgaben mussten die Mädchen mathematisches Verständnis mitbringen. Wie bringt man Roberta dazu, einen Winkel von 90° zu fahren? Wie lange muss sie geradeaus fahren, damit sie genau die Strecke von einem Meter vorwärts fährt?

Im Workshop „Homepagegestaltung“ bei Rainer Rapp konnten 23 Mädchen bei der Gestaltung der eigenen Homepage ihrer Kreativität freien Lauf lassen. Allerdings stand vor der Praxis zunächst die unausweichliche Theorie.

Bei Prof. Dr. Ulrich Kroppenberger redeten 20 Mädels im Workshop „Körpersprache“ buchstäblich mit Händen und Füßen. Es wurde viel gelacht und gealbert, denn dabei konnten die Mädchen ihre eigene Körpersprache und die ihrer Mitschülerinnen am besten beobachten.

Die Mehrheit der Mädchen war sich einig: „Es hat viel Spaß gemacht und wir haben viel gelernt!“ Insgesamt hat ihnen der Aktionstag auf dem neuen Campus der Fachhochschule gut gefallen.

Wie in jedem Jahr wurde der Girls'Day mittels einer Fragebogenerhebung durch die Teilnehmerinnen bewertet. Der vorliegende Bericht fasst die Ergebnisse der Auswertung zusammen und spiegelt damit das Bild der Mädchen und den Erfolg der Veranstaltung für die Fachhochschule Mainz Standort Campus wider.

In der Gesamtbewertung der Workshops durch die Teilnehmerinnen ergibt sich eine Durchschnittsnote von 1,8. Dies entspricht einem guten Ergebnis. Eine kurze Auswertung der jeweiligen Workshops folgt im Einzelnen.

Workshop A – Programmieren einer Homepage

Durchschnittsnote 1,9

Das Gestalten am PC und die direkte Anwendung der Theorie haben den Schülerinnen am besten gefallen. Obwohl für einige Mädchen die Theorie zunächst zu kompliziert und zu viel erschien, waren alle mit dem Inhalt des Kurses zufrieden. Einige wünschten sich, dass sie noch länger an der Gestaltung hätten arbeiten können.

Workshop B – Roberta - Lego für Mädchen

Durchschnittsnote 2,0

Besonders gut hat den meisten Mädchen der Bau des Roboters gefallen. Auch das freie Programmieren von Roberta kam bei den Schülerinnen gut an. Zum Einstieg hätten sich einige ein Kennenlernspiel gewünscht und insgesamt mehr Teamarbeit außerhalb der Zweiergruppen.

Workshop C – Körpersprache

Durchschnittsnote 1,5

Auch in diesem Jahr wurde die Atmosphäre im Workshop besonders gelobt. Die praktischen Übungen kamen ebenfalls sehr gut bei den Schülerinnen an. Eine Schülerin wünschte sich am Ende des Aktionstages ein Bewerbungsgespräch nachzuspielen, alle anderen waren mit dem Workshop völlig zufrieden.

Hier einige Statements der Schülerinnen zum Girls'Day im Fachbereich Wirtschaft:

Workshop A – Homepage

Ich fand die Veranstaltung gut und der Übungsleiter konnte alles gut erklären.

Ich fand es gut und informierend!

Es gefällt mir!!!

It was nice!

Es hat mir sehr gut gefallen!

Ich fand es interessant und ich habe was dazugelernt.

Workshop B – Roberta

Es hat Spaß gemacht!

Ich fand es auch interessant an einer Fachhochschule sein zu dürfen, und dass ich mich mit Dingen beschäftigen konnte, mit denen ich noch keine Erfahrungen gesammelt habe.

Ich finde es interessant zu sehen, wie technische Dinge mit dem Computer/der Informatik in Verbindung stehen und funktionieren.

Es war schön und interessant.

Workshop C – Körpersprache

Es hat mir sehr viel Spaß gemacht.

Tolle Leute, die informiert haben.

Ich fand den Tag sehr gut und interessant.

Ich fand die Veranstaltung ziemlich gut. Sie hat mir viel Spaß gemacht.

Netter „Lehrer“ – sehr interessant! ■



Workshop A – Homepage



Workshop B – Roberta



Workshop C – Körpersprache

Veranstaltungen Fachbereich Wirtschaft von Oktober 2008 bis September 2009*

*Die Veranstaltungen sind in chronologischer Reihenfolge zusammengestellt von Therese Bartusch-Ruhl

- **Versicherungsbetrug – Volkssport ohne Folgen?**
Dr. Friedrich Caspers, Vorstandsvorsitzender der R+V Versicherung AG
Vortragsreihe M³ Forum – Management.Marketing.Mainz
Veranstalter: Prof. Dr. Herbert Paul, Prof. Dr. Oliver Kaul,
Mitorganisator: Prof. Dr. Karl H. Wöbbeking
- **Zu den eigenen Stärken stehen und das persönliche Potenzial leben**
Claudia Huberti, Diplom-Psychologin, Anette Kassing, Pfarrerin der ESG
Seminar in der Veranstaltungsreihe „Soziale Kompetenz fördern“
Veranstalter: FB Wirtschaft in Zusammenarbeit mit der ESG (Evangelische Studierenden Gemeinde)
- **E-Appointment-Systeme**
Hartwig Schulz, Geschäftsführer von Terminland
Gastvortrag im Rahmen der Lehrveranstaltung e-Business (awis) von Prof. Dr. Anett Mehler-Bicher
- **Abschlussfeier für Absolventen**
- **Do's und Don'ts im Businessplan**
Was wollen Banken und Business-Angels sehen?
Wie vermeide ich häufige Fehler?
Workshop mit Prof. Dr. Sven Fischbach
- **Vision und Leitbild**
Prof. Dr.-Ing. Udo Ungeheuer, Vorstandsvorsitzender der Schott Glas AG
Vortragsreihe M³ Forum – Management.Marketing.Mainz
Veranstalter: Prof. Dr. Herbert Paul, Prof. Dr. Oliver Kaul
- **Matching-Veranstaltung der Business Angels Rheinland-Pfalz**
Unternehmern präsentieren Investoren Ihre Geschäftskonzepte
- **Basisseminar Existenzgründung**
Überblick über alle grundlegenden und relevanten Aspekte der Selbständigkeit
- **Jägermeister – Vom Magenbitter zum weltweiten Szenedrink**
Jack Blecker, Vorstandsmitglied Marketing der Mast-Jägermeister AG
Vortragsreihe M³ Forum – Management.Marketing.Mainz mit anschließendem Empfang mit Spezialitäten des Hauses Jägermeister.
Veranstalter: Prof. Dr. Herbert Paul, Prof. Dr. Oliver Kaul
- **Entrepreneur-Treff**
Treffen von gründungsinteressierten und selbständigen Studierenden (Information, Erfahrungsberichte, Networking und mehr)
- **Businessstreff Mittelstand Mainz**
Informationen und Networking
IUH und regionale Partner
- **Öffentliche Abschlusspräsentation der Geschäftspläne**
6. Semester BA
Veranstalter: IUH
- **Die CO2-Bilanz der BASF**
Dr. Markus Piepenbrink (BASF)
Gastvortrag im Rahmen des Workshops „Ökonomie des Klimawandels“ von Prof. Dr. Margareta Kulesa und Prof. Dr. Agnes Sputek
- **Basisseminar Existenzgründung**
Überblick über alle grundlegenden und relevanten Aspekte der Selbständigkeit
Veranstalter: IUH
- **Globalisierung aus heutiger Sicht**
Prof. Dr. Dr. Andreas Barner, Sprecher der Unternehmensleitung der Boehringer Ingelheim GmbH
Vortragsreihe M³ Forum – Management.Marketing.Mainz
Veranstalter: Prof. Dr. Herbert Paul, Prof. Dr. Oliver Kaul
- **Girls' Day 2009**
- **Controlling bei Abbott**
Thierry Coosemans, Deutsche Börse AG
Gastvortrag im Rahmen der Lehrveranstaltung Operatives Controlling von Prof. Dr. Sven Fischbach
- **Internationale Woche**
- **The Nestlé Study: Bringing a Corporate Vision to Life**
Alexander Falser, Nestlé Deutschland AG, Head of Market Intelligence
Vortragsreihe M³ Forum – Management.Marketing.Mainz
Veranstalter: Prof. Dr. Herbert Paul, Prof. Dr. Oliver Kaul
- **In 15 Monaten zum Master**
Informationsabend
Veranstalter: Prof. Dr. Rüdiger Nagel, Studiengangsleiter
Master of Science International Business und Claudia Dolle-Gschweng, Programm-Koordinatorin und Recruiting
- **Tag der offenen Tür**
- **Homecoming-Event**
FH-Fest für Alumni und Mitarbeiter
- **Personalarbeit in der Krise**
Vortrag: Univ.-Prof. Dr. Manfred Becker
Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
- **Psychographische Marktsegmentierung**
Ingo Grosch, Strategic Planner bei LeoBurnett
Gastvortrag im Rahmen der Lehrveranstaltung Marktforschung und Planung (BWL B.A., 5. Semester) von Prof. Dr. Heinrich Holland
- **Infoveranstaltung für den Weiterbildungsstudiengang für Ingenieure und andere Nicht-Wirtschaftswissenschaftler zum Master of Business Administration (WIN-MBA)**
Prof. Dr. Bernd-Dieter Wieth (Studiengangsleiter)
- **Infoveranstaltung für den Weiterbildungsstudiengang für Ingenieure und andere Nicht-Wirtschaftswissenschaftler zum Master of Business Administration (WIN-MBA)**
Prof. Dr. Bernd-Dieter Wieth (Studiengangsleiter)
- **Veränderungsmanagement bei der DB Netz AG**
Michael Picker, DB Netz AG
Gastvortrag im Rahmen des Seminars „Führung, Personal- und Organisationsentwicklung“ von Prof. Dr. Susanne Rank
- **Pilotprojekt – Online English-Test**
Veranstalter: Fachgruppe Sprachen in Kooperation mit der Oxford University Press
- **Jugend gründet**
Kick-off-Veranstaltung in der Fachhochschule Mainz
Veranstalter: IUH
- **Mittelstandstag Rheinland-Pfalz**
Krisenmanagement, Unternehmensfinanzierung, Internationalisierung
- **Basisseminar Existenzgründung**
Überblick über alle grundlegenden und relevanten Aspekte der Selbständigkeit
Veranstalter: IUH
- **Making Change Work**
Jan Neumann, IBM Consulting Service
Gastvortrag im Rahmen des Seminars „Change Management.“ von Prof. Dr. Susanne Rank
- **Symposium zur Unternehmensnachfolge**
Veranstalter: IUH, 1stconcept, Deutsche Bank, HWK und IHK
- **Concepticus – 2. Nationale Konzept- und Ideenbörse**
Veranstalter: IUH, 1stconcept, Deutsche Bank, HWK und IHK
- **Wenn die Steuerfahndung Ernst macht**
Regierungsdirektor Stefan Rolletschke, stv. Leiter des Rechnungsprüfungsamts für Steuern (Münster), Autor eines Steuerstrafrechtskommentars
Veranstalter: Prof. Dr. Bardo Kämmerer, Prof. Dr. Werner Hillebrand
- **Der Verbriefungsmarkt: Aktuelle Entwicklungen**
WP Christian Bauer, Partner bei KPMG in Frankfurt am Main, tätig im Bereich Audit, Financial Services
Veranstalter: Prof. Dr. Arno Peppmeier, Prof. Dr. Werner Hillebrand
- **Infoveranstaltung für den Weiterbildungsstudiengang für Ingenieure und andere Nicht-Wirtschaftswissenschaftler zum Master of Business Administration (WIN-MBA)**
Prof. Dr. Bernd-Dieter Wieth (Studiengangsleiter)
- **Unbezahlbar: Wege zum erfolgreichen Netzwerk**
Gründertag des Landes Rheinland-Pfalz
Veranstalter: IUH
- **Islamic Finance**
Dr. Johannes Engels, Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht
- **European prospectus law**
Jochen Robert Elsen, Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht
Gastvorträge MA.IBs
Veranstalter: Prof. Dr. Lars Jäger (FH Worms), Prof. Dr. Ulrich Schüle
- **BilMoG im Klartext: Das neue Bilanzrecht**
WP/StB/CPA Thomas Grimm, Senior Manager bei PricewaterhouseCoopers in Frankfurt am Main, Mitglied des BilMoG-Expertenteams.
Veranstalter: Prof. Dr. Werner Hillebrand, Prof. Dr. Bardo Kämmerer, Prof. Dr. Arno Peppmeier
- **Informationsveranstaltung BIS**
- **Informationsveranstaltung awis**
- **Unternehmerinnentag des Landes Rheinland-Pfalz**
u. a. mit IUH-Workshop zu den „Do's und Don't's im Businessplan“ mit Prof. Dr. Sven Fischbach und Patricia Nagel
- **Öffentliche Abschlusspräsentation der Geschäftspläne**
6. Semester BA
Veranstalter: IUH
- **Matching-Veranstaltung der Business Angels Rheinland-Pfalz**
Unternehmen präsentieren Investoren ihre Geschäftskonzepte
- **1. HR-Forum Mainz: Innovative Personalentwicklung erfolgreich umsetzen**
- **2. Regionalkonferenz awis - Praxisprojekttag** ■

„Open your fridge and I tell you who you are“

Alexander Falser, Head of Marketing Intelligence Nestlé Germany stellt im Rahmen des M³ Forums die „Nestlé-Studie - bringing a vision to life“ vor

Anne-Kathrin Brunier



Anne-Kathrin Brunier
Fachhochschule Mainz

Das M³ Forum: (Management.Marketing.Mainz), initiiert durch Prof. Dr. Herbert Paul und Prof. Dr. Oliver Kaul, ist ein Vortragsforum der FH Mainz. Mit vielfältigen Vorträgen und Diskussionen ermöglicht es jedes Semester allen Interessierten, Einblicke in die Praxis führender Unternehmen zu gewinnen. So konnten wir während der Internationalen Woche im Sommersemester 2009 einen eindrucksvollen Beitrag von Alexander Falser, Head of Marketing Intelligence Nestlé Germany, verfolgen. Er veranschaulichte uns auf spannende Weise den Nutzen von Studien, Visionen und Unternehmenszielen. In „The Nestlé Studie – bringing a vision to life“ vermittelte er Teile der Praxis des Weltunternehmens Nestlé und beantwortete alle Fragen in der anschließenden Diskussionsrunde.

Nestlé versteht Ernährung als Spiegel unserer Gesellschaft. Und diese unterliegt einem ständigen Wandel. Deshalb führt das Unternehmen jährlich die Nestlé Studie durch. Nestlé hat diese Studie selbst entwickelt und als Führungsinstrument etabliert um verschiedene Ziele zu erreichen. Sie basiert auf der Befragung von etwa 4.000 Verbrauchern und ist, aufgrund der großen regionalen Unterschiede, national ausgerichtet. In enger Zusammenarbeit mit der Boston Consulting Group und dem Institut für Demoskopie Allensbach werden verschiedene Befragungen, unter anderem auch durch Hausbesuche, durchgeführt und demoskopische Veränderungen ausgewertet.

Als Ergebnis präsentiert die Nestlé Studie 2009 sieben verschiedene Ernährungstypen: die Leidenschaftslosen – die Problembewussten – die Gehetzten – die Nestwärmer – die modernen Multi-Optionalen – die Gesundheitsidealisten – die Maßlosen. Es steckt ein schier unerschöpfliches Potenzial in den so gewonnenen Informationen. Alexander Falser sagt sogar: „Open your fridge and I tell you who you are“ („Öffne deinen Kühlschrank und ich sage dir wer du bist“).

Und er hat nicht Unrecht! Es ist erstaunlich welche Zusammenhänge zwischen den Gegebenheiten unseres Umfeldes und unserem Essverhalten bestehen. Und welche Schlüsse sich aus dem Inhalt unserer Kühlgeräte ziehen lassen. Ein kleines Beispiel: ein Kühlschrank fast leer – eine extra lang haltbare Milch, ein paar Flaschen Bier und Kräuterschnaps, zwei Bananen, fünf Jogurtbecher, im Tiefkühlfach Pizza. Der Kühlschrank gehört wahrscheinlich zu einem Mann mittleren Alters. Er arbeitet viel und in seiner Freizeit ist er immer unterwegs (Sport, Freunde...). Für ihn ist es wichtig, dass alles schnell geht und die Produkte teilweise auch für unterwegs geeignet sind. Sein Nestlé-Ernährungstyp: der Gehetzte.



Jeder von uns kann einem der sieben Ernährungstypen zugeordnet werden. Und jede Gruppe besitzt ein eigenes Anspruchsniveau – eigene Wünsche und Ideale. Diese individuellen Vorstellungen gilt es für Nestlé zu identifizieren und durch gezielte Produktgestaltung und verschiedene Serviceangebote zu befriedigen. So ist die Studie Grundlage für wichtige strategische Entscheidungen. Eine aufwendige Vorgehensweise, die allerdings ihre Berechtigung findet.

Essen ist eines der wichtigsten Dinge in unserem Leben. Es begleitet uns immerfort. So wurde Verpflegung grundlegender Bestandteil unseres Verhaltens und ist fest in unseren Alltag integriert. Deshalb nimmt jede Kleinigkeit, welche unsere Person oder unsere Gesellschaft angeht, direkt oder indirekt Einfluss auf unser Essverhalten. Die Studie soll

wichtige Veränderungen erkennen und der Weiterentwicklung entsprechende Anreize liefern – ein praktisches Instrument für Management, Marketing und Entwicklung.

Bei Nestlé wurde aus einer Vision eine Studie, aus einer Studie werden Zahlen und aus den Zahlen werden neue Angebote, die die Erreichung der Unternehmensziele möglich machen. Eine Vision wird zum Leben erweckt.

Ein toller Vortrag und eine sehr interessante Studie! Weitere Informationen, unter anderem auch ein Ernährungstypentest und die Ergebnisse der Nestlé Studie 2009, findet man unter: www.nestle.de.

Jetzt dürfen wir gespannt sein wer sich im Wintersemester 2009/2010 in die Liste der hochkarätigen M³-Gastredner einreicht. ■

M³ steht für **Management, Marketing, Mainz**. Mit diesem Forum für Studierende und Hochschullehrer des Fachbereichs Wirtschaft soll ein reger Austausch zwischen Theorie und Praxis geschaffen werden.

Die Zielsetzung lautet: Mehr Praxis in die Hochschule bringen und mehr Theorie in die Praxis bringen. Dazu werden in jedem Semester mehrere hochkarätige Vorträge mit anschließenden Diskussionen organisiert.

M3-Vorträge im WS 09/10

27.10.09, 18.30 Uhr (Aula)
Management im globalen Konzern
Motorola - Business Improvement mit Six Sigma; Dr. Franz Mehnke, Motorola Service Engineering and Network Readiness Master Black Belt, Site Flensburg

11.11.09, 18.30 Uhr (D0.01)
Coty Prestige Lancaster Group - Chancen nutzen in schwierigen Zeiten
Nicole Nitschke, Coty Prestige Lancaster Group; General Manager Germany

08.12.09, 18.30 Uhr (Aula)
Dextro Energy - Ausrichtung der Markenstrategie durch Limbic Branding
Andreas Romankiewicz, Geschäftsführer



Löcher in den Bauch fragen - Kinderuni an der FH Mainz

Brigitte Seifried



Brigitte Seifried
Fachhochschule Mainz

Die Kinderuni der FH Mainz ist inzwischen eine feste Einrichtung an der Hochschule geworden, in dem Kinder ihren Wissensdurst stillen und ihre Fragen an die Experten stellen dürfen. Jedes Jahr werden jeweils zehn bis fünfzehn Veranstaltungen angeboten. Eingeladen sind Mädchen und Jungen im Alter von acht bis zwölf Jahren. Die Vortrags- und Workshop-Themen sollen die Breite des Fächerangebots der Fachhochschule Mainz widerspiegeln, aber auch auf aktuelle Fragestellungen eingehen. Die Kinder sollen die Fachhochschule als eine offene Einrichtung erleben, die sie ohne Schwellenängste betreten dürfen. Schön wäre es natürlich, wenn sie sich eines Tages, wenn sie berufliche Weichen stellen, an möglichst viele positive Erfahrungen dieser Art erinnern würden.

Die Geschichte der Kinderuni – Von Tübingen über Rheinland-Pfalz bis nach Europa

Die Idee zu der Vorlesungsreihe für Kinder hatten die beiden Journalisten und DVA-Autoren Ulla Steuernagel und Ulrich Janßen. Zusammen mit dem Leiter der Pressestelle der Tübinger Eberhard Karls Universität, Michael Seifert, organisierten sie im Sommersemester 2002 die erste Tübinger Vorlesungsreihe für Kinder. Die Tübinger Professoren erklärten den kleinen Studenten, warum Blut rot ist, Gummibärchen lecker und gesund sein können, was Fossilien zu erzählen haben und wie die alten Griechen die Schrift erfanden. Die Begeisterung war riesengroß. Die Tatsache, dass Kinder mit großem Wissensdurst in die Hörsäle zogen und begeistert waren lernen

zu dürfen, veranlasste das rheinland-pfälzische Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Jugend und Kultur das Thema „Kinderuni“ im eigenen Land gebündelt anzubieten. Daraus entstand die Idee der Kinderuni in Rheinland-Pfalz. Rheinland-Pfalz hat als das erste Bundesland im Sommer 2004 eine landesweite, flächendeckende Kinderuni anbieten können. Im Rahmen des Aktionsprogramms „Kinderfreundliches Rheinland-Pfalz“ und mit dem SWR-Tigerentenclub als weiterem Kooperationspartner entstand die Kinderuni Rheinland-Pfalz. Mittlerweile gibt es europaweit etwa 70 Kinderunis.

Kinderuni an der FH Mainz

Seit 2004 beteiligt sich die FH Mainz an der landesweiten Aktion des Ministeriums für Bildung, Wissenschaft, Jugend

und Kultur (MBWJK) im Rahmen kinderfreundliches Rheinland-Pfalz und lädt seither jährlich zu einem Zyklus von 10 bis 15 Kinderuni-Vorlesungen und -workshops. Dass man bei der Kinderuni an der FH Mainz viel Spaß hat und auch etwas lernt, hat sich mittlerweile unter den Schülern und Schülerinnen aus Mainz und der Umgebung und auch unter deren Eltern herumgesprochen. Die FH Mainz konnte so in den vergangenen sechs Jahren ein festes Stammpublikum gewinnen. Viele Kinder nehmen wiederholt an den Veranstaltungen an der FH Mainz teil.

Die Angebote sind auf kleine Gruppengrößen bis max. 20 Kinder ausgerichtet, so dass ein aktiver Einbezug aller Kinder in die Veranstaltung möglich ist. Die Themen werden praxisnah aufbereitet und für Kinder verständlich dargestellt. Wichtig ist es, Kindern Wissen schmackhaft zu machen, also nicht von trockener Theorie zu berichten, sondern Themen zu finden, die neugierig machen und Kindern die Welt – entsprechend didaktisch aufbereitet – erklären. Ob im Hörsaal oder in der Werkstatt, im Zeichensaal, im Tonstudio oder im Labor – den „Nachwuchsstudenten“ im Alter von acht bis zwölf Jahren bietet die FH Mainz ein vielfältiges Veranstaltungsprogramm an, das quer durch das Studienangebot der Fachbereiche Technik, Gestaltung und Wirtschaft führt.

Die Kinder erhalten einen Studierendenausweis. Dieser berechtigt sie an den Veranstaltungen teilzunehmen. Über ihn sind die Kinder – im Fall der Fälle – auch über das Ministerium versichert. ■



Es gibt viele Gründe, die für Kinderunis sprechen

Ein Interview mit Kindern und Prof. Dr. Anett Mehler-Bicher



Prof. Dr. Anett Mehler-Bicher lehrt an der FH Mainz Wirtschaftsinformatik. Seit 2004 bemüht sich die engagierte Professorin, wissensdurstigen Kindern Wissenschaft – mit all ihren Fragen und Antworten – altersgerecht zu vermitteln. Sie bietet regelmäßig Kinderuni-Vorlesungen zu den Themen „Homepagegestaltung“, „Präsentieren mit Powerpoint“, „Roboter programmieren“ und „Radio im Internet“ an.



B.S.: Kinderunis sind seit Jahren ein bundesweiter Trend. Warum muss die FH Mainz diesen Trend mitmachen?

A.M.B.: Es gibt viele Gründe, die für Kinderunis sprechen; mir fällt kein Grund gegen Kinderunis ein. Man erreicht neue Zielgruppen, man vermittelt in spielerischer Weise, dass Lernen Spaß macht und Erfolg bringt, man zeigt Kindern Bereiche auf, die sie bislang so noch nicht kannten... Gerade als FH möchte man Praxisbezug und Anwendungsorientierung zeigen – das kommt in den workshop-geprägten Kinderunis immer an. Die Kinder können nach der Kinderuni ein handfestes Ergebnis vorweisen – sei es nun ein Podcast oder eine selbst gestaltete Homepage. Und wenn wir ehrlich sind, welcher Erwachsene, der noch nie Gelegenheit hatte, einen Podcast zu entwickeln oder eine Homepage selber zu gestalten, würde es nicht gerne selber mal ausprobieren?

B.S.: Kinderuni – dieser Begriff klingt spielerisch elitär – erreichen Sie mit der Kinderuni deshalb ohnehin nur Kinder aus Bildungsbürgerschichten und die Kinder aus bildungsfernen Haushalten bleiben auf der Strecke?

A.M.B.: Klar, die Kinder aus Bildungsbürgerschichten werden erreicht; es nehmen im Allgemeinen auch nur solche Kinder teil. Aber das ist doch auch bei anderen Freizeitaktivitäten der Fall. Welche Kinder gehen z. B. zum Musikunterricht? Einmal habe ich eine Kinderuni für eine gesamte Grundschulklasse Stufe 4 angeboten. Insgesamt war das Fazit sehr positiv. Vielleicht ist dies auch ein Weg, andere Zielgruppen anzusprechen.

B.S.: Welche positiven Erfahrungen (bitte konkrete Beispiele) haben Sie mit den Kindern gemacht?

A.M.B.: Bei einer Veranstaltung, bei der es um das Gestalten einer Homepage ging, hatte ein Trio aus drei Jungen eine tolle Idee, was sie darstellen wollten. Als die Kinderuni nach 15.00 Uhr mittags zu Ende ging, bekamen die drei kein Ende. Sie durften also im Rechnerraum weiterarbeiten. Am späten Nachmittag waren sie dann fertig und gingen völlig geschafft, aber dennoch total zufrieden nach Hause.

B.S.: Welche Veranstaltung ging gründlich daneben?

A.M.B.: Bislang keine. Manchmal tritt das Problem auf, dass die Kinder doch zu klein sind. Wenn Eltern ihre Sechsjährigen, die weder lesen noch schreiben können, zu einer Veranstaltung ab acht Jahre schicken, für die Lese- und Schreibkompetenz ein Muss ist, dann muss man flexibel reagieren, Teams bilden und das den fitten Kindern entsprechend verkaufen.

B.S.: Welche Projekte als Kinderuniangebot der FH sind für Kinder überhaupt sinnvoll?

A.M.B.: Die Projektauswahl ist groß. Besonders geeignet sind Projekte, bei denen die Kinder selbstständig gestalten und arbeiten oder eigenständig experimentieren können. Und das Thema sollte „in“ sein: z. B. Homepage gestalten, Roboter programmieren oder Präsentationen üben... Aber es gibt auch Projekte, die völlig unspektakulär klingen und trotzdem Eindruck hinterlassen. Meine älteste Tochter erzählt noch heute von einer Kinderuni bei den Bauingenieuren, bei der sie mit Messgeräten durch das FH Gebäude zogen und ermitteln sollten, wie sich die Wände zusammensetzten bzw. wo sich welche Leitungen befanden.



Manfred Liedtke beim Vortrag in der Sternwarte „TIT“ in Trebur

B.S.: Wie praxisorientiert sind die Kurse/müssen sie sein, oder lassen sich Kinder auch von Theorie begeistern (langweilen)?

A.M.B.: Meine Kurse waren bislang immer sehr praxisorientiert gestaltet. Klar gibt es auch etwas Theorie dabei; z. B. bei der Gestaltung einer Homepage. Da geht es z. B. um data privacy, d. h. was sollten die Kinder überhaupt über sich preisgeben, wenn sie ihre eigene Website gestalten.

A.M.B.: Mit reiner Theorie wird man kaum ein Kind begeistern können – ähnlich geht es doch den „richtigen“ Studierenden. Selbst die Unis, die Kinderunis immer etwas theoretischer ausrichten, gestalten ihre Veranstaltungen recht praxisorientiert.

B.S.: Welche Dozenten kommen denn infrage, welche Qualität müssen sie speziell für die Kinderuni mitbringen?

A.M.B.: Im Grunde kann jeder Dozent, der bereit ist, sich auf Kinder einzulassen, eine Kinderuni halten. Flexibilität und Neugierde sind sicherlich Eigenschaften, die einem helfen. Gerade bei praxisorientierten Kinderuni muss man situationsabhängig das Programm umgestalten, verändern und sich einfach auf die Wünsche und Anregungen der Kinder einlassen.

Das Gespräch führte Brigitte Seifried ■

Die Mainzer Gymnasiastinnen Lille (12 Jahre), Jasna (12 Jahre), Maren (12 Jahre) und Julia (12 Jahre) besuchen schon seit der Grundschule regelmäßig die Kinderuni-Veranstaltungen der FH Mainz. Simon (8 Jahre) geht in einer Mainzer Grundschule. Wir wollten wissen, wie die Kinderuni der FH Mainz ankommt.

B.S.: Warum seid ihr zur Kinderuni gekommen – ganz ehrlich?

Lille: Meine Freundin hat mich überredet mitzukommen!

Jasna: Ich fand das Thema interessant.

Maren: Meine Mutter hat mich neugierig gemacht.

Simon: Mein Papa hat mich angemeldet.

Simon: Mir hat am besten der Astronomiekurs gefallen und der Besuch beim Teleskop in Trebur.

Maren: Mir hat auch die Kinderuni am besten gefallen, bei der ich in der Sternwarte in Trebur war.

Jasna: Mir hat das Roboterbauen am besten gefallen.

B.S.: Was habt ihr an der Kinderuni gelernt?

Lille: Ich habe gelernt, dass meine Stimme sich ganz anders im Radiostudio anhört.

Julia: Wir haben auch gelernt, wie man Radio-Interviews macht.

Maren: Ich habe gelernt, wie man neue Sterne findet.

Simon: Wir haben gezeigt bekommen, wie man eine Supernova entdeckt!

Jasna: Ich habe gelernt, wie man Roboter programmiert und baut.

B.S.: Was kann das Kinderuni-Team denn besser machen?

Julia: Wir waren gut versorgt, es gab auch was zu essen und zu trinken.

B.S.: Welche Kurse sollte die Kinderuni denn noch alles für Kinder anbieten?

Lille: Vielleicht Segeln...

Simon: Segeln wäre toll.

Julia: Ja, was Sportliches.

Naja, Sport gehört nicht zum Studienangebot der Fachhochschule Mainz – aber welche

(Anmerkung der Redaktion: Den Kindern werden die Studiengänge der FH Mainz kurz vorgestellt)

Julia: Inneneinrichtung wäre nicht schlecht.

Lille: Design oder Graffiti Schriften (TAGs) und Motive wie auf der Straße würden mich interessieren.

Maren: Programmieren fände ich cool. Am besten ein Computerspiel.

Simon: Also ich würde gerne mal einen Roboter bauen.

Das Gespräch führte Brigitte Seifried.

„Dialog zwischen Praxis und Hochschule“ - 1. HR-Forum war eine gelungene Plattform zum Erfahrungsaustausch und zum Aufbau neuer Kontakte

Verena Schmitt

Weiterentwicklung betrifft alle – auch die Personalentwickler selbst. Denn gerade in Krisenzeiten bleibt die Personalentwicklung ein entscheidender Motor des Fortschritts. Aus diesem Grund fand am 09.09.2009 an der Fachhochschule Mainz das „1. HR-Forum Mainz – Innovative Personalentwicklung erfolgreich umsetzen“ statt. Das Forum richtete sich an Unternehmer, Geschäftsführer, Personalleiter, Personalreferenten und Personalentwickler aus mittelständischen Unternehmen und Großunternehmen. Die Tagung, die von der Fachhochschule Mainz in Kooperation mit der Mainzer Personalberatung eo ipso veranstaltet wurde, befasste sich mit aktuellen Themen der Personalentwicklung. Die Agenda umfasste drei Plenumsvorträge und sechs Foren. Für die Vorträge konnten hochkarätige Persönlichkeiten aus Wissenschaft und Praxis gewonnen werden: Prof. Dr. Armin Trost (Hochschule Furtwangen), Hans-Peter Langer (Schott AG) und Univ.-Prof. Dr. Manfred

Becker (Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg).

Willkommen hieß die rund 90 Teilnehmer der Tagung die Vizepräsidentin der FH Mainz, Prof. Dr. Andrea Beyer, die den „direkten Dialog zwischen Praxis und Hochschule, der durch eine solche Veranstaltung zustande kommt“ ausdrücklich begrüßte. Hieran schloss sich die fachliche Eröffnung des ersten HR-Forums durch Prof. Dr. Susanne Rank an, die bereits auf das Thema Personalentwicklung einstimmte. Mit einem Vortrag von Prof. Dr. Armin Trost (Hochschule Furtwangen) zum Thema „Talentmanagement im Spannungsfeld zwischen zentral gesteuerter Nachwuchsentwicklung und internen Talentmärkten“ startete das Programm.

Im Rahmen einer ersten Forenrunde am Vormittag präsentierten mittelständische Unternehmen und Großunternehmen ihre aktuellen Strategien, Konzepte und Instrumente zur Personalentwicklung. So sprach Sabine Vorberg von der Grani-Eckes Group GmbH über die „Auswahl und Förderung von High Potentials“ in ihrem Unternehmen. Dr. Bettina Klippel-Schröck von der Delta Lloyd Deutschland AG referierte über die „Strategieorientierte Personalentwicklung vor dem Hintergrund bedarfsgerechter und zielorientierter Mitarbeiterqualifizierung“. Im dritten Forum erörterte Thilo Macharowsky von Macharowsky Management Consulting das Thema „Performance Management“. Die Foren boten den Teilnehmern die Möglichkeit, sich im Anschluss an die Vorträge im direkten Dialog auszutauschen und zu diskutieren.

Angeregte Unterhaltungen und „Networking“ prägten auch die Pause, bevor Hans-Peter Langer von der Schott AG die „Personalentwicklung bei der Schott AG“ präsentierte. Dann hatten die Teilnehmer erneut die Qual der Wahl. Wieder standen ihnen drei Foren offen: Burkhard





Prinz von der Stadtwerke Mainz AG mit dem Thema: „Implementation der Personalentwicklung der Stadtwerke Mainz AG“; Dr. Michael Christ von der Lufthansa AG mit dem Thema: „Führungskräfteentwicklung bei der Lufthansa AG“ und Dr. Michael Winter vom ZDF mit dem Thema: „Integration junger Menschen: Entwicklungstendenzen und Sicherstellung einer zukunftsfähigen Berufsausbildung im ZDF“. Abschließend gab Univ.-Prof. Dr. Manfred Becker von der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg einen Überblick über den „Status der Personalentwicklung in Deutschland – Repräsentative empirische Forschungsergebnisse und absehbare Topthemen der Zukunft“.

Nach einer Zusammenfassung der Ergebnisse ging das erste HR-Forum am späten Nachmittag zu Ende. Das Motto des Forums „Von einander lernen“ wurde sowohl durch die Vorträge als auch durch die in den Foren angeregten Gespräche direkt umgesetzt. Darüber freute sich auch Dr. Bettina Klippel-Schröck, die auch als Referentin fungierte: „Es ist sehr interessant zu sehen, wie es andere Unternehmen machen. Man bekommt viele neue Anregungen, lernt neue Leute kennen und trifft alte Bekannte.“

Der Grundtenor der Teilnehmer fiel deutlich positiv aus: „Ich fand es sehr informativ und habe viele neue Impulse mitgenommen. Meine Erwartungen wurden voll erfüllt.“, bestätigte Pia Bischel von der Pall Filtersysteme GmbH. Auch Frank Höhn von vwa gefielen „die sehr guten Impuls-Vorträge und die engagierten und spannenden Diskussionen“. Ein voller Erfolg also für die Organisatoren der Fachgruppe Human Resource Management (HRM) und Sozialkompetenz. Damit war das Forum eine äußerst gelungene Plattform zum Erfahrungsaustausch und zum Aufbau neuer Kontakte. ■

Internationales Managementseminar des WIN-MBA: Vietnam - ein Land im Aufbruch

Prof. Dr. Bernd-Dieter Wieth



Prof. Dr. Bernd-Dieter Wieth
Fachhochschule Mainz

Vietnam ist ein kommunistisches Land mit freier Marktwirtschaft. Die Vietnamesen haben alle großen Nationen besiegt und ihr Land immer wieder neu aufbauen müssen. 938 n. Chr. werden die Chinesen nach über 1.000-jähriger Besatzung besiegt. Im 19. Jahrhundert wird Vietnam französisches Kolonialgebiet. Im zweiten Weltkrieg wechselte die Fremdherrschaft ab: Briten, Japaner, Chinesen. 1945 proklamierte Ho Chi Minh eine erste unabhängige Republik. Konflikte mit den alten Machthabern eskalierten im französischen Indochina-Krieg. Nach vielen Toten auf beiden Seiten müssen die Franzosen 1954 Vietnam verlassen. Das Land wird am 17. Breitengrad geteilt in die nördliche Demokratische Republik Vietnam (Hauptstadt Hanoi) und die südliche Republik Vietnam (Hauptstadt Saigon). Der Süden zerfiel in Korruption und Chaos, wurde aber von den USA unterstützt. Daraus entwickelte sich 1964 der Vietnamkrieg. 1973 wurde ein Friedensvertrag mit den USA geschlossen. Die Südvietnamesen kämpften weiter und mit der Einnahme von Saigon im April 1975 kapitulierten sie. Seit 1976 ist Vietnam als Sozialistische Republik Vietnam wiedervereint, aus Saigon wird Ho Chi Minh City.

Vietnams 85 Mio. Einwohner leben auf einer Fläche von 332 tkm², vergleichbar mit Deutschland. Die Form eines großen Skis führt allerdings zu einer Nord-/Süd-Ausdehnung von 1.650 km und ca. 3.400 km Strand. An der schmalsten Stelle ist Vietnam 50 km breit. Seit 1986 wird die Wirtschaft in Vietnam liberalisiert, was seit den 1990er Jahren hohe Wachstumsraten garantiert.

Das internationale Managementseminar des Weiterbildungsstudiengangs für Ingenieure und andere Nicht-Wirtschaftswissenschaftler Master of Business Administration (MBA) besuchte Anfang Februar 2009 verschiedene Institutionen von Vietnam, um die politische und wirtschaftliche Entwicklung kennen zu lernen und sich mit speziellen Aspekten internationalen Managements vertraut zu werden. Dazu flogen wir in die wirtschaftliche Hochburg Vietnams, Ho Chi Minh City. Das ist der Großraum um Saigon. Der Distrikt I, das „alte Zentrum“, heißt auch in Vietnam noch Saigon.

Der deutsche Generalkonsul in Saigon, Herr Conrad Cappell, diskutierte mit uns die allgemeine politische und wirtschaftliche Situation von Vietnam. Aufgrund der riesigen Entfernungen von Hanoi

zum Wirtschaftsballungsraum im Süden, um Ho Chi Minh City, existiert hier ein eigenes Konsulat der Bundesrepublik Deutschland, in dem auch schwerpunktmäßig die Wirtschaftspolitik betreut wird.

Vietnam ist ein kommunistisches System. Die kommunistische Partei ernennt die Regierung. Freie Wahlen sind unbekannt. Als wichtige Aufgabe der Regierung wird eine angemessene Wirtschaftsentwicklung des Landes angesehen, 2020 will Vietnam eine Industrienation sein.

Die Infrastruktur ist allerdings unterentwickelt. Es gibt eine einspurige Schmalspur-Zugverbindung zwischen Ho Chi Minh City und Hanoi. Das Straßennetz ist wenig ausgebaut. In Ho Chi Minh City mit ca. 6 Mio. Einwohnern gibt es nur Busse als öffentliche Verkehrsmittel. Unendlich viele Motorradroller bestimmen das Straßenbild – wenn alle ihren Autowunsch erfüllen, bricht der Verkehr vermutlich völlig zusammen. Drei U-Bahn-Linien sind daher in der Planung, wovon eine durch deutsche Firmen gebaut werden soll. Der Ruf Deutschlands ist in Vietnam sehr gut, auch weil ca. 100.000 Vietnamesen in der DDR ausgebildet wurden.

In der Deutschen Industrie- und Handelskammer Vietnam gab uns Herr Angerbauer einen Überblick über wesentliche wirtschaftliche und rechtliche Aspekte. Das Pro-Kopf-Einkommen lag 2008 mit 1.024 US\$ um 20 % über dem Vorjahr. Allerdings wurden dabei einige statistische Tricks angewandt, um bis 2007 unter der Grenze von 850 US\$ zu bleiben, deren Einhaltung eine Voraussetzung für internationale Fördergelder ist. Gegenüber Deutschland hat Vietnam ein Handelsbilanzdefizit, da teure Technologien, wie Kraftwerke, gekauft werden, verkauft werden dagegen günstigere Exportwaren, wie Textilien, Schuhe usw. Seit 2007 ist Vietnam der Welthandelsorganisation beigetreten. Das gesamte Wirtschaftsrecht wurde (und wird) dafür überarbeitet: Abbau von Handelshemmnissen, Änderung der Einfuhrbestimmungen etc. Der Schutz geistigen Eigentums soll durch ein neues Gesetz verbessert werden, allerdings ist das Unrechtsbewusstsein bis heute eher unterentwickelt. Für Geschäftsansiedlungen gibt es viele, vor allem steuerliche, Anreize.

Ein Tag stand ganz im Zeichen vietnamesischer Unternehmen. Durch Vermittlung eines vietnamesischen Studenten unserer Hochschule, dessen Vater als Professor

für Chemie am Institute of Natural Products Chemistry arbeitet, und der an einem Unternehmen für angewandte Technologien der Fischzucht beteiligt ist, hatten wir die Möglichkeit, ein vietnamesisches Handelsunternehmen, Cuu Viet Manufacture Trading Co. Ltd., zu besuchen. Die Cuu Viet Manufacture Trading Co. Ltd. koordiniert die Herstellung und den Vertrieb von unterschiedlichen Divisionen: kunsthandwerkliche Produkte, Haushaltswaren, Textilien und Möbel. Daneben übernimmt es für andere Unternehmen distributive Aufgaben, z. B. für chemische Produkte aus der Landwirtschaft oder auch die Vermittlung und Betreuung von Immobilienprojekten oder anderer Vermögensanlagen. Cuu Viet Manufacture Trading Co. Ltd. Erfolgsfaktor ist ein weit verzweigtes Netzwerk. Ein Hinweis, der uns auch in der Folge öfter als bedeutend begegnete.

Prof. Dr. Nguyen Cong Hao hat uns auch die Türen am Nachmittag geöffnet für den Besuch von SABECO (Saigon Beer-Alcohol-Beverage Corporation). Sabeco ist eine staatseigene Brauerei, die in Saigon seit 1976 sowohl Produktionskapazitäten als auch die Zentrale hat. Sabeco stellt verschiedene Biersorten her, die vornehmlich in Dosen abgefüllt



cuu



Bayer



Brauerei



Generalkonsulat



Verkehr



Mercedes-Benz



Metro



Teilnehmer

werden. Das bekannteste lokale Bier ist 333, ausgesprochen „BaBaBa“, mit einem Marktanteil von 35 %. Seit 1994 wird es auch in die USA exportiert. Neben diesem Exportbier wird eine Version mit geringerem Alkoholgehalt gebraut und zusätzlich ein Lagerbier, beides Sorten, die in Flaschen abgefüllt werden. Den Gesamtmarktanteil in Vietnam gibt Sabe-co mit 51 % an. Bei der Besichtigung der Produktion waren wir überrascht, dass alle Anlagen von den deutschen Firmen KHS und Krones stammten und Siemens das elektronische Steuerungssystem lieferte.

Der Besuch eines Großhandelsmarktes und der Zentrale von Metro Cash & Carry hat uns gezeigt, wie man in speziellen Märkten gegenüber den klassischen Vertriebsstrukturen (Straßenmärkte, große Markthallen) in Vietnam erfolgreich sein kann. Der erste Markt wurde 2002 eröffnet, ist mit 9.000 qm kleiner als die üblichen Cash & Carry Märkte und bietet ca. 14.000 Artikel an. Hierbei handelt es sich vor allem um frisch angelieferte Lebensmittel (70 %), die zu 90 % von einheimischen Produzenten stammen. Metro hat einen exklusiven Kundenkreis, wie Hotels oder die gehobene Gastronomie, der besonderen Wert auf hohe gleich bleibende Qualität legt. Besondere Herausforderung beim Markteintritt waren daher Lebensmittelsicherheit, gleich bleibend hohe Qualität und eingehaltene

Liefertermine. Metro hat eine eigene Zuliefererstruktur aufgebaut und ein besonderes Qualitätssicherungssystem bei den Bauern und Genossenschaften etabliert. Die Logistik zu den mittlerweile acht Cash & Carry Märkten betreibt Metro ebenfalls in eigener Regie. Diese Aktivitäten fördern auch eine nachhaltige Landwirtschaft, weil dauerhafte Bindungen mit den Bauern und Genossenschaften als wesentlich angesehen werden.

Als erste große internationale Handelsgruppe hat Metro im vietnamesischen Markt Standards gesetzt. Die Geschäftsführung erwartet aber in der nächsten Zeit den Eintritt großer europäischer Marktketten, womit die Einzigartigkeit des Metrokonzepts aufgeweicht werden kann. In marktwirtschaftlichen Systemen wird ein solcher Erfolg gerne kopiert.

Mercedes-Benz Vietnam (MBV) ist ein Joint Venture zwischen Mercedes-Benz (70 %) und dem vietnamesischen Partner Samco (30 %) und besteht seit 1995. MBV vertreibt die komplette Mercedes-Benz Produktpalette und hat ein Montagewerk im Distrikt GoVap von Ho Chi Minh City, das nach dem CKD-Prinzip („completely knocked down“) die C-Klasse, die E-Klasse und den Sprinter für den lokalen Markt fertigt. Die vorgefertigten Karosserieteile, Fahrwerke und Motoren werden aus Deutschland und Argentinien geliefert und hier zusammengebaut. Die

Fertigung ist deutlich geringer automatisiert als in Deutschland, wie wir bei einer Werksbesichtigung sehen konnten. Im Werk können etwa 4.000 Fahrzeuge pro Jahr gebaut werden.

Die Autodichte in Vietnam ist noch sehr gering, nur jeder achtundachtzigste Einwohner fährt PKW. Das Gesamtvolumen des PKW-Marktes betrug 2008 129.000 Fahrzeuge, davon waren 70 % nach dem CKD-Prinzip gefertigt. Auf importierte Komplettfahrzeuge wird ein hoher Importzoll (60 %) erhoben und eine besondere Luxussteuer von 50 %, so dass diese PKW sehr teuer sind. 2008 verkaufte MBV 978 PKW, auch importierte, und im Nutzfahrzeugmarkt (16-sitziger Sprinter) 1.141 Einheiten. Die Kapazitäten sind nicht ausgelastet und im März wird die Firma einen Monat die Produktion schließen, auch an Entlassungen ist gedacht.

Boehringer Ingelheim unterhält in Vietnam eine Vertriebsseinheit, die auch Kambodscha und Laos betreut. Der Schwerpunkt liegt bei verschreibungspflichtigen Arzneimitteln (71 %) in den Therapiegebieten Atemwegserkrankungen, Herz-Kreislauf-Erkrankungen und Erkrankungen des Zentralen Nervensystems. Ein weiteres Geschäftsfeld sind frei verkäufliche Arzneimittel. Eine besondere Herausforderung sind Kopien patentgeschützter Präparate, die kostengünstig angeboten werden. Ein Gesetz aus dem Jahre 2005

zum Schutz geistigen Eigentums ist vorhanden, aber die Implementierung hat noch deutliches Verbesserungspotenzial.

In Bien Hoa City besuchten wir das Produktionswerk der Bayer CropScience, eine Division von Bayer Vietnam Ltd. Bayer ist seit 1994 vertreten in den Geschäftsfeldern HealthCare, CropScience und MaterialScience und beschäftigt 400 Mitarbeiter in Vietnam an fünf Vertriebs- und zwei Produktionsstandorten.

Bayer CropScience hat 250 Mitarbeiter und fokussiert sich besonders auf die vietnamesischen Bedürfnisse. Die produzierten Herbizide haben eine Verpackungsgröße, die auf die üblichen Werkzeuge in der Reisproduktion exakt abgestimmt sind.

David J. Champion, der Vorstandsvorsitzende, legt besonderen Wert auf das ausgewogene ökologische und soziale Engagement von Bayer in Vietnam; hierzu gehören:

- Stipendien für die Wissenschaft, Produktspenden,
- technische Unterstützung beim Umweltschutz, Ausbildung und Entwicklung der Landwirtschaft,
- Bayer Young Environmental Envoy (BYEE), das sich zum Ziel gesetzt hat,

jungen Menschen die Notwendigkeit des Umweltschutzes näher zu bringen, in Zusammenarbeit mit offiziellen Stellen, wie dem Ministry of Education and Training und der Ho Chi Minh Communist Youth Union,

- Stipendien für bedürftige Studierende der Southern Agriculture Vocational School,
- Kooperationen mit Universitäten.

Bei Siemens wurden wir vom Finanzvorstand und dem Produktionsvorstand empfangen. Siemens ist seit 1979 in Vietnam engagiert, 2002 wurde eine eigenständige Gesellschaft in Vietnam gegründet. Die eigenen Vertriebsmitarbeiter können bisher nur unterstützend tätig werden, da für den Vertrieb noch keine Lizenz erteilt wurde und 30 Partner diesen abwickeln. Siemens bietet ca. 80.000 verschiedene Produkte in Vietnam an. Siemens verfolgt dabei den Grundsatz, eine komplette Kundenlösung anzubieten – P3SI-Ansatz (Product, System, Service, Solution, Integration). In Vietnam ist dieser Ansatz, wegen der fehlenden Vertriebslizenz, nur in Grenzen umzusetzen. Alle Geschäftsbereiche von Siemens: Industry, Energy und Healthcare werden in Vietnam verfolgt. Vietnam kann nur 60 % der Energieversorgung aus eigener Stromerzeugung sicherstellen. Die Infrastruktur in diesem Bereich wird weiter

ausgebaut und Siemens ist mit seinen Geschäftsfeldern Power Generation sowie Power Distribution and Transformation hier vertreten. Den Kampfpreisen anderer Anbieter muss Siemens durch konsequente Qualitätsprodukte nicht folgen. Die Rekrutierung qualifizierten Personals gestaltet sich für Siemens schwierig. Die Ausbildungsqualität ist in Vietnam noch verbesserungsfähig. Ingenieure werden lediglich an drei Universitäten ausgebildet und hier herrscht in dieser aufstrebenden Gesellschaft offensichtlich Mangel.

Dennoch: in Vietnam sind alle bestrebt, ihre Lebenssituation deutlich zu verbessern. Die Bevölkerung ist jung, 60 % sind unter 30 Jahren. Die Dynamik, die durch die Straßen von Saigon pulsiert, setzt sich in den Straßenmärkten fort und ist auch in den Unternehmen zu spüren, die wir besucht haben.

Viele haben noch andere Sehenswürdigkeiten in der Folgeweche besucht: Mekong-Delta, Hanoi, Bucht von Halong, Hue, Da Nang, Nha Trang, Dalat ... – und in diesem 1.650 km langen Land finden sich wieder deutliche Unterschiede zwischen den Regionen. Es gibt noch viel zu entdecken in Vietnam. ■

Die Internationale Woche an der Fachhochschule Mainz

Ariane Göbel, Sabine Klebig, Daniel Porath



Von links: Ariane Göbel, Prof. Dr. Daniel Porath, Sabine Klebig
Fachhochschule Mainz

Für uns war es das Großereignis des Jahres: Die Internationale Woche vom 6. bis zum 9. Mai 2009. Zugegebenermaßen müsste man eher von Internationalen Tagen sprechen, denn es handelte sich um eine viertätige Veranstaltung. Der Fachbereich Wirtschaft hatte in der Vergangenheit bereits zweimal eine Internationale Woche angeboten und dabei jeweils sehr gute Erfahrungen gemacht. Endlich konnten wir auch mit unserem Neubau einen ansprechenden Rahmen bieten. Neu war auch, dass die Internationale Woche gemeinsam von allen drei Fachbereichen durchgeführt wurde und daher interdisziplinäre Möglichkeiten bot.

Das tolle Ereignis kurz in Zahlen: Von den rund 90 Partnerhochschulen der drei Fachbereiche waren 30 Hochschulen aus 13 Ländern durch insgesamt 45

Gäste vertreten. Den kürzesten Weg hatte unser Gast aus Metz (ca. 200 km), die weiteste Reise haben unsere Partner aus Nanchang in China (ca. 8.000 km) angetreten.

Das Hauptanliegen der Veranstaltung war, die Beziehungen zu unseren Partnerhochschulen zu intensivieren und den Studenten der FH Mainz einen Teil unserer Internationalität hautnah zu präsentieren. Das Programm sollte daher die Gäste mit unseren Studenten, Dozenten und Mitarbeitern zusammenführen, aber auch Raum für Gespräche aller Teilnehmer untereinander bieten. (Tab. 1)

Zum Auftakt haben wir unseren Studenten die Partnerhochschulen vorgestellt: In der Aula hielten die Gäste Kurzpräsentationen über ihre Heimathochschule, während gleichzeitig in

der Zugangshalle eine Messe stattfand. Dort haben die ausländischen Gaststudenten zusammen mit den ehemaligen Austauschstudenten der FH Mainz Informationsstände aufgebaut und Fragen zu ihrer Hochschule beantwortet. Auf diese Weise konnten in lockerer Atmosphäre viele Eindrücke über die Partnerhochschulen vermittelt werden. Über die Studienmöglichkeiten in den USA wurde aufgrund der großen Nachfrage in einer separaten Veranstaltung informiert.

Während der vier Tage hielten unsere Gastdozenten Vorträge aus ihrem Lehrgebiet. Wir haben diese Vorträge in inhaltlich ähnliche, reguläre Lehrveranstaltungen integriert und dabei möglichst viele Semestergruppen einbezogen. Dadurch konnten wir einen Großteil unserer Studenten erreichen und möglicherweise bei dem ein oder anderen

das Interesse an einem Auslandsstudium wecken. Die meisten Veranstaltungen fanden in englischer Sprache statt, es gab aber auch Vorträge auf Französisch, Spanisch und Deutsch. (Tab. 2 folgende Seite)

Die Kollegen, die an ihrer Heimathochschule nicht lehren, sondern im International Office tätig sind, trafen sich im Workshop „Intercultural Communication“. Dort wurden Probleme kommunikativer Art im Zusammenhang mit der Betreuung von Auslandsstudenten erörtert und Lösungen diskutiert, die in den einzelnen Hochschulen praktiziert werden.

Einer der Programmhöhepunkte war der interdisziplinäre und interkulturelle Workshop für alle Teilnehmer, der unter dem Motto „Building the University of the Future“ stand. Ziel des Workshops

Programm: International Week 6-9 May 2009		
Day	Time	Activity
Tue 5 May	all day 20:00	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Arrival ➤ Meeting at Hotel Schottenhof Lobby for having a drink in the city
Wed 6 May	all day 12:30 13:30-16:00 17:15 18:00-19:15 19:30	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lectures and projects in the departments ➤ Meeting at International Office – Welcome (new campus)/ a1.12 ➤ Presentation of partner universities to students, Auditorium ➤ Fair of partner universities with exchange students ➤ Meeting Point – Hotel Schottenhof, walk to Kupferberg ➤ Visit of “Kupferberg” sparkling wine cellars, Kupferbergterrasse 17-19 ➤ Dinner in the historic “Proviant Magazin”, Schillerstraße 11a ➤ Welcome address by the President of Mainz University of Applied Sciences, Prof. Dr. Gerhard MUTH ➤ Introduction to the workshop project “Building the University of the Future”
Thu 7 May	all day 10:00-11:30 ca. 8:45 9:45-12:30 13:00 or 14:15 17:00-18:00 19:15 20:00	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lectures and projects in the departments ➤ Intercultural Communication Workshop for International Office staff from partner institutions, room d1.06 ➤ Meeting in front of Mainz main train station ➤ Visit of Opel automobile factory, Ruesselsheim ➤ Two Guided tours of Gutenberg Museum and printing workshop (at 13:00 and 14:15 – see your personal schedule) ➤ Guest lecture of Alexander Falsler, Head of Market Intelligence, Nestlé Deutschland AG: “The Nestlé Study: Bringing a Corporate Vision to Life” Auditorium/ new campus ➤ Meeting in front of Mainz main train station for cinema night ➤ Film presentation (student work) in a cinema (incl. snack)
Fr 8 May	all morning 9:55-11:30 13:00-18:00 19:30	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lectures and projects in the departments ➤ Guided tour of the city of Mainz; meeting point: Fastnachtsbrunnen (fountain) at Schillerplatz ➤ International interdisciplinary workshop with all guests “Building the University of the Future”, new campus / Auditorium ➤ Party with all guests
Sa 9 May “Open House” at the new campus	all morning 15:00	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Presentation of a video of the International Week (produced by a student team of our Institute for Media Design) ➤ Celebrating the new campus of Mainz University of Applied Sciences with alumni and friends (“Generation FH”)
Su 10 May		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Departure

Tab. 1: Internationale Woche - Programm



Plakat



Gruppenbild



Internationale Woche - Aula Campus Neubau



Internationale Woche - Messe

Internationale Woche 2009 Überblick über die Gastvorträge am Fachbereich Wirtschaft			
Gastdozent	Partnerhochschule	Vortragsthema	Dozent der FH Mainz
Müller, Sabine	ESC Dijon	Authentic Business Creativity	Matthias Eickhoff
Turnbull, Andrew	RGU, Aberdeen	Entrepreneurship	Matthias Eickhoff
Breckova, Pavla	VSFS, Prag	International Business and SMEs in the time of economic downturn	Claudia Kurz
Hoelscher, Jens	University of Brighton	Emerging Markets and transition economies	Elke Lassahn Stephanie Swartz
Dyczkowska, Joanna	Wroclaw University	Budgeting in a manufactory company – Case study	Werner Müller
Kardasz, Andrzej	Wroclaw University	Der Lehrstuhl für Controlling in der Internationalisierung der Ausbildung	Jens Reinhardt
Zygmunt, Justyna	Opole University of Technology	Basic features of external capital or investment activity	Paul Becker
Arroyo Fernández, Maria	Universidad San Pablo, Madrid	Análisis y retos de la economía europea en los últimos 10 años	Conception Rico Albert
Juozapaviciene, Audrone	IBS at Vilnius University	Cultural Differences in Business Environment – the Baltic Type; Vilnius – European capital of culture 2009	Bärbel Berghöfer
Lazenby, Roge	Inholland University, Rotterdam	Organisational Communication: Issue Management	Lothar Rolke
Barthel, Patrick	University of Metz	Marketing & Ethik	Monika Winkler
Kazlauskas, Rolandas	IBS at Vilnius University	European economic recovery – different strategies of member states	Axel Freudenberg
Sachet Milliat, Anne	ISC Paris	Business ethics	Peter Heil
Kotesovcova, Jana	VSFS, Prag	Corporational finance	Ursula Bicher-Otto
Domke-Damonte, Darla	CCU, South Carolina, USA	Comparative Cultural Issues in Negotiation	Herbert Paul
Zeller, Odile	ISC, Paris	Interkulturelles Management, Merkel- Sarkozy	Stephan Zimmermann
Dyczkowska, Tomasz	Wroclaw University	Controlling for non-governmental organisation	Daniel Porath
Zygmunt, Aleksandra	Opole University of Technology	External and internal determinants of capital structure in polish quoted enterprises	Ursula Bicher-Otto

Tab. 2: Internationale Woche - Guest Lectures

war die Entwicklung einer Zukunftsidee für Hochschulen unter Berücksichtigung architektonischer, technischer, gestalterischer und wirtschaftlicher Aspekte. Der Workshop wurde daher gemeinsam von einer Professorin und drei Professoren unserer verschiedenen Fachbereiche konzipiert und begleitet, Prof. Dr. Matthias Eickhoff, Prof. Dr. Jörg Mehlhorn, Prof. Dr. Julius Niederwörhmer und Prof. Dr. Sylvie Pagé. Vier verschiedene Teams, die aus den Gästen gebildet wurden, haben ein Konzept entwickelt und dieses mit Tausenden von Legosteinen in Miniaturbauten umgesetzt. Die Bauten wurden anschließend von einer Jury internationaler und deutscher Studenten prämiert.

Weitere Veranstaltungen dienten dazu, Stadt und Region zu zeigen. Neben der fast schon obligatorischen Stadtführung wurde ein Besuch der Sektkellerei Kupferberg und des Opelwerks in Rüsselsheim geboten.

Ein Höhepunkt im Kulturprogramm war der Filmabend „International animated short films“, ein gemeinsames Projekt von Designern aus Jerusalem, Valencia und Mainz. Mehr als 150 Cineasten drängten sich in das extra für den Anlass errichtete Zirkuszelt in Mainz-Gustavsburg. Zum Abschluss der Woche wurde gefeiert. Nach einem Abendessen in der Aula traten die Change Agents, die FH-Band, auf und sorgten für eine tolle Stimmung.

Unser Fazit? Es sollte ein Stück Internationalität in den studentischen Alltag gebracht werden. Das ist erreicht worden, indem die meisten Studenten während dieser vier Tage mit unseren Gästen in Berührung gekommen sind, sei es in Gastvorträgen oder persön-

lichen Gesprächen. Messbare Erfolge gab es auch für die Intensivierung unserer Partnerschaften. Beispielsweise hat unser Fachbereich den Austausch mit der University of Economics in Prag ausgeweitet oder die Beziehungen zur Université Paul Verlaine in Metz aufgenommen. Wir sind überzeugt, dass der Erfolg der Woche gerade in den langfristigen Wirkungen liegt, die sich aus den Zusammentreffen, den Workshops und informellen Gesprächen in den nächsten Monaten und Jahren ergeben werden. ■



Plakat vom Filmfestival



Internationale Woche - 1.000 Legosteine



Internationale Woche - Jury

Neue Doppel-Master-Abkommen mit der Università degli Studi in Brescia und der Universidad del Rosario in Bogotá

Prof. Dr. Daniel Porath, Prof. Dr. Ulrich Schüle



Prof. Dr. Daniel Porath
Fachhochschule Mainz



Prof. Dr. Ulrich Schüle
Fachhochschule Mainz



Brescia - Loggia

Wer sich für ein wirtschaftswissenschaftliches Studium an der FH Mainz entscheidet, studiert immer auch international. Dabei können die Studierenden den Grad der Internationalisierung weitestgehend selbst bestimmen. Die wohl intensivste internationale Ausrichtung des Studiums wird im Master-Studiengang International Business geboten. Neben der internationalen Relevanz aller Lehrinhalte in Mainz und einem verpflichtenden Auslandsaufenthalt gibt es hier die Möglichkeit, den Abschluss einer Partneruniversität zusätzlich zum Mainzer Mastertitel zu erwerben (siehe Kasten). Voraussetzung dafür ist, dass wir mit dieser Partneruniversität ein Programm zur Integration der Studiengänge entwickelt haben und darüber ein

Doppel-Master-Abkommen beschlossen haben. Ein Überblick über die Vereinbarungen ist im Kasten dargestellt. Über die neuesten Programme soll im Folgenden berichtet werden.

Integrierter deutsch-italienischer Studiengang

Studierende, die das erste Jahr am Masterprogramm International Business in Mainz teilnehmen und im zweiten Jahr an der Università degli Studi in Brescia im Studiengang Management studieren, bekommen neben dem Master of Arts der FH Mainz auch die Laurea Magistrale der Universität Brescia verliehen (entspricht dem deutschen Mastertitel). Die meisten Lehrveranstaltungen finden in englischer und italienischer Sprache



Bogota - Catedral Primada



Bogota - Universität

statt. Das anspruchsvolle und inhaltlich attraktive Programm ist grob gesagt so gegliedert, dass an der FH Mainz die Grundlagen gelegt werden und in Brescia die Vertiefung erfolgt. Die Vertiefung kann entweder im Bereich Marketing oder im Bereich Finance stattfinden.

Mit der Università degli Studi di Brescia verbindet die Fachhochschule Mainz bereits seit vielen Jahren eine Partnerschaft. Brescia liegt in der Lombardei auf halber Strecke zwischen Mailand und Verona. Die Stadt selbst bietet mit ihrem historischen Zentrum, den Bars, Restaurants und vielen Sehenswürdigkeiten typisch italienisches Flair. Attraktiv sind auch die Universitätsgebäude inmitten der Altstadt, denn sie bestehen

aus einem kürzlich restaurierten und mit modernster Technik ausgestatteten ehemaligen Kloster. Die Umgebung von Brescia ist kulturhistorisch und landschaftlich außerordentlich reizvoll. Praktisch vor der Haustür befindet sich der Gardasee.

Integrierter deutsch-kolumbianischer Masterstudiengang

Ein neuer Kooperationspartner der Fachhochschule Mainz ist die Universidad Collegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario in Bogotá, Kolumbien, eine der ältesten und renommiertesten Universitäten Südamerikas. 1653 gegründet, spielte sie bis hinein in die Gegenwart in der Landesgeschichte immer wieder eine bedeutende Rolle.

Die katholische Hochschule liegt im historischen Zentrum der kolumbianischen Hauptstadt. Daneben finden Veranstaltungen auf einem modernen, am Stadtrand gelegenen Campus statt.

Ein Plus für deutsche Studierende ist, dass in Kolumbien ein reines und langsames Spanisch gesprochen wird – ideale Voraussetzung, den zweiten Teil des Master-Programms vollkommen in der spanischen Sprache zu absolvieren. Während der erste Teil des Studiums in Mainz die internationale Komponente der betriebswirtschaftlichen Kernfächer vertieft, dient das Studium an der Universidad del Rosario dazu, einen tiefen Einblick in die Märkte Lateinamerikas zu gewinnen. Hierzu kann auch ein von der deutsch-kolumbianischen Handelskammer, zu der die FH Mainz gute Beziehungen unterhält, vermitteltes Praktikum dienen.

Weitere Doppel-Master-Abkommen

Frankreich	Ecole Supérieure du Commerce Extérieur, Paris Institut Supérieur du Commerce (ISC), Paris
Litauen	International Business School der University of Vilnius
Schweden	Karlstad University, Karlstad
Thailand	Assumption University, Bangkok
Tschechien	University of Economics, Prag
USA	Pfeiffer University, Charlotte (NC) Coastal Carolina University,

Aber auch für die Studenten aus Kolumbien bietet das integrierte Studium eine einmalige Möglichkeit, während ihres einjährigen Aufenthalts in Mainz in englischer Sprache zu studieren, „nebenher“ Deutsch als Fremdsprache zu lernen und nach einem zweiten Jahr in Europa oder in Bogotá mit einem Doppel-Master, dem deutschen Master of Arts International Business (MA.IB) und dem MBA der „Rosario“, abzuschließen.

Nicht zuletzt profitieren auch die Dozenten von der bestehenden Kooperation. Professoren der Fachhochschule werden ab 2010 regelmäßig in einem neu aufzubauenden englischsprachigen Studiengang „International Business“ an der kolumbianischen Partneruniversität lehren. Im Gegenzug werden Dozenten aus Bogotá in Mainz Seminare zum Marketing und zur Unternehmensführung in Lateinamerika halten. ■

Einmal gesehen ist mehr als hundert Mal gehört - Studierende der FH Mainz erkunden die BRIC-Staaten

Prof. Dr. Andrea Beyer



Gruppe Brasilien



Gruppe Russland



Gruppe Indien



Gruppe China



Prof. Dr. Andrea Beyer
Fachhochschule Mainz

Globalisierung, Entwicklungspolitik, Auslandsentsendungen und ihre Probleme sind Standardthemen in einem BWL-Studium. Sie können aber auch praktisch vor Ort erlebt und erfahren werden. Diese Möglichkeit hatten Studierende des Fachbereichs Wirtschaft der FH Mainz vier Jahre hintereinander. Sie konnten durch Studienreisen die so genannten BRIC-Staaten (Brasilien, Russland, Indien und China) kennen lernen. Diese vier Staaten, gelten als die aufstrebenden Wachstumsmärkte. Das erste Gipfeltreffen der Staatschefs im Juni 2009 im russischen Jekatarinsburg demonstrierte darüber hinaus auch das politische Selbstbewußtsein der BRIC-Staaten.

Unter der Leitung von Prof. Dr. Andrea Beyer und Prof. Dr. Lothar Rolke startete seit 2006 in jedem Jahr eine Studienreise in eines der BRIC-Länder. Im Vordergrund standen bei den Reisen Unternehmensbesuche bei Firmen wie Siemens, SAP, Bosch oder Boehringer sowie Besuche bei den deutschen Botschaften, den Auslandshandelskammern und bei Universitäten. Die Themenpalette reichte dabei von den ökonomischen und politischen Rahmenbedingungen über die Besonderheiten im Vergleich zu Deutschland bis hin zu den Problemen der Mitarbeiter bei Auslandsentsendungen und die ganz persönlichen Eindrücke der jeweiligen Gesprächspartner. Von besonderem Interesse waren für die jeweilige Gruppe

auch die Besuche in den Universitäten. Hier war der Vergleich mit der eigenen Situation am direktesten. Noch besser war es natürlich, wenn ein Partnerinstitut der Fachhochschule Mainz besucht wurde und dort Studierende aus Mainz hautnah über ihre Erfahrungen in dem jeweiligen Gastland berichteten.

Neben diesem fachlichen Programm ließ sich auch immer noch ein kleiner touristischer Fahrplan einbinden. Was wäre eine Indienreise ohne Besuch des Tadsch Mahals oder eine Russlandreise nach Moskau und St. Petersburg ohne Besuch des Kremls und der Eremitage? Wenn es ging, wurde die Reise innerhalb des Landes auch mit dem Zug unternommen.

Ein klein wenig Abenteuerstimmung war schon dabei im Nachtzug von Peking nach Xian oder im Nachtzug von Moskau nach St. Petersburg.

Alles in allem waren die Tage prall gefüllt mit Programmpunkten und erst zu Hause wurde langsam klar, wie viel man gesehen und erfahren hatte. Das haftet länger und intensiver als die Beschäftigung mit der Thematik in einem Lehrbuch. ■

Mein Auslandssemester in Thessaloniki - wahrhaftig ein großes Abenteuer

Niki Mavrena



Niki Mavrena
studiert im 5. Semester
Wirtschaftsrecht an der
Fachhochschule Mainz.

Schon alleine die Vorstellung davon wie es sein könnte, kann nicht das Beschreiben was es wirklich war. Nicht nur Sonne, Strand und Meer, sondern vieles, vieles mehr.

Meine Vorfreude war groß, als ich endlich die Zusage für meinen Auslandsaufenthalt in Griechenland erhalten hatte. Als Studentin mit griechischem Migrationshintergrund wollte ich endlich das Land und die Kultur meiner Vorfahren kennen lernen. Schon zu diesem Zeitpunkt war mir jedoch klar, dass mir nicht nur eine aufregende, sondern auch eine chaotische Zeit bevorstehen würde, da das griechische Völkchen nicht nur allein für sein Temperament, sondern auch für sein Chaos bekannt ist. Schon das Organisatorische regeln zu wollen war eine große Herausforderung. Die Kollegen vom griechischen Auslandsoffice haben lange Zeit nichts von sich hören lassen. Diverse Telefonate und Emails konnten zu Beginn auch nichts ausrichten. Mein Vorteil war, dass ich der griechischen Sprache mächtig war und daher selbst zur Tat schreiten konnte. Nach mehreren Anläufen und immenser Geduld konnte ich die notwendigen organisatorischen Fragen klären und war endlich abreisefertig.

In Griechenland angekommen, hat sich an dieser Verfahrensweise nichts geändert. Man muss sich jedoch mit dieser „low motion“ Mentalität abfinden, damit man vorankommt. Die Herzlichkeit und Freundlichkeit mit der ich aufgenommen und mit der man sich um mich gekümmert hat, hat dann alles andere wettgemacht.

Meine Erasmus-Koordinatorin hat sich sehr bemüht mir alle notwendigen Kurse zu vermitteln, wobei einige Kurse auch für Erasmus-Studenten auf Englisch angeboten wurden. Hauptsächlich werden die Veranstaltungen jedoch auf Griechisch gehalten.

Die Lehrmethoden in Griechenland unterscheiden sich nicht sehr stark von den unsrigen. Das Einzige, was mir persönlich aufgefallen ist, ist dass die

Vorlesungen eher im Dialog als im Monolog stattfinden und Anwesenheitslisten geführt werden. Ich habe insgesamt vier Kurse mit Erasmus-Studenten belegt und drei weitere griechische Veranstaltungen. Wir mussten Referate und Präsentationen halten, sowie auch Hausarbeiten und Klausuren als Leistungsnachweise anfertigen, wobei der Umfang der Hausarbeit größtenteils nicht nach Seiten, sondern nach Wörtern beurteilt wurde.

Alles in allem war es eine sehr interessante Erfahrung. Ich habe viele neue Dinge dazugelernt und vor allem meine Sprachhemmungen fallen lassen. Das Geheimnis besteht darin, sich über eventuelle grammatikalische Fehler keine Gedanken zu machen, sondern „frei Schnauze“ zu reden. Sowohl die Studenten als auch die Professoren selbst sprechen Englisch auch nur als Fremdsprache und können sich nicht mehr blamieren als man selbst.

Die Hochschule selbst befindet sich zentral gelegen auf einer Hauptstraße im Herzen Thessalonikis und ist somit von jedem Stadtteil aus gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar. An der Hochschule befinden sich insgesamt sieben Fachbereiche. Es gibt ein zentrales International Office, jedoch gibt es für jeden Fachbereich einen gesonderten Koordinator. Für Auslandsstudenten werden Sprachkurse auf verschiedenen Leistungsstufen unentgeltlich angeboten und eine persönliche Betreuung durch Tutoren wird gewährleistet, die mit Rat und Tat zur Seite stehen und in allen Lebenslagen Unterstützung anbieten.

Für alle Kurse werden Credit Points vergeben, so dass man sich wegen der Anerkennung keine Gedanken zu machen braucht. Bücher bekommt man als Inlandsstudent zur Verfügung gestellt (dies ist durch die griechische Verfassung

garantiert) und als Auslandsstudent ein Substitut dergleichen. Das Sozialsystem ist in Griechenland sehr weit ausgebaut. Sozial benachteiligte Studenten werden z. B. mit Essensgeld bzw. durch die freie Verköstigung in der Mensa subventioniert. Auch Auslandsstudenten genießen dieses Privileg.

Die Hochschule selbst wie auch das International Office haben einige Ausflüge für Inlands- und Auslandsstudenten organisiert. Von Bergsteigen im Olymp über Rafting, Klosterbesichtigung im Meteora-Gebirge bis hin zu Skifahren im Seli-Gebirge war alles vertreten.

Alles in allem kann ich sagen, dass ich tolle fünf Monate in Griechenland verbracht habe. Nicht nur die Stadt an sich ist überwältigend mit ihren Ruinen und ihrer „Seaside“, den netten Cafés, Tavernen und Clubs, sondern ich habe Freunde fürs Leben gefunden, die ich nicht missen möchte und eins kann gesagt werden, schönes Wetter ist garantiert auch im tiefsten Winter. Griechenland hat ferner nicht nur ausgehtechisch sondern auch kulturell einiges zu bieten, was man sich keinesfalls entgehen lassen sollte. Angefangen von Thessaloniki selbst über Athen, Korinth, Olympia, bis zu den Wasserfällen nach Edessa, zum Olymp, zu den Meteora-Gebirgen nach Kalambaka, Vergina, nach Delphi und zu den tausenden von schönen Inseln.

Denjenigen Leuten, die ein bisschen kontaktscheu sind, kann ich nur sagen, dass man sofort in eine so genannte Erasmus-Community hineinkommt, mit der man gegen Ende des Aufenthaltes eine eingeschlossene Gemeinschaft bildet, von der man sich gar nicht mehr trennen möchte. Man unternimmt sehr viel zusammen, kocht zusammen, organisiert Ausflüge, zieht um die Häuser und vieles mehr. Daher scheut Euch nicht, ein Semester ins Ausland zu gehen. Diese Erfahrung ist unbezahlbar. Eine neues Land, eine ganz andere Kultur und ganz andere Sitten wirken auf Euch ein, gepaart mit dem Aufeinandertreffen vieler unterschiedlicher Kulturen. ■



University of Macedonia, Thessaloniki

Thessaloniki ist die zweitgrößte Stadt Griechenlands und eine der ältesten Städte Europas. Neben der größten Universität des Landes, die ebenfalls Partner der FH Mainz ist, beherbergt sie die University of Macedonia. Die University of Macedonia ist in verschiedenen Gebäuden in der Egnatia Street untergebracht. Dort gibt es neben den Vorlesungsräumen auch die Mensa, Sporteinrichtungen und Geschäfte.

Akademisches Jahr:

Das akademische Jahr geht von September bis Juni. Es ist in zwei Semester unterteilt mit jeweils mindestens 13 Wochen Lehrveranstaltungen und zwei Wochen Klausuren.

Wintersemester: Vorlesungsbeginn um den 25. September
Sommersemester: Vorlesungsbeginn am 1. Februar

Studiensprache an der Partnerhochschule:

Die Studiensprache ist Griechisch, es werden aber seit 2008 vier bis fünf Kurse pro Semester in englischer Sprache gelehrt (entspricht ca. 20 ECTS pro Semester). In der Zukunft wird dieses Angebot ausgeweitet.

Kursangebot:

Es können alle Kurse aus dem Department of Economics (Liste der Kurse auf www.uom.gr) gewählt werden.

Im Sommer- und Wintersemester gibt es jeweils ein unterschiedliches Kursangebot. Die Angebotsbreite entspricht in etwa dem der FH Mainz, darüber hinaus gibt es aber noch mehr Veranstaltungen im volkswirtschaftlichen Bereich. Wer nur auf Englisch studieren kann, ist auf das begrenzte Studienangebot auf Englisch angewiesen.

Unterkunft:

Die Partneruniversität unterstützt die Austauschstudierenden bei der Wohnungssuche.

Studiengebühren:

Im ERASMUS-Austausch fallen keine Studiengebühren an.

Sonstiges:

Es gibt semesterbegleitende Griechisch-Sprachkurse.

Weitere Information gibt das Auslandsamt oder www.uom.gr

València von A bis Z

Annette Crasselt



Annette Crasselt, 28 Jahre, ist gelernte Werbekauffrau und hat vor ihrem Studium (Bachelor BWL) an der FH Mainz in einer Werbeagentur gearbeitet.



L'Hemisfèric



Universitat de València - Campus dels Tarongers



Banco de València

Ausgehen

Von riesigen Discos, kleinen Kneipen, überlaufenen Erasmus-Treffs, lustigen Strandparties, gemütlichen Straßencafés, bezahlbaren Restaurants, unglaublichen Botellones bis hin zu kostenlosen Konzerten hat die Stadt alles zu bieten. Sehr beliebt in den morgendlichen Stunden nach dem Ausgehen sind Churros con Chocolate (frittiertes Spritzgebäck, das man mit heißer Schokolade genießt).

Bonobus

Die Zehn-Fahrten-Karte für den Autobus ist für 6,00 Euro in Tabakläden erhältlich. Eine Einzelfahrt (Sencillo) kostet 1,25 Euro. Wenn man von einem Bus mitgenommen werden will, unbedingt dem Fahrer ein Zeichen geben, winken. Der Bus hält sonst nicht.

Ciudad de las Artes y las Ciencias

Santiago Calatrava, der valencianische Architekt, entwarf diesen organischen Kulturpark. Der Komplex besteht aus dem „Palau de les Arts“ (Opernhaus), „L'Hemisfèric“ (3D-Kino), „L'Umbracle“ (Arkade), „Museo de les Ciències“ (Wissenschaftsmuseum) und dem „L'Oceanogràfic“ (größtes Aquarium Europas).

Dauersonne

Mehr als 300 Sonnentage pro Jahr lassen uns träumen.

Estanco

In den Tabakläden kann man Briefmarken (Sellos), den Bonobus, Kaugummis und Zigaretten kaufen oder Prepaidkarten aufladen. Die Läden sind an einem

gelben Schriftzug „Tabacos“ auf braunem Hintergrund zu erkennen.

Fallas (Frühlingsfest)

Vom 16. bis 19. März: Mehr als 700 gigantische Fallas (Styropor-Figuren), hunderte von Mascletàs (Knallkonzerte) überall und jederzeit in der ganzen Stadt, Folklore auf den Straßen, Höhepunkt ist die Verbrennung der Fallas in der Nacht vom 18. auf den 19. März. Muss man einfach erlebt haben!

Geld

Kreditkarten werden hier fast überall akzeptiert, jedoch muss der Ausweis immer gezeigt werden, sonst ist das Zahlen mit Karte nicht möglich. Viele Banken (auch die Deutsche Bank) findet man an den großen Plätzen wie „Plaza

del Ayuntamiento“ oder „Plaza de la Reina“. Die Bankautomaten sind mit „Telebanco“ beschriftet und in der ganzen Stadt zu finden.

Horchata ...

... Agua de València, Batido, Cerveza, Chupito, Cortado, Granizado de Limón, Leche Merengada, Mistelas, Zumo de naranja. Durstlöscher für jede Gelegenheit.

International Office

Hier ist man in Deutschland sowie in Spanien immer willkommen, alle sind nett und hilfsbereit.

Jetzt ...

... solltest du in Valencia sein und dein Auslandssemester machen. Das Jetzt solltest du wahrnehmen und leben.

Kontakt

Findet man hier leicht. Der Valencianer ist kontaktfreudig, versteht aber kein Deutsch und (kaum) Englisch.

Lärm

Knallfetschisten- und Pyromanenstadt. Die haben einen Knall...

Mañana, mañana

Morgen ist auch ein Tag.

No te preocupes, no pasa nada

Diesen Satz lieben die Spanier. Nein, wir machen uns nicht verrückt und bleiben immer schön ruhig.

Oeffentliche Verkehrsmittel

Egal ob mit Autobus, Metro, Taxi, Bahn oder Flugzeug. Die Stadt ist bestens angebunden.

Pinchos

Kleine Häppchen auf einer Baguette-scheibe, welche mit einem Zahnstocher zusammengehalten werden, man bedient sich selbst an der Bar und bezahlt später nach Anzahl der Zahnstocher auf dem Teller.

Qué vida

Sind alle da? Dann kann es losgehen. Zuerst in ein Restaurant (22h) und dann in eine der zahlreichen Bars (24h). Danach geht es weiter in eine Disco (3h) – und schließlich ans Meer (7h), um in den Tag zu schwimmen.

Rosenverkäufer

Die internationale Rosenverkäuferverbindung lässt grüßen.

Stadt

Drittgrößte Stadt Spaniens, fast eine Mio. Einwohner, über 80.000 Studenten, zwei Sprachen: Spanisch und Valencianisch-Katalanisch, Durchschnittstemperatur 18,9°C, drei Strände mit 15 km Gesamtlänge, 30 Parks und Gärten, mehr als 40 Museen, 1.500 Restaurants, 15.000 Hotelbetten, zwei Fußballclubs, ein Naturpark (Albufera), keine Berge, 349 km südlich von Barcelona, 352 km östlich von Madrid, 1.638 km von Mainz.

Tapas

Die berühmten kleinen Teller mit spanischen Verführungen.

USB-Stick

Gehört auf jeden Fall ins Gepäck, da alle Skripte und Unterlagen nur zum Downloaden über ein Internetforum (Aulavirtual) verfügbar sind.

Verloren

Es kann schon mal vorkommen, dass man mit einer spanischen Straßenkarte die Straße nicht findet. Grund dafür sind die Straßenschilder, welche auch Valencianisch beschriftet sind. Im Valencianischen heißt zum Beispiel Plaza de la Virgen „Plaça de la Verge“ oder Calle Alta „Carrer de Dalt“. Am besten Valencianer fragen.

Wohnen

Da ein Zimmer im Studentenwohnheim schwer für ausländische Studenten zu bekommen und zudem übersteuert ist,

wohnt man in WGs (Piso compartido). Ein WG-Zimmer kostet zwischen 200 und 300 Euro. Bei Einzug wird meist eine Kaution in Höhe einer Monatsmiete fällig. Sehr hilfreiche Internetseiten bei der Suche sind valencia.loquo.com und erasmusvalencia.com, ansonsten Aushänge an Uni und Umgebung beachten.

Xàtiva

Wenn Ihr an dieser Metrostation aussteigt, befindet Ihr Euch direkt im Stadtzentrum.

Y la Universitat de València

Die Universität besteht aus dem Campus de Tarongers (hier befindet sich der Fachbereich Wirtschaft), Campus Blasco Ibáñez und Campus Burjassot-Paterna. Unterrichtssprachen sind Spanisch, Valencianisch und Englisch (sehr begrenztes Angebot). Der zur Universität gehörende Botanische Garten ist einen Besuch wert.

Zeit

Läuft hier viel schneller, da man sich für die einfachen Dinge mehr Zeit nimmt. Der Rhythmus ist ruhiger und gelassener.

Über ein halbes Jahr war ich Teil dieser wunderbaren Stadt, welche ich mit Wehmut verlassen habe. Sie ist meine zweite Heimat geworden. Den Rest kann jeder gerne selber herausfinden. Auf jeden Fall ist València ein Auslandssemester (oder eine Reise) wert. ■

**Universität de València**

Die Universität de València hat mehrere Standorte in Valencia. Die wirtschaftswissenschaftlichen Veranstaltungen finden auf dem Campus Tarongers statt, der im Osten, nicht weit vom Strand gelegen ist. Die Hochschule gehört zu den größten des Landes; Ausstattung und Campus sind modern. Der Campus ist vom Stadtzentrum aus leicht mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen.

Akademisches Jahr:

Das „año universitario“ geht von Oktober bis Juni.

Wintersemester:

Ende September bis Anfang Februar

Sommersemester:

Anfang Februar bis Anfang Juli

Studiensprache an der Partnerhochschule:

Spanisch, Valencianisch und Englisch
Vorzugsweise werden bei der Platzvergabe Studierende berücksichtigt, die auf Spanisch studieren können.

Kursangebot:

Es gibt ein sehr breites Angebot an betriebswirtschaftlichen und volkswirtschaftlichen Vorlesungen, Übungen und Seminaren. Für Studierende in Bachelorprogrammen kommen insbesondere die Angebote des 3. und 4. Studienjahres in Frage.

Das Kursangebot in englischer Sprache ist begrenzt und umfasst Module in den Bereichen, Marketing, Management, Accounting, Economics.

Unterkunft:

Wohnheimplätze stehen für Austauschstudierende normalerweise nicht zur Verfügung. Unterkünfte (meist in Wohngemeinschaften) müssen von den Studierenden selbst gesucht werden. Bedingte Unterstützung bei der Wohnungssuche durch das ERASMUS-Büro.

Studiengebühren:

Im ERASMUS-Austausch fallen keine Studiengebühren an.

Sonstiges:

Gute Grundkenntnisse in Spanisch sind Voraussetzung.

Weitere Information gibt das Auslandsamt oder www.uv.es/econom.

Erfahrungsbericht über mein Auslandssemester an der University of Brighton

Markus Hieronymi



Markus Hieronymi ist Student der Betriebswirtschaftslehre Bachelor im 6. Semester an der Fachhochschule Mainz.

Schon seit Beginn meines Studiums wusste ich, dass ich ins Ausland wollte. Die einzige Frage die sich mir stellte war, ob ich den Auslandsaufenthalt in Form eines Praktikums oder eines Auslandssemesters absolvieren möchte. Da bereits viele Freunde und Bekannte von mir ein Semester im Ausland absolviert hatten und alle sehr begeistert waren, fiel die Entscheidung letztendlich auf ein Auslandssemester. Da ich in einem englischsprachigen Land studieren wollte, entschied ich mich für die University of Brighton in England.

Am 7. Februar 2009 ging es dann für mich los. Nach dem einstündigen Flug bin ich auf direktem Weg zu meiner Unterkunft im Studentenwohnheim auf dem Falmer Campus etwas außerhalb der Stadt (20 Minuten mit dem Bus) gefahren. Die Universität ist in der ganzen Stadt verteilt. Studiert habe auf dem Moulsecoomb Campus in der Innenstadt. Zwei Tage nach meiner Ankunft hatte ich meinen ersten Tag an der Universität, wobei die erste Woche mehr der Orientierung und eventuellen Kurswechseln galt. In Deutschland hatte ich bereits sechs Kurse mit insgesamt 25 Credit Points gewählt. „New European Marketplace“, „Competitive Advantage & The Global Economy“, „Emerging Financial Markets“, „Corporate Governance“,

„Understanding Contemporary Britain“ und „Entrepreneurship“.

Das Studium und die Kurse in England sind nicht gerade mit denen an der Fachhochschule Mainz vergleichbar. Die Kurse an der Uni in Brighton bestanden aus einer „lecture“ – Vorlesung und einem anschließendem Tutorium (kleine Gruppen und viele Diskussionen). Außerdem ist das ganze englische System sehr schulisch. Man bekam in so gut wie jedem Fach Hausaufgaben. Die Aufgaben bestanden hauptsächlich daraus, sämtliche Berichte und Publikationen zu einem Thema zu lesen, was dann schon mal 100 Seiten pro Woche bedeuten kann. Auch wenn sich das viel anhört und vielleicht am Anfang etwas nervig sein kann, gerade für internationale Studenten, deren Muttersprache nicht Englisch ist, kann das sehr hilfreich sein um sich schnell an die Sprache zu gewöhnen. Ich weiß nicht, ob es an meiner Fächerwahl lag, aber das Studium hat sich mehr wie ein Politik- als ein BWL-Studium angefühlt. Vor allem die Kurse „New European Marketplace“ und „Competitive Advantage & The Global Economy“ handelten eigentlich nur von politischen Themen.

Für alle kommenden Studenten, die nach Brighton gehen, kann ich das Fach „Entrepreneurship“ nur wärmstens empfeh-





Strand mit Brighton Pier

len. Nachdem man in dem Kurs in kleine Gruppen eingeteilt worden war, bestand die Hauptaufgabe darin, eine Geschäftsidee zu entwickeln, einen dazugehörigen Businessplan zu erstellen und letztlich die Geschäftsidee vor einem Komitee zu präsentieren, um Investoren zur Realisierung des Projektes zu gewinnen. Das Ganze war aufgebaut wie die bekannte Fernsehshow „Dragons Den“ auf BBC. Ich bin sehr froh, dass ich an diesem Kurs teilgenommen habe.

Im Allgemeinen bestanden die Prüfungsleistungen aus einem Essay und einer Präsentation. Nur für „Corporate Governance“ und „Emerging Financial Markets“ war jeweils eine Klausur am Ende des Semesters abzulegen.

Ansonsten ist das Leben an der Uni und auf dem Campus sehr angenehm. Brighton hat sehr viele internationale Studenten und jeder ist sehr freundlich und hilfsbereit. Besonderes Glück hatte ich mit meinen Mitbewohnern im Studentenwohnheim. Ich wohnte mit Kanadiern, Franzosen, Spaniern, Koreanern, Schweden und vor allem Studenten aus den USA zusammen. Ich war eigentlich auch froh über die Tatsache, dass ich der einzige Deutsche war, da ich so nicht die Möglichkeit hatte, Deutsch zu sprechen und mein Englisch deutlich verbessern konnte. Die Freizeitmöglichkeiten in Brighton sind nahezu optimal. Besonders in Sachen Sport kommt man auf seine Kosten. An jeder Ecke öffentliche Fußballplätze, Basketballplätze und auch sehr

schöne Joggingstrecken. Auch wer gerne feiert ist hier definitiv gut aufgehoben. Was ich aber jedem empfehle, der nach Brighton kommt, ist „Seven Sisters“ zu besuchen. Seven Sisters ist eine Kliffküste zwischen Eastbourne und Seaford, die von Brighton in 45 Minuten mit der Buslinie 12 zu erreichen ist.

Brighton ist eine sehr schöne Stadt direkt am Meer mit dem berühmten Brightonpeer und einem sehr netten, vor allem aber auch außergewöhnlichen Menschen, da man ständig irgendwelche Hippies und Straßenkünstler sieht. Aus meiner Erfahrung kann ich wirklich nur jedem empfehlen, die Möglichkeit zu nutzen und ein Semester im Ausland zu studieren. Ich kann wirklich sagen, dass ich mit die besten fünf Monate meines Lebens in Brighton verbracht habe. In dieser kurzen Zeit habe ich so viele neue Erfahrungen gewonnen, die ich sicherlich niemals vergessen werde. Da mein Studium jetzt dem Ende zugeht, kann ich eigentlich schon sicher sagen, dass das eine meiner besten Entscheidungen war, die ich im Laufe meines Studiums getroffen habe. ■

University of Brighton

Brighton ist eines der bekanntesten britischen Seebäder in der herrlichen Umgebung Südens. Die Altstadt Brightons, die Lanes, entstand aus einem Fischerdorf aus dem 17. Jahrhundert, in dessen alten Häusern sich heutzutage Boutiquen, Antiquitätengeschäfte, Buchläden und Cafés befinden. Man sagt, dass Brighton nach London die größte Auswahl an Pubs, Discos, Restaurants und Weinstuben des Landes bietet. London ist ca. 90 km entfernt und bequem mit dem Zug erreichbar. Die University of Brighton hat verschiedene Standorte. Die Business School ist unweit des Zentrums im Mithras House untergebracht. Dort studieren ca. 2.000 Studenten.

Akademisches Jahr:

Wintersemester: Mitte September bis Ende Januar/Anfang Februar

Sommersemester: Mitte Februar bis Anfang Juni

Studiensprache an der Partnerhochschule:

Englisch

Kursangebot:

Studienangebot aus dem Studiengang „BA International Studies“. Kurse wie International Business Analysis, Business Process Management, Managing People, Strategy for International Business sowie eine Fülle von Optionen.

Unterkunft:

Die Wohnungsvermittlung übernimmt die Universität. Den Studierenden wird in der Regel ein Wohnheimplatz zugewiesen.

Studiengebühren:

Im ERASMUS-Austausch fallen keine Studiengebühren an.

Weitere Information gibt das Auslandsamt oder www.brighton.ac.uk

Nem beszélek magyarul - Ich spreche kein Ungarisch Fünf Monate Auslandssemester an der Budapest Business School

Matthias Paratsch



Matthias Paratsch studiert BWL im 6. Semester und schreibt gerade seine Bachelorarbeit.

Es war der 1. September letzten Jahres, als ich bei strahlendem Sonnenschein in Budapest, der Hauptstadt Ungarns, am Flughafen ankam. Dort erwartete mich bereits Kitti, eine Studentin des International Student Office meiner zukünftigen Hochschule, um mich zu einem Hostel zu bringen, in dem sie mir zuvor bereits ein Zimmer reserviert hatte. Gleichzeitig mit mir kamen viele andere Erasmusstudenten an, unter anderem Tómas und Henrique aus Portugal, mit denen ich mir nach nur einer Woche Suche und aufgrund der Unterstützung der Erasmuskoordinatorinnen, eine Wohnung im Stadtzentrum teilte.

Der öffentliche Nahverkehr funktioniert so gut, dass wir vor allem in den Stoßzeiten nie mehr als eine Minute auf eine Bahn warten mussten, um die Stadt erkunden zu können. Uns blieb jedoch nicht besonders viel Zeit uns zu akklimatisieren, denn schon begann die Vorlesungszeit. Leider hatte die perfekte Zentrumslage unserer Wohnung den Nachteil, dass wir über eine Stunde zu unserer Hochschule brauchten und auch die Organisation derselben machte uns zu schaffen. Die Kurslisten für Erasmusstudenten waren leider nicht ins Englische übersetzt und wurden mehrmals komplett geändert oder gekürzt, sodass es mir, auch aufgrund der strengen Vorgaben der Fachhochschule Mainz, sehr schwer fiel am Ende die vorgegebenen

30 ECTS-Punkte zu erreichen. Zudem erschwerte uns das gerade neu eingeführte Online-System, welches offenbar ohne vorherige Testphase implementiert worden war, die Wahl.

Nachdem diese Anfangsschwierigkeiten gemeistert waren, begannen die Vorlesungen. Es fällt mir diesbezüglich schwer, eine generelle Aussage über den Schwierigkeitsgrad, die Qualität des Inhalts oder der englischen Sprache zu machen, da von sehr einfach, über sehr arbeitsintensiv bis hin zu sehr schwer in meinen sechs Fächern alles vertreten war. Leider ist mir aber aufgefallen, dass das Englisch mancher Professoren sehr zu wünschen übrig ließ, weshalb die Budapest Business School wohl nicht der richtige Ort ist, um sein Business-Englisch zu perfektionieren. So war man dazu gezwungen mit hohen Kommunikationsbarrieren umzugehen, was meiner Meinung nach auch eine wichtige Erfahrung und somit ein Lernerfolg war.

Der Kontakt zu ungarischen Studenten war bedauerlicherweise sehr begrenzt. Dies lag daran, dass viele Kurse „reine“ Erasmuskurse waren und auch in den anderen Kursen nur wenige ungarische Studenten saßen, da diese für englischsprachige Vorlesungen eine extra Gebühr – zusätzlich zu den für ungarische Verhältnisse relativ hohen Studiengebühren – entrichten mussten.

Skyline der „Pest“-Seite





Flohmarkt in Budapest



Szchenyi Bad

Natürlich bedeutet ein Erasmussemester nicht nur studieren, auch das kulturelle Leben kommt in Budapest nicht zu kurz. Nachtmenschen kommen hier sicher auf ihre Kosten, nur die Suche nach einer Live-Rockband könnte sich als schwierig erweisen, da diese leider nur sehr selten zu finden sind. Trotzdem gibt es viele Clubs und Bars, bei denen für jeden Geschmack etwas dabei ist. So zum Beispiel große Clubs am Donauufer, kleine alternative Eck-Clubs oder eine Rooftop-Bar mit Disco, mit Blick über Budapest. Sehr international und künstlerisch geht es in den Bars „Szimpla kert“ oder im „Instant“ zu, wobei die Preise in allen Bars im Vergleich zu den deutschen Preisen sehr moderat sind. Ich musste für ein großes Bier nie mehr als umgerechnet ungefähr 2,- Euro bezahlen und da es aufgrund der Wirtschafts- und Finanzkrise momentan einen noch günstigeren Wechselkurs als damals gibt, sind die Preise wohl jetzt im Verhältnis noch niedriger.

Auch bei Tageslicht hat Budapest, unter anderem aufgrund der vielen interessanten Museen (das „House of Terror“ ist hier besonders zu empfehlen), der schönen Opern (die Budapester Philharmoniker sind nicht nur für Klassikliebhaber empfehlenswert), Theater und zur Entspannung einladenden Parks, viel zu bieten. Auch die schöne Donauinsel Margit Sziget (Margareteninsel) lädt, mit ihrer gummierten Laufbahn und einer pittoresken Parkanlage vor allem auch Jogger, zu einem Besuch ein. Nicht zu vergessen sind zudem die berühmten Budapester Bäder, welche ihr mineralreiches Wasser aus heißen Quellen beziehen und ein idealer Ort zur Entspannung sind. Zudem wird hier einmal im Monat eine „Sparty“, eine Kombination aus Wellness und Party, veranstaltet, welche auch unbedingt zu empfehlen ist.

Mit der Gruppe der Erasmusstudenten, welche sich aus Studenten aus allen Tei-

len Europas zusammensetzte, wurden zahlreiche Ausflüge unternommen oder Kochabende veranstaltet, so zum Beispiel ein von Studentinnen des International Student Office organisierter Wochenendtrip an den Balaton. Auch mit meinen Mitbewohnern unternahm ich viel, unter anderem auch mehrtägige Ausflüge nach Prag oder Wien.

Außerdem hatte ich das Glück, Weihnachten in der Familie einer Kommilitonin zu verbringen und so einen Einblick in die (Weihnachts-)Kultur der Ungaren zu bekommen. Leider beschränkten sich meine Kontakte zu Ungaren nur auf meine Mitstudentinnen, was unter anderem auf die sprachliche Barriere zurückgeführt werden kann. Da das Ungarische aus dem finno-ugrischen Zweig der uralischen Sprachfamilie stammt und deshalb nur wenig Ähnlichkeiten mit anderen europäischen Sprachen – außer vielleicht dem Finnischen – hat, ist es sehr schwer, die Sprache in so kurzer Zeit zu erlernen.

Insgesamt sind mir die Ungaren sehr zuvorkommend und warmherzig begegnet und im Alltag konnte ich mich immer mit einer meiner Fremdsprachen verständigen.

Abschließend betrachtet war mein Erasmussemester ein Erlebnis, geprägt von vielen internationalen Bekanntschaften, Freundschaften und Einblicken in fremde Kulturen, welches ich nicht missen möchte. Budapest ist eine Stadt mit sehr viel Charme und einer lebendigen Kultur. Gäbe es die sprachlichen Barrieren nicht, könnte ich mir gut vorstellen dort zu leben.

Ich kann Budapest jedem empfehlen, der das Erasmussemester nicht nur als Möglichkeit zur Verbesserung seiner Englischkenntnisse sieht und zudem bereit für ein Abenteuer in einer europäischen Metropole ist, in der vielleicht noch nicht jeder war. ■

Budapest Business School

Die Budapest Business School ist mit 20.000 Studenten Ungarns größtes Business College. Es besteht aus insgesamt drei Abteilungen, die an unterschiedlichen Standorten untergebracht sind. Austauschstudenten studieren in der Abteilung „International Management and Business Studies“, die im östlichen Stadtgebiet Budapests liegt. Der Campus ist von der Innenstadt mit der Metro und Bus/Bahn erreichbar.

Akademisches Jahr:

Wintersemester von September bis Januar

Sommersemester von Anfang Februar bis Mitte Juni

Studiensprache an der Partnerhochschule:

Englisch und Ungarisch

Kursangebot:

Die Studierenden haben Zugang zu den englischsprachigen Kursen an der Faculty of International Management and Business aus dem 2. und 3. Studienjahr. Zur Auswahl stehen ca. 20 Kurse, die eher Grundlagencharakter haben, wie z. B. EU Law, Human Resource Management, Introduction to Finance, Operations and Problems of the EU, International Business, Cross Cultural Communication, Strategic Management, Strategic Marketing. In ungarischer Sprache steht ein weitaus größeres Programm zur Verfügung.

Unterkunft:

Die Partneruniversität unterstützt die Austauschstudierenden bei der Wohnungssuche.

Studiengebühren:

Im ERASMUS-Austausch fallen keine Studiengebühren an.

Sonstiges: Es werden Anfängersprachkurse in Ungarisch angeboten.

Weitere Information gibt das Auslandsamt oder www.bgf.hu

Fünf Jahre COEUR - über China in die Welt

Prof. Dr. Matthias Eickhoff



Matthias Eickhoff (rechts) Fachhochschule Mainz und Andrew Turnbull – die COEUR Initiatoren auf Tour in Guangzhou.

Seinen 5. Geburtstag feierte in diesem Jahr COEUR, das im September 2004 in der Fachhochschule Mainz aus der Taufe gehoben worden war. Die erste diffuse Idee der Initiatoren Matthias Eickhoff und Andrew Turnbull, bei einem Kaffee im Flughafen von Aberdeen im Jahr 1996 ausgeheckt, hatte eine ausgiebige Reisezeit benötigt. Nach einem Treffen von vier Kollegen am Rande der 8. ECCI European Conference for Creativity and Innovation im September 2003 in Mainz waren die Geburtsvorbereitungen getroffen worden und fast 50 Studierende aus vier Ländern waren der Einladung gefolgt, sich auf ein unternehmerisches Experiment einzulassen.



Alles Gute zum Geburtstag!

Eine Woche lang arbeiten Studierende verschiedener Hochschulen in COEUR Workshops in interkulturell gemischten Teams zusammen. Ihre Aufgabe besteht darin, unternehmerische Ideen mit europäischer Dimension zu entwickeln, gleich ob es sich um ein Geschäftsmodell für ein Unternehmen, eine soziale Innovation oder eine ‚Brücke von A nach B‘ handelt. Entscheidend dabei ist, dass die Studierenden selbst der Motor der Entwicklung sind. Sie lernen nicht in konventionellen Vorlesungen, sondern durch die Zusammenarbeit im Team, das sie selbst organisieren und steuern müssen. Die begleitenden Hochschullehrer fungieren als Coaches oder Mentoren, sie diskutieren die Ideen mit den Teams, stellen Fragen, geben Anregungen und bereiten die Studierenden auf die Abschlusspräsentation vor einer Jury vor, der die Studierenden am Ende der Woche ihre ‚Value Proposition‘ vorstellen.

Die kritischen Kommentare der Jury, der neben Dozenten Unternehmer, Vertreter der Wirtschaftsuni oder Business Angels angehören, werden dann auch

von den Teilnehmern als sehr wertvoll eingestuft. Als größten Nutzen schätzen die Studierenden aber den Lerneffekt, der sich durch die Zusammenarbeit mit den Studierenden aus unterschiedlichen Kulturen ergibt. Durchsetzungsfähigkeit ist dabei ebenso notwendig wie Kompromissfähigkeit, sprachliche Kompetenz und Präsentationsfähigkeit wachsen gemeinsam mit der Fähigkeit aufeinander zuzugehen, dem Bemühen, die Position der anderen Teammitglieder zu verstehen und gemeinsam konstruktiv weiter zu entwickeln. Creative in Diversity – dieser Slogan von COEUR wird von den teilnehmenden Studierenden immer wieder positiv erlebt.

Spread your wings

Angespornt vom Erfolg von COEUR – das Konzept bekam in den Teilnehmerbefragungen hervorragende Beurteilungen und hat international bereits zwei Preise gewinnen können – waren die Partner



COEUR-Plakat am Nanfang-College



Tradition und Moderne: In Guangzhou leben elf Millionen Menschen



Das Nanfang College der Sun Yat-Sen Universität wird außerhalb Guangzhou erst seit wenigen Jahren aufgebaut. Es soll einmal 10.000 Studierende aufnehmen.



Studierende des Nanfang College: May I have a picture with you?

schnell einig gewesen, die Workshops jährlich an einer der Partnerhochschulen durchzuführen. Nach Mainz folgten 2005 Aberdeen, 2006 Wrocław, 2007 Lissabon und 2008 Dijon. Bereits im vergangenen Jahr kündigte sich an, dass der Workshop im Jahr 2009 eine besondere Variante darstellen könnte. Als Beobachter hatten zwei Vertreterinnen des Nanfang College der renommierten Sun Yat-Sen Universität aus Guangzhou, an dem Workshop in Dijon teilgenommen. Und tatsächlich fand der COEUR Workshop im 5. Jahr von COEUR in der Nähe der südchinesischen Metropole statt. Guangzhou liegt knapp zwei Zugstunden von Hongkong entfernt und ist mit rund elf Millionen Einwohnern die drittgrößte Stadtregion Chinas und Hauptstadt der Provinz Guangdong.

Fast 40 Studierende aus Europa, darunter sieben Studierende der Fachhochschule Mainz, waren der Einladung gefolgt und trafen in dem erst vor wenigen Jahren neu gegründeten Nanfang College mit

einer knapp ebenso starken chinesischen Delegation zusammen. In dem einwöchigen Workshop hatten die Studierenden dann Gelegenheit, vielfältige Einblicke in die chinesische Kultur und Wirtschaft zu gewinnen und sich in der Zusammenarbeit mit ihren Kommilitonen einen eigenen Eindruck über die Arbeitsweise in China zu machen. Für die Organisatoren war dabei besonders interessant, wie die Unterschiede zwischen europäischer Unternehmenskultur und chinesischer Unternehmenskultur – EuroPreneurship versus SinoPreneurship – sich auf die Art der Zusammenarbeit und die Ergebnisse der Teams auswirken würden.

Zwar hatten alle Gruppen in kurzer Zeit die anfänglichen Verständigungs- und Verständnisschwierigkeiten bewältigt, doch zeigte sich die differenzierte Wirkung kultureller Unterschiede recht deutlich. Während ein hohes Maß an Unterschiedlichkeit in den Bedingungen der Umsetzung unternehmerischer Initi-

ative als hinderlich gilt (unterschiedliche Wirtschafts- und Rechtssysteme, keine einheitliche Währung, verschiedene Traditionen, Kulturen usw.), ist ‚diversity‘ in der Frühphase der Ideengewinnung in der Regel ein stimulierender Motor. Wenn die Unterschiede aber sehr groß werden – hier im Aufeinandertreffen chinesischer und europäischer kultureller Prägung – können diese auch hinderlich sein.

Die Studierenden waren in sieben gemischten und vier rein chinesischen Teams zufällig zusammengestellt worden. Wenn auch die Bewertung der Teams nicht weit auseinander lag, wurden zwei von drei Preisen von chinesischen Teams gewonnen, die sowohl in der sachlichen Bewertung der Ideen, als auch für ihre kreativen Präsentationen – von Tempeltanz bis Kung-Fu-Akrobatik – Bestnoten erhielten.

COEUR mundus: 2010 in Brasilien Gewonnen haben aber letztlich alle Teilnehmer. Neben neuen persönlichen Netzwerkkontakten können die COEUR Workshop-Teilnehmer interkulturelle Team-Erfahrung und vieles mehr auf der Habenseite verbuchen und bestätigen, dass sich auch die Investition in Reise- und Teilnahme-kosten gelohnt hat.

Da es für die Veranstaltung keine ECTS Leistungspunkte gibt, erhalten alle Teilnehmer eine Urkunde der Veranstalter. Philipp Leyendecker, BIS Student im 6. Semester, meint: „Was man für einen Schein lernt, vergisst man wieder. Was wir in China gelernt haben, ist etwas, das fürs Leben bleibt.“



Die UNISUL Universidade do Sul de Santa Catarina wird 2010 Ausrichter des COEUR mundus Workshops für Studierende aus Europa, China und Brasilien sein.

Auch in Zukunft möchten die COEUR Partner das Angebot weiter ausbauen. Neben den verschiedenen Angeboten innerhalb Europas wurde mit dem Workshop in China auch ein erster Schritt in Richtung auf andere Regionen und deren Entrepreneurship-Kulturen unternommen. Damit europäische Studierende die Gelegenheit bekommen, ihre Erfahrungen auch mit Studierenden und Unternehmern in anderen Regionen der Welt weiter zu entwickeln, hat das COEUR Consortium beschlossen, auch in Zukunft Workshops mit außereuropäischen Hochschulen zu organisieren. Für das Jahr 2010 liegt bereits eine Zusage der UNISUL Universidade do Sul de Santa Catarina vor, COEUR mundus im Süden Brasiliens als Gastgeber willkommen zu heißen. ■

International Summer Semester an der Sungkyunkwan University (SKKU) in Seoul, Südkorea

Stefan Heinrich



Stefan Heinrich ist Bachelor of Media Management und studiert derzeit im 3. Semester des Master Studiengangs International Business an der Fachhochschule Mainz.

Während einer Vorlesung im Sommersemester 2009 kam ganz spontan das Angebot von Herrn Prof. Dr. Herbert Paul, in Seoul drei Wochen an einer Summer School teilzunehmen. Sechs Studenten würden einen „Tuition Waver“ für die Vorlesungen erhalten. Kurz darauf hieß es dann für sechs Studenten (vier davon aus dem Master International Business): Ihr dürft zum Summer Semester nach Seoul! Als ich erfuhr, dass ich mitfahren kann, freute ich mich total. Aber worauf eigentlich genau? Schließlich hatte ich bis dato nur Olympia mit Seoul bzw. Südkorea verbunden. Kaum war das Sommersemester 2009 freitags mit der letzten Klausur abgeschlossen, hieß es auch schon Koffer packen und auf in Richtung Ostasien.

Mit dem Slogan „Unique Origin. Unique Future“ präsentiert sich die Sungkyunkwan University, eine der Top-Universitäten in Korea. Damit die Zukunft der SKKU, die es bereits seit 1398 gibt, ebenso „unique“ wird, investiert die Hochschule und deren Geldgeber Samsung in die Internationalisierung. Exzellente ausgestattete, moderne Gebäude



sowie internationale Professoren sorgen an der SKKU für eine geniale Studien-Atmosphäre.

Nach und nach kamen die 250 Studenten aus 42 Ländern in Seoul an. Diverse Länderflaggen begrüßten uns Montagmorgen auf dem Weg zur Eröffnungsfeier. In einem riesigen Auditorium wurden wir vom International Office Staff mit netten Willkommenspaketen und verschiedenen Musik-Performances begrüßt. So startete das diesjährige International Summer Semester der Sungkyunkwan University in Seoul unter dem Motto „Sustainable Global Prosperity“. Aus dem großen Kurskatalog zu diesem Themenkomplex konnten wir jeweils zwei Kurse auswählen. Ich beschäftigte mich drei Wochen mit „Emerging Asian Markets“ sowie „Innovation and Leadership“. Renommiertere Professoren aus aller Welt (z. B. auch aus Cambridge) unterrichteten uns, teilweise mit sehr innovativen Lernmethoden. So wurden manche Vorlesungen zum regelrechten Erlebnis.

Der Business Campus liegt zentral, wodurch ganz Seoul für uns super mit der U-Bahn erreichbar wurde. Dass dafür aber nicht viel Zeit bleibt, merkten wir schnell. Denn die Koreaner haben ein gutes Verständnis für Planung und Zeiteffizienz! Unser „Timetable“ war neben den Vorlesungen von 9.00 h bis 16.00 h reichlich mit Kulturprogramm gefüllt. Musicals, Stadttouren und Provinztouren standen auf dem Programm. So mussten wir schließlich das „Erkunden auf eigene Faust“ auf sonntags begrenzen. Durch die straffe Planung, konnten wir aber sehr viele unterschiedliche Seiten von Seoul kennenlernen.

Wahlweise konnten wir auch einen Koreanisch-Kurs belegen um nicht ständig total unwissend vor koreanischen Schriftzeichen zu stehen ☺. Generell war das Zurechtfinden aber unproblematisch, da z. B. Metrostationen oder Speisekarten meist auf Englisch verfügbar waren. Dennoch erfuhren wir schnell, dass abseits



des Campus die Rate der Englisch sprechenden Koreaner doch sehr begrenzt ist. Mit einigen Improvisations- und Pantomimekünsten kamen wir allerdings irgendwie immer zum Ziel.

Bereits in der ersten Nacht brachten uns unsere koreanischen „Buddies“ zum Karaoke singen. Kein Wunder – sind die meisten Koreaner doch karaoke-süchtig. Anders als in Europa, mietet man sich in Korea mit Freunden einen Raum mit Couch, Tisch und Flatscreens, schließt die Tür und singt was das Zeug hält. Alkohol ist dabei eher untypisch, stattdessen gibt's gerne mal „All you can eat-Icecream“ dazu. Das beliebteste Getränk beim Ausgehen ist „Soju“, eine Art Branntwein aus Süßkartoffeln. Das Ausgehen in Seoul beginnt generell mit einem gemeinsamen Abendessen, am liebsten „Korean BBQ“. Hierbei werden Fleischstücke auf einer Steinplatte auf dem Tisch gebraten, in Salatblätter gewickelt und in verschiedene Dips getaucht. Generell werden immer zahlreiche „Sidedishes“, meistens Gemüse, gereicht. Das koreanische Essen unterscheidet sich stark von chinesischen und japanischen Speisen. Wobei ich gemerkt habe, dass ich persönlich die letzteren beiden bevorzuge ☺. Grundsätzlich spielt Essen eine große Rolle in Korea, wodurch wir relativ häufig am Essen waren.

Seoul – eine Stadt in Bewegung. Egal zu welcher Uhrzeit, die Stadt schläft nie. Metrostationen und Straßen sind stets

vor allem mit jungen Leuten gefüllt. Die Stadt wirkt durch die große Anzahl junger Leute sehr jung und lebendig. Die Koreaner sind auf Trapp, und das merkt man in den Straßen. Anrempeln? Kein Problem, schließlich muss man schnell irgendwohin! Das U-Bahn-Netz ist sehr gut ausgebaut. Egal an welcher Station man aussteigt, überall ist Großstadt: die „Metropolitan Area“ ist einfach gigantisch groß. Moderne Bürokomplexe, Shoppingcenter der Superlative und diverse andere Hochhäuser reihen sich aneinander. Die traditionellen koreanischen Bauten mussten im Zuge der schnellen Entwicklung des Landes den neuen Gebäuden nach und nach weichen. So muss man häufig schon etwas suchen bis man ein „typisch koreanisches Gebäude“ findet. Durch die schnelle Modernisierung, blieb nicht mehr viel vom alten koreanischen Charme erhalten. Ein Highlight der Metropole ist definitiv der Fluss Hangang, der sich durch die Stadt wie eine kleine grüne Lunge zieht. Am Wasserlauf kann man flanieren und kurzzeitig vergessen, dass man sich in einer Millionen-Metropole befindet.

Unzählige Sehenswürdigkeiten, Freizeitparks, Zukunftsmuseen und Nationalparks sorgen dafür, dass Seoul nie langweilig wird. An alle die sich für das International Summer Semester interessieren, mein Tipp: Auf alle Fälle beim International Summer Semester 2010 dabei sein! ■

Sungkyunkwan University (SKKU), Seoul

Die SKKU wurde 1398 von einem der koreanischen Könige gegründet und zählt zu den ältesten Universitäten Südostasiens. Sie ist dementsprechend in Korea sehr hoch angesehen. Es sind ca. 24.000 Studierende eingeschrieben, die an zwei Standorten in Seoul studieren. Seoul ist eine moderne, fast westlich geprägte Stadt mit etwas über 10 Mio. Einwohner. Unsere Studenten sind auf dem „Humanities and Social Sciences Campus“ untergebracht, der ca. 20 Autominuten vom Zentrum entfernt in einem sehr populären, kunstorientierten Stadtteil liegt.

Akademisches Jahr:

Wintersemester: September bis Januar
Sommersemester: Februar bis Ende Juni

Studiensprache an der Partnerhochschule:

Englisch

Kursangebot:

Bachelor-Studierende können in der School of Economics und der School of Business Administration einige Vorlesungen in englischer Sprache besuchen.

Master-Studierende werden Kurse an der Graduate School besuchen – im Asian-MBA-Programm (Ausbildung vorwiegend asiatischer Führungskräfte für den asiatischen Wirtschaftsraum).

Unterkunft:

Die Partneruniversität unterstützt die Austauschstudierenden bei der Wohnungssuche (Unterbringung in Zwei-Bett-Zimmern, Kosten rund 300 US Dollar)

Studiengebühren:

keine

Weitere Information gibt das Auslandsamt oder <http://eng.skku.edu/>

Ein Akademisches Jahr an der Coastal Carolina University

Özgür Takmaz



Özgür Takmaz
Abschluss: Bachelor of Science in Business Administration/Marketing (Summa Cum Laude)
Great Point Average (GPA): 4.0 (entspricht einem Notendurchschnitt von 1.0)
President's List (Honor Student)



Die Coastal Carolina University ist eine der drei Partnerhochschulen der Fachhochschule Mainz in den USA. Zwischen diesen beiden Hochschulen bestand ein Abkommen hinsichtlich der Möglichkeit ein amerikanisches sowie deutsches Diplom zugleich zu erwerben. Seit der Umstellung auf den Bachelor gehöre ich zu den Ersten, der an einem erneuerten Abkommen teilgenommen hat. Dieses Abkommen, auf Basis des neuen Bachelorabschlusses, haben der Dekan Prof. Dr. Ulrich Schüle, Frau Kattrin Kalpidis und ich ins Leben gerufen. Der Schwerpunkt wurde dabei lediglich in Marketing angeboten. Ich habe dabei elf Kurse an der Coastal Carolina University (CCU) belegen müssen, von welchen mir sieben an der FH Mainz anerkannt werden.

Besonders der Anfang meines ersten Semesters an der CCU war von Schwierigkeiten geprägt, da der Aufbau des Hochschulsystems doch stark von unserem abweicht. Die Quantität des Lehrplans ist mit der des deutschen nicht zu vergleichen. Das liegt u. a. daran, dass nicht wie an der FH Klausuren lediglich am Ende des Semesters geschrieben werden. Stattdessen werden Leistungen über das komplette Semester hinweg in Form von mehreren Klausuren, Gruppenprojekten, individuellen Hausarbeiten, „Quizzes“ (vergleichbar mit Hausaufgabenüberprüfungen) sowie Präsentationen erbracht. Studenten der CCU belegen in der Regel ca. fünf Kurse je Semester wohingegen ich sechs Kurse belegte, was nicht zuletzt wegen der Anpassungsschwierigkeiten sehr anstrengend für das erste Semester war. Aufgrund der häufig zu erbringenden Leistungen war es essentiell mit dem Lesematerial auf dem Laufenden zu bleiben.

Der Umfang belief sich oftmals in jedem Fach auf 30–50 Seiten pro Woche. Man konnte sich in einigen Fächern jedoch Abhilfe verschaffen, indem man auf Powerpoint-Präsentationen der Verfasser der Bücher zurückgriff. Andernfalls grenzte es doch eher ans Unmögliche, das Pensum zu schaffen. Es ist ratsam, direkt von Anfang an am Ball zu bleiben, da man sonst schnell den Anschluss verliert.

Meinen Nachfolgern, die an diesem Programm teilnehmen möchten, kann ich nur empfehlen, die Zähne vor allem in den ersten drei Wochen zusammenzubeißen. Danach gewöhnt man sich an alles und Erleichterung macht sich breit. Man lernt die Professoren näher kennen und kann diese auch besser einschätzen, wodurch man seine Lerngewohnheiten entsprechend anpassen kann und sich bei dem gewaltigen Arbeitsaufwand das Leben nicht unnötig schwer machen muss. Ein besonderes Plus der CCU ist, dass die Professoren sehr zugänglich sind. Das liegt vor allem an der doch eher südstaatlichen Mentalität, die oftmals als freundlich und offen einzustufen ist. Sie sind sehr hilfsbereit und helfen den Studenten bei jeglichen Fragen weiter – sei es bezüglich Vorlesungen, Klausuren oder auch außerschulischen Angelegenheiten. Ich schätze das Verhältnis zwischen Professoren und Studenten schon fast als freundschaftlich ein.

Obwohl das Fach „American National Government“ (POLI 201) nicht zu den ökonomischen Fächern gehört und auch nicht an der FH Mainz angerechnet wird, gehörte es zu den interessantesten Fächern aus meinem ersten Semester. Es verhalf zu

einem Überblick über das politische System der USA von der Entstehung bis hin zu aktuellen Geschehnissen. Prof. Dr. Riley war sehr enthusiastisch und sehr interessiert an ausländischen Studenten. Aufgrund dessen zog er sehr oft Vergleiche zwischen dem deutschen und amerikanischen politischen System, was gerade für mich sehr interessant war.

Der Kurs „Production and Operations Management“ (CBAD 475) war als nicht sonderlich schwer einzustufen, da der Inhalt größtenteils bereits im Fach „Materialwirtschaft“, was im zweiten Semester an der FH Mainz zu belegen ist, abgehandelt wurde. Daher lagen oftmals Parallelen vor. Die Marketing-Kurse waren ebenso interessant wie auch speziell. „Consumer Market Analysis“ (CBAD 351) und „Marketing Research“ (CBAD 357) gaben tiefere Einblicke ins Marketing. Die psychologischen Aspekte sagten mir dabei besonders zu.

Das zweite Semester war im Vergleich zum ersten sehr projekt- und präsentationslastig. Das berühmt-berüchtigtste Fach des Wirtschaftsbereiches ist „Strategic Management“ (CBAD 478). Das Notenergebnis dieses Kurses ist stark vom Team abhängig, in dem man sich befindet. Ein Großteil der Endnote setzt sich nämlich aus Gruppenprojekten zusammen. Daher ist sorgfältiges Aussuchen der Teammitglieder von größter Wichtigkeit. Bei der Auswahl sollte man vor allem darauf achten, dass die potenziellen Mitglieder ähnliche Ambitionen bezüglich der Endnote sowie unterschiedliche Schwerpunkte (sog. Majors) in ihrem Wirtschaftsstudium haben, z. B. Accounting, Finance, Marketing oder Management. Das liegt daran, dass das Know-how all dieser Bereiche von großem Mehrwert ist. Persönlich hatte ich mich im Kurs von Frau Dr. Domke-Damonte eingeschrieben. Trotz ihres hohen Anspruchs, gehört sie zu den besten Professoren, die ich während meiner Zeit an der CCU hatte. Diese Meinung teilten meine Gruppenmitglieder ebenfalls. Dies liegt darin begründet, dass sie über ein sehr großes Wissen verfügt, überaus freundlich und zuverlässig ist sowie ihre Studenten zu motivieren weiß. Frau Dr. Domke-Damonte ist auch zugleich die Betreuerin der internationalen Studenten. Daher empfehle ich sie an alle, die „Strategic Management“ belegen möchten bzw. müssen.

Der wichtigste Charakterzug, den man an der CCU haben sollte, ist, dass man stets sein Bestes gibt. Dies wird von allen Professoren sehr geschätzt, was jedem Studenten nur zu Gute kommen kann.

Ich möchte diesen Erfahrungsbericht auch dazu nutzen, um allen Beteiligten an dieser Stelle zu danken, die mir diesen Lebensraum ermöglichten und mich dabei unterstützten. ■

Coastal Carolina University, Conway (USA)

Die „Coastal“ war eine Außenstelle der University of South Carolina (USC) und wurde Anfang der 1990er Jahre zur selbständigen Universität. Conway liegt etwa zehn Meilen von der Küste und dem Feriencenter Myrtle Beach entfernt. Myrtle Beach selbst bietet neben Erholung nahezu alle Unterhaltungsmöglichkeiten. Der Campus liegt außerhalb in einem Wäldchen und bleibt vom Touristenrummel unberührt. Die Business School hat einen guten Ruf in South Carolina und hat sich auf Tourismus- und Dienstleistungsschwerpunkte konzentriert. Es werden sogar Kurse angeboten, die das professionelle Management von Golfplätzen zum Inhalt haben.

Akademisches Jahr:

Wintersemester: Mitte August bis Mitte Dezember

Sommersemester: Anfang Januar bis Anfang Mai

Der Aufenthalt kann nur im Wintersemester begonnen werden. Ein Einstieg im Sommersemester ist nicht möglich.

Studiensprache an der Partnerhochschule:

Englisch

Kursangebot:

Man kann aus den Veranstaltungen des Bachelor of Science Programs die Spezialisierungen Accounting, Finance, Economics, Management, Marketing and Resort Tourism Management studieren.

Unter bestimmten Voraussetzungen können Studierende der FH (die als Hochschulzugangsberechtigung das allgemeine Abitur haben) in einem Jahr den Universitätsabschluss Bachelor of Science in Business Administration der CCU erwerben. Sie haben dann außerdem die Möglichkeit, im Rahmen des so genannten „OPT“ ein bezahltes Praktikum in den USA mit einer Dauer von max. neun Monaten anzuschließen

Unterkunft:

Die Partneruniversität unterstützt die Austauschstudierenden bei der Wohnungssuche.

Studiengebühren:

Pro Semester U.S. \$ 4,720. Dabei handelt es sich um die reduzierte „in-state rate“, da Rheinland-Pfalz und South Carolina eine Länderpartnerschaft haben. Es ist ein Nachweis erforderlich, dass pro Semester mindestens rund U.S. \$ 11,000 zur Deckung aller Kosten vor Ort zur Verfügung stehen.

Sonstiges:

Zur Zulassung an amerikanischen Hochschulen wird der TOEFL-Test benötigt.

Weitere Information gibt das Auslandsamt oder www.coastal.edu/international

ifams Beitrag zur Initiative Gesundheitswirtschaft in Rheinland-Pfalz: Zukunftsfähigkeit von e-Home und e-Health-Lösungen

Jutta Albrecht, Tim Kohmer, Prof. Dr. Hans-Christoph Reiss



Jutta Albrecht
 Fachhochschule Mainz
 Diplom-Betriebswirt (FH)
 Schwerpunkt: Management in sozialen Einrichtungen



Tim Kohmer
 Diplom-Betriebswirt (FH)
 Schwerpunkt: Krankenhausmanagement



Prof. Dr. Hans-Christoph Reiss
 Fachhochschule Mainz
 Leiter des Instituts für angewandtes Management in der Sozialwirtschaft (ifams) Fachbereich Wirtschaft

Die Märkte im Sozial- und Gesundheitswesen sind seit Jahren immer wieder mit Reformen und Umbrüchen befasst. Gesellschaftspolitisch wird der Eindruck erzeugt, man habe in diesen Märkten unkontrollierte und gar unkontrollierbare Mechanismen und Akteure. In globalisierenden Strukturen der Weltökonomie erscheinen diese nationalen konfliktären Diskussionen geradezu ventilhaft für den Bürger. Ökonomisch bilden diese fortlaufenden Änderungen jedoch enorme Wachstums- und damit Entwicklungs- und Innovationsmöglichkeiten.

Die Gesundheits- und Sozialmärkte wachsen seit Jahren – krisenunbeeindruckt – satt zweistellig. Einen gravierenden Teil daran werden zukünftig personalunterstützende, personalentlastende und personalersetzende technische und technologische Neuerungen haben. Ich habe mit dem ifams – und dort in drei voneinander unabhängigen Projekten – diese Thematik im Sommersemester 2009 als einen Auftrag begriffen, u. a. in Zusammenarbeit mit den Fraunhofer-Instituten in Kaiserslautern und mit dem Fraunhofer-Institut in Duisburg konzentriert an den Marktmöglichkeiten zu arbeiten. Marktpotenziale, Marktakzeptanz und die notwendigen Rahmenbedingungen der Finanzierung erarbeiteten unterstützend Frau Jutta Albrecht sowie Herr Tim Kohmer. Herr Christian Fischer konzentrierte sich auf Teilaspekte der gesundheitsökonomischen Möglichkeit Herzinsuffizienz- (Herzinfarkt-)Patienten besser versorgen zu können.

Der vorliegende Beitrag zeigt Ihnen, welche Möglichkeiten e-Home- und e-Health-Lösungen aufzeigen – und ob wir gesellschaftlich bereit sind, diese heute zu nutzen.

Prof. Dr. Hans-Christoph Reiss

1. Einordnung der Begriffe e-Home und e-Health in den dazugehörigen Kontext

e-Home und e-Health sind als Teilbereich von Ambient Assisted Living (AAL) zu sehen. Der Begriff e-Health ist nicht einheitlich definiert und wird als Anwendung der Telemedizin (z. B. Fernmonitoring) aber auch als Vernetzungsbestrebung im Gesundheitswesen verstanden (z. B. elektronische Patientenakte). Auch das Bestreben verschiedener Akteure, medizinischen Laien Gesundheitsinformationen und Dienstleistungen via Internet in Form von Gesundheitsportalen oder virtuellen Selbsthilfegruppen zugänglich zu machen, fällt unter den Begriff e-Health. E-Home steht für intelligentes Wohnen. Hierzu zählen Systeme, die es ermöglichen, verschiedene Funktionen wie bspw. Jalousien, Beleuchtung, elektronische Geräte, Heizung usw. zentral zu steuern.

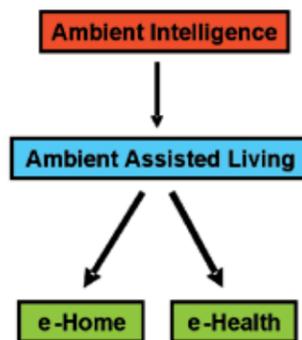


Abb. 1: Einordnung der Begriffe

Der Begriff Ambient Intelligence (kurz AmI) wurde ursprünglich von der Information Society Technologies Advisory Group der Europäischen Union definiert. Er bezeichnet eine technologische Entwicklung, bei der Informations- und Kommunikationssysteme (kurz IuK) in die Umwelt eines Menschen eingebettet sind. Ein ambientes System besteht aus mehreren Objekten, wie bspw. Sensoren und Mikroprozessoren, welche Daten

aus der realen Welt aufnehmen, analysieren und anschließend flexibel darauf reagieren. Im Fokus stehen hierbei die individuellen Bedürfnisse eines Nutzers, der durch ein nicht direkt sichtbares AmI-System aus dem Hintergrund unterstützt wird.

Allgemein zeichnen sich ambiente Systeme durch folgende Charakteristika aus:

vernetzt	Integration verschiedener Geräte zu einer ambienten Umgebung
kontextspezifisch	Erkennung spezifischer Situationen
persönlich	Orientierung an den individuellen Bedürfnissen des Nutzers
adaptiv	flexible Anpassung der verfügbaren Geräte
antizipativ	selbstständige Erkennung von Bedürfnissen

Abb. 2: Charakteristika ambienter Systeme

Ambient Intelligence ist keine zentrale Technologie, sondern das Ergebnis einer Vielzahl unterschiedlicher technologischer Entwicklungen, die erst in ihrer Summe ambiente Funktionen ermöglichen. Die Einsatzmöglichkeiten von Ambient Intelligence sind nahezu unbegrenzt und reichen von der Unterstützung eines Menschen im privaten Umfeld bis in weite Zweige der Industrie. Im Gegensatz zu heutigen IT-Systemen, denen sich der Mensch weitestgehend anzupassen hat, ist es Ziel eines AmI-Systems, sich dem jeweiligen Anwender anzupassen.

2. Die Grundgedanken von AAL

AAL hat zum Ziel,

- die Zeit zu verlängern, die es älteren Menschen erlaubt mit Hilfe von Technologien in ihrer gewohnten Umgebung selbstbestimmt, autonom und mobil zu leben.
- die Gesundheit und Funktionsfähigkeit von älteren Menschen zu erhalten.
- einen besseren Lebensstil für Personen mit physischen Beeinträchtigungen zu ermöglichen.
- die private Sicherheit zu erhöhen und soziale Isolation zu verhindern.

- Pflegeeinrichtungen und Familien durch neue Produkte und Dienstleistungen zu unterstützen.
- die Effizienz und Produktivität von Ressourcen in einer älter werdenden Gesellschaft zu steigern.

Unter AAL werden Konzepte, Produkte und Dienstleistungen verstanden, die neue Technologien und soziales Umfeld miteinander verbinden und verbessern mit dem Ziel, die Lebensqualität für Menschen in allen Lebensabschnitten zu erhöhen.

Mit „altersgerechte Assistenzsysteme“ für ein gesundes und unabhängiges Leben kann AAL am treffendsten übersetzt werden. Hintergrund dieses Themengebietes sind die demografische Entwicklung und die sozialen Veränderungen in unserer Gesellschaft, in der Alter und Individualisierung gegenüber Jugend und Gemeinschaft zunehmen. Konsequenz hieraus ist eine stetig steigende Zahl an älteren und alleinstehenden Menschen, was einen Bedarf an neuen Orientierungs-, Unterstützungs- und Hilfsangeboten bei jungen und alten Menschen schafft. Es werden daher technische Systeme benötigt, die einen gewünschten Teil der Alltagsaktivitäten erleichtern oder übernehmen.

Neben Deutschland sehen sich auch die europäischen Nachbarstaaten mit diesem Problem konfrontiert. Insofern gibt es

neben der Beschäftigung mit diesem Themenkomplex auf nationaler Ebene durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) in Zusammenarbeit mit der VDI/VDE Innovation und Technik GmbH auch Initiativen und Förderprogramme auf europäischer Ebene, deren Grundlagen auf dem Art. 169 des EU-Vertrages beruhen.

3. Situation in Deutschland

Die deutsche Bevölkerung befindet sich in einem Prozess der demografischen Alterung. Diese Entwicklung wird sich aufgrund steigender Lebensstandards, verbesserter Lebensbedingungen sowie einer höheren Gesundheitsaufklärung auch in Zukunft fortsetzen.

Es ist davon auszugehen, dass sich der Seniorenanteil der deutschen Gesamtbevölkerung innerhalb der nächsten Jahrzehnte enorm erhöht. Dies wird unmittelbar zu einer verstärkten Nachfrage nach langfristiger medizinischer Versorgung und zu einem Bedarf an ambienten Systemen führen.

Aus dieser älter werdenden Gesellschaft resultiert auch ein Anstieg der Hilfs- und Pflegebedürftigkeit. Da zwei Drittel der Pflegebedürftigen zu Hause versorgt werden, existiert insbesondere bei dieser Zielgruppe ein enormes Potenzial für Lösungen im Bereich AAL. (siehe Abb. 3)

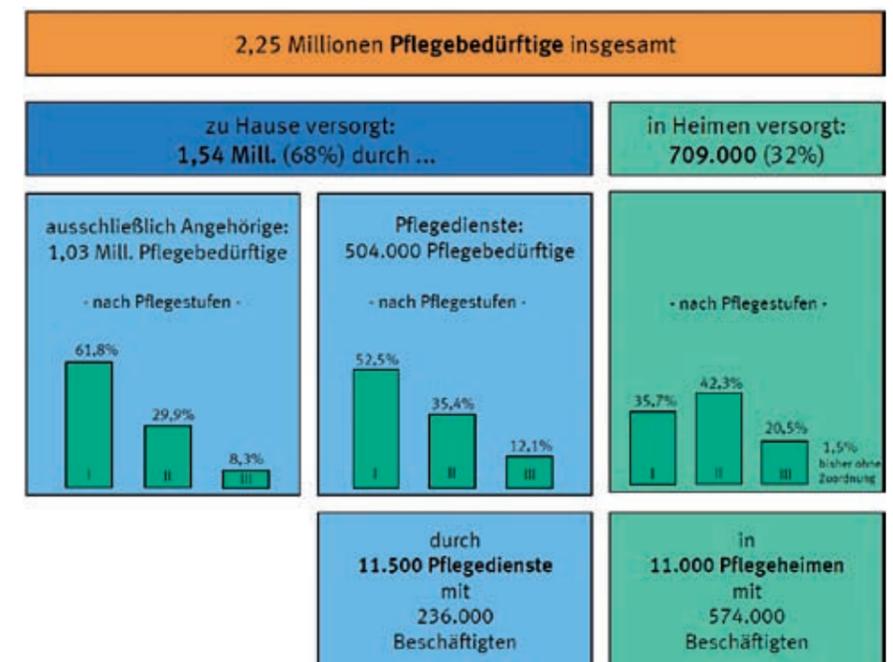


Abb. 3: Eckdaten der Deutschen Pflegestatistik 2007, Quelle: Statistisches Bundesamt (Hrsg.) 2008

Ebenso hat der erhöhte Seniorenanteil der Gesellschaft eine zunehmende Bedeutung des Gesundheitsstandortes Haushalt zur Folge. Ältere Menschen wollen so lange wie möglich in ihrer vertrauten Umgebung wohnen bleiben, auch bei gesundheitlichen Beeinträchtigungen. Dies wird langfristig zu einer erheblichen Nachfrage nach individuellen Lösungen führen.

AAL umfasst vier Bereiche, wobei eine strikte Trennung nicht möglich und nicht gewollt ist. Ziel von AAL ist die Entwicklung von umfassenden, übergreifenden und ineinander übergehenden Konzepten.



Abb. 4: Anwendungsbereiche von Ambient Assisted Living (AAL)

Gesundheit und HomeCare

Viele Menschen haben das Bedürfnis, so lange wie möglich ein selbstbestimmtes und unabhängiges Leben zu führen. Um dies zu realisieren, ist der Einsatz von intelligenten Assistenzsystemen hilfreich, die einerseits die Prävention fördern (z. B. Sturz) und andererseits die Rehabilitation im häuslichen Umfeld (z. B. nach einer schweren Krankheit) unterstützen.

Sicherheit und Privatsphäre

Insbesondere im privaten Bereich ist der Wunsch nach größtmöglicher Sicherheit und individueller Freiheit sehr hoch.

AAL-Systeme bieten Lösungsansätze für die häusliche Infrastruktur, beispielsweise Alarmfunktionen in Form von automatischen Rufsystemen oder Systeme der Zugangsberechtigung zu Gebäuden, z. B. über Fingerprint- oder Gesichtserkennung. Solche Systeme erkennen Gefahren und sichern die Bewegungsfreiheiten des Einzelnen, weil sie genau auf die individuellen Bedürfnisse und Wünsche abgestimmt werden können.

Versorgung und Hausarbeit

Steuerungsmöglichkeiten der häuslichen Infrastruktur wie Heizung, Klimaanlage, Licht oder Alarmanlage sind nicht neu. Die Verknüpfung einzelner Systeme zu einer nutzerfreundlichen und „mitdenkenden“ Struktur die bspw. die Koordination von Terminen oder die Recherche für günstige Produkte unterstützt, befindet sich hingegen noch in den Anfängen (virtueller Assistent/Butler).

Soziales Umfeld

Der Erhalt der geistigen und körperlichen Fitness setzt die direkte Teilhabe an der Umwelt voraus. Die soziale Teilhabe von Personen einer Gesellschaft, deren Umfeld zeitweise oder längerfristig auf die eigene Wohnung beschränkt ist, soll durch Assistenzsysteme unterstützt und erleichtert werden. AAL-Systeme können bei der Informationsbeschaffung oder der Kommunikation mit Dritten unterstützen.

Für den Pflegemarkt gibt es aus dem Bereich AAL Lösungsansätze, jedoch eher für den ambulanten als den stationären Markt.

Die klassischen Hausnotrufsysteme werden um verschiedene Leistungspakete erweitert, die auf den jeweiligen individuellen Bedarf abgestimmt sind. Neben einer 24-stündigen Erreichbarkeit im Notfall, Unterstützung im Haushalt, werden auch Leistungen zur Wohnungs-

sicherheit angeboten wie bspw. die Installation von Alarmmeldern für Rauch, Wasser oder Einbruch.

Für den stationären Bereich werden verschiedene IT-basierte Überwachungssysteme angeboten, die vielfach speziell auf Demenzerkrankte ausgerichtet sind.

4. Anforderungen an die Produkte

Die Entwicklung von AAL-Produkten muss gezielt auf die Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet sein. Bspw. ist im stationären Bereich nicht nur die Einrichtung als Kunde zu sehen, sondern auch das dort tätige Personal, der Pflegebedürftige selbst und dessen Angehörige, die jeweils unterschiedliche Anforderungen an ein Produkt stellen.

5. Warum haben sich die Produkte noch nicht durchgesetzt

Aktuell hat sich in Deutschland noch kein Markt für AAL-Produkte etabliert. Dies ist im Wesentlichen auf folgende Aspekte zurückzuführen:

- Die Frage, wer die Kosten für AAL-Systeme übernehmen soll, ist noch nicht geklärt (z. B. Kranken-, Pflegekassen, Kunde).
- Bisher herrscht keine Kompatibilität zwischen den einzelnen Anwendungen, Geräten, Netzen und Dienstleistungen verschiedener Hersteller um diese zu einem Gesamtsystem zu verbinden (Standardisierung).
- Es gibt noch keine evaluierten Daten über die Akzeptanz der Endanwender für AAL-Systeme. Möglicherweise fürchtet der Nutzer eine Überwachung und damit einen Eingriff in seine Intimsphäre und lehnt in der Folge eine solche Anwendung ab.
- Die Sicherstellung des Datenschutzes muss garantiert und die informationellen Selbstbestimmung gewährleistet sein.

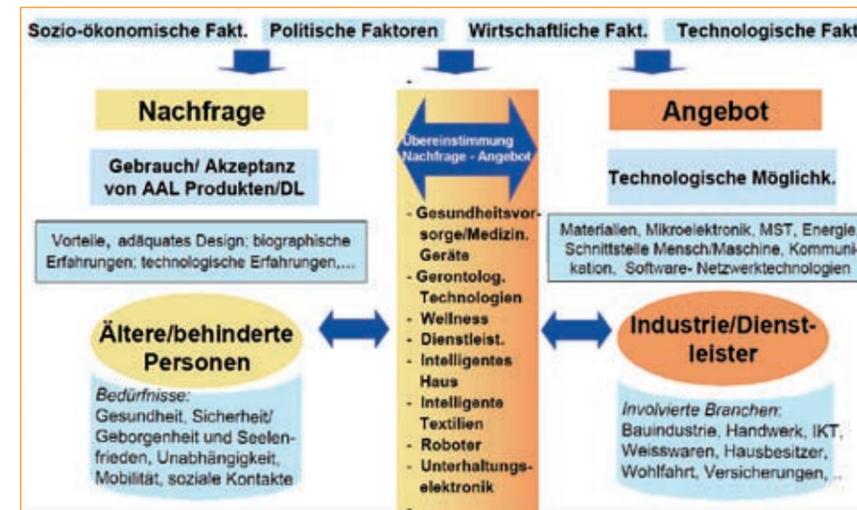


Abb. 5: Das AAL-Innovations-Modell

- Die Systeme dürfen nicht primär auf technologische Innovation ausgerichtet sein, sondern müssen unmittelbar die konkreten Anforderungen des Pflegemarktes umsetzen.
- Es fehlt an einer gezielten Zusammenarbeit zwischen der IT-Wirtschaft, Anbietern medizinischer Produkte, Ärzten, stationären Einrichtungen, ambulanten Diensten und der Wohnungsbauwirtschaft.

6. Schlussfolgerung

Der demografische Wandel verändert unser Land. Im Jahr 2035 wird Deutschland eine der ältesten Bevölkerungen der Erde haben. Mehr als die Hälfte der Menschen wird dann 50 Jahre und älter, jeder dritte Mensch älter als 60 sein. Dies ist eine Herausforderung für Gesellschaft, Wirtschaft und Politik, bezahlbare Lösungen zu entwickeln und umzusetzen.

Durch eine frühzeitige Positionierung von Produkten und Dienstleistungen auf diesem wichtigen Zukunftsmarkt werden Chancen des demografischen Wandels

wirtschaftlich nutzbar. Darin liegen auch Potenziale für neue Märkte. So kann die demografische Entwicklung zu einem Motor für wirtschaftliches Wachstum und Beschäftigung werden, sowie neue Exportchancen eröffnen. Dazu sind Wünsche und Bedürfnisse der künftigen Nutzer mit den verfügbaren bzw. möglichen Angeboten der Wirtschaft, wie in der Grafik zum AAL-Innovations-Modell dargestellt, zusammenzuführen. (siehe Abb. 5) ■

Literatur

Aarts, E. (2004): Ambient Intelligence: A Multimedia Perspective, in: Multimedia IEEE 2004, S. 12–19.

Bick, M., Kummer, T., Rössig, W. (2008): Ambient Intelligence in Medical Environments and Devices – Qualitative Studie zu Nutzenpotenzialen ambienter Technologien in Krankenhäusern, Berlin.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2008): Pflegestatistik 2007 – Pflege im Rahmen der Pflegeversicherung Deutschlandergebnisse.

Internetquellen

Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.): <http://www.bmbf.de/foerderungen/12576.php>

dejure.org Rechtsinformationssysteme GmbH (Hrsg.): <http://dejure.org/gesetze/EG/169.html>

VDI/VDE Innovation + Technik GmbH (Hrsg.): <http://www.aal-deutschland.de/>

Wikimedia Foundation Inc. (Hrsg.): <http://de.wikipedia.org/wiki/EHealth>

Carbon Footprint von Druckprodukten

Prof. Dr. Ing. Volrad Wollny



Prof. Dr. Ing. Volrad Wollny
Fachhochschule Mainz

Die Summe aller klimaschädlichen Emissionen während des Lebenslaufes eines Produktes wird als Carbon Footprint bezeichnet (das wichtigste Treibhausgas ist Kohlendioxid CO₂). Ausgehend von Großbritannien kennzeichnen viele Hersteller und Lieferanten ihre Produkte damit. Auch Kunden verlangen teilweise von Lieferanten Auskunft über diese Produkteigenschaft. Der Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdm) hat mit seinem CO₂-Rechner den Spagat zwischen erforderlicher Genauigkeit und möglichst geringem betrieblichem Aufwand gelöst. Der Autor hat diesen CO₂-Rechner im Jahr 2008 nach DIN ISO 14040/44 kritisch geprüft und stellt hier den Ansatz und die Prüfungsergebnisse vor.

Eine Branchenlösung

Der Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdm) in Wiesbaden bietet seinen Mitgliedsunternehmen im Internet ein Rechenprogramm zur Ermittlung klimaschädlicher Emissionen. Nutzer erhalten nach einer Schulung und Zertifizierung Zugang zum Rechner. Mit dem „bvdm-CO₂-Rechner“ (vgl. bvdm 2008) können die mit einem einzelnen Druckauftrag verbundenen Treibhausgas-Emissionen berechnet und gegenüber den Kunden mit dem Logo „Print-CO₂-geprüft“ ausgewiesen werden, wobei der Verband die erstellten Bilanzen stichprobenartig laufend kontrollieren wird. Aus Sicht des bvdm ist ein Vergleich der CO₂-Emissionen zweier identischer Aufträge bei unterschiedlichen Firmen mit dem Rechner zwar möglich, aber nicht intendiert und sinnvoll, da dabei die Aussagekraft aufgrund standortspezifischer und vom Druckbetrieb nur wenig beeinflussbar Faktoren begrenzt bleibt. Der Autor regte an, zukünftig über die Auftragsbilanzierung hinaus eine Betriebsbilanzierung zu ermöglichen, um betriebliche Optimierungen zu erleichtern. Dies könnte über die Summe der auftragsbezogenen CO₂-Bilanzen erfolgen oder über ein separates Bilanzwerkzeug. Zusätzlich können die Unternehmen direkt mit der Berechnung gekoppelt Zertifikate erwerben, um die

klimaschädlichen Emissionen zu kompensieren und dies mit dem Logo „Print-CO₂-kompensiert“ kennzeichnen.

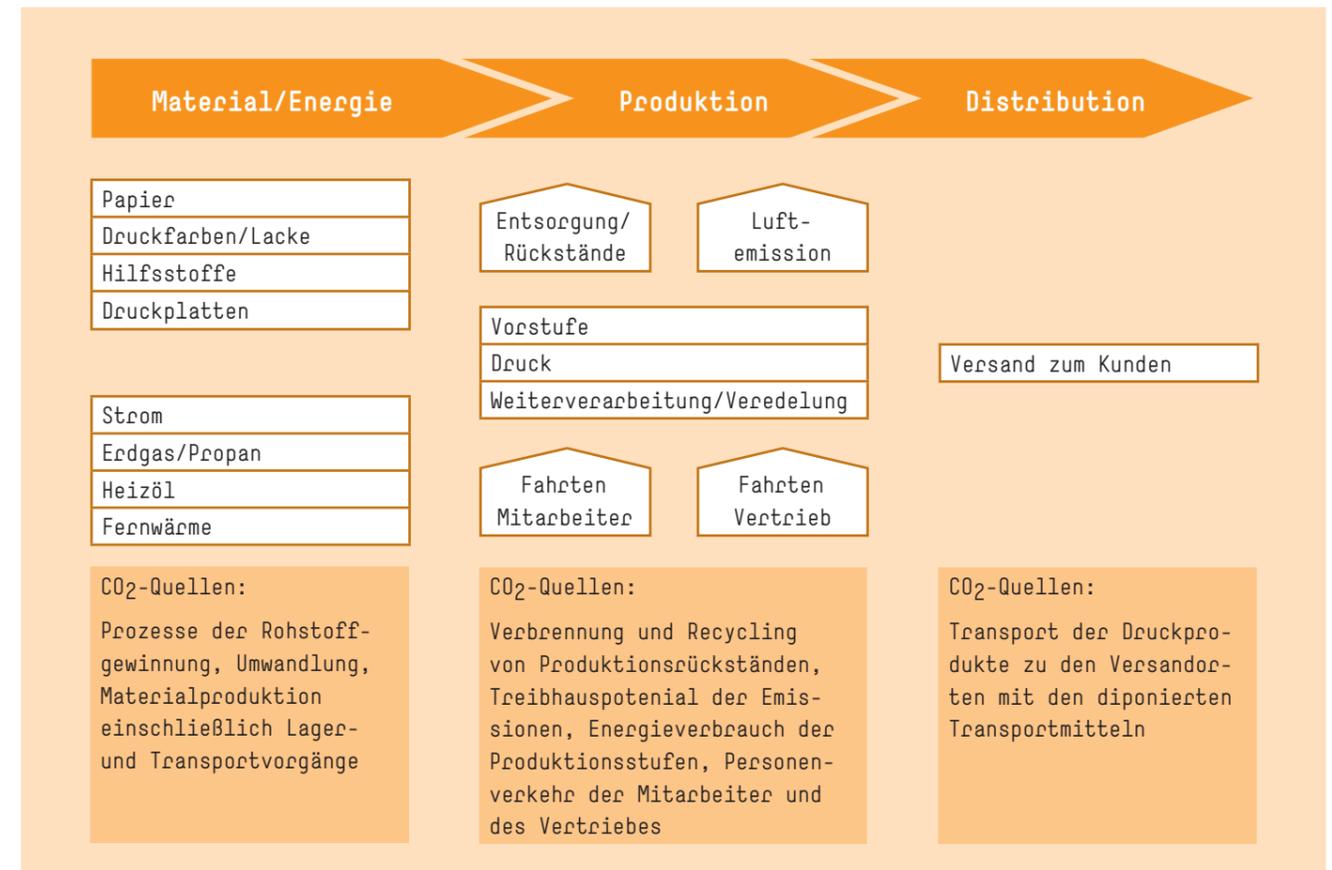
Betriebliche Probleme

Die Betriebe müssen für die Ermittlung des Carbon Footprint folgende Probleme lösen:

- Entsprechend dem Lebenslaufansatz müssen die „CO₂-Rucksäcke“ der Vorprodukte und eingekauften Leistungen ermittelt werden. Die meisten Lieferanten stellen solche Daten bisher nicht zur Verfügung, nur in Ausnahmefällen (z. B. Stromversorger) werden Informationen zu CO₂-Emissionen geliefert.
- Aus auftragsbezogenen und allgemeinen betrieblichen Daten müssen die eigenen CO₂-Emissionen abgeleitet werden. Direkte betriebliche CO₂-Emissionsdaten stehen in der Praxis kaum zur Verfügung.
- Der Produktlebenslaufs muss sachgerecht modelliert werden, um die Berechnung der Gesamtemissionen in Form einer Teilökobilanz durchführen zu können.
- Gesonderte Datenerhebungen für eine auftragsbezogene CO₂-Bilanzierung sind in der betrieblichen Praxis unrealistisch und vom Aufwand her nicht zu rechtfertigen, zumal kleine und mittlere Unternehmen in der Druckbranche überwiegen. Der Aufwand für die auftragsbezogene Berechnung muss durch eine einfach zu bedienende Software mit hinterlegten Grund- und Stammdaten minimiert werden, wünschenswert wäre zukünftig eine Kopplung mit den vorhandenen ERP-Systemen. Gleichzeitig sollten aber die Ergebnisse für verschiedene Aufträge und Unternehmen methodisch und qualitativ vergleichbar sein, weshalb betriebsindividuelle Ansätze ungünstig sind.

Der bvdm-Ansatz

Der bvdm legt mit seinem CO₂-Rechner eine Branchenlösung vor. Der CO₂-Rechner muss eine Treibhausgasemissionsbilanz für sehr unterschiedliche



Bilanzparameter bzw. Systemgrenzen des bvdm-CO₂-Rechenmodells - Quelle: bvdm 2008

Druckaufträge und sehr unterschiedliche Betriebe mit unterschiedlicher technischer Ausstattung erstellen können. Dies wurde weitgehend erreicht durch ein Lebenslaufmodell, das die Herstellung des Papiers und weiterer Vorprodukte, die Druckvorstufen und den Druckprozess sowie Transporte und die Energieversorgung bis zum Eintreffen der Produkte beim Kunden beinhaltet (siehe hierzu die obige Abbildung). Aus ihm wird eine Teilökobilanz mit den Treibhausgasemissionen als einziger Wirkungskategorie erstellt.

In einer Eingabemaske werden vom Betrieb die Auftragsdaten und normalerweise erhobene Betriebsdaten (z. B. Maschinenstunden) eingegeben. Aus generischen Daten für Energie, Transport und Material und betrieblichen Grund-

daten wie der Maschinenausstattung berechnet die Software über spezifische Algorithmen den Energie- und Materialverbrauch und verknüpft sie mit Emissionskennzahlen. Zur Papierbranche und zur Energieversorgung liegen anerkannte Ökobilanzen und Datensätze vor, der bvdm greift hier z. B. auf die Ecoinvent-Datensätze (vgl. Econinvent Centre 2008) zurück. Diese wurden bereits einer kritischen Prüfung unterzogen. Der für die Bilanz sehr wichtige Stromverbrauch für Druckmaschinen und Vorstufen wird über die Betriebsstunden der Maschinen, deren Anschlusswerte und deren durchschnittlichen Stromverbrauch (als Anteil des Anschlusswertes nach Untersuchungen der Maschinenhersteller) ermittelt.

Weniger wichtige Daten, wie der Verbrauch von Hilfsstoffen, werden über

Branchenkennzahlen berechnet, die der Verband durch eigene systematische Untersuchungen ermittelt hat. Sie werden nur für Parameter mit geringem Einfluss auf das Bilanzergebnis verwendet. Die auftragsbezogene Genauigkeit der CO₂-Bilanzierung kann weiter erhöht werden, wenn die Lieferanten spezifische eigene Carbon Footprints ihrer Produkte liefern oder die Druckbetriebe die vorgegebenen Durchschnittswerte durch gemessene Verbräuche ersetzen. Beides erlaubt der CO₂-Rechner.

Die Druckprodukte verursachen während ihrer Gebrauchsphase keine weiteren direkt zuordenbaren Emissionen. Die Entsorgung erfolgt in Deutschland zunächst über Recycling, endgültig schließlich durch Verbrennung. Druckprodukte setzen dabei fast nur biogenes

CO₂ frei, das definitionsgemäß in der CO₂-Bilanz nicht berücksichtigt wird. In einer Ökobilanz würde für die damit verbundene Energienutzung und Substitution fossiler Energieträger eine Gutschrift gegeben werden, was Probleme der Allokation auf die Nutzungszyklen des Papiers aufwirft. Im Jahr 2008 wurden neue Standards für die Berechnung des Carbon Footprint in der Fachöffentlichkeit diskutiert, vor allem der britische PAS 2050, der später in eine ISO-Norm überführt werden soll. Nach ihm werden Emissionen bei der Energienutzung der Abfälle dem Energieprodukt zugerechnet. Ihm folgend, wird im Gegensatz zur Entsorgung der Produktionsrückstände die spätere Entsorgung der Druckprodukte nicht abgebildet.

Als Ergebnis werden für einen Druckauftrag neben dem gesamten Emissionswert die Einzelbeiträge der Materialien, Produktionsstufen, Entsorgung und Transporte ausgewiesen, um Reduktionspotenziale aufzuzeigen. Gegenüber den Kunden erfolgt nur eine grobe Aufteilung der Beiträge in Material, Druck und Transport.

Kritische Prüfung

Die kritische Prüfung kommt zu dem Ergebnis, dass der CO₂-Rechner des bvdm die für ihn zutreffenden Anforderungen der Ökobilanznormen DIN ISO 14040 und 14044 erfüllt. Ziele und Zielgruppen sind benannt. Der Untersuchungsrahmen ist passend gewählt. Die im CO₂-Rechner angewendeten Methoden sind wissenschaftlich begründet und entsprechen dem Stand der Ökobilanz-Technik. Die verwendeten Daten sind in Bezug auf das Ziel der Ökobilanz hinreichend und zweckmäßig. Der mögliche Einfluss von Datenungenauigkeiten wurde mit Sensitivitätsanalysen überprüft. Die mit dem CO₂-Rechner möglichen Ergebnisse, Aussagen und Auswertungen entsprechen der Zielsetzung und die erkannten Einschränkungen werden angemessen berücksichtigt. Die Dokumentation und der Bericht zum CO₂-Rechner sind nachvollziehbar, hinreichend genau und in sich stimmig.

Ergebnis und Ausblick

Mit dem CO₂-Rechner des bvdm ist es für Druckbetriebe möglich geworden, mit vergleichsweise geringem Aufwand den Carbon Footprint auftragsbezogen zu berechnen – und dies mit einer Genauigkeit, die Standardökobilanzen entspricht. Die mit einer normgerechten Methodik erhaltenen Carbon Footprints sind nun für verschiedene Aufträge und – mit Einschränkung – verschiedene Druckbetriebe vergleichbar. Das Modell ermöglicht eine schnelle Anpassung an neue Daten durch den Verband bzw. durch den Betrieb (unternehmensspezifische Daten). Lieferanten und Zulieferer können eingebunden werden. Die Ermittlung des Carbon Footprint wird durch den CO₂-Rechner wirtschaftlich durchführbar. Eine auf solide Berechnungen gestützte Information der Kunden und eine quantitative Kompensation durch Klimaschutzmaßnahmen an anderer Stelle werden dadurch ermöglicht. Aus Sicht des Klimaschutzes ist zu hoffen, dass die Ergebnisse des CO₂-Rechners zu erfolgreichen Klimaschutzmaßnahmen in der Branche und bei ihren Zulieferern führen und die Kunden von den Möglichkeiten der Kompensation Gebrauch machen. Den beteiligten Unternehmen ist zu wünschen, dass ihr Engagement nicht nur zu Kosteneinsparungen führt, sondern auch von den Kunden anerkannt wird. Insgesamt kann die für Druckprodukte gefundene Lösung und die bereits recht intensive Nutzung des CO₂-Rechners nach Auffassung des Autors als Vorbild für andere Branchen dienen.

Kritisch zum Instrument Carbon Footprint anzumerken bleibt, dass die alleinige Konzentration auf die Treibhausgasemissionen bei vielen Produkten dazu führen könnte, dass wichtige andere Umweltauswirkungen bei Entscheidungen vernachlässigt werden. Ob die Auszeichnung der Produkte mit dem Carbon Footprint Kaufentscheidungen beeinflussen wird, ob die Hersteller dadurch Wettbewerbsvorteile erzielen können und ob ein Beitrag zum Klimaschutz geleistet werden kann, ist in der Diskussion umstritten und wird Thema empirischer Forschung werden. ■

Literatur

Bundesverband Druck und Medien e. V. (bvdm) (2008): CO₂-Rechner. Wiesbaden, <https://www.bvdm.org/co2-rechner>.

DIN EN ISO 14040 2006-10 (2006a): Umweltmanagement – Ökobilanz – Grundsätze und Rahmenbedingungen, Ausgabe Oktober 2006.

DIN EN ISO 14044 2006-10 (2006b): Umweltmanagement – Ökobilanz – Anforderungen und Anleitungen, Ausgabe Oktober 2006.

Ecoinvent Centre (2008): ecoinvent Datenbank Version v 2.01. EMPA, Dübendorf (CH), April 2008.

PAS 2050 (2008): PUBLICLY AVAILABLE SPECIFICATION PAS 2050 – Specification for the assessment of the life cycle greenhouse gas emissions of goods and services, 2nd draft, V 3.1. BSI, London, February 2008.

Business Creativity Module - EU-Entwicklungsprojekt erfolgreich abgeschlossen

Prof. Dr. Matthias Eickhoff



Prof. Dr. Matthias Eickhoff
Fachhochschule Mainz

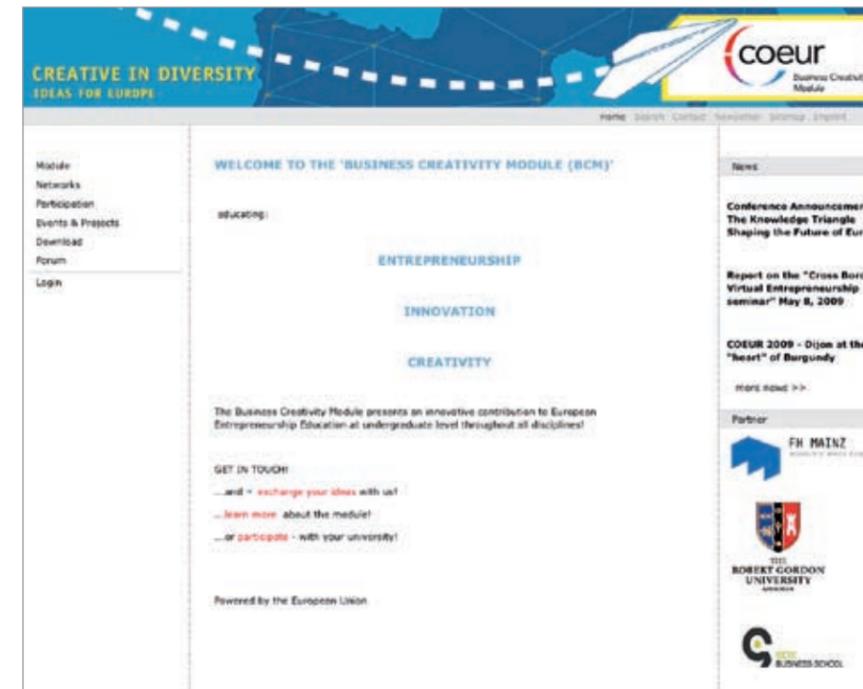
Nach zweijähriger Projektlaufzeit wurde das von der EU-Kommission geförderte Entwicklungsprojekt COEUR Business Creativity Module BCM erfolgreich abgeschlossen. Das geplante Projektvolumen von 297.000 Euro wurde mit Gesamtkosten von 307.000 Euro um gut 3 % überschritten. Die EU hatte das Projekt mit über 217.000 Euro gefördert.

Im Rahmen der zweijährigen Kooperation der sechs Hochschulen sollte, aufbauend auf der Erfahrung der COEUR Workshops, ein Produkt entwickelt werden, das allen Hochschulen in Europa zur eigenen Umsetzung angeboten werden kann. Damit haben die Partner ein Instrument geschaffen, das die Idee von COEUR in reguläre Lehrveranstaltungen implementiert, ausgestattet mit der Möglichkeit einen Leistungsnachweis mit fünf ECTS-Credits zu erbringen und so einer breiteren Zielgruppe an Studierenden und Lehrenden zugänglich macht.

Schwierigkeiten gemeistert – Ziele erreicht

Die Partner sehen die meisten Projektziele als vollständig erfüllt an. COEUR BCM wurde als innovatives Blended Learning Modul konzipiert, in dem die Studierenden sowohl an ihren jeweiligen Hochschulen real, als auch mittels des Internets in gemischten Teams an den jeweiligen Partnerhochschulen z. B. in virtuellen Klassenzimmern zusammen arbeiten. Das Modul wurde an allen Partnerhochschulen in den vergangenen Semestern bereits in zwei Pilotversuchen implementiert. An fünf Partnerhochschulen gehört es heute zum festen Lehrprogramm. Auch das Ziel, das Modul kontinuierlich zu verbessern, wurde nach den ersten Pilotläufen umgesetzt und das Kurshandbuch entsprechend weiter entwickelt.

Besondere Schwierigkeiten waren bei der Umsetzung in der Abstimmung und Organisation der Prüfungsleistungen an sechs teilweise sehr verschiedenen Hochschulen aufgetreten, sowie in der Realisation der Arbeit der „Creative Venture



Über die COEUR Website können Interessenten sich informieren, Material herunterladen und selbst ein eigenes COEUR BCM Netzwerk gründen.



Ideen für Europa! COEUR BCM präsentiert am Stand des Wissenschaftsministeriums beim Rheinland-Pfalz Tag 2009 in Bad Kreuznach.



BCM Backstage – mit Hilfe des Instituts für Mediengestaltung im TV-Studio in Brüssel eingerichtet, aus dem am 11. April 2008 die innovative virtuelle Eröffnungskonferenz übertragen wurde.



Von links nach rechts Gonsalo Pernas, Virginia Trigo (je ISCTE Lissabon), Andrew Turnbull (RGU Aberdeen) und Matthias Eickhoff (FH Mainz) beim Partnerreffen November 2007 in Mainz.



BCM – Kontakte helfen, Kooperationen der Hochschulen generell zu intensivieren und zu erweitern und die Kultur der Partnerländer kennen zu lernen. Partner vor Crathes Castle, Schottland, Juli 2007.

Teams“, in denen die Studierenden ein Semester lang selbstständig und eigenverantwortlich unternehmerische Ideen entwickeln sollten. Während in einem Workshop mit unmittelbarem persönlichem Kontakt sich auftauchende Probleme auch sehr direkt lösen lassen, ist dies ungleich schwieriger, wenn die Teammitglieder tausende Kilometer entfernt sind und man sie noch nie persönlich getroffen hat. Dennoch ist dies zunehmend auch Realität in vielen Unternehmen.

Kompetenzen für die Zukunft

Das Business Creativity Module vermittelt den Teilnehmern wesentliche zukunftsbezogene Kompetenzen in Telekooperation, interkultureller Teamarbeit, problemlösender Kreativität und unternehmerischer Initiative und Verantwortung. Es geht damit in einem wesentlichen Punkt noch über die angestrebte Ideenentwicklung hinaus. Nicht die von den Studierenden in dem Modul entwickelten Ideen sind die wesentlichen Ergebnisse, sondern der Prozess des Erfahrungslernens, den die Teilnehmer bis dahin durchlaufen haben. Hierin werden die Erfahrungen und Netzwerke geschaffen, die den Studierenden noch nutzen werden, wenn sie ihr Studium längst abgeschlossen haben. „The biggest added value however, has to be seen in leading students through a learning process and let them experience creative intercultural cooperation in a challenging entrepreneurial surrounding. The students are the ‘core product!’“ heißt es im Abschlussbericht.

Neben den unmittelbaren Projektergebnissen hat die Zusammenarbeit den Partnerhochschulen weiteren indirekten Nutzen gebracht. Die Zusammenarbeit konnte in verschiedenen Feldern ausgebaut und vertieft werden, vom Studierenden Austausch bis hin zu gemeinsamen Forschungsprojekten. Der Erfolg von COEUR hat auch in allen Hochschulen dazu beigetragen, die Bedeutung der unternehmerischen Perspektive deutlich nach vorne zu bringen, die Anerkennung im Umfeld zu steigern und es hat – so schreibt ein Partner mit Nachdruck – Veränderungen von außen her schneller und effektiver in die Hochschule herein getragen, als das von innen je möglich gewesen wäre. COEUR BCM wird von allen Partnern als großer Erfolg gewertet.

Auf dem Weg zur Nachhaltigkeit

Nicht zufrieden sind die COEUR Partner allerdings noch mit der weiteren Ver-

breitung von COEUR. Hier bestand das Ziel, weitere Netzwerke anzuregen, die BCM selbst durchführen, um dadurch eine stärkere Hebelwirkung bei der Verbreitung der Idee zu erzielen. Mit der DVD-Dokumentation der virtuellen „Dissemination Conference“ im April 2008 in Brüssel und dem auf Mind Map-Basis dargestellten elektronischen BCM Manual stehen Interessenten alle Materialien zur Verfügung, die für die Umsetzung erforderlich sind. Die DVDs bieten Hintergrundinformation in wissenschaftlichen Texten, fertige Folien mit Einführungen in das Modul und zu verschiedenen Themen, einen Syllabus und mehr. Verschiedene Hochschulen haben Interesse an BCM bekundet, und die ersten Gasthospitationen im Partnernetz haben stattgefunden und im Zuge einer Diplomarbeit wurde das Interesse an COEUR BCM abgeschätzt.

Die Voraussetzungen für die erfolgreiche Umsetzung des Business Creativity Moduls sind gut. Hierin eine nachhaltige Entwicklung voranzutreiben, haben sich die Partner auch über die Projektlaufzeit hinaus zum Ziel gesetzt. Der Schwerpunkt der kommenden Arbeit soll dazu in naher Zukunft ebenso auf die Vorstellung von BCM bei Fachtagungen wie auf die Entwicklung von Unternehmenspartnerschaften gelegt werden, die Unternehmen und Hochschulen in eine Win-win-Situation führen können. Das Business Creativity Module bietet Interessenten heute verschiedene innovative Marketingaktivitäten an, die Unternehmen helfen können, langfristig Kontakte zu motivierten und erfahrenen Studierenden zu knüpfen und zu entwickeln und so die Position im sich verschärfenden „War for Talents“ deutlich zu verbessern. Neben den regionalen COEUR Workshops und COEUR mundus (siehe separater Artikel „Fünf Jahre COEUR – über China in die Welt“ in diesem Heft) stellt BCM damit heute den dritten wesentlichen Baustein bei dem Bemühen dar, die Competence in EuroPreneurship zu stärken.

„The COEUR Project is a fine example of a project that has overcome a critical situation after a careful intermediate review. There is a comprehensive set of products which are of superior quality.“ (aus dem Sachbericht: Bewertung der EU für COEUR BCM)

Information und Kontakt:
www.coeur-module.eu ■

Auditing, Taxation, Management und Public Private Partnership: Vier weitere Master-Studiengänge starten im Sommersemester 2010

Alexandra Rößler



Alexandra Rößler
Fachhochschule Mainz

Ab dem Sommersemester 2010 erweitert die Fachhochschule Mainz ihr Studienangebot um vier weitere Master-Studiengänge. Die neuen Studiengänge Management, Auditing, Taxation und Public Private Partnership (PPP) werden berufsbegleitend angeboten. Besonders stolz ist Prof. Dr. Ulrich Schüle, Dekan des Fachbereichs Wirtschaft, dass die Fachhochschule mit der Einführung der Studiengänge Auditing und Taxation wieder einmal an vorderster Front der Entwicklung steht. „Mit diesem Konzept gehört die Hochschule zu den ersten überhaupt, die einen solchen Master einführen können.“

Die Master-Studiengänge Auditing und Taxation

wurden für Absolventen und Absolventinnen wirtschaftswissenschaftlicher und juristischer Bachelor- und Diplomabschlüsse entwickelt und werden in enger Kooperation mit Wirtschaftsprüfungsgesellschaften und Steuerberatungsbüros angeboten. Wer sich in diese Studiengänge einschreibt, wird vom jeweiligen Arbeitgeber unterstützt. Je nach gewählter Fächerkombination sind mit wenigen Zusatzprüfungen die Zulassungen als Wirtschaftsprüfer oder Steuerberater mit dem Examen verbunden. Der Studienverlauf ist zeitlich dem Arbeitsanfall in den Unternehmen angepasst und besteht aus Veranstaltungen am Wochenende und einigen Blockwochen. Darüber hinaus erfüllen die Absolventen die formalen Voraussetzungen zur Zulassung für den höheren Dienst. Der Abschluss kann auch als Einstieg in ein Promotionsstudium dienen.

Der Studiengang Auditing hat eine Regelstudienzeit von fünf Semestern und schließt mit dem akademischen Grad „Master of Auditing“ ab. Das Programm vereint das Hochschulstudium mit der hoch angesehenen Prüfung zum Wirtschaftsprüfer. Vorrangiges Aufgabengebiet ist die Prüfung des Einzel- und Konzernabschlusses von Unternehmen, die der gesetzlich vorgeschriebenen Pflichtprüfung unterliegen.

Der Studiengang Taxation bereitet umfassend auf den Beruf des Steuerberaters oder die Übernahme einer Führungsposition in der Steuerabteilung eines Wirtschaftsunternehmens und zudem gezielt auf das Steuerberaterexamen vor. Das Studium schließt mit dem akademischen Grad „Master of Taxation“ ab und umfasst sechs Semester.

Das Master-Studium Management richtet sich in erster Linie an Führungsnachwuchskräfte und jüngere Führungskräfte, die an einer weiteren beruflichen Karriere nach dem Bachelor- oder Diplomabschluss interessiert sind. Der Studiengang vertieft den Wissenshorizont vor allem im Hinblick auf Managementtechniken und Führungsqualitäten und ermöglicht durch den berufsintegrierenden Charakter eine enge Verzahnung zwischen akademischer Ausbildung und praktischem Anwendungsbezug. Das Studium soll den Studierenden helfen, sich sehr schnell in komplexe Problemstellungen einzuarbeiten und geeignete Lösungen innerhalb von Projekt- und Teamstrukturen zu entwickeln. Weiterhin sollen die Studierenden in der Lage sein, internationale Managementaufgaben zu übernehmen. Unternehmen können mit diesem Modell gezielt Personal- und Führungskräfteentwicklung betreiben.

Der berufsintegrierende Master-Studiengang stellt die Fortsetzung des klassischen BIS-Studiums in Betriebswirtschaft dar und vermittelt umfassendes Management-Know-how, die Schaffung internationaler Handlungskompetenzen und die Entwicklung von Führungskompetenzen. Zielsetzung ist eine

umfassende Managementausbildung mit einer maßvollen Spezialisierung ab dem 3. Semester im Bereich Marketing/Kommunikation und Controlling/Finanzwirtschaft. Das Programm wird aus einer Kombination von Vorlesungen am Diens- tagnachmittag und am Samstag bestehen. Das Studium umfasst fünf Semester und schließt mit dem akademischen Grad „Master of Arts“ (M.A.) ab. Damit verfügen die Absolventen über einen zweiten akademischen Abschluss. Der „Master of Arts“ der FH Mainz ist ein akkreditierter und internationaler Abschluss, der für ein späteres Promotionsstudium qualifiziert.

Der Master Public-Private-Partnership (PPP)

ist ein interdisziplinärer Studiengang, in dem Führungskräfte aus der Finanzverwaltung, privaten Unternehmen und dem Bankbereich die betriebswirtschaftlichen, rechtlichen und technischen Besonderheiten dieser Betreibermodelle analysieren und zu Spezialisten ausgebildet werden. Der Master orientiert sich an beruflichen Aufgabenstellungen an der Schnittstelle von Recht und Wirtschaft. Spezialisten werden für diese Projekte sowohl aufseiten der öffentlichen Hand, als auch der Industrie und der Banken benötigt. Insbesondere der wachsende Bedarf seitens der Bauindustrie und der Banken führt derzeit zu einem sich rasant entwickelnden Markt für gut ausgebildete Fachkräfte, die rechtliche, technische und wirtschaftliche Aspekte in langfristig angelegten Projekten überblicken und zusammenführen können. Mitarbeitern des öffentlichen Dienstes kann der geplante Studiengang den Laufbahnwechsel in den höheren Dienst ermöglichen. Die Regelstudienzeit umfasst vier Semester. Das Studium schließt mit dem akademischen Grad „Master of Laws and Business“ ab.

Der Studiengangsleiter Prof. Dr. Martin Weber wurde am 1. März 2009 von der Bundesregierung zum Vorstand der neu gegründeten „Partnerschaften Deutschland - ÖPP Deutschland AG“ berufen, die die herausragenden PPP-Projekte Deutschlands koordinieren wird. ■

TOEFL und TOEIC - ein Plus auf dem Lebenslauf durch Weiterbildungsmöglichkeiten an der Fachhochschule Mainz

Christin Reichhardt



Christin Reichhardt
Fachhochschule Mainz



„Reisen bildet und räumt auf mit Vorurteilen“ – so sprach Oskar Wilde weise. Ein Blick über den Tellerrand ist eben nicht nur reizvoll, sondern auch bereichernd. Andere Länder und Menschen sowie deren Arbeits- und Denkweisen kennen lernen, Landschaften und Kulturen entdecken, die eigene Persönlichkeit weiter entwickeln und mehr über neue Entwicklungen in dem eigenen Fachgebiet erfahren.

In Zeiten der Globalisierung werden Fremdsprachenkenntnisse und interkulturelle Kompetenz immer wichtiger. Mit beruflichen Zusatzqualifikationen und Auslandserfahrungen kann man sich von der ständig wachsenden Konkurrenz auf dem Arbeitsmarkt abheben und es können sich spannende, berufliche Perspektiven erschließen. Doch bevor man den Koffer packt, gibt es noch einige Hürden vor Ort zu nehmen.

Der TOEFL und der TOEIC Test (“Test of English as a Foreign Language” und “Test

of English for International Communication”) gehören unter anderem dazu. Für den Zugang zu Hochschulen im englischsprachigen Ausland zählt die Vorlage des TOEFL längst zum Standard und diese Testform wird immer häufiger auch von deutschen Universitäten verlangt. Die Fachhochschule Mainz ist zertifiziertes TOEFL-Testzentrum und bietet auch den TOEIC an. Aus diesem Anlass möchten wir – die Fachgruppe Sprachen – beide Verfahren vorstellen.

Der Test of English as a Foreign Language – kurz TOEFL – ist ein standardisierter Test, den StudienbewerberInnen für die Zulassung zu den meisten MBA-Programmen in Nordamerika und bei vielen Master-Programmen in Europa und auch mittlerweile in Deutschland benötigen.

Der TOEFL wird als internet-basierter Test (iBT) durchgeführt. Durch die moderne Testform können nun auch die mündlichen Sprachfertigkeiten der Teilnehmer überprüft werden.

Struktur des TOEFL iBT			
Abschnitte	Beschreibung	Testzeit	Punkte
1. Reading	3 – 5 akademische Texte mit je 12 – 14 Fragen	60 – 100 Minuten	0 – 30
2. Listening	4 – 6 Vorträge mit je 6 Fragen 2 – 3 Dialoge mit je 5 Fragen	60 – 90 Minuten	0 – 30
PAUSE		10 Minuten	
3. Speaking	2 Aufgaben (bekanntes Thema plus freie Meinung); 4 Aufgaben (mit Bezug)	20 Minuten	0 – 4 konvertiert auf 0 – 30
4. Writing	1 Aufgabe (mit Bezug) 1 Aufgabe (zur Unterstützung eigener Meinung)	50 Minuten	0 – 5 konvertiert auf 0 – 30
Summe			0 – 120

Der TOEFL besteht aus:

- Reading Comprehension (drei bis fünf Texte mit Fragen),
- Listening Comprehension (zwei bis drei Unterhaltungen, vier bis sechs Vorlesungen),
- Speaking (sechs Aufgaben mit je sechs Fragen),
- Written Expression (zwei Aufgaben mit je zwei Fragen).

Struktur des TOEFL iBT
(siehe Tabelle oben)

Ablauf des TOEFL iBT

Jeden Monat versuchen wir, die Fachgruppe Sprachen, mindestens drei Termine anzubieten. Wir haben als TOEFL Testzentrum der FH Mainz pro Testtermin 22 Plätze zu vergeben. Bereits 2-3 Tage vor dem jeweiligen Testtermin überprüft der Administrator die Hard- und Software. Am Testtag kommen die TOEFL-Testleiterin und mindestens eine studentische Hilfskraft schon zwei Stunden vor dem eigentlichen Testbeginn, da weitere Vorbereitungen zu treffen sind. Insgesamt dauert ein Testtag normaler-

weise sieben Stunden, wobei der Test als solches nur vier Stunden einnimmt. Auf Grund der steigenden Nachfrage waren seit März 2008 alle Termine ausgebucht, die an der FH angeboten wurden. Für die Anmeldung und das Versenden der Testresultate ist ausschließlich ETS (Educational Testing Service) in New Jersey zuständig, der Mutterkonzern von TOEFL und TOEIC.

Der Test of English for International Communication – TOEIC – dient der Messung der Kompetenz im internationalen Berufsendlich auf der mittleren und fortgeschrittenen Ebene. Dieses Testverfahren wird an der FH Mainz seit dem Sommersemester 2008 angeboten.

Der TOEIC ist ein Englischtest speziell für Berufstätige, die im internationalen Umfeld arbeiten und deren Muttersprache nicht Englisch ist. Da es sich ebenfalls um einen standardisierten Test mit einer aussagekräftigen Ergebniseinschätzung handelt, ist er dazu geeignet, auf Grundlage einer durchgängigen Punkteskala die Sprachkompetenz von

Anfängern sowie Fortgeschrittenen aller Berufszweige zu bewerten. Der Test erfordert kein spezielles Fachwissen oder Vokabular, sondern nur die Englischkenntnisse, die für die tägliche Arbeit notwendig sind. Der TOEIC macht sich gut als Nachweis der englischen Fähigkeiten auf dem Lebenslauf, ob für Praktika im Ausland, bei internationalen Unternehmen innerhalb Deutschlands oder einfach nur als generelle Referenz. Mehr als 5.200 Unternehmen rund um die Welt setzen den Test als Zertifizierungstool ein.

Wir bieten den **Reading- und Listening-Test** an, der ca. 200 Multiple-Choice-Fragen umfasst. Insgesamt dauert der Test etwa zweieinhalb Stunden und findet noch „traditionell“ mit Bleistift und Papier statt. Die Vorbereitung des TOEIC-Tages ist mit hohem administrativem Aufwand verbunden und wird derzeit einmal pro Semester an der FH Mainz angeboten. Voraussichtlich werden wir ab dem Wintersemester 2009/2010 Vorbereitungskurse für den TOEIC zusätzlich an der FH anbieten können. ■

Applied Projects 2008/2009

betreut durch Prof. Dr. Rüdiger Nagel (3.) und Prof. Dr. Werner Hillebrand (1. und 2.)

1. Beitrag:

Complexity Drivers in Bigger Organizations

Project team: Julia D'Amore Puga, Stefan Heinrich, Franziska Hofmann, Yan Wen Shen-Wohlfart, Orawee Thongkam, Konstantinos Vacras and Meng Wang (students of the MA.IB)

At the beginning of the year 2009, seven students of the MA.IB program gathered together to discuss a question that was about to accompany them throughout the entire semester: What is complexity? Based on a kick-off stream of applied projects in cooperation with the well-known German pharmaceutical company "Boehringer Ingelheim" and the Fachhochschule Mainz, we were asked to discuss this question on complexity drivers and how they are managed within bigger organizations. This was a particularly interesting topic for Boehringer, since international companies turn complex proportionately to their size and global reach. Reducing and managing existing complexity drivers is therefore an ongoing challenge for many companies.

The project scope was to analyze the theoretical implications of the concept of complexity and to suggest possible yet unknown solutions to the supervising company. Hence, the course of action was as follows: Beginning with an in-depth analysis of complexity drivers as stated in various sources of literature, we have broken down different complexity drivers of interest for Boehringer Ingelheim. Along with the suggestions of how those could be managed in particular, a questionnaire has been drafted that was given to specifically elected employees of the company. During the interviews that have been conducted at a later stage of the project the interviewees were addressed questions in terms of strategy, research and development, firm infrastructure and company culture. The interviews targeted verification of the theoretical analysis on the one hand, and identification of possible impairments due to complexity within Boehringer Ingelheim on the other hand. Along with the interviews, we conducted case study analyses of companies of equal criteria and characteristics to those of Boehringer Ingelheim. The

analyses undertaken were then critically assessed in order to identify ways of how complexity is managed and dealt with in those particular companies. Together with the analysis of the interviews of the Boehringer Ingelheim employees, we have developed a model that demonstrates the most important factors of how to improve the management capabilities when it comes to complexity. The model was called "8 O-Model", based on the eight factors increasing a company's capability efficiency.

When assessing theoretical implications of complexity particularly in the case of the pharmaceutical industry, it is necessary to emphasize that pharmaceutical companies have their own unique characteristics and processes, which are not inherent in other types of businesses. On the basis of the complexity drivers investigated in the theory, a model of complexity drivers, which is specifically tailored to global pharmaceutical companies, is presented as the model of internal and external complexity drivers.



Fig. 1: Internal and External Complexity Drivers of Global Pharmaceutical Companies

The model structures external and internal complexity factors. The three bubbles represent the internal and the arrows around them the external complexity drivers. Within the **internal circle**, structure concerns the overall organisational

structure, whether the company has a high degree of hierarchy and centralisation, long decision processes, or many interfaces between and within functions. Culture is relating to the people and communication within the organisation and how employees perceive and deal with complexity. Diversity rests in all parts of the organisation and can be replaced by the term variety, which results in variety complexity in the production, in communication channels, in functional departments, in goals, as well as in data collection. The third internal dimension R&D characterises a part of pharmaceuticals which holds a high degree of complexity due to safety regulations, research length, diversity in diseases and hence SKU proliferation.

Belonging to the **external drivers**, the impact of globalisation on the business results in a high degree of interconnectedness, unforeseen and hard to manage risks within the pharmaceutical industry. Specifications address different countries and thus customer and healthcare groups, but also specific government restrictions and health and safety requirements. Supplier variety is derived from the complex outbound logistics pharmaceuticals face due to compound and research site variety and constantly changing delivery processes. Industry and market dynamics concern new healthcare trends (demand fluctuation), trends in R&D expenditure, patent lifecycle (early expiry), behaviour by competitors, market sophistication and payers' efficiency.

Based on the theoretical analysis, an analysis of complexity drivers within Boehringer Ingelheim has been undertaken. The scope of those interviews was to crosscheck complexity drivers as stated in the theoretical part with the real life example of Boehringer Ingelheim. The conducted interviews could reveal certain

tendencies of complexity, which entailed complexity creation within categories that have previously been identified as major complexity drivers by the literature: decentralization, corporate culture & innovative thinking, coordination of businesses among countries, the level of bureaucracy and reporting, inbound logistics, company goals and strategy. Those complexity drivers were then again crosschecked based on a company analysis conducted on comparable companies, such as GlaxoSmithKline, Siemens, Novartis, Exxon Mobil and General Electrics. After having analysed each company, recommendations were derived from each company case that could be applied to the complexity issues Boehringer Ingelheim is facing. In order to structure the recommendations and to make them comparable for each company, we created the **8 O-MODEL**, which summarizes our final recommendations and remarks on complexity management to Boehringer Ingelheim. The 8 O's comprise: **O**ptimal Investment, **O**rganization & Distribution, **O**pportunity and R&D, **O**utlines Business Conduct and Values, **O**ngoing Employment, **O**n-point management, **O**verall controlling Systems and **O**utstanding Communication.

Our results were eventually presented to Boehringer Ingelheim on July 19th, 2009. Along with two other groups of the MA.IB program we were invited to the

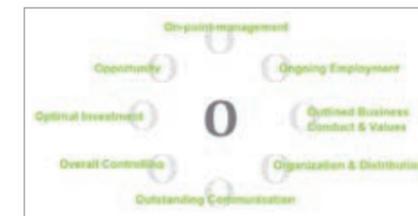


Fig. 2: The 8 O-Model

company for a meeting in a formal setting to hold a presentation and talk about our findings. Those were overall very well received and the feedback we obtained at the end was very valuable and certainly constructive for future project work.

To sum up, it was a great experience working in an intercultural project team, but it was an even better one having the project linked to a real life case. Since this was only the trial run for further applied projects, we can highly recommend any student to participate in those that will be offered in the future. It is an outstanding opportunity for us students to get in touch with the "real world" as well as to expose ourselves to future employers. ■

2. Beitrag:

Treatment of Development Costs under IAS/IFRS, U.S. GAAP and HGB (BilMoG)

Project team: Luis Fernando García Acuña, Lin Li, Tanya Liu, Aliaksei Tsarou, David Yi, Xiaojing Zhao (students of the MA.IB), Nima Balal-Ashtiani, Yehong Zhao (M.A. BWL)

1. Introduction

This research was carried out in order to understand the issue of the different accounting methods that are used for the treatment of development costs in the pharmaceutical industry. In conjunction with Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG, we were given the opportunity to research the different accounting methods such as IFRS, U.S. GAAP, HGB (BilMoG) and the reasons why the pharmaceutical industry preferable uses the method that requires all research and development costs to be expensed in the period incurred, rather than capitalizing the development costs, which is an option for IFRS and – in future years – for HGB (BilMoG) users. We began our research by analyzing the different methods and the drug manufacturing industry.

2. Accounting for R&D using IAS/IFRS and US-GAAP

One of the differences between U.S. GAAP and IFRS is the recognition of development costs. Under U.S. GAAP accounting rule SFAS no. 2, all research and development costs are to be expensed in the period incurred. Under IFRS Standard 38.57, research costs are expensed in the period incurred but the development costs can be capitalized if the company can demonstrate certain requirements. One of the main reasons for IASB's recognition of expensing research and development costs is the high uncertainty of future benefits of individual research and development projects. This is also the same reason the IASB expenses research cost in the period incurred but for the capitalization of development cost, as long as the six requirements are met, a firm can recognize the cost as an



Von links: Yan Wen Shen-Wohlfart, Konstantinos Vacras, Meng Wang, Franziska Hofmann, Julia D'Amore Puga und Stefan Heinrich; es fehlt: Orawee Thongkam fehlt.



Von links: Xiaojing Zhao, Tanya Liu, Aliaksei Tsarou, Luis Fernando García Acuña und David Yi; es fehlen: Nima Balal-Ashtiani, Lin Li und Yehong Zhao

internally generated intangible asset. The IFRS uses “selective capitalization” in order to recognize the development costs as an intangible asset. Under IFRS, an intangible asset arising from a development shall be recognized and capitalized if the entity can demonstrate six requirements.

3. Availability of R&D information

The scope of information related to R&D include the data on staff involved, their trainings, R&D centers, license agreements, development facilities and their location. Pharma-companies also provide information with regard to the tools of an ways complementation of their internal pipeline, namely, acquisitions and alliances, joint discoveries, in-licensing, co-marketing/ co-promotion deals, future options collaborations. Also available is the information related to drugs development performance (pipeline/drug candidates). In particular, a compound name, its mechanism, areas under investigation, development phase, estimated filing date and sales potential. What is constantly stressed by all Pharma-majors is the importance and the main focus on biopharmaceutical strategy and, hence, on bio-technologies, that has become the fastest growing segment of the pharmaceutical market during the last years. Some of the majors even create separate Biopharmaceutical R&D units.

4. Uncertainty of future benefits

The argument for the uncertainty of future benefits can also be justified with the pharmaceutical industry in which firms have about less than one percent of drugs that actually make it to the development phase. For every 5,000-10,000 screened compounds, about 250 enter preclinical testing, five enter human clinical trials, and one is approved by a regulatory authority. It takes about 10 to 15 years to develop one new medicine from the time it is discovered to when it is available for sale and the average cost to research and develop each successful drug is estimated to be \$ 800 million to \$ 1 billion.

5. Industry insight: Big Pharma/Biotech/Generic

Drug development difficulties arise due to high research and development cost, strict approval measures, shorter product life cycles, reduction of the patent effective life, and investment on new technologies. Moreover, Investor confidence is difficult to

be achieved and there is a high percentage of failure during the clinical trials.

The aim is to understand the Pharmaceutical industry by identifying the active players within the industry and the way they capitalized their R&D cost, as well as to identify the segment’s weaknesses and strengths, therefore, the industry was analyzed by segments: Big Pharma, Generica and Biotech.

Big Pharma

Is the most research intensive segment; shares cost structure similarities with biotech companies. A main difference is the property of “blockbuster medicines” among its resources making them able to reinvest a percentage of their revenues on new R&D activities. Faces long development stages and the short remaining life of the patents. So they often use strategic alliances and mergers as financial tools in order to allocate risk and get new patents. The challenge is to reduce the length of the development stages, to increase the patent effective life to avoid competition from the generic companies as well as find strategic partners within their segment.

Biotech Industry

The biotechnology industry emerged in the 1970s and mushroomed since 1992. Biotechnology is one of the most research-intensive industries over the world. From the balance sheets of the biotech companies, we can see that most of these companies have big negative loss for many years. Because of high invest in R&D and long-term development, they fully depend on investor capital for survival. So quite often, biotech companies have to cooperate with larger companies, such as big pharma companies, to finish a product development. The pharma companies control the biotech companies though mergers and acquisitions, in order to reduce costs. And also, the biotech companies follow the same process as big pharma companies.

Generic Segment

Generic drugs are only cheaper because the manufacturers have not had the expenses of developing and marketing a new drug. When a company brings a new drug onto the market, the firm has already spent substantial money on research, development,

marketing and promotion of the drug. A patent is granted that gives the company that developed the drug an exclusive right to sell the drug as long as the patent is in effect. As the patent nears expiration, manufacturers can apply to the FDA for permission to make and sell generic versions of the drug. Without having the startup costs for development of the drug, other companies can afford to make and sell it more cheaply. When multiple companies begin producing and selling a drug, the competition among them can also drive the price down even further.

The Patent Challenge

Patents are normally introduced at the beginning of the clinical trials, that means on average six to eight years before a medicine is approved, therefore having a remaining life of between five to ten years. The challenge for this industry is to find ways to reduce their development stages as to achieving longer patents protection periods and thus avoid competition for longer times and recover their original investment.

6. Comparison

We have a sample of 45 companies including three segments. In the pharmaceutical segment, the average R&D costs amount at 15.0 8% of sales from 2004-2007.

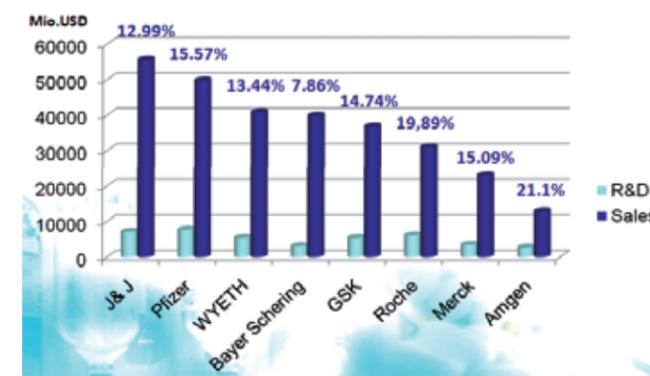


Fig. 1



Fig. 2

In comparison to the pharma segment, the proportion of R&D cost in the biotech segment is much higher. Only three companies manage to have sales surpassed their R&D costs, all the others fail to recover their R&D costs. Generic companies are able to earn profit at low R&D costs.



Fig. 3

7. Conclusion

We consider, it’s evident that most of the pharmaceutical companies do not capitalize development costs under IFRS due to uncertainty (mainly the 4th clause of IAS 38.57 is not fulfilled). Therefore, we came to the conclusion that the companies adopting BilMoG would probably choose not to capitalize development costs. ■

3. Beitrag:

International Job Profiles in Finance and Accounting A market and content analysis concerning the employment of international accounting staff

Project team: Kerstin Fuchs, Rubén Deolarte, Franz Narváez (students of the MA.IB)

The goal of our study was to provide Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG (BI) with an up-to-date market analysis concerning skills and profiles of employees in the field of accounting, controlling and finance including a forecast for the next five years which will be used for the development of approximately ten different job profiles at BI.

The analysis is based on the following research questions:

- What are the requirements that an applicant for a financial related job should have?
- Is there a significant relationship between the country and the required skills?
- Are the companies looking for the same skills?
- Are the same skills required around the world? Is there one specific knowledge that is mostly required?

The research is limited to job offers written in either, English, French, Spanish, Dutch or German. Furthermore is the study limited to job offers and advertisements which can be accessed through the internet, newspapers and magazines which can be acquired in German, more specifically to the close surroundings of Mainz. Moreover, the research is limited by time as it can only be performed on information provided in a certain period of time with a fixed deadline.

The validity of this analysis may result difficult to measure considering that the size of the population is relatively large. Since most of the information was found in internet, the accuracy of the present analysis may depend upon the self accuracy of such data. The results are based on the information obtained which was not modified at any sense. The research for the project was based on information found in internet, due to the fact that the pertinent and necessary figures were not available in other media. Furthermore it

was desired to mainly focus on the pharmaceutical industry which unfortunately was not possible because there were not enough job advertisements accessible through the internet. Not all required skills are mentioned in job advertisements, which also influences the validity of the research negatively.

The first step in the analysis has been to define the markets which were to be analyzed. We specified three clusters, namely Europe with special focus on Western Europe, Asia and America. At first Africa was defined as fourth cluster but was afterwards added to America, because nearly all information found for Africa was derived from American companies situated in Africa. As a next step and in order to analyze the collected information five categories of skills have been defined:

- expert knowledge skills (education, work experience, languages, legal framework),
- technical skills (software/programs),
- managerial skills,
- social skills,
- learning skills.

In the following section the general outcome and notable observations are mentioned according to the above mentioned categories of skills.

Degree/Education

It can be appreciated that most of the companies ask for a person with a certified accountant degree (44 % of the companies in Europe, 50 % in Asia and 51 % in America/Africa). An undergraduate degree in finance is the second most required in Europe (44 %) and Asia (50 %). In America/Africa is as well desired but in a lower level (7 %). In that same group a degree in computer science, a postgraduate in finance or business administration and undergraduate degree in economy are required in 14 % of the companies.



Von links: Franz Narváez, Kerstin Fuchs und Rubén Deolarte

Work Experience

In Asia, the companies showed more interest in the work experience, since almost half of them, were looking for a person with at least ten years working experience. 16 % of the companies in Europe and Asia, and 21 % in America/Africa, were looking for someone with at least five years of professional practice.

Language Requirements

In Europe, English was the most required language, as well as a not specified second or third language. German was also preferred. 28 % of the companies asked for this language. In Asia, the most desired languages were English and Mandarin, followed by Cantonese. It can be appreciated that in America/Africa, 85 % of the companies asked for English. A not specified second or third language as well as French were also desired but with lower frequency (respectively 28 % and 14 %).

Since there is not just one general way of requesting managerial, social and learning skills in a job advertisement, but many different styles of writing, those skills were measured according to the group's personal interpretation. It is interesting to mention that these skills were not requested by companies frequently.

Managerial Skills

In America/Africa the three skills, leadership, decision making and responsibility were almost equally required. In Europe the companies showed a greater interest in leadership and in Asia, the responsibility was highly appreciated.

Social Skills

The Asian companies showed a higher interest in the communication and presentation skill (14 companies each) in comparison with Europe and America/Africa. For these two groups, communication was also important, but Europe showed less interest (only two companies) in presentation skills. Related to a good social skill, the companies from all the groups presented an equal interest on this skill.

Learning Skills

The most wanted skills were analysis and problem solving. In the first one, Europe showed the most interest (15 companies) followed by Asia and America/Africa (ten and nine companies respectively). For the problem solving ability Asia showed the greater interest with 13 companies, against seven and eight from America/Africa and Europe. Motivation was important for the companies in Asia and America/Africa (six and five companies each) but only three companies from Europe. The least required skill is independent working, with only one company from America/Africa, three from Asia and five from Europe. This may indicate a greater and common interest in team working.



Three Dimensions of Skills

To sum up the results of the analysis, it has been proved that it is hardly possible to write an entirely global profile for any employment.

What can be taken from the analysis is that English plays an increasingly important role in international communication. Furthermore, an international employment requires a high degree of integration as well as open-mindedness and tolerance towards other ways of thinking and working. Flexibility is also gaining in importance for working internationally which will also increase in importance in the future as companies become more international. Flexibility is also important since traveling and staying abroad for specific and mostly limited periods of time becomes more frequent. Moreover, an internationally working employee should have a good cultural understanding.

Three dimensions of skills

The following model has been developed with help of the analysis and shows the most important skills for working internationally. The three dimensions all need to be analyzed respectively and the job profiles should be adapted to the degree of internationalization and the preferences in the respective domestic market. Furthermore, the skills need to be adapted to the corporate culture of the company. ■

Autorenschmiede am Fachbereich Wirtschaft: BWL-Studierende werden zu Schriftstellern

Therese Bartusch-Ruhl



Therese Bartusch-Ruhl
Fachhochschule Mainz,

Als vor ein paar Jahren Dr. Andrea Beyer, Professorin für BWL und Medienökonomie am Fachbereich Wirtschaft der FH Mainz ihren Betriebswirtschaftslehre-Studenten im Seminar Wirtschaftsjournalismus sagte „Wir schreiben zusammen ein Buch“, wurde sie komisch angesehen. So mancher lächelte ungläubig. Am Ende des Semesters waren die Aufsätze für das Buch „Heads and Facts – Die PR-Branche im Portrait“ geschrieben. Seit dieser Zeit ist es schon fast Tradition am Fachbereich Wirtschaft geworden, dass Studierende für neue Buchprojekte schreiben. „Warum sollen Leistungsnachweise von Studenten immer nur für den Prüfungsordner geschrieben werden?“, so die Herausgeber des ersten Buches, Andrea Beyer und Prof. Dr. Lothar Rolke. Es geht ja auch anders!

Nach den PR-Machern waren „Mainzer, Määnzer, Meenzer – Menschen in einer lebensfrohen Stadt“ an der Reihe. Die-

ses Buch mit bekannten und weniger bekannten Mainzern wurde ein voller Erfolg und war bereits nach kurzer Zeit vergriffen. Da die Nachfrage so groß war, gab es im Herbst 2009 eine zweite Auflage.

Im Januar 2009 erschien das dritte Buch „Bedeutende Ökonomen – Leben und Werk“. Ein Werk, das nicht nur den Autorinnen und Autoren viel abverlangte, sondern auch von den Herausgeberinnen Prof. Dr. Andrea Beyer und Prof. Dr. Ute Diehl einen hohen Einsatz einforderte. Bei den anderen Büchern wurden die Aufsätze den Portraitierten zur Freigabe geschickt. Dies war bei den Ökonomen nicht möglich, da die meisten nicht mehr leben. So mussten die beiden Professorinnen beim Redigieren mehr investieren.

Während die „Ökonomen“ noch im Druck lagen, arbeiteten die nächsten BIS-Studenten bereits an einem neuen

Buch. Diesmal standen Personalverantwortliche im Fokus.

Die Aufgabenstellung für die Studierenden ist bei allen bisherigen Büchern gleich: Jeder Autor verfasste zwei Portraits. Im Workshop davor vermittelte Prof. Andrea Beyer den Studierenden die wichtigsten journalistischen Grundsätze und bereitete sie auf das Schreiben vor. „Schreiben ist für viele Studierende echtes Neuland“, so die ehemalige Wirtschaftsjournalistin und FAZ-Mitarbeiterin. „Wir beschäftigen uns mit journalistischen Prinzipien und dem journalistischen Handwerkszeug. Wichtig ist auch ein Modul über Gesprächsführung, das sich bei den Interviews vor Ort mit den Portraitierten auszahlt. Eine weitere Schwierigkeit ist die Textlänge. Hier gibt es klare Vorgaben für Vorspann, Fakten und Fließtext. Dieses „Schreiben auf Zeichen“ fällt nicht immer leicht.

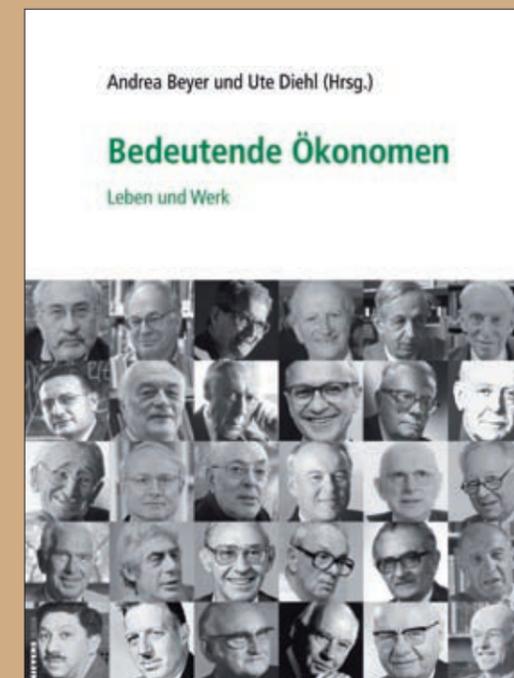
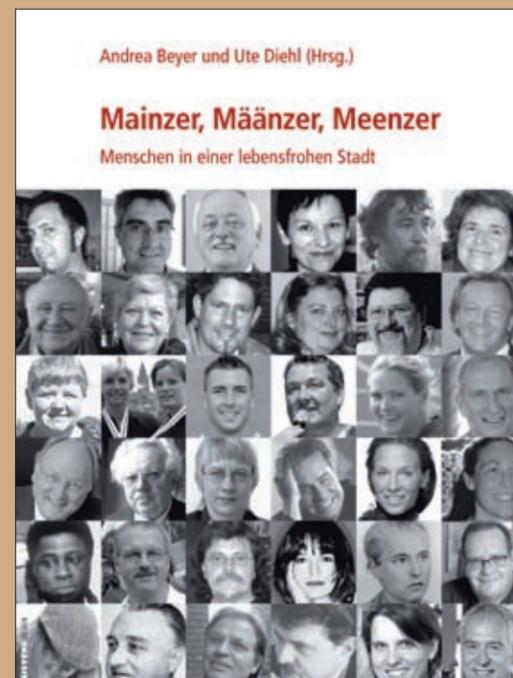
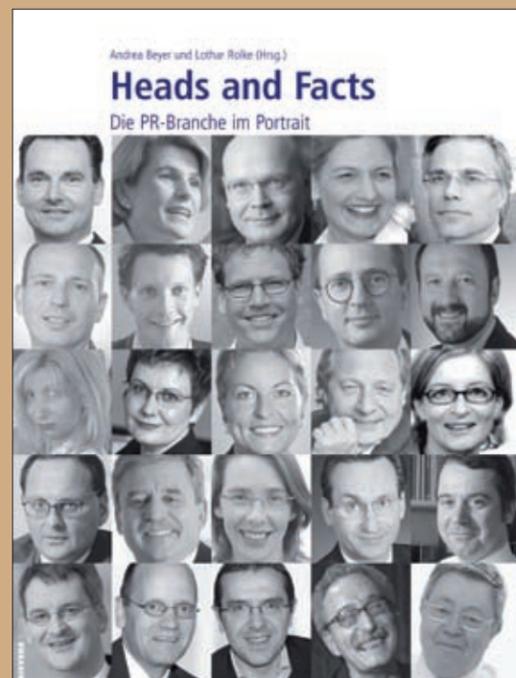
Gerade das Kürzen hat Tatjana Ochs das meiste Kopferbrechen bereitet. „Für mich war alles, was ich geschrieben habe, sehr wichtig, und es tat mir leid den Text zu kürzen“, so die BIS-Studentin. Mit Interviews führen hatte die 37-Jährige keine Probleme. Als stellvertretende Personalleiterin bei Lotto-Hessen ist sie im Personalbereich zuhause.

Ihr Kommilitone, Alexander Arras, fand das ganze Seminar sehr inspirierend und hilfreich für die Zukunft. Das Schreibtraining im Workshop brachte ihm viel nützliche Tipps, die er auch für seine anstehende Diplomarbeit gut gebrauchen kann. Wie schreibt man eine Headline, was ist bei der Satzlänge zu berücksichtigen und so weiter. „Schreiben an sich liegt mir“, so der 29-Jährige. Mehr Probleme hatte er mit den Anfragen und Interviews. „Es ist schon ein komisches Gefühl, wenn ein Student einen Personalchef befragt“, erzählt der BISler. Man

muss sich überwinden. Am Ende hat aber auch bei Arras alles gut geklappt.

Das Werk „Führungskräfte Personal im Portrait“ erschien pünktlich zum 1. HR-Forum am 9. September 2009 an der FH Mainz. In diesem Buch werden über 70 Personaler aus Industrie, Dienstleistung, Handel und Non-Profit-Organisationen dargestellt.

Das Buchprojekt selbst wird weiter fortgesetzt. Andrea Beyer hat bereits zwei neue Themen, die sie in Angriff nimmt. Das nächste Buch, zusammen mit Prof. Dr. Rüdiger Nagel, beschäftigt sich mit Expatriates. Danach folgt ein weiteres über bedeutende Strategen, das sie mit Prof. Dr. Herbert Paul geplant hat. ■



Die Finanzierung und Akquirierung von finanziellen Mitteln und deren Abhängigkeit vom sportlichen Erfolg bei Profifußballvereinen

Manuel Walter



Manuel Walter

studierte von 2004 bis 2009 Betriebswirtschaftslehre im Diplomstudiengang BIS an der Fachhochschule Mainz. Seine Diplomarbeit handelte über das Thema: „Die Finanzierung von Profifußballvereinen durch Sportmanagement/-marketing, sowie die Akquirierung von finanziellen Mitteln und deren Abhängigkeit für den sportlichen Erfolg.“

Heute ist er im Management bei der Kefla-Glas GmbH & Co.KG.

1. Einleitung

„Die finanziellen Mittel sind der entscheidende Faktor für sportlichen Erfolg im Profifußball.“ Sätze wie dieser wurden in den letzten Monaten von vielen Bundesliga-Managern geäußert. Wenn diese Aussage als zutreffend zu bezeichnen ist, stellt sich die Frage wie sich ein Verein finanziert und welche Akquirierungspotenziale noch vorhanden sind.

2. Vorgehensweise

Da die zur Verfügung stehenden Sekundärdaten nicht immer ausreichend waren, wurde zur Beantwortung dieser Fragen ein Fragebogen erstellt, an dem über 70 % aller Fußballvereine der 1., 2. und 3. Liga teilgenommen haben. Des Weiteren wurden auch persönliche Gespräche mit Bundesliga-Managern der Vereine Eintracht Frankfurt, 1. FSV Mainz 05, 1. FC Köln und Bayer 04 Leverkusen geführt.

3. Ist sportlicher Erfolg käuflich?

Der Blick auf die Umsatztable zeigt, dass es kein Zufall ist, dass der FC Bayern München in den letzten zehn Jahren sechsmal deutscher Meister geworden ist. Die anderen vier Mannschaften, die in diesem Zeitraum Meister wurden, waren auch immer finanzielle Schwergewichte. Zur Umsatztable muss gesagt werden, dass einige Vereine wie VfL Wolfsburg, Bayer 04 Leverkusen und TSG 1899 Hoffenheim Investoren haben, die regelmäßig Geld zuschießen (z. B. bei Transfers), was nicht in den Umsätzen berücksichtigt ist. Andere Vereine haben zwar hohe Umsätze müssen aber davon noch Kredite abbezahlen. Es wird jedoch klar, dass große Sprünge in der Tabelle für finanzschwache Vereine kaum möglich sind. (siehe Tab. 1)

Umsätze 1. Bundesliga

Vereine	Mio.Euro
1. Bayern München	286,8
2. Schalke	150
3. Hamburg	140
4. Werder	112,4
5. BVB	108
6. Stuttgart	100
7. Leverkusen	80
8. Hertha	77,8
9. Wolfsburg	75
10. Frankfurt	65
11. Gladbach	60
12. Hannover	50
13. Köln	44,91
14. Bochum	38,48
15. Bielefeld	35,2
16. Hoffenheim	35
17. KSC	30
18. Cottbus	25

Tab. 1: Umsätze 1. Bundesliga (Saison 2007/2008)

Quelle: Selbsterstellte Tabelle in Anlehnung an <http://www.bild.de/BILD/sport/fussball/bundesliga/2008/12/10/christoph-daum-fordert/umsatzkopplung-der-trainer-gehaelter.html>

Auf internationaler Ebene ist das nicht anders. In den letzten zehn Jahren wurde neunmal ein Verein aus den so genannten „Big Five“-Ligen, Champions League Sieger. In den letzten drei Jahren stellte die finanziell stärkste englische Liga drei der vier Halbfinalisten. Seit der Saison 2004/2005 kam immer einer der beiden Finalisten aus England. In den letzten sechs Jahren hat keine deutsche Mannschaft das Halbfinale erreicht. Das liegt daran, dass die deutschen Vereine finanziell nicht mit der europäischen Spitze mithalten können. (s. Tab. 2 folgende Seite)

Deloitte Football Money League 06/07		
Position (vergangenes Jahr)	Verein	Einnahmen (in Mio. Euro)
1 (1)	Real Madrid	351,0
2 (4)	Manchester United	315,2
3 (2)	FC Barcelona	290,1
4 (6)	FC Chelsea	283,0
5 (9)	Arsenal London	263,9
6 (5)	AC Mailand	227,2
7 (8)	FC Bayern München	223,3
8 (10)	FC Liverpool	198,9
9 (7)	Inter Mailand	195,0
10 (12)	AS Rom	157,6
11 (15)	Tottenham Hotspur	153,1
12 (3)	Juventus Turin	145,2
13 (11)	Olympique Lyon	140,6
14 (13)	Newcastle United	129,4
15 (16)	Hamburger SV	120,4
16 (14)	FC Schalke 04	114,3
17 (neu)	Celtic Glasgow	111,8
18 (neu)	FC Valencia	107,6
19 (neu)	Olympique Marseille	99,0
20 (neu)	SV Werder Bremen	97,3

Tab. 2: Deloitte Football Money League 06/07 (in Mio. Euro)

Quelle: Selbsterstellte Tabelle in Anlehnung an <http://www.bild.de/BILD/sport/fussball/bundesliga/vereine/hsv/2008/06/21/nummer-10/in-europa.geo=4908204.html>

Auch Clusteranalysen der DFL (Deutsche Fußball Liga) zeigen, dass der sportliche Erfolg von den finanziellen Mitteln abhängt.

4. Finanzierung der Vereine und Akquirierung von finanziellen Mitteln

Wenn die finanziellen Mittel so wichtig sind, stellt sich natürlich die Frage, wie finanzieren sich die Vereine und wo sind noch Steigerungsmöglichkeiten. Die Profifußballvereine haben auf der Einnahmeseite die drei Standbeine TV-Gelder, Sponsoring und direkte Faneinnahmen (Ticketing und Merchandising).

TV-Einnahmen

Im Bereich der TV-Einnahmen hinkt Deutschland im Vergleich zu den führenden Fußball-Nationen hinterher. Die Bundesligavereine erhalten ab der Saison

2009/2010 412 Mio. Euro pro Saison. Die Verteilung unter den Bundesligisten ist leistungsbezogen, d. h. nach der Tabellenplatzierung. Die englische Premier League erzielt in der Medienvermarktung 1,3 Mrd. Euro, die italienische Serie A streicht 710 Mio. Euro ein und selbst die finanziell kleinere französische Ligue 1 erhält 668 Mio. Euro pro Spielzeit. In der spanischen Primera Division gibt es keine Zentralvermarktung. Hier erzielen Vereine wie Real Madrid und der FC Barcelona allein jeweils über 100 Mio. Euro durch den Verkauf ihrer Medienrechte.

Der Grund hierfür liegt in der Struktur der Fernsehlandschaft. Deutschland ist ein typisches Free-TV-Land. Vor allem in England ist die Pay-TV-Tradition wesentlich höher. Zusätzlich wurden hier

Zuschauer - Europas Top 20

1. Real Madrid	76.613
2. Manchester United	71.695
3. Barcelona	70.026
4. Dortmund	69.304
5. Bayern München	69.000
6. Schalke	61.279
7. Arsenal	60.083
8. Celtic Glasgow	56.677
9. AC Mailand	55.371
10. HSV	55.323
11. Olympique Marseille	52.700
12. Inter Mailand	52.299
13. Newcastle United	51.321
14. VfB Stuttgart	50.899
15. Ajax Amsterdam	49.089
16. Eintracht Frankfurt	48.382
17. Glasgow Rangers	48.091
18. Hertha BSC	45.483
19. Atletico Madrid	45.450
20. 1. FC Köln	44.045

Tab. 3: Zuschauer – Europas Top 20

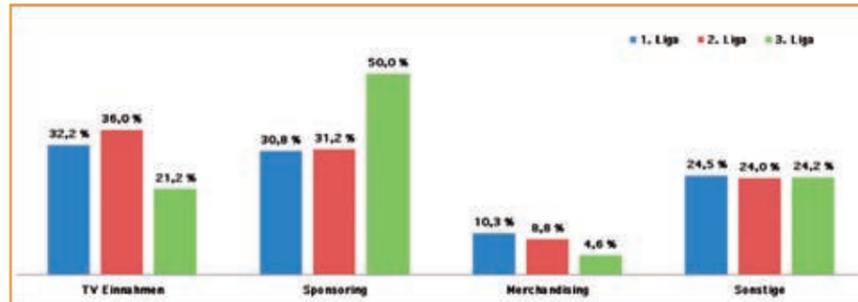
Quelle: Selbsterstellte Tabelle in Anlehnung an <http://www.bild.de/BILD/sport/fussball/bundesliga/vereine/hsv/2008/06/21/nummer-10/in-europa.geo=4908204.html>

zu Lande die Möglichkeiten durch das Kartellamt stark reguliert. Im Bereich des Fernsehgelbes besteht also noch ein großes Potenzial, auch durch eine Deregulierung.

Sponsoring

Im Bereich des Sponsoring ist die Bundesliga mit 360 Mio. Euro die unangefochtene Nummer 1. Der Grund liegt auch darin, dass in Deutschland eine hohe Free-TV-Präsenz vorhanden ist, und somit ein größeres Publikum angesprochen wird, als dies bei komplettem Pay-TV der Fall wäre.

Es gibt allerdings auch kein allzu großes Wachstumspotenzial mehr, da nahezu alle Formen des Sponsoring ausge-schöpft sind. (siehe Grafik)



Vergleich des Anteils von TV-Einnahmen, Sponsoring, Merchandising und sonstigen Einnahmequellen am Gesamtetat

Quelle: Studie „Sportmanagement Bundesliga, 2. Bundesliga und 3. Liga“ von Manuel Walter; selbsterstellte Grafik

Direkte Faneinnahmen

Bei den direkten Faneinnahmen spielen die Einnahmen aus dem Ticketverkauf die größte Rolle. Was die Zuschauerzahlen angeht, ist die Bundesliga Spitze. Sieben deutsche Vereine sind unter den Top 20 der europäischen Zuschauerstabelle. Jedoch sind die Eintrittspreise im Vergleich zu den anderen Top-Ligen auch am geringsten. Hier besteht noch Potenzial.

Beim Merchandising kassieren die englischen Vereine insgesamt 171 Mio. Euro, die spanischen 145 Mio. Euro, die deutschen 127 Mio. Euro und die italienischen 86 Mio. Euro. Auch hier ist noch ein kleines Potenzial erkennbar. (siehe Tab. 3)

Kosten der Profifußballvereine

Für Bundesligaverene entstehen Kosten durch das Stadion (Miete oder Instandhaltung), Personalkosten (Vollzeit und an Spieltagen z.B. Sicherheitsdienst, Hostessen, Catering), Büroräume, Lageräume, Kommunikationskosten, Logistik, Nachwuchs, Scouting usw. Insgesamt beschäftigen die Erst- und Zweitligisten über 38.000 Menschen.

Der größte Kostenblock in der Bundesliga stellt mit 42,5 % aber natürlich der Spielerkader dar. Hier liegt auch der Schwachpunkt der Bundesligaverene im Vergleich zur europäischen Spitze. In allen anderen europäischen Spitzenligen liegen die Kosten des Spielerkaders mittlerweile bei über 60%. Da hat die Bundesliga noch massiven Nachholbedarf.

Weitere Finanzierungsinstrumente

Es besteht auch die Möglichkeit, einen Vorteil durch offensivere Finanzierungsmodelle zu schaffen, z. B. durch einen Börsengang. Es gibt hierbei allerdings ein Problem: Fußballvereine streben nicht nach Gewinnen sondern nach sportlichem Erfolg. Investoren wollen, sofern sie das Investment nicht als Hobby betreiben, Rendite erzielen. Aus diesem Grund sind auch Kredite, Darlehen, Anleihen, Fonds, Genußscheine usw. zwar durchaus schon zur Anwendung gekommen, aber nicht so interessant für Investoren. Des Weiteren erschwert in Deutschland die so genannte „50+1 Regel“ ein Investment. Diese Regel besagt, dass 50 % plus eine Stimme beim Verein bleiben müssen. Das ist in anderen Spitzenligen nicht so. Auch das Steuersystem für Großverdiener in Deutschland ist nicht förderlich. In allen anderen Ländern mit Top-Ligen ist das aus verschiedenen Gründen anders geregelt.

Extensive Fremdfinanzierungsmodelle sind aber ohnehin zu hinterfragen. Die englischen Vereine haben u. a. im Zuge der Finanzkrise einen Schuldenberg von 3,85 Mrd. Euro angehäuft. Zudem hat der englische Verband Schulden in Höhe von 510 Mio. Euro. Das Problem sind nicht alleine die Schulden, sondern auch die Investoren, die hinter den Vereinen stehen, jetzt durch die Finanzkrise in Schwierigkeiten kamen und die Schulden auf die Vereine umwälzen. In Spanien hatten die Vereine vor der

letzten Saison noch über 38 Mio. Euro ausstehende Gehälter nicht bezahlt. Inter Mailand hat das letzte Geschäftsjahr mit einem Minus von 148 Mio. Euro abgeschlossen und somit innerhalb von vier Jahren 500 Mio. Euro Schulden angesammelt. Somit liegt für die relativ gesund wirtschaftende Bundesliga auch eine Chance darin, dass sich die spekulativ wirtschaftenden Ligen überheben und somit einige Vereine wieder wegbrechen. (siehe Grafik oben)

5. Fazit

Die Bundesliga ist insgesamt finanziell gesünder aufgestellt als alle anderen europäischen Spitzenligen, darin liegen auch Chancen.

Es gibt jedoch noch Einnahmepotenziale, vor allem im Bereich TV-Gelder. Aber auch im Bereich Ticketing und Merchandising ist im Gegensatz zum Sponsoring noch Luft nach oben.

Vor allem sollten die Kosten des Spielerkaders am Gesamtetat erhöht werden und dürfen nicht unter 50 % liegen, da der sportliche Erfolg an der Klasse der Spieler und Trainer hängt.

Ich möchte mich an dieser Stelle noch einmal bei allen Vereinen bedanken, die mich unterstützt haben, insbesondere bei Heribert Bruchhagen, Christian Heidel, Claus Horstmann und Meinolf Sprink. ■

Free Trade Agreements in Korea

Jürgen Zimmer



Jürgen Zimmer, student from 2004–2009, working now for one of the “Big-Four companies” in Frankfurt in the tax department for mostly Korean corporate clients.

In the following, I will give a short introduction into my diploma thesis about the economy of Free Trade Agreements (FTAs) of Korea. First I would like to give a brief summary of what I have done so far. Since September 2008 I have been working for an international accountancy and professional service firm in the tax department in Frankfurt. The group I am working in deals mostly with Korean corporate clients. Before I started, I finished my studies at the University of Applied Sciences in Mainz in July 2009 after eight semesters. In these eight semesters I made a lot of different interesting experiences. However, by far the most outstanding experience during my studies was my one-year stay in South Korea, where I first attended one semester at the partner University in Pyeongtaek and afterwards I had the great opportunity of doing an internship in a traditional Korean Shipping Company as the first foreigner intern ever in this company. Therefore, I wanted to write my thesis about a Korean Topic. Fortunately, Prof. Dr. Axel Freudenberger offered me the opportunity to write about the Economy of Free Trade Agreements with focus on Korea.

In my thesis, my main aim was to present an overview of the wide field of FTAs and to give a focused look at the South Korean FTA policy. An FTA can be defined as an agreement of at least two nations to eliminate entirely tariffs on goods produced in the member countries. FTAs will not necessarily lead to benefits for the member countries. However, trade agreements change the welfare of the member and also the non-member countries. In general it can be said that the lower the barriers of trade are, the higher the welfare of the trading nations rises.

Against these normally bilateral trade agreements, the General Agreement on

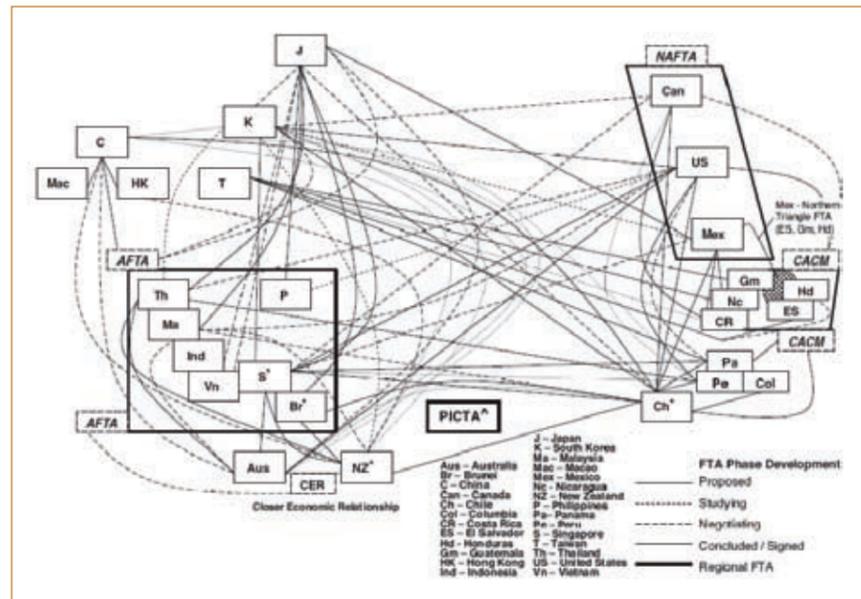
Tariffs and Trade (known as GATT) which led to the World Trade Organisation (WTO) in 1994 has been trying for more than 60 years to reach trade liberalization through multilateral agreements. More than 150 countries currently are members of the WTO. But due to the huge number of member countries, the negotiation process of the WTO is very slow.

This is one major reason for nations to run towards bilateral and not multilateral agreements. Making an agreement between two members can be done more quickly than between all 150 countries.

In case of Korea; some reasons to deepen trade relations with FTAs are not only economically driven, but also political and strategic arguments. In particular, an active trade policy relies on the recovering process from the impacts of the Asian Crisis as well as the fear of being left out of the general trend towards FTAs and to protect and expand their key markets, which can only be guaranteed in bilateral negotiations.

Korea already has a few FTAs in force. Two of them were discussed in detail in my thesis. The first discussed was also the first FTA of Korea. It is with Chile, which can be used as a prime example of a successful Trade Agreement. Both nations gained production and trade in the sectors where the trade barriers were eliminated. Korea mainly exports high valued goods like cars and consumer products and imports mainly agricultural products from Chile.

The second, and in my opinion even more interesting FTA, is the one with the United States of America. It is the biggest and newest agreement for Korea. The FTA negotiations were not easy and led in 2008 to renegotiations between Korea



and the USA. In 2008 I traveled to Korea for research and could see with my own eyes tremendous protests in Seoul against the FTA. More than 500,000 people were out on the streets to protest against the Korean government trade policy. The fear of the Korean population that they would fall ill to cow meat, which could be infected by mad cow disease, was so high, that the negotiators renegotiated the beef agreement contained in the FTA. The second obstacle for the FTA was that the 2008 American election, which hampered the American Congress' willingness to make important decisions, such as ratifying the FTA. The two candidates, John McCain and Barack Obama mainly differed in their opinion about American FTA policy. A conclusion was found during the renegotiations, but the FTA is still not in force, because the ratification in both parliaments has not yet been passed.

My final personal statement in my thesis was that the overall goal of trade liberalization cannot be reached by FTAs only.

Multilateral agreements can lead to more efficient international trade flow and to economic growth of all countries, where no one, especially third world nations should be left out. If only bilateral agreements between the big industrialized nations are made, the less powerful nations will have even less of a chance in the future than they have currently.

My thesis finished there, but this article will contain one more passage due to actual changes on the Korean peninsula. I had already finished this text when North Korea did their second nuclear testing on the 24th of May 2009. A lot of rumors and speculations were made about the intentions of North Korea from these new provocations. I do not want to spread new rumors and more so, I do not want to give a one-sentence-statement about something, which would have to be researched in detail. However, in my opinion, the current situation in South Korea shows vividly, that there exist not only economic reasons for a closer rela-

tionship to other nations in the world. Korea and also the US would strengthen the political and strategic alliance by deepening economic integration through the FTA. Therefore, as sooner as the FTA would be ratified and in force as better for South Korea and the US.

I enjoyed every day in this amazing country and I am thankful to get the chance through the yearbook to show the results of my thesis to a broader audience. ■

Prof. Dr. Hanno M. Kämpf

Wirklich neu an der FH Mainz bin ich nicht. Seit neun Jahren nehme ich hier in Mainz eine Lehrtätigkeit im Masterstudiengang Business Law, Studiengang Wirtschaftsrecht und Studiengang Betriebswirtschaftslehre wahr.

Während meines Studiums des Rechts und internationalen Rechts in Mainz, Gießen und Oxford fasste ich den Entschluss, nach meiner Ausbildung eine eigene wirtschaftsrechtlich ausgerichtete Rechtsanwaltskanzlei aufzubauen. So arbeitete ich parallel zum Rechtsreferendariat für Unternehmen aus dem Bereich der internationalen Spielfilmproduktion, welche nach Gründung meiner Kanzlei zu den ersten Mandanten zählten.

Im Rahmen von längeren beruflichen Auslandsaufenthalten in Indien, den USA und England intensiviere ich meine Erfahrungen im internationalen Wirtschaftsrecht und akquirierte ausländische Unternehmen als Mandanten. Als Schwerpunkt meiner anwaltlichen Arbeit kristallisierte sich so schnell der Bereich des internationalen Wirtschaftsrechts, speziell des inter-



nationalen Handels- und Gesellschaftsrecht, des Medienrechts und Vertragsrechts, heraus. Der Beratungsschwerpunkt lag dabei auf ausländischen

– überwiegend indischen – Unternehmen aus dem Bereich IT und auf Unternehmen aus dem Bereich der internationalen Filmproduktion sowie des internationalen Filmvertriebs. Beratungsgegenstand waren laufende unternehmensrechtliche Angelegenheiten sowie nicht alltägliche Geschäfte, wie Unternehmensgründungen, grenzüberschreitende Unternehmenskooperationen/Joint Ventures, Unternehmenskäufe und der Aufbau internationaler Vertriebsstrukturen.

Neben der anwaltlichen Tätigkeit nahm ich verschiedene Aufsichtsratsmandate und die Lehrtätigkeit hier an der FH Mainz wahr. Gerade die Lehrtätigkeit war für mich ein optimaler Freizeitausgleich.

Die Annahme des Rufs zum Professor für Internationales Handelsrecht, nationales und vergleichendes Gesellschaftsrecht und Vertragsgestaltung Ende letzten Jahres, leitete für mich einen Paradigmenwechsel ein. Aus meinem Hobby – also der Lehrtätigkeit – wurde so mein Hauptberuf, aus meiner bisherigen Haupttätigkeit wurde die Nebentätigkeit.

Neben der Lehre bereitet es mir Freude, mich – beispielsweise als Studiengangsleiter im Bachelor/Wirtschaftsrecht – im Rahmen der Selbstverwaltung zu engagieren. Meine nebenberuflichen Tätigkeiten als rechtlicher Berater und Aufsichtsratsvorsitzender verschiedener Unternehmen gewährleisten eine anwendungsorientierte Lehre und damit den Know-how Transfer von der Praxis in die Lehre.

Wirklich neu ist auf jeden Fall der gleichzeitig mit Beginn meiner Professur abgeschlossene Neubau unserer Hochschule in der Lucy-Hillebrand-Straße, der die Lehre und die Zusammenarbeit mit Studenten und Kollegen noch mehr beflügelt und inspiriert. ■

Prof. Dr. Markus Nauroth



Jetzt ist es also soweit: Nachdem ich bereits im Sommersemester 2009 eine Vertretungsprofessur innehatte, starte ich zum 1. Oktober 2009 als Professor für

Wirtschaftsinformatik an der Fachhochschule Mainz. Das wird ein spannender Umstieg vom Berater zum Professor, ein Umstieg, auf den ich mich sehr freue.

Ein „Meenzer Bub“:

Nach meiner Grundschulzeit in den USA (San Francisco) erwarb ich das Abitur am Theresianum Mainz, um im Anschluss bei IBM in Mainz/der Berufsakademie in Mannheim Technische Informatik zu studieren. In diese Zeit fallen Praxiseinsätze bei IBM in so unterschiedlichen Bereichen wie Künstliche Intelligenz/Expertensysteme sowie der NMR-Spek-

trokopie von Festplattenoberflächen. Und um meinem Interesse an Naturwissenschaft und Mathematik Genüge zu tun, verschrieb ich mich in den anschließenden vier Jahren der Physik – ganz in der Nähe, auf der gegenüberliegenden Straßenseite an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

Ein Leben als Unternehmensberater:

Meinen beruflichen Einstieg fand ich bei der amerikanischen Unternehmensberatung Booz.Allen & Hamilton (heute Booz & Company), für die ich zumeist Telekommunikationsunternehmen im Bereich strategischer und technologischer Fragestellungen beriet. In dieser Zeit verschlug es mich von Saudi Arabien, wo ich ein Jahr lang gemeinsam mit einem internationalen Team die Saudische Telekom bei der Einführung eines Mobilfunknetzes unterstützte, bis nach New York, wo ich wiederum für ein Jahr zwischen Raleigh/North Carolina und New York pendelnd für ABB die Einführung einer Software zur Produktkon-

figuration verantwortete. In diese Zeit fällt auch meine Promotion zum Thema tiefunterkühlter Flüssigkeiten an der Technischen Universität München im Bereich Theoretische Physik. An Booz & Company schlossen sich acht Jahre bei IBM in London an, wiederum geprägt von internationalen Einsätzen (von Vodafone Australien/Sydney bis AT&T San Francisco) und mit den Schwerpunkten neuer Technologien (Web 2.0, Mashups) und deren Einsatz in der Telekommunikation.

Wieder „daheim“:

Und jetzt also wieder Mainz! Ich bin gespannt und freue mich darauf, Erfahrungen, Eindrücke und Einsichten weiterzugeben und damit vielleicht auch Interesse zu wecken: Interesse an neuen Technologien, an deren Anwendung in Unternehmen sowie dem Mehrwert, welcher aus dem Einsatz der Technologien für eben diese Unternehmen erwächst – nicht nur, aber sicherlich auch, in der Telekommunikation! ■

Prof. Dr. Jens Reinhardt

Physiker. Eigentlich bin ich Physiker. Ich liebe es, Dingen auf den Grund zu gehen. Dies ist an sich keine Besonderheit. Viele meiner ehemaligen Kommilitonen wunderten sich allerdings doch etwas darüber, dass ich als Physiker nun ausge-rechnet bei den Wirtschaftswissenschaften gelandet bin. Aus Sicht vieler Physik-Hardliner also bei einer Wissenschaft, die aus deren Sicht eines zumindest nicht ist: Eine Naturwissenschaft.

Wer mich jedoch näher kennt, für den ist meine im September 2008 begonnene Professur für Wirtschaftsinformatik im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Fachhochschule Mainz keine große Überraschung. Schon während meines Physikstudiums an der Technischen Universität Darmstadt hat mich die Anwendung naturwissenschaftlicher Verfahren in der betrieblichen Praxis mehr fasziniert als Grundlagenforschung. Eine zunehmende Faszination ging dabei von der IT und insbesondere von Software-Systemen aus. Im Laufe des Studiums wurde mir klar, dass dieser Themenkomplex mich mehr fesselt als alles andere.

Mein Streben in Richtung der Informatik wurde stärker und Dank einer damaligen Ausnahmegenehmigung der TU-Darmstadt durfte ich Teile meiner Diplomprüfungen im Bereich der Informatik ablegen. Zusätzlich wurde mir ermöglicht, meine Diplomarbeit im „Laboratory of Lighting Technology“, einer auf dem Gebiet der angewandten Lichttechnik weltweit führenden Einrichtung, anzufertigen. Das Thema kam mir entgegen. „Softwaresysteme zur Reflektorberechnung“ – Wie muss ein Reflektor geschaffen sein, um bei gegebener Lichtquellengeometrie eine bestimmte Abstrahl-Charakteristik aufzuweisen? Solche Berechnungen sind sehr aufwändig. Ein einzelner Rechner war damals kaum in der Lage, in einem befriedigenden Zeitraum eine solche Berechnung zu Ende zu führen. Es mussten Verfahren erarbeitet werden, um die Anforderungen aus der Praxis mit den technologischen Möglichkeiten zu erfüllen.

Praxis und Technologie – ein Thema, welches mich seit dieser Zeit auf meinem weiteren Lebensweg begleitet:



Was können aktuelle Technologien wirklich und wie werden diese Technologien im betrieblichen Umfeld sinnvoll eingesetzt? Wie erstellt man gute Softwaresysteme, gute IT-Architekturen, gute IT-Systeme unter Berücksichtigung der fachlichen, personellen und finanziellen Randbedingungen? Wie sieht ein guter Prozess zur Lösung IT-orientierter Fragestellungen aus?

Auf verschiedensten Veranstaltungen und Tagungen im In- und Ausland habe ich fortan weniger über die physikalisch-lichttechnischen Details, als mehr über die software- und prozesstechnischen Randbedingungen gesprochen. Parallel hierzu begann ich in dieser Zeit intensiv außerhalb der Universität an IT- und Softwarearchitekturen zu arbeiten. Große Softwaresysteme mit großen Entwicklerteams, herausfordernden Technologien sowie hohen Ansprüchen an Qualität und Zuverlässigkeit reizten am meisten. Tätig wurde ich so im Umfeld der Erstellung einer umfangreichen Branchensoftware für gesetzliche Unfallversicherungsträger.

Mit Abschluss der Diplomarbeit standen dann zwei Punkte fest: Die von mir angestrebte Promotion wird mich tiefer in die Informatik führen. Der praktische Einsatz von IT und das Lösen von der Praxis induzierter Problemstellungen soll im Vordergrund stehen. Im Institut für Informatik der Universität Mainz fertigte ich meine Promotion an, in der ich auf dem Gebiet der Modellbildung und des Software-Engineerings arbeitete. Erneut ging es darum, herausfordernde Fragestellungen der Informatik zu lösen und diese Lösungen an deren Wert im praktischen Einsatz zu messen.

In meiner sich anschließenden beruflichen Tätigkeit erstellte ich zuletzt in einem im Bereich der gesetzlichen Unfallversicherungsträger führenden Softwarehaus ein Produktivitäts-Framework, welches sich auf die verteilte

Erstellung, Einführung sowie die Wartung großer Softwaresysteme fokussiert. Neben den softwaretechnischen Herausforderungen spielen hier zunehmend Managementverfahren eine Rolle, welche beispielsweise die verteilte Projektarbeit fördern und unterstützen. Zunehmend habe ich dem Management verschiedener Unternehmen helfen können, aktuelle Technologien und IT-Prozesse zu bewerten und diese in ihren Unternehmen zu positionieren.

Die Annahme des Rufes zum Professor für Wirtschaftsinformatik war für mich der konsequente Schritt, um diese Vermittlung von Wissen zu professionalisieren. Der konsequente Schritt, um Theorie, Lehre und Praxis zu vereinen. Der konsequente Schritt, um dem Bestreben nachzugeben, das in vielen Forschungsarbeiten und Projekten erworbene Wissen an Studenten weiterzugeben. Ebenso wichtig wie das Vermitteln von Wissen, wie die Lehre, ist mir aber auch eine weiterhin intensive Zusammenarbeit mit Unternehmen.

Nach meinem Verständnis können IT-Systeme dann am effektivsten und effizientesten eingesetzt werden, wenn sowohl die technologischen Grundlagen als auch die betriebswirtschaftlichen und personellen Rahmenbedingungen berücksichtigt werden. Der Aufbau, die Realisierung und der Einsatz von IT-Systemen ohne technologische Kenntnisse wird ebenso wenig erfolgreich sein, wie der Versuch, die Welt nur durch die technologische Brille zu sehen. Management-Know-how und belastbares IT-Know-how. Das ist die eigentliche Herausforderung, vor dem modernen IT-Management steht!

In einer Ecke meines Herzens bin ich wohl Physiker geblieben: Ich habe eine große Affinität zu allen Arten von IT-Technologien, ich bevorzuge exakte Beschreibungen von Verfahren und mir geht es besonders gut, wenn ich ab und an auch noch die Tastatur unter den Händen spüre. ■

Marion Schmitt



Seit November 2008 bin ich als Sekretärin am Fachbereich Wirtschaft der FH Mainz in einer Halbtagsposition beschäftigt. Hierbei gehört unter anderem

die Unterstützung der Professoren der Fachgruppe Wirtschaft zu meinen Aufgaben.

1984 begann ich meine Ausbildung als Verlagskauffrau bei der Allgemeinen Zeitung in Mainz. Nach Beendigung wechselte ich zur Verlagsunion nach Wiesbaden und bildete mich neben der beruflichen Tätigkeit in den Abendstunden bei der IHK weiter. 1990 schloss ich diese Weiterbildung mit dem Industriefachwirt

IHK ab. Praxiserfahrung sammelte ich seit 1994 als Gruppenleiterin der Abteilung Vertriebsverwaltung sowie in der Reklamationsbearbeitung. Daher sind mir dienstleistungsorientierte Tätigkeiten mit Kunden und deren zeitnahen Umsetzung vertraut.

Nach Beendigung der Elternzeit 2002 hatte ich die Verlagsunion verlassen und mich mit einem Büroservice selbstständig gemacht. Hier organisierte ich unter anderem Tagungen, Messevorbereitungen und -ausführungen für eine Werbeagentur, Mailingaktionen für ein Weingut ebenso die komplette Büroabwicklung von Handwerksfirmen bis hin zum vorbereitenden Verbuchen der Belege für die Jahresabschlüsse an die Steuerberater.

Durch den Büroservice konnte ich die Betreuung unseres Kindes und die berufliche Arbeit sehr gut miteinander

verbinden, da mein Mann Mike beruflich sehr viel unterwegs ist. Unser Sohn Nico ist mittlerweile zehn Jahre alt und steht nun auf seinen eigenen kleinen Füßen, zumindest vormittags in der Schule. Daher habe ich die Gelegenheit ergriffen und mich an der Fachhochschule beworben.

Durch diese neue Herausforderung habe ich nun wieder nette Kollegen/innen um mich herum und genieße ein positives Arbeitsklima innerhalb der Fachgruppe.

Meine Freizeit ist mit meiner Familie und unserem einjährigen Labrador Jack ausgefüllt. Dazu kommen Haus und Garten, Joggen durch die Weinberge und unser Freundeskreis. ■

Jutta Albrecht

Diplom-Betriebswirt (FH)

Nach meinem Abitur habe ich eine zweijährige Ausbildung im Hotel, bei der schwedischen Kette Scandic-Crown, in Trier absolviert und nach Abschluss der Ausbildung zunächst weiterhin im Hotelbereich gearbeitet. Es folgte ein Wechsel zu einem privaten Träger von Kliniken und Altenheimen mit insgesamt 25 Einrichtungen im gesamten Bundesgebiet mit zentraler Verwaltung, wo ich in verschiedenen Funktionen, zuletzt als Assistentin des Geschäftsführers der Altenheimgruppe, tätig war.

Im März 2004 habe ich mit dem Studium Krankenhauswesen, Gesundheits- und Sozialökonomie mit dem Schwerpunkt Management in sozialen Einrichtungen begonnen und 2008 erfolgreich abgeschlossen.



Parallel zu meinem Studium war ich u. a. sowohl für das IMBEI (Institut für medizinische Biometrie, Epidemiologie und Informatik), ein Institut der Uniklinik

Mainz, für das Institut für Umweltökonomie, sowie seit April 2007 für das ifams (Institut für angewandtes Management in der Sozialwirtschaft) tätig.

Nach Abschluss meines Studiums wechselte ich innerhalb des ifams von einem Teilzeit- in ein Vollzeitbeschäftigungsverhältnis.

Zu meinen Aufgaben gehört u. a. die Betreuung des Projektes „Steuerung der Projektkoordination im Rahmen der IT-Projekte der Abteilung Strafvollzug des Justizministerium des Landes Rheinland-Pfalz“. ■

Anne-Kathrin Brunier

Diplom-Betriebswirtin (FH)

Seit April 2009 bin ich Assistentin der Fachgruppen Management und Investition & Finanzierung am Fachbereich Wirtschaft der Fachhochschule Mainz.

Im Herbst 2008 beendete ich mein Studium der Betriebswirtschaftslehre an der FH Mainz mit meiner Diplomarbeit. Zunächst war ich nicht sicher, auf welchem Weg Familie und Beruf miteinander zu verbinden sind. So entwickelte ich eine Geschäftsidee und konkretisierte diese in einem Businessplan. Allerdings war ich unsicher, ob der Zeitpunkt zur Existenzgründung günstig ist. Deshalb hielt ich weiter Ausschau nach passenden Stellenausschreibungen. Als ich im Januar 2009 die Ausschreibung der FH las, wusste ich: das ist deine Chance – ein Plan A! Die Stellenbeschreibung passte 100-prozentig zu mir und meinen Vorstellungen. Deshalb bin ich heute umso glücklicher, dass es tatsächlich geklappt hat.

In meiner neuen Position möchte ich nun meine Erfahrungen und mein Wissen an die Studierenden weitergeben und sie vor allem motivieren, auch scheinbar unlösbare Aufgaben mit Engagement anzugehen. Gerade komplexe, abstrakte Sachverhalte in verständlicher Form zu vermitteln und den Studenten Scheu vor

großen Herausforderungen zu nehmen – für mich das Interessante an der neuen Aufgabe. Das angenehme Arbeitsumfeld und die vielfältigen Möglichkeiten, mich persönlich und fachlich weiterzuentwickeln machen den Assistentenjob perfekt. Zusätzlich ist das Kollegium eben so offen, freundlich und familiär, wie ich es schon in meiner Studienzeit erlebt hatte. Ich hätte es nicht besser treffen können.

Bevor ich als Studentin an die FH Mainz wechselte, studierte ich bereits von 2001 bis 2004 Versicherungsmanagement an der FH in Wiesbaden. Allerdings wurde mir schnell klar, dass dieses Studium für mich zu sehr auf eine Branche ausgelegt war, und ich meine Ausbildung doch vielfältiger gestalten wollte. Somit wechselte ich 2005 nach Mainz, wo ich neben meinen Schwerpunktfächern der Bank- und Finanzdienstleistungen vor allem Module des General Managements belegte. Gerade dieser Bereich mit seinen vielfältigen Facetten von strategischen bis hin zu psychologischen Aspekten hat es mir besonders angetan. Inzwischen ist es mir eine große Freude, Geschäftsideen zu suchen, zu finden und in Businessplänen zu konkretisieren. Wenn Studenten einen solchen Spaß an der Arbeit in der Wirtschaft finden können, ist das ein großer Erfolg.



Eine besondere Erfahrung in meinem Leben war auch die Geburt meines Sohnes 2006. Er half mir, mich auf das Wesentliche zu konzentrieren.

So beendete ich, in Teamwork mit meinem kleinen Sohn, im Herbst 2008 mein Diplomstudium und habe heute die Chance mich beruflich und familiär zu verwirklichen.

Was die Zukunft bringt, kann ich nicht präzise sagen. Aber ich bin mir sicher, dass ich noch viel lernen möchte. Daher bin ich begeistert, an der Fachhochschule eine Tätigkeit gefunden zu haben, die mir hilft, mich stetig weiterzuentwickeln und den für mich richtigen Weg zu finden.

Auch mein Lebensmotto wird mich dabei stets begleiten und vielleicht kann ich sogar den Einen oder Anderen davon überzeugen: „Der kürzeste Weg zwischen zwei Menschen ist ein Lächeln“ (Hermann Hesse). ■

Ann-Stephane Schäfer

Diplom-Kauffrau M.A.

Ich arbeite seit dem 1.2.2009 als Lehrkraft für Englisch am Fachbereich Wirtschaft und unterrichte derzeit unter anderem im BIS-Programm. Gleichzeitig schreibe ich gerade die letzten Kapitel meiner Dissertation im Fach Amerikanistik (Arbeitstitel: „Auctoritas Patrum – Zur Rezeption der Kirchenväter im Puritanismus“). Vor meiner Tätigkeit an der FH Mainz war ich Promotionsstipendiatin der Studienstiftung des deutschen Volkes. Parallel zu meinem Amerikanistikstudium an der Universität Mainz,



das ich mit dem Magister abgeschlossen habe, habe ich – ebenfalls in Mainz – Betriebswirtschaftslehre studiert und bin daher auch Diplom-Kauffrau. Die Tätigkeit als Lehrkraft für Wirtschaftsenglisch führt jetzt mein Interesse für Wirtschaft und Englisch zusammen.

Ich lebe mit meinem Mann in Limburg an der Lahn, lese viel und reise sehr gern – nicht nur, aber natürlich auch – in die USA. Dort habe ich auch schon längere Zeit gelebt, für ein Studienjahr in Atlanta/Georgia und während Forschungsaufenthalten in Milwaukee/Wisconsin sowie in Cambridge/Massachusetts. ■

Ich lebe mit meinem Mann in Limburg an der Lahn, lese viel und reise sehr gern – nicht nur, aber natürlich auch – in die USA. Dort habe ich auch schon längere Zeit gelebt, für ein Studienjahr in Atlanta/Georgia und während Forschungsaufenthalten in Milwaukee/Wisconsin sowie in Cambridge/Massachusetts. ■

Patricia Nagel

Diplom-Volkswirtin

Das Institut für Unternehmerisches Handeln (IUH) der Fachhochschule Mainz hat mit mir eine neue Mitstreiterin. Als Assistentin im Fachbereich Wirtschaft unterstütze ich seit Dezember 2008 den geschäftsführenden Leiter Prof. Dr. Sven Fischbach bei den unterschiedlichen Aktivitäten des Instituts. Gemeinsam haben wir das Ziel, bei den Studierenden den Unternehmergeist zu wecken und Unternehmensentwicklungen zu fördern. Es lag nahe, diese Assistenzstelle mit mir als erfahrene Unternehmerin zu besetzen. Zudem ist ein hohes Maß an Kommunikationsfähigkeit erforderlich, da „Net(t)working“ zum Tagesgeschäft gehört – nicht nur innerhalb der FH sondern auch mit den vielen Partnern in der Region. Einbringen konnte ich mich inzwischen insbesondere bei dem Unternehmensplanspiel TOPSIM-easy-Management, den Business Planning-Veranstaltungen sowie der maßgeblich von mir mit organisierten „concepticus“, der 2. Nationalen Ideen- und Konzeptbörse.

Während der Zeit des Studiums der Wirtschaftswissenschaften mit Schwerpunkt Betriebsinformatik an der Universität Mainz war ich vier Jahre Werkstudentin in der Marketingabteilung der Siemens Nixdorf Informationssysteme AG und sammelte dort in der Stabsstelle des



Vorstandes wertvolle berufliche Erfahrungen. Besonders viel Freude machte es mir immer, mit unterschiedlichen Menschen und deren individuellen Sichten in einem Unternehmen zu arbeiten und organisatorische Verbesserungen umzusetzen. Nach der Heirat und dem Abschluss meines Studiums folgte eine Zeit unterschiedlicher Tätigkeiten, um möglichst viele Eindrücke und Erkenntnisse zu sammeln, da eine Selbstständigkeit nach Gründung einer Familie zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie geplant war. Gleichzeitig mit meinem Sohn wurde ein zweites Baby „großgezogen“, d. h. ein Unternehmen konzipiert, das den Schwerpunkt in der Softwareentwicklung im internettechnologischen Umfeld hat. Die Teilnahme am damals größten StartUp-Wettbewerb mit einem hervorragenden Platz in Hessen-Thüringen sowie die Aufnahme als Gründerin bei der bundesweiten Gründerinitiative Forum KIEDRICH waren wichtige Meilensteine, die dann zur Gründung der interexa AG geführt haben. Nach Jahren des Aufbaus der Firma als Mitglied des

Vorstandes wechselte ich aus privaten Gründen in den Aufsichtsrat und zog mich vermehrt aus dem dortigen operativen Geschäft zurück. Während sich die interexa AG mit der webbasierten Software Operational Risk Center (ORC) in Deutschland zum Marktführer für Risikomanagement bei Finanzdienstleistern entwickelte, sah ich es als meine Berufung an, mich weiterhin in der Gründerszene zu bewegen und GründerInnen zu unterstützen. Aus diesem Grund bin ich seit 1998 beim Forum KIEDRICH auf inzwischen 23 Gründermärkten aktiv gewesen, zunächst als Gründerin und Alumni später im Organisationsteam. 1999 wurde ich zum Mitglied der Regional-Jury Hessen-Thüringen des StartUp-Existenzgründerwettbewerbes berufen und bin bis heute ehrenamtlich im Expertennetzwerk Deutscher Gründerpreis.

In Wiesbaden lebe ich mit meinem 13-jährigen Sohn, der mein vielseitiges Engagement dadurch unterstützt, dass er für sein Alter schon sehr selbstständig ist. Wenn es zeitlich einzurichten ist, singe ich im Projektchor der Marktkirche, paddle im Drachenboot „Himmelstürmer“, fahre mit meinem Freund Motorrad und entspanne in den Thermen in und rund um Wiesbaden oder wandere auf dem Rheinhöhenweg und Rheinsteig. ■

Natascha Lohöfer

Neue Frauenpower in Wirtschaftsrecht



„Der Wunsch mit Studierenden zu arbeiten“ motivierte Natascha Lohöfer am Fachbereich Wirtschaft zu arbeiten. Seit dem 1. Oktober 2008 berät die

Rechtsassessorin Studierende aller drei Wirtschaftsrechtstudiengänge. Als Assistentin für den Studiengang Wirtschafts-

recht bietet sie auch Tutorien für die Studierenden an.

Die gebürtige Ludwigsburgerin absolvierte nach ihrem Studium an der Mainzer Johannes Gutenberg-Universität noch das Aufbaustudium „Europäische Integration (LL.M.)“ an der Universität des Saarlandes. Nachdem sie zuvor in einer Frankfurter Rechtsanwalts-gesellschaft im Bereich Wirtschaftsrecht mitgearbeitet hatte, freut sich die Juristin über ihre neue Tätigkeit: „Während meiner Zeit in

Saarbrücken hatte ich Studierende bei Fragen zur Prüfungsordnung beraten. Damals war diese Tätigkeit ehrenamtlich.“ Die Wahl-Mainzerin spricht sehr gut serbisch und kroatisch. Daher bereist sie auch gern diese Länder, um sprachlich immer am Ball zu bleiben. ■

Prof. Dr. Randolph Schrank



Von der Theorie zur Praxis und wieder zurück

Seit dem 1. September 2009 bin ich ein Teil des Teams im Fachbereich Wirtschaft und werde mich hier insbesondere mit der Unternehmensführung und dem Internationalen Management beschäftigen. Aber auch die allgemeine Betriebswirtschaftslehre liegt mir besonders am Herzen, der ganzheitliche Ansatz: Ein Manager muss Strategietheorien kennen, aber eben auch Bilanzen lesen können...

Die Theorie lernte ich zunächst an den Universitäten Mannheim, Toulon/Frankreich und Phoenix/USA kennen. Die internationale Komponente konnte ich dann im Rahmen meiner Forschungstätigkeit in Kooperation mit italienischen, japanischen und anderen asiatischen Unternehmen noch vertiefen. Hierbei war ich neben der Universität Mannheim auch für das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) tätig und agierte als Koordinator für EU-Projekte. Ein Output dieser Forschungen in enger Kooperation mit Unternehmen war meine Promotion zum strategischen Controlling in der Pharma-Branche.

Die Praxis: Pharma+Chemie, Strategie+Controlling:

Vom Konzern bis zum Start-Up

Nach verschiedenen Projekten in der Strategieberatung gründete ich 1996 mit meinem akademischen Lehrer Prof. Dr. Manfred Perlitz sowie mit Praktikern und Wissenschaftlern die Consulting-Firma „Perlitz Strategy Group (PSG)“ mit Büros in Deutschland, China, Korea und den USA. Neben den Beratungs- und Schulungsaktivitäten ist die PSG heute auch ein führender Anbieter von Software zur Portfolio- und Strategiesteuerung.

In der Beratung spezialisierte ich mich auf die Branchen Chemie und Pharma und verantwortete das Human Resource-Management. Neben längeren Aufenthalten in den USA, Japan, Südafrika und verschiedenen asiatischen Ländern verbindet mich vieles mit Frankreich, wo ich mehr als zwei Jahre im Rahmen eines großen Integrationsprojektes in Paris tätig war.

Da ich in meiner Beratungstätigkeit die Chance hatte, Einblicke in das strategische Management verschiedenster großer und mittelständischer Unternehmen – von der BASF über Merck bis hin zu Alcan oder Biotech-Startups – mitnehmen konnte, gestalte ich die Lehre breit und praxisorientiert.

Braucht Praxis Theorie? Ja!

Während dieser gesamten Zeit war ich im akademischen Umfeld tätig: Als Lehrbeauftragter an der Universität Mannheim, als Professor an der SRH-Hochschule in Heidelberg, als Reviewer für wissenschaftliche Publikationen und als Trainer in der Management-Weiterbildung. Auch zahlreiche Veröffentlichungen in Büchern und Zeitschriften gehörten zum integrierten Ansatz zwischen Forschung und Praxis. Strategisches Management braucht auch in der Praxis eine theoretische und methodische Basis, und ich hoffe diese beiden Aspekte aufgrund meines Werdeganges gut miteinander verbinden zu können.

Internationalität und Breite

Ich freue mich auf die Mainzer Herausforderung und werde die Internationalität der Lehre – auch sprachlich – genauso in den Mittelpunkt stellen wie eine ganzheitliche Sicht der Betriebswirtschaft: Qualitative und quantitative, finanzielle und soziologische, nationale und globale Aspekte: Alles gehört zusammen. ■

Der Silber Award der Fachhochschule Mainz beim 13. Junior Agency Award

Constantin Käller



Constantin Käller studiert an der Fachhochschule Mainz Betriebswirtschaft (Diplom) mit Schwerpunkt General Management. Durch die Teilnahme am GWA Junior Agency Day ist es ihm ermöglicht worden, seine Diplomarbeit für die ebenfalls dem GWA angehörende Agentur Wunderman zu schreiben.

Auch im Wintersemester 2008/2009 hat sich die FH Mainz an dem Junior Agency Award des Gesamtverbands der Kommunikationsagenturen (GWA) beteiligt. Es war der 13. Junior Award, ein gutes oder ein schlechtes Vorzeichen?

Wie immer haben sich an diesem Wettbewerb mehrere Teams unterschiedlicher Hochschulen aus ganz Deutschland beteiligt, und wie immer setzt sich ein Team aus Studenten des Fachbereichs Wirtschaft und des Fachbereichs Gestaltung zusammen. Ziel und Idee ist es, ein Semester lang in dieser Besetzung in enger Kooperation interdisziplinär zusammenzuarbeiten – mit allen Schwierigkeiten und Möglichkeiten, die sich aus einer solchen Besetzung ergeben. Strategie und Kreation müssen aus einem Guss sein. Dasjenige Team, dem das am besten gelingt, gewinnt den Wettbewerb.

Jedes Team wird von einer dem GWA angehörenden Werbeagentur betreut. Für unsere Fachhochschule war in diesem Semester die Agentur Leo Burnett aus Frankfurt zuständig. Das war für uns ein gutes Omen. Mit ihr holte die FH Mainz bereits im Sommersemester 2006 den goldenen Junior Agency Award für ein Werbekonzept, in dem es um die Einführung des neuen FIAT 500 ging. Das bedeutete aber auch, dass die Messlatte sehr hoch hing.

Insgesamt sind acht Teams angetreten. Noch nie war die Konkurrenz so groß, alle kämpften um einen dieser begehrten Awards, die in Gold, Silber und Bronze verliehen werden. Ausnahmsweise zählte hier der olympische Gedanke nicht für uns. Wir wollten einen Platz auf dem Treppchen!

15 Studierende und zwei Professoren

Das Team Mainz setzte sich aus acht Studierenden aus dem Fachbereich II (Mediendesign) und sieben aus dem Fachbereich III mit Schwerpunkt Marketing zusammen. Angesichts der Verschiedenartigkeit der Studiengänge und der daraus resultierenden Unterschiede in den Arbeitsweisen stellte dieses Pro-

jekt sowohl eine große Chance als auch gleichzeitig eine große Herausforderung dar. Wie in den vergangenen Semestern auch, wurde das Team Mainz durch die erfolgsverwöhnten Professoren Heinrich Holland (FB III, Marketing) und Harald Pulch (FB II, Mediendesign) begleitet.

Zwei „Creativ-Leos“, ein „Strategy-Leo“ und zwei „HR-Leos“

Von Seiten der Agentur Leo Burnett wurden uns zwei „Creativ-Leos“, ein „Strategy-Leo“ und zwei Ansprechpartner aus der HR-Abteilung zur Seite gestellt.

15 gespannte Teilnehmer und eine Aufgabe

Am 21.10.2008 startete das Projekt mit dem Kick-Off-Meeting. An diesem Tag trafen wir uns also zum ersten Mal mit der uns betreuenden Agentur Leo Burnett in deren Räumlichkeiten und lernten unsere Ansprechpartner kennen.

Das große Geheimnis wurde gelüftet: Unser Auftraggeber war „Fiat Professional“.

Fiat kennt jeder. Aber wer oder was ist Fiat Professional eigentlich? Fiat Professional ist die Nutzfahrzeugsparte von Fiat. Das heißt in erster Linie produziert und verkauft Fiat Professional Transporter für Handwerker. Und das sehr erfolgreich, denn Fiat Professional ist Importeur Nr. 1 in dieser Sparte.

Aber deshalb kennt man die Marke noch lange nicht im Privatkundenbereich. Das war auch eine unserer großen Herausforderungen. Mit der Modellvariante Fiat Professional „Scudo Panorama Family“ – eine Großraumlimousine – sollte ein Fahrzeug erstmals im Privatkundenbereich beworben und vertrieben werden. Etwas Vergleichbares gab es bisher für Fiat noch nicht. Keine leichte Aufgabe angesichts der Tatsache, dass unser Produkt keinerlei Alleinstellungsmerkmale besitzt, zudem baugleich mit zwei anderen Modellen ist, die alle im gleichen Werk in Frankreich hergestellt werden. Zudem ist die Konkurrenz so groß, dass bereits etablierte Hersteller gleich mehrere Großraumlimousinen in diesem

kleinen Segment anbieten. Und das vor dem Hintergrund eines um jährlich 10 Prozent sinkenden Marktanteils in diesem Segment.

Fünf Millionen Euro

Um den Scudo im Privatkundenbereich zu kommunizieren und zu positionieren, wurde uns ein Budget von fünf Millionen Euro zur Verfügung gestellt – selbstverständlich nur fiktiv. Von diesem Budget sind wir in unserem Media-Plan ausgegangen. Das Budget musste auf allen Kanälen optimal und in einer logischen zeitlichen Reihenfolge eingesetzt werden, um unsere Zielgruppe, nämlich junge Familien, die mit beiden Beinen fest im Leben stehen, möglichst effizient zu erreichen und bedürfnisorientiert anzusprechen.

Zwei Studiengänge mit unterschiedlichen Arbeitsweisen

In dem Kick-Off-Termin wurde die weitere Arbeitsweise festgelegt – soweit bereits planbar. Wir legten Strategie- und Creative-Workshops fest. Um die interdisziplinäre Zusammenarbeit zu gewährleisten, war jeder von uns in jedem Workshop engagiert. Das war richtig und half! So lernten wir unterschiedliche Arbeitsweisen kennen. Die „Strategen“ mussten sich auf die „Kreativen“ einstellen und umgekehrt. Daneben gab es natürlich unzählige weitere Arbeitspakete und Meilensteine, die in Kleingruppen je nach Verfügbarkeit der einzelnen Teammitglieder abgearbeitet wurden, um zum nächsten offiziellen Strategie- oder Creative-Workshop den „Leos“ notwendige Zwischenergebnisse präsentieren zu können, um darauf aufbauend die nächsten Schritte des Projekts in die Wege leiten zu können.

Angesichts der Tatsache, dass die Methoden des Designstudiengangs sich deutlich von denen unterscheiden, die die BWL-Studenten an den Tag legen – auch nicht immer einfach. Doch je öfter man sich traf, umso leichter wurde es. Diese teilweise gegensätzliche Arbeitsweise stärkte die Teamfähigkeit und den Teamgeist in diesem Projekt. Wir lernten auf der einen

Seite Anpassung und auf der anderen Seite Durchsetzung. Eine Erfahrung, die sich mit Sicherheit auch in zukünftigen Projekten als wertvoll erweisen wird.

Sieben Fragen und Strategie-Workshops

Das wohl wichtigste Ergebnis unserer Strategie-Workshops war das Herausarbeiten des Creative-Briefs. Er ist auf der einen Seite der Kompass für alle Entscheidungen, die im Rahmen unseres Konzeptes getroffen werden müssen. Auf der anderen Seite ist er das Sprungbrett und die Richtschnur für die kreative Umsetzung. Er spiegelt in unserem Fall die Ergebnisse unserer Markt- und Wettbewerbsanalyse wider, er grenzt die Zielgruppe ein und beschreibt ihre Wertvorstellungen und gibt vor, auf welche Art und Weise die Zielgruppe angesprochen werden soll. (siehe Kasten rechts)

Zwei Ideen – eine kommt durch

In den Creative-Workshops wurde die Umsetzung dieser Vorgaben erarbeitet. Das führte schließlich zu zwei Ideen, die gegeneinander konkurrierten, aber nur eine konnte umgesetzt werden. Die Entscheidung erfolgte in umfassender sachlicher Diskussion und demokratischer Abstimmung. Hierbei ließ uns die Agentur völlig freie Hand. Dieses Beispiel zeigt zugleich, was charakteristisch ist für die Teilnahme am GWA. Konzepte und Ideen werden erarbeitet, andere verworfen, im Team besprochen und diskutiert, bewertet und entschieden. Eine klassische Teamarbeit.

Im Ergebnis erreichten wir die Entscheidung für einen TV-Spot, einen Radio-Spot, Plakataktionen, Twitter, Microsite und viele weitere Maßnahmen. Die Gestaltung war natürlich Chefsache der Designer, die unermüdlich und mit viel Geduld nach visueller Perfektion strebten.

Drei Wochen vor der Präsentation

Den richtigen Claim zu finden, stellte sich als schwieriger Prozess dar. Nach vielen Runden intensiven Brainstormings schien es, als ob wir endlich den rich-

Creative-Brief

1. What specific problem does the brand currently have with the consumer?

Die Marke Fiat Professional ist im Privatkundenbereich weitgehend unbekannt.

2. Why are we communicating? What do we want to achieve?

- Die Modellvariante „Scudo Panorama Family“ bekannt machen.
- Die Marke Fiat Professional erstmals außerhalb der Nutzfahrzeugsparte kommunizieren.
- Die Marke Fiat Professional erstmalig innerhalb des Segments der Großraumlimousinen positionieren.

3. Who are we talking to and what do we know about them?

Verheiratete Männer und Frauen zwischen 30 und 45 mit eigenen Kindern. Sie befinden sich in der Familienphase, in der viele materielle und mentale Investitionen getätigt werden. Es ist die Phase, in der Anforderungen und Verpflichtungen gegenüber Familie und Beruf größer werden.

4. What would we like consumers to feel and think?

Fiat Professional hat verstanden, dass ich mich nicht von klischeehaften Werbebildern beeindrucken lasse. Ich kann mich mit dem Scudo identifizieren und er sagt aus, dass ich in der Liga der Profis angelangt bin.

5. What's the one thing we should tell them to affect this?

Der Mensch steht im Mittelpunkt!

6. Why should they believe us?

Fiat Professional hat bereits jahrelange Erfahrung im Geschäftskundenbereich und möchte diese nun auch Privatkunden anbieten. Der „Scudo Panorama Family“ erfüllt alle Anforderungen für den Alltag und ist ein zuverlässiger Partner in allen Lebenslagen.

7. What's the brand tone of voice and personality?

Mit Humor wird das Interesse der Konsumenten geweckt, gleichzeitig wird Kompetenz durch das Herausheben der Stärken des „Scudo Panorama Family“ vermittelt.

tigen und passenden Claim gefunden hatten: „Von Familienexperten empfohlen“. Darauf hatten wir uns wieder in einem demokratischen Verfahren geeinigt. Bis unser „Strategie-Leo“ drei Wochen vor dem Junior Agency-Day, dem Tag der Entscheidung, mit der Hiobsbotschaft kam, der Claim sei bereits von Mercedes-Benz mit „Von Experten empfohlen“ besetzt. Zuerst Fassungslosigkeit und Verzweiflung. Die Kampagne brauchte einen neuen Claim. Dann gegenseitiges Anspornen und Motivieren. Wieder gab es mehrere Runden intensiver Ideenfindung: „Fiat Scudo Panorama Family – Der Familienverstehere“ war das Ergebnis. Ein Claim, der sogar besser war als der erste. Dieser Claim trägt der Erkenntnis aus der Wettbewerbsanalyse Rechnung, dass kein anderer Hersteller sich an den Bedürfnissen der Zielgruppe orientiert, sondern alle produktbezogen werben. Fiat Professional kann diese Positionierungslücke glaubhaft besetzen, da man bereits im Business to Business-Segment mehrfach unter Beweis gestellt hat, dass man sich gezielt auf Bedürfnisse von Zielgruppen einstellen kann (Auszeichnungen wie „Van of The Year“ und „Bäckerauto des Jahres“ belegen dies).

Infolgedessen musste bis hin zum Creative-Brief die Kampagne an diesen neuen Umstand angepasst werden. Ein gutes Beispiel, das zeigt, dass der Agentur-Alltag tatsächlich perfekt simuliert wurde. Änderungen in letzter Sekunde unter permanentem Zeitdruck waren an der Tagesordnung.

Ein Werbespot: Vier Schauspieler und ein Fiat

Der Claim gab den TV Spot vor. Die Positionierung des Fiat Scudo wird deutlich. Die Familie, bestehend aus Vater, Mutter und zwei Kindern braucht ein Familienauto für alle Fälle. Mit Witz und Humor wird eine Situation aufgezeichnet mit Schauspielern, die eigentlich gar keine sind, sondern Professoren, die sich als Spezialisten auf ihrem Gebiet verkleiden, um sich in die Bedürfnisse einer modernen Familie hineinzusetzen. Das Ziel erreichen sie mit dem Fiat Scudo, der



schnell, sicher und flexibel reagiert und das Krankenhaus rechtzeitig zur Entbindung der Mutter erreicht.

Damit wurde plakativ gezeigt, was im Creative-Brief schon festgelegt war, nämlich dass der Scudo Panorama Family ein sicherer Partner in allen Lebenslagen ist. Aber was wichtig ist und auch für die Jury entscheidend war, dass Strategie und Kreation aus einem Guss sind.

Fünf durchgearbeitete Nächte

Für die Beteiligten war es ein weiter Weg, geprägt von Hektik, Stress und Zeitnot, denn immerhin musste das Projekt neben dem üblichen Studienalltag ablaufen. 15 Studenten, 15 unterschiedliche Studienabläufe und Studienkalender. Der Zeitdruck konnte nur durch maßlosen Kaffeekonsum und ständigen E-Mail-Austausch überwunden werden. Schlaf wurde wegtrainiert, und auf die „Zeit danach“ verlegt.

Vier Präsentierende und 15 Jury-Mitglieder

Zum Schluss hatten wir einen TV-Spot, ein Booklet, einen ausgearbeiteten und mit Inhalten gefüllten Mediaplan und eine Präsentation und damit die Grundlagen für die Beurteilung der Jury. Vier Präsentierende stellten das Projekt einer hochkarätig besetzten Jury vor. Die Mitglieder der Jury waren Führungskräfte aus Werbeagenturen und von Marken-

artikelanbietern sowie Professoren und Journalisten.

15 Kittel und 15 Schutzhelme drei Stunden vor der Präsentation

Am 27.02.2009 war es soweit, der Tag der Entscheidung war gekommen. Die Reihenfolge der Teampräsentationen wurde ausgelost. Wir waren als siebtes und somit vorletztes Team an der Reihe. Auf der einen Seite war das sehr positiv, denn der permanente Zeitdruck hat es nicht zugelassen, dass die Präsentation oft genug einstudiert werden konnte. Wir hatten in den letzten 65 Stunden zwei Stunden geschlafen, die Kittel und Helme, mit denen wir uns als (Experten-)Team präsentierten, wurden gerade rechtzeitig direkt zur Präsentation geliefert. Auf der anderen Seite wirkte die durchaus hochwertigen Vorträge der Konkurrenz nicht gerade beruhigend auf uns, was sich in einem konstant hohen Adrenalinpegel unserer Präsentierenden äußerte.

Ein „Silber Junior Award“ und 15 strahlende Preisträger

Doch der Stress der Monate vorher und die Anspannung am Entscheidungstag lohnten sich. Der GWA Junior in Silber ging an das Team aus Mainz. Mit ihrer Kampagne „Der Familienverstehere“ positionierte die Studentengruppe den Fiat Scudo Panorama Family bei der männlichen Zielgruppe auf witzige und außergewöhnliche Weise. Teampatin und Jurymitglied Prof. Dr. Brigitte Kölzer lobte die außergewöhnliche, bisher nicht da gewesene Idee, die bis ins letzte Detail durchgezogen worden sei – und das im schwierigen Segment des Automobilmarktes. ■

„Man schafft nicht viel, wenn man alleine ein Haus bauen will“

Patrick Grömig, Diplom-Betriebswirt (FH) erhielt den Kurt-Dörr-Preis

Therese Bartusch-Ruhl



Es ist Tradition geworden, dass auf der Abschlussfeier des Fachbereichs Wirtschaft auch der mit 500 Euro dotierte Kurt-Dörr-Preis verliehen wird. Der Kurt-Dörr-Preis 2008 für besondere Verdienste und großes Engagement am Fachbereich Wirtschaft des Fördervereins Fachhochschule Mainz e.V. ging an Patrick Grömig.

Der 28-Jährige wurde für seine Verdienste in der studentischen Selbstverwaltung geehrt. Insbesondere wurde sein hoher persönlicher Einsatz in der Integration der

studentischen Selbstverwaltungsgremien der drei Fachbereiche der FH Mainz gewürdigt. Patrick Grömig studierte an der FH Mainz Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten General Management und Controlling. Zwei Wochen vor der Preisverleihung hat er seine Diplomarbeit abgegeben.

Den Allgemeinen Studierenden Ausschuss (AStA) und Patrick Grömig verband eine lange, fast fünfjährige Beziehung. Seit der zweiten Woche seines BWL-Studiums im März 2004 bis zum Hochschulabschluss im Februar 2009 war Patrick Grömig im AStA tätig, wo er als Vorsitzender fungierte. Im April 2008 nach dem Zusammenschluss der AStEN der Fachbereich Technik und Gestaltung mit dem Fachbereich Wirtschaft übernahm er auch den Vorsitz des gesamten AStA der FH Mainz. Darüber hinaus vertritt er die Studierenden im Senat der Fachhochschule.

Es war nicht die Vielzahl an Projekten, die er in seiner AStA-Zeit geplant und durchgeführt hatte, sondern vor allem die „Hast du mal fünf Minuten Zeit?“-Gespräche, die ihn geprägt haben und sich sehr oft als besonders wichtig erwiesen. Übrigens: Die „Hast mal fünf Minuten Zeit?“-Gespräche dauerten in der Regel immer länger und nahmen die meiste Zeit in Anspruch, so der Kurt-Dörr-Preisträger. Er möchte aber diese Gespräche auf keinen Fall missen, da in diesen „kurzen Gesprächen“ die „vielen kleinen Entscheidungen getroffen wurden, die den AStA weiterbrachten“.

In seiner Zeit beim AStA hat er neue Erfahrungen gesammelt und viel gelernt, vor allem im Hinblick auf den AStA-Zusammenschluss. „Man schafft nicht viel, wenn man alleine ein Haus bauen will“, beteuert der 28-Jährige. Für die Zukunft wünscht sich Patrick Grömig, dass er nicht nur einen Job macht, sondern einen Beruf ausführen kann. „In dem Sinne, dass der Begriff Beruf von Berufung abgeleitet ist“, betont er. ■

Kurt Dörr-Preis des FH-Fördervereins

Zum ersten Mal wurde der Kurt-Dörr-Preis 2004 während der Abschlussfeier am damaligen Fachbereich III verliehen. Der Preis ist mit 500 Euro dotiert und wird für besondere Verdienste und großes Engagement am Fachbereich Wirtschaft der FH Mainz verliehen.

Kurt Dörr entstammt einer alteingesessenen Mainzer Familie. Geboren am 23. Juli 1931 machte er 1954 mit 23 Jahren sein Examen als Diplom-Volkswirt. Ihn zog es in die Berufsbildung: 1963 wurde er stellvertretender Direktor der kaufmännischen Schulen der Stadt Mainz. 1964 gründete er die Staatliche Höhere Wirtschaftsfachschule (HWF), bis 1971 die Vorläuferin der Abteilung Mainz II der Fachhochschule Rheinland-Pfalz und ab 1996 des Fachbereichs III der Fachhochschule Mainz. Er selbst wurde zunächst Leiter der Abteilung Mainz II und danach Vizepräsident der Fachhochschule Rheinland-Pfalz, bevor er als Dezernent in die Dienste der Stadt Mainz trat.

Dörr hat maßgeblich mit dafür gesorgt, dass bei der Gründung der Fachhochschule die betriebswirtschaftlichen Studiengänge gleichberechtigt neben die Ingenieur-orientierten Studiengänge treten konnten.

Das Gebäude „An der Bruchspitze 50“, der alte Standort des Fachbereichs Wirtschaft, verdanken wir ihm – es wurde 1972 bezogen. Seine Leistung kann man auch daran ermessen, dass er es schaffte, für etwa 400 Studierende ein derartig großes Gebäude zu schaffen. Alles unter dem Aspekt, dass es eigentlich ein Schulgebäude werden sollte mit einem Lehrerzimmer, Schreibmaschinensaal und einem Chemie- und Physikraum.

2005 starb Kurt Dörr nach langer Krankheit.

Kurt Dörr wurde als hochqualifizierter Verwaltungsfachmann geachtet, dem zugleich Attribute wie Fairness, Toleranz, tiefe Kollegialität, Zuverlässigkeit und ein vorbildlicher menschlicher Umgang mit den Kollegen attestiert wurden.

All dies – seine Verdienste und seine menschlichen Qualitäten – ist der Grund, warum der Förderverein seinen Namen mit dem Preis verbunden hat.

Prof. Dr. Dietrich Goldenbaum

Das Institut für Unternehmerisches Handeln (IUH) der Fachhochschule Mainz

„Wir wecken Unternehmergeist und fördern Unternehmensentwicklungen“

Prof. Dr. Sven Fischbach



Prof. Dr. Sven Fischbach
Fachhochschule Mainz,
Geschäftsführender Leiter
des IUH – Institut für
Unternehmerisches Handeln

Seit mehreren Jahren arbeitet das Institut für Unternehmerisches Handeln (IUH) der Fachhochschule Mainz an dem Ziel, Studierende auf dem Weg in die Selbstständigkeit zu unterstützen und zu fördern.

Unsere Vision ist die Selbstständigkeit von Studierenden in allen Fachbereichen unserer Hochschule. Doch einfach ist dies nicht.

Deutschland ist kein Gründerland, das ist bekannt. So steht Deutschland im internationalen Vergleich im hinteren Drittel bei Existenzgründungen in den Jahren 2007 und 2008. An der fehlenden Bildung kann dies nicht liegen, wohl aber an der fehlenden positiven Einstellung zur Selbstständigkeit. Auch spielen die Faktoren Existenzangst und Risikobewusstsein eine entscheidende Rolle für Studierende, lieber einen gesicherten Arbeitsplatz zu suchen als sich und ggf. anderen solch einen selbst aktiv zu schaffen.

Studierende richtig über die Chancen und Potenziale einer Selbstständigkeit zu informieren und über die Möglichkeiten der Förderung bei einer Existenzgründung zu beraten, ist eine Herausforderung, die wir uns stellen. Zahlreiche Programme der Bundes-, Landes- und

Regionalverwaltungen bilden einen Wald aus Angeboten zur Existenzgründungsförderung. Hinzu kommen ambitionierte

Beratungsangebote der Industrie- und Handelskammern und der Handwerkskammern sowie

gezielte Finanzierungsmöglichkeiten der Investitions- und Strukturbank (ISB), der KfW (Kreditanstalt für Wiederaufbau) und der Hausbanken; um nur einige zu nennen. Einige junge ExistenzgründerInnen sind von Aktionismus getrieben, an Motivation mangelt es bei jenen wohl kaum, dennoch aber an der Erfolg versprechenden Planung im Vorfeld der Gründung. Andere wiederum suchen nach der Idee, welche die Fähigkeit der Umsetzung mit Leben füllt. Tolle Ideen und engagierte Umsetzung fördern, warum nicht? Einige wenige müssen auch noch erkennen, dass Eigenverantwortung einen immer größeren Stellenwert einnimmt. Ein Studium ist nicht mehr allein die Garantie für einen sicheren und erfüllenden Arbeitsplatz. Dies wird gestützt durch die Tatsache, dass unternehmerisches Denken und Handeln nicht gleich Unternehmer bedeuten muss, wohl aber beinhaltet es, das eigenverantwortliche und das methodisch- und sozialkompetente Agieren im Unternehmenskontext.



Gewinnerteam Business Planning
Foto: IHK für Rheinhessen, Melanie Bauer



Ideen- und Konzeptbörse – concepticus
Foto: Therese Bartusch-Ruhl



... den Absprung schaffen

Das IUH bietet Studierenden aller Fachbereiche praktische Hilfe mit einer ersten Gründer- und Finanzierungsberatung, wichtigen Empfehlungen zur Erstellung eines Businessplans, Informationen aus dem Unternehmerleben und alles rund um die Integration von Selbstständigkeit und Studium. Diverse Studierende werden bei der Konkretisierung ihrer Geschäftsidee bereits begleitet, ein Team sogar mit einem lukrativen EXIST-Gründerstipendium des Bundeswirtschaftsministeriums in Höhe von 70.000 Euro. Das IUH ist auch ein Netzwerk für Studierende, bestehend aus verschiedensten Institutionen aus der Region und ca. 400 Partnerfirmen in Deutschland. So hatten Studierende in den letzten Semestern im Rahmen von Veranstaltungen des IUH die Gelegenheit, Unternehmer wie Manfred Maus, den Gründer von OBI, die Inhaberin von Underberg, Christiane Underberg und den rheinland-pfälzischen Wirtschaftsminister Hendrik Hering kennen zu lernen. Diese über die Region erfolgreiche Arbeit des IUH führte dazu, dass die FH Mainz eine fachübergreifende Professur für unternehmerisches Handeln für ihre drei Fachbereiche Gestaltung, Technik und Wirtschaft besetzen wird.

Im IUH geht es um Ideen. Seit mehreren Jahren entwickeln Studierende des Fachbereiches Wirtschaft in Vorlesungen zum Business Planning marktreife und bankfähige Businesspläne. Angefangen von der Idee bis hin zur Marketing- und

Finanzstrategie. Alle Businesspläne wurden nach Fertigstellung in der Industrie- und Handelskammer für Rheinhessen präsentiert. Weiterhin besteht das Angebot, die Konzepte auf der nationalen „Ideen und Konzeptbörse – concepticus“ in Mainz vorzustellen. Auf der concepticus treffen sich Ideengeber und Ideensuchende, tauschen sich aus und gehen somit einen entscheidenden Schritt in Richtung Selbstständigkeit. Gewinner im Sommersemester 2009 war das Team mit dem Businessplan „dress4success“. Bianca Fath, Louisa Flocke, Tobias Malm, Sebastian Starosciak und Dennis Tillmann entwickelten die Geschäftsidee eines Verleihs für Business-Kleidung, speziell für Studierende der FH Mainz und der Johannes Gutenberg-Universität.

Auch ein Unternehmerdasein auf Probe wurde durch das IUH an der Hochschule etabliert. Dahinter verbirgt sich die Möglichkeit, virtuell ein Unternehmen als Unternehmer zu führen und das mit allem was dazu gehört. Mit Unternehmensplanspielen, wie easy Management und General Management, welche wir im Rahmen der Einführungswoche mit den BWL-Erstsemestlern und in weiteren Vorlesungen von Bachelor- und Masterstudiengängen veranstalten, bieten wir eine breite Palette an praktischen Angeboten für Studierende. Noch professioneller

geht es dann beim EXIST-PrimeCup zu. Dieser deutschlandweite Planspielwettbewerb wird zwischen Hochschulen ausgetragen. Die Teams treten auf virtuellen Märkten mit ihren eigenen Unternehmen an und denken und handeln wie richtige Unternehmer. Gewinner im letzten Jahr war das Team der FH Darmstadt. In den nächsten Wochen stellt das Team des IUH ein Unternehmer-Team der FH Mainz zusammen. Wer Lust, Interesse und unternehmerisches Denken und Handeln hat, melde sich im IUH und führt unsere Hochschule mit zum bundesweiten Sieg.

All diese Angebote und viele weitere Informationen zum Entrepreneur und Intrapreneur präsentiert das IUH ab Oktober 2009 unter dem Motto „Den Absprung wagen“ auf der neu gestalteten Internetpräsenz www.undernehmer.fh-mainz.de. Neben den aktuellen Veranstaltungen des IUH, interessanten und aufschlussreichen Unternehmerportraits, Gedanken wichtiger Persönlichkeiten unserer Region zum Thema Unternehmerisches Denken und Handeln sowie Informationen unserer Partner, wie z.

EXIST

concepticus
DIE BÖRSE FÜR
UNTERNEHMERISCHE
IDEEN UND KONZEPTE

B. der Investitions- und Strukturbank (ISB), der Industrie- und Handelskammer für Rheinhessen und der Handwerkskammer Rheinhessen, wird ganz neu auch eine interaktive Ideenbörse für Studierende eingerichtet. Jeder der eine Idee hat, z.B. die Businesspläne aus der Business Planning Vorlesung, und jeder der eine Idee sucht ist dort an der richtigen Adresse. Nachfrage und Angebot zusammenzubringen ist unsere Mission.

Wir entwickeln Menschen, die etwas bewegen. Für eine bessere unternehmerische Zukunft. ■

„Essen, schlafen, trinken, SAP“ - SAP AG zertifiziert Studierende des Fachbereichs Wirtschaft der FH Mainz

Therese Bartusch-Ruhl

Sichtlich stolz zeigte sich Dr. Gunther Piller, Professor für Wirtschaftsinformatik der Fachhochschule Mainz, gegenüber den 39 Studierenden, die den SAP-Kurs TERP10 mit Erfolg absolviert haben. Bei der Übergabe der Urkunden im April betonte Piller: „An Ihrer Leistung werden sich die nächsten SAP-Anwärter messen müssen.“

46 Studierende der Studiengänge awis (ausbildungsintegrierter Bachelor-Studiengang Wirtschaftsinformatik), BIS-BA (berufsintegrierender Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre), BWL-BA (Betriebswirtschaftslehre Bachelor Vollzeit), MA.IB (Master International Business) und eine Architekturstudentin nahmen am ersten SAP-Zertifizierungskurs am Fachbereich Wirtschaft zu Beginn des Sommersemesters 2009 teil. Die FH Mainz gehört damit zu zehn deutschen Hochschulen, die sich an einem Pilotprojekt der SAP University Alliances und SAP Education beteiligten. Das Projekt gab Studierenden wirtschaftlicher und technischer Studiengänge die Möglichkeit, während ihres

Studiums ein Zertifikat der SAP AG zu erwerben. In dem zweiwöchigen Kurs, der nun jedes Semester angeboten wird, lernten die Studierenden, wie die wesentlichen integrativen Geschäftsprozesse in den Bereichen Beschaffung, Produktion, Planung, Projektmanagement, Vertrieb, Kundenservice, Anlagenverwaltung, Finanzbuchhaltung, Personalwirtschaft und Analytics innerhalb von SAP ERP zusammenspielen.

Nun gehören 39 FH-Studierende zu den Pionieren, die als erste das Zertifikat „SAP Solution Architect ERP – Integration of Business Processes“ erworben haben. Und das mit einem durchschlagenden Ergebnis. „Mit einer Erfolgsquote von 82 Prozent liegen wir signifikant über dem Durchschnitt der Ergebnisse anderer Hochschulen“, erklärt Prof. Dr. Gunther Piller. Die SAP-Protagonisten am Fachbereich Wirtschaft dürfen außerdem als SAP-User das SAP-Portal nutzen.

Der Weg bis zum Zertifikat war nicht gerade einfach. „Es war viel Theorie“, erzählt BIS-Student Christian Dittrich.



SAP-Absolventen der FH Mainz

Er besuchte den Kurs, um sein Wissen über betriebliche Anwendungssysteme zu erweitern und schloss diesen als Bester ab. Theresia Gerlach, frisch gebackene Bachelor-Absolventin hofft, dass der SAP-Kurs ihr beruflich Türen öffnen wird. Dafür hat sie gebüffelt. Für Aliaksei Tsarou aus Weißrussland war die SAP-Prüfung „die schwerste seines Lebens“. In Weißrussland ist SAP nicht sehr verbreitet, daher war es für ihn echtes Neuland. „Ich habe nur gelernt und gelernt und gelernt“, stöhnt der MA.IB-Student noch nach Monaten. Dank SAP-Kurs hat Aliaksei Tsarou nicht nur ein Zertifikat erworben, sondern auch in den zwei Wochen richtig gut Deutsch gelernt. „Bei 1.200 Seiten Stoff in Deutsch ist das ja kein Wunder“, schmunzelt er, der an der FH den englischsprachigen MA.IB-Studiengang belegte. Darüber hinaus gehörte der Weißrusse mit einem Prüfungsergebnis von 82 Prozent zu den Besten des Kurses.

Auch für Fabian Peters haben sich die Mühe und das Ackern gelohnt. Mit 86 Prozent schloss der 24-Jährige den Kurs als Zweitbesten ab. Der BWL-Student hat mit solch einem großen Lernpensum auch nicht gerechnet. „Es war unheimlich viel Arbeit“, erzählt er. Trotzdem: er würde es sofort wieder tun. Und außerdem: „Die Prüfung war doch nicht so schwer und ich habe mir selbst zu viel Druck gemacht“, stellte Peters im Nachhinein fest. Er hat eine große Affinität zur IT. Mit dem SAP-Zertifikat will der BWL-Student sein Curriculum Vitae in diesem Bereich aufwerten. „Es bringt viel, das Zertifikat in der Hand zu haben“, da ist sich Peters sicher. Darüber hinaus hat er im Semester mehr Freizeit gehabt, weil der SAP-Kurs in erster Linie als Option angeboten wird. Zwei Wochen statt ein ganzes Semester lang eine Option zu belegen, da fiel Fabian Peters und anderen Teilnehmern die Wahl ganz leicht.

Zwei Wochen lang hieß es nur pauken, was das Zeug hält. Partys, das gesellschaftliche studentische Leben, ja sozusagen der Kontakt zur Außenwelt, mussten

an den Nagel gehängt werden. Bereits zu Kursbeginn warnte Prof. Dr. Anett Mehler-Bicher, dass der Kurs von den Teilnehmern viel abverlangt werde. „Essen, schlafen, trinken, SAP“ – dieser Satz der Dozentin traf voll ins Schwarze. Sie wusste ja, wovon sie spricht, da die Dozenten und Mitarbeiter der Fachgruppe Wirtschaftsinformatik selbst den SAP-Kurs bestehen mussten, um die Studierenden zu unterrichten. Für Anett Mehler-Bicher war die Vorbereitung auf die SAP-Prüfung eine Herausforderung. „In dieser Zeit war ich voll und ganz mit der Umgestaltung des FH-Internetportals beschäftigt“, erinnert sich die Professorin. Da blieb fürs Lernen nicht viel Zeit. „Ich nahm die Unterlagen mit ins Fitnessstudio“, erzählt sie. Während sie sich auf dem Rad abstrampelte, lernte sie SAP. Die Prüfung war die gleiche, die die Studierenden absolvierten. Sie erwies sich als „relativ schwierig“. Anett Mehler-Bicher: „Wir hatten den Ehrgeiz und den Erfolgsdruck die Besten zu sein. Besser als die Studierenden.“ Dies ist den Dozenten fast gelungen, nur der BIS-Student Christian Dittrich hat alle mit seinem Ergebnis von 89 Prozent geschlagen.

Der TERP10-Kurs ist nur ein Baustein der Zusammenarbeit der Fachhochschule Mainz mit der SAP AG. Prof. Dr. Gunther Piller, seit Januar 2008 an der FH Mainz und zuvor als Solution Management Director bei der SAP tätig, hat sich zum Ziel gesetzt, die Kooperation mit SAP auf mehreren Gebieten zu verstärken. So können seine Studenten die SAP AG, den weltweit führenden Anbieter von Unternehmenssoftware, seit diesem Semester im Rahmen von Studienarbeiten oder als Werkstudenten aus erster Hand kennen lernen. Außerdem nutzt der Fachbereich Wirtschaft seit mehreren Jahren SAP-Software in der Lehre für verschiedene Schwerpunkte der Wirtschaftsinformatik. Zudem ist die FH an das SAP-Hochschulkompetenzzentrum der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg angeschlossen und kann ihren Studenten hierdurch Zugang zu den aktuellsten Anwendungssystemen der SAP bieten. ■



Diplom-Betriebswirt (FH) Joachim Trott Der Unternehmer - während und nach dem Studium



Joachim Trott studierte an der Fachhochschule Mainz im Studienschwerpunkt „General Management“. In seiner Diplomarbeit untersuchte er ein Modell zur Gründung unternehmerischer Vorhaben am Beispiel seiner GmbH. Heute ist er geschäftsführender Gesellschafter der Lakonikos Elia GmbH und handelt mit hochwertigen Olivenölen aus Griechenland.

Der Wunsch Betriebswirtschaft zu studieren entstand gegen Ende meiner Schulzeit. Ich hatte seit meinem 12. Lebensjahr in einem kleinen Verlag gejobbt und dort betriebswirtschaftliche Luft geschnuppert. Parallel war ich mit einer selbständigen Händlertätigkeit beschäftigt, so nannte sich das Austragen des städtischen Gemeindeblattes, welches ich in unserem Dorf im Nordschwarzwald verteilte. Zeitungsaustragen – eine selbständige Tätigkeit? Jawohl! Dieses Blatt war kein reines Werbeblatt, sondern konnte von den interessierten Bürgern abonniert werden. Ich war nicht nur dafür zuständig, wöchentlich das Blatt in die Briefkästen zu verteilen, sondern auch zweimal im Jahr den fälligen Betrag bei den Kunden an der Haustüre zu kassieren. Einen bestimmten Anteil bekam der Verlag für Redaktion, Druck etc., der geringere Anteil und ein bisschen Trinkgeld verblieb bei mir. Deshalb war es eine selbständige Tätigkeit. Meiner jugendlichen Kreativität hat dies durchaus genutzt: Da ich Kunden beim Kassieren nicht zu Hause antraf, entwarf ich Anschreiben. Anfangs auf der Schreibmaschine, später auf dem ersten Computer (C64). Die Anschreiben waren mehrstufig aufgebaut, von der ersten Information („...habe sie nicht angetroffen...“) bis hin zur letzten Mahnung mit der Androhung der Kündigung. Da ich jede Woche die gleiche Strecke zu gehen hatte, kam mir die Idee Werbung für dieses Blatt zu machen, um auf der Strecke mehr Kunden beliefern zu können. Mit Schreibmaschine, Schere und Kopierer entstanden Werbeplakate für die Plakatwand am Tante-Emma-Laden und Werbeflyer für Briefkästen, die bisher noch keinem Kunden gehörten. Den einen oder anderen Abonnenten konnte ich dadurch gewinnen.

Mit diesem Background war Betriebswirtschaft ein klares Ziel. Doch bevor ich ein Fach studierte, wollte ich es erst in der Praxis verstanden haben. Daher machte ich zuerst eine Ausbildung zum Industriekaufmann bei der Firma Rectus in der Nähe der schwäbischen Stadt Vaihingen/Enz. Dort lernte ich alle kaufmännischen Fähigkeiten und durchwan-

derte sämtliche Abteilungen eines mittelständischen Unternehmens. Auch wenn ich mich gut mit Kollegen verstand, war mir klar: Sachbearbeiter wirst Du hier nicht! Du wolltest noch studieren.

Bei der Auswahl der vielen Studienrichtungen der Betriebswirtschaft wurde mir schnell klar, dass ich kein Fachexperte werden wollte, mich interessierte Unternehmensführung. Daraus ergaben sich drei mögliche Studienorte: Aalen, Nürtingen-Geislingen und Mainz. Alle drei Fachhochschulen habe ich mir angeschaut, in Geislingen und in Mainz konnte ich an einem Tag der offenen Tür dabei sein. In Geislingen (26.000 Einwohner) gefielen mir der moderne Bau und die moderne Ausstattung. Bedingt durch die kleine FH und nur zwei Kneipen für Studierende war Gemeinschaft garantiert. Aber wollte ich wirklich weiter in schwäbischen Kleinstädten bleiben? Mainz als Stadt erschien mir da doch attraktiver. Ich fand eine Wohnung im wunderschönen Stadtteil Gonsenheim mit den Ausläufern des Lennebergwaldes und seinen wunderschönen Kiefern. Die betriebswirtschaftlichen Fächer machten mir viel Spaß, da ich immer den Praxisbezug hatte. Mathematik, quantitative Verfahren und besonders Statistik waren eine große Herausforderung für mich. Und ganz ehrlich: Nichts davon brauche ich heute als Unternehmer.

Wie ich Unternehmer wurde: Bereits im Grundstudium lernte ich über Freunde ein Konzept kennen, welches eine risikofreie Selbständigkeit ermöglicht. Ähnlich wie beim Franchising gibt es hier ein Partnerunternehmen und ein erfolgserprobtes Konzept. Klassische Franchising-Systeme sind allerdings mit einer Anfangsinvestition von 20.000 Euro bis hin zu einer Million Euro und laufenden Lizenzgebühren verbunden. Das Konzept, welches ich kennen lernte, zeichnete sich dadurch aus, dass man die Produkte des Unternehmens selbst konsumiert (das ist sozusagen die Lizenzgebühr). Durch die Weiterempfehlung der Produkte und des Geschäftskonzepts baut man als Vertriebskanal ein Netzwerk von Konsumenten und



Weitere Informationen zu den Unternehmen von Joachim Trott:

www.lakonikos.de (Olivenöl)

www.freiheit-chance-zukunft.de
(risikofreie Selbständigkeit im Neben- oder Hauptberuf)



Unternehmer aus Liebe zum Olivenöl:
Joachim Trott,
Takis Renieri (von links)



Die Gesellschafter von Lakonikos:
Vasilis Thomopoulos und
Joachim Trott
(von links)

Geschäftspartnern auf. Da alle Waren- und Geldströme durch das Partnerunternehmen organisiert werden, entsteht kein Risiko. Hier liegt auch der Unterschied zu Direktvertriebs- und Multi-Level-Systemen bei denen durch Berater Waren eingekauft und verkauft werden.

Während andere Kommilitonen in der Kneipe arbeiteten, fuhr ich zu Schulungen und lernte die besten Persönlichkeitstrainer Deutschlands (u. a. Jörg Löhr, der die Handballnationalmannschaft 2007 zu Gold coachte) zum Taschengeldtarif kennen. Seit 2006 leite ich selbst Schulungen mit. Das Genialste während des Studiums aber war die Flexibilität dieser Selbständigkeit: Hatte ich viele Hausarbeiten zu schreiben oder während der Klausuren habe ich meine Selbständigkeit ruhen lassen, in den Semesterferien konnte ich mich dann wieder darin vertiefen.

Die wichtigste Fähigkeit, die ich erlernt habe, ist „Träume und Wünsche“ anderer Menschen im Gespräch herauszuhören. Anfang 2006 besuchte mich ein Olivenbauer aus Griechenland, mit dem ich mich im vorigen Urlaub auf der Peloponnes angefreundet hatte. Er erzählte mir von den Missständen im Olivenölmarkt: Große Unternehmen aus Italien und Spanien kaufen das Olivenöl in den

griechischen Dörfern zu niedrigen Preisen auf, um es dann mit anderen Ölen zu vermischen. Am Ende steht das Öl dann in der höchsten Qualitätsklasse (extra nativ/extra vergine) im deutschen Supermarkt, entspricht aber in Wirklichkeit der niedrigsten Qualitätsklasse. Seine Vision war es, das gute Olivenöl aus seiner Heimat direkt nach Deutschland zu bringen um damit den Olivenbaum als Friedenssymbol und Jahrtausende altes Kulturgut zu erhalten.

Diese Vision begeisterte mich und wurde zu einer gemeinsamen Vision. Wir entwarfen Konzepte und überlegten, welche Nische wir mit unserem Olivenöl bedienen können. Schnell wurde uns klar, dass es viele Anbieter gibt, die wenig Olivenöl für viel Geld verkaufen. Dagegen war es schwer, als Olivenölfan größere Mengen Olivenöl zu einem fairen Preis zu bekommen. Unsere Zielgruppe wurde dadurch der Mittelmeerfan, der im Urlaub gutes Olivenöl kennen gelernt hat und dieses auch in der heimischen Küche verwenden will. Als passende Verpackung fanden wir dafür die Bag-in-Box, welche in Deutschland langsam bei Wein und Apfelsaft bekannt wird. Für Olivenöl ist sie ebenso ideal, da während des Verbrauchs kein Sauerstoff und kein Licht an das Öl kommt. Der letzte Tropfen ist also genauso frisch wie der erste.

Im Lauf der Jahre 2006 und 2007 verfeinerten wir unser Konzept und bereiteten die Unternehmensgründung vor. Mit der Olivenölmühle der Familie Renieri fanden wir vor Ort einen idealen Partner. Ende 2007 gründeten wir das Unternehmen als deutsche GmbH in Mainz mit dem Namen Lakonikos Elia GmbH. Der Name Lakonikos bedeutet, der oder das was aus Lakonia kommt. Lakonia (dt. Lakonien) ist eine griechische Präfektur aus der mein Freund und das Olivenöl stammen.

Der Name Lakonikos reichte dem Amtsrichter wegen der geographischen Nähe nicht aus, deshalb setzen wir noch Elia (griechisch für Olive) dazu. Parallel zu meiner Diplomarbeit kümmerte ich mich um Fremdkapital für die GmbH und organisierte den Markteintritt. Wenige Wochen nach Abgabe der Diplomarbeit hatte ich den ersten Messeauftritt mit Olivenöl bei der eat'n Style in Wiesbaden und schenkte dort während der Autogrammstunde je eine Flasche an Sternkoch Johann Lafer und an Tim Mälzer. Seit Juli 2008 kann man über unsere Website bundesweit Olivenöl bestellen, welches dann per DHL zugestellt wird. Im Mai 2009 konnten wir den ersten Studierenden als 400 € Jobber einstellen um neue Kundengruppen (Hofläden, Bioläden, Restaurants) zu erschließen. ■

Aneta Okunowska, MA.IB

I have learned that everything is possible



Aneta Okunowska studierte 2007/2008 im Master International Business (MA.IB) an der FH Mainz. Außerdem hat sie den Master of Science in Business & Technology an der Technischen Universität – International Faculty of Engineering in Lodz erlangt.

Heute ist sie als Junior Supply Planner bei Nestlé Poland in Warschau tätig.

My first adventure in Germany started in the year 2005 when I began the Socrates Erasmus exchange at the Eberhard Karls Universität Tübingen. I spent one semester there learning Betriebswirtschaft and improving my knowledge of German. It was a very interesting and invaluable experience. Then I have started my first internship in Stuttgart. It was a really hard time – my first full time job and the language barrier which was still a huge problem for me. However, after six months in the company I was leaving Germany with tears in my eyes.

My studies in Poland were five years regular master studies. After finishing the exchange in Tübingen and Stuttgart, I've spent the fourth year of my studies in Lodz (Poland). However, there was something missing. With very good memories from the previous exchange, I started searching the suitable program in Europe. And the next choice was also Germany!!! Mostly because of the very interesting program I have found at the Fachhochschule Mainz. It was a Master Program focused strongly on the international experience. Moreover, I really found it attractive because of many opportunities it could open for me in the future. The indisputable advantage of FH Mainz was the double degree diploma that I could receive after this two years program and which was distinguishing this school among others. However, there were many other reasons why I have chosen FH Mainz. For me personally, it was really important that the program is truly international and gives the possibility to learn within the intercultural environment.

Now, after graduating Master of Arts International Business Program at the Fachhochschule Mainz I can say it was the best decision that I have ever made.

Let me start from the beginning. After sending my application to the FH Mainz, I was waiting impatiently for the answer. No words could describe my happiness when I received the acceptance. But right after this, the feeling of hesitation occurred. As probably many other students I was afraid of leaving everything for one or two years for going to a totally different country and foreign university. Fortunately, after no more than one week in Mainz, all my fears and doubts vanished away. The great help that I received from the program organizers, Ms. Katrin Kalpidis and Prof. Dr. Ulrich Schüle, was invaluable. They were very concerned and supportive in every situation that the foreign student can encounter at the beginning. It was a nice surprise for me after my previous experience with the German University and omnipresent bureaucracy.

The International Business Program was very good structured, lectures were held by teachers who have academic as well as practical knowledge which enables the students to get a better insight into globally active companies operating in the fast changing market environment. The program was perfect for getting acquainted with all the processes that occur nowadays in the diverse business world. Moreover, there were many different ways of teaching including case studies, group discussions and even role plays which enabled active participation and collaboration of the students. We were working in the small groups and what is really important in very international groups! It is not only advertising appeal – among eleven students there were eight different nationalities! That's what adds the real international perspective and gives the opportunity to develop leadership and intercultural skills needed in international business. It gives a profound understanding of other cultures and what is even more important let you know interesting people from all over the world.

The time I have spent in Mainz gave me not only the knowledge and skills I have learned at the University but also great practical experience. The inherent part of MA.IB program is the applied project in an international company. During the second semester apart from learning and attending the lectures I was working part-time as a marketing assistant in the Flint Group company in Frankfurt. The company is one of the largest suppliers to printing and packaging industry worldwide and operates more than 140 facilities. I was working in the German office but I had sustainable contact with other sites. I got a great insight into the work of an international company operating in the business-to-business sector. Not only have I gained essential practical knowledge but also I have learned how to work in an organized and well-planned way. One of my main projects in this company was customer satisfaction analysis which was the basis for my later master thesis.

The Fachhochschule Mainz gave me the possibility to work as a student assistant by organizing the international students' conference on cross-cultural management issues. I found it really interesting – I could improve my organizational skills and competences, train my intercultural abilities and, what is even more important, I met great people from all over the world. That was the opportunity that I could not miss and the experience that I will never forget.

Now, I am back in Poland. I have graduated from the Technical University of Lodz in Poland and simultaneously from the Fachhochschule Mainz in Germany. Just after my graduation I found a job in Nestlé Purina Pet Care in Warsaw (Poland). Nestlé is a multinational company and I hope I will be given the opportunity to shift among countries in the future. After the MA.IB program I still want to live with this 'international spirit' and focus my future career on global businesses. My educational back-

ground and company experience allowed me to find a job within a real short time and now I can appraise the high quality of the MA.IB program as I do not have any difficulties at work. My intercultural and language skills exceed the competences of other colleagues.

However, the benefits of the MA.IB program cannot be measured only on the professional level. The time I spent in Mainz gave me an opportunity to meet wonderful people and I hope this friendships will last for a long time. It has been a very intensive year, full of hard work but also filled up with fun and entertainment. I have seen amazing places and I have tried things that I could not even think of. If I had the opportunity to attend this program once again I would do this without hesitation! Even though it was only one year I can admit that this time and the people I met influenced my life completely. I have learned that everything is possible and there are no obstacles we cannot overcome. Remember: Sky is the limit!!!

P.S.:

I am grateful beyond words to Prof. Dr. Ulrich Schüle and Ms. Katrin Kalpidis for their support and commitment and to my great colleagues from the MA.IB group – I wish everybody had such great people on his way. ■

Diplom-Wirtschaftsjurist (FH), Master of Laws Carsten Maybach Der Studiengang Wirtschaftsrecht – Türöffner zu vielen Jobs?



Carsten Maybach, Jahrgang 1974, hat sein Studium Wirtschaftsrecht an der Fachhochschule Mainz in 2005 abgeschlossen. Das studienintegrierte Auslandspraktikum hat er bei b-to-v, einem Business Angel-Netzwerk in St. Gallen in der Schweiz, absolviert, ein weiteres bei einem Süßwarenhersteller in der Nähe von Denver in den USA. Von 2005 bis 2007 hat er den nebenberuflichen Postgraduiertenstudiengang Master of Mergers & Acquisitions an der Frankfurt School of Finance & Management mit dem akademischen Grad Master of Laws (LL.M.) absolviert.

Berufliche Stationen
2005 – 2006 Analyst im Risk Management der Dresdner Kleinwort Wasserstein

2006 – 2007 Transaction Lawyer im Private Equity-Team von Clifford Chance

seit 2007 Investment Director bei der börsennotierten Beteiligungsgesellschaft Impera Total Return AG

Meine Entscheidung für die FH Mainz
Nachdem ich mich zuerst gegen ein Studium und für eine kaufmännische Ausbildung entschieden hatte, wollte ich nach einigen Jahren aus meiner Komfortzone heraus. Was wäre besser dafür geeignet, als in der Ferne zu studieren und dazu noch zu meiner kaufmännischen Erfahrung einen weiteren Schwerpunkt wie Jura zu integrieren. An einem wunderschönen Sommermorgen lernte ich dann Mainz über meine Anreise via Theodor-Heuss-Brücke kennen und hatte meine Entscheidung zur Immatrikulation getroffen. Auch die internationale Ausrichtung des Studienganges mit zwei Fremdsprachen und einem Auslandssemester haben bei der Entscheidungsfindung geholfen. Es gab viele Dinge, die mir beim Studieren sehr viel Spaß gemacht haben. Das waren die eigenen Wissens- und Leistungssteigerung, das „Lernen des Lernens“, das Studentenleben mit vielen spontanen Partys aber eine Sache hat trotz regelmäßiger Studentenjobs alles ausgestochen: vier Jahre lang Ausschlafen!

Das sozialistische Studententicket
Es gab aber auch eine Ungerechtigkeit, die ich leider nicht ändern konnte und mit denen andere Studenten schon vor dem Bundesverwaltungsgericht gescheitert sind: das Studententicket. Ich werde nie verstehen, wie sich eine Mehrheit von einer Minderheit freiwillig ausbeuten lässt (zu meiner Zeit waren ca. 35 bis 40 % der Studenten Nutzer des Tickets). Niemand vom AStA konnte mir erklären, warum das Ticket nicht einfach nur von denjenigen, die es auch nutzen wollen, erworben wird. Solche Zwangsabnahmeverträge sind sozialistischer Natur und haben in einem freiheitlichen System nichts verloren.

Geeignete Jobs für Wirtschaftsjuristen
Die häufigste Frage, die man sich als angehender Wirtschaftsjurist selbst, seinen Kommilitonen und den Professoren stellt, ist wahrscheinlich die nach auf den Studiengang passenden Jobs. Die einfache Antwort lautet: Alles geht, außer echten anwaltlichen Tätigkeiten.

Meine Co-Absolventen sind in den unterschiedlichsten Bereichen tätig geworden, u. a. bei Banken, Personalabteilungen, Projektfinanzierern, Versicherungen, Wirtschaftsprüfern, Rechtsabteilungen, sozialen Einrichtungen, Behörden, Fondsmanagement, Einkauf und natürlich auch bei den Law Firms. Ich denke, jeder hat gewisse besondere Qualifikationen und Erfahrungen, die mehr für die eine und weniger für eine andere Karriere sprechen. Insgesamt halte ich die Ausrichtung nach dem Urteil der Wirtschaftsjuristen „Betriebswirt mit Schwerpunkt Recht“ für sinnvoll, wobei Kommilitonen in Rechtsabteilungen und -kanzleien natürlich relativ ähnlich oder teilweise genauso wie Volljuristen eingesetzt werden. Am Ende des Tages zählt natürlich die Einstellung des Arbeitgebers zu dem Studiengang. Einige denken, wir wüssten nicht, was EBITDA oder CAGR ist, andere, wie mein jetziger Vorgesetzter, hätten gerne selbst Wirtschaftsrecht studiert. Man sollte auf jeden Fall auf Fragen wie „Was ist das eigentlich für ein Studiengang?“ oder „Warum haben Sie sich gerade für Wirtschaftsrecht entschieden?“ vorbereitet sein.

Fortlaufende Weiterbildung
Gerade, weil unser Studium sehr breit angelegt ist, halte ich eine weitere Spezialisierung und Weiterbildung nach dem ersten Abschluss für sehr wichtig. Da man ohnehin das im Studium Erlernte nur in einem eher eingeschränkten Umfang durchführt, kann eine speziellere Ausbildung auf den Wunschbereich ausgerichtet den entscheidenden Unterschied machen. Nach einigen Jahren ist es dann viel entscheidender, was man beruflich gemacht hat, so dass das Studium weiter in den Hintergrund tritt. Durch die Umstellung auf den schneller erreichbaren Bachelor ist zeitlich ja auch genügend Luft, um in derselben Zeit wie zum Diplom noch einen Master zu absolvieren.

Law Firms und Wirtschaftsjuristen
Es gibt inzwischen einige Law Firms, die Wirtschaftsjuristen einstellen, andere haben sich bewusst dagegen entschieden. Zwischen den einzelnen Law Firms gibt

es allerdings gravierende Unterschiede. Während einige zwischen dem Berufstitel für Wirtschaftsjuristen und der Tätigkeit, Mandantenkontakt etc. keinen Unterschied zu den Anwälten machen, sitzen wir bei anderen nur als qualifizierte Sekretärin im Backoffice. Wieder andere sind irgendwo dazwischen oder es kommt auf das Projektteam an, in dem man gerade arbeitet. Eine Gemeinsamkeit bei den größeren Kanzleien ist allerdings, dass wir zum einen natürlich weniger verdienen als ein Anwalt (auf die Stunde gerechnet meines Erachtens ohnehin zu wenig) und auch nicht Partner werden können.

Weiterhin gibt es auch Unterschiede im Schwerpunkt des Rechtsgebietes bezüglich der Abteilung wie Corporate/M&A, Real Estate oder Banking. Im M&A arbeitet man fast ausschließlich transaktionsbezogen und erstellt entweder Berichte für Kaufinteressenten oder den Datenraum für einen Verkäufer. Aufgrund der immer zu knappen Zeit und der zu vielen Projekte (die Kinder der Equity-Partner möchten schließlich keinen gebrauchten Golf zum achtzehnten Geburtstag geschenkt bekommen) hat man häufiger auch am Wochenende die Gelegenheit, die ohnehin verstaubte und unaufgeräumte Wohnung gegen das geputzte Büro mit schönem Ausblick und Klimaanlage zu tauschen.

Wer einen tieferen Einblick in die Arbeit von M&A-Bankern – und die Arbeitsbelastung ist in Peakzeiten in den Law Firms nicht soviel anders – gewinnen möchte, dem sei das Buch „Monkey Business“ empfohlen. Insgesamt kann ich eine Tätigkeit für eine Kanzlei als Wirtschaftsjurist weder direkt befürworten noch verwerfen. Es ist ein relativ harter Job, aber genau das macht ja nach den vier oder jetzt drei Jahren Ausschlafen auch Spaß. Man kann sehr viel in sehr kurzer Zeit lernen, vor allem in Bezug auf Eigen- und Projektorganisation, Qualität und Effizienz. Besonders erfreulich ist es auch, wenn man den Anwaltskollegen rechtliche Hintergründe erklärt und dabei merkt, dass unsere juristische Ausbildung ebenbürtig ist. Bei der Auswahl der Kanzlei sollte man darauf

achten, dass (gar!) keine Unterschiede zwischen der eigenen Tätigkeit und der der Anwaltskollegen zugesichert werden.

Arbeit bei Banken und Investoren
In Banken trifft man in den Fachabteilungen häufig auf interdisziplinäre Teams. Ich war in der Besicherung von OTC-Derivaten tätig. Dies sind – im Gegensatz zu börslich gehandelten Futures – Optionskontrakte, die privatwirtschaftlich zwischen Banken und anderen Banken bzw. Hedge Fonds abgeschlossen werden. Neben den Betriebswirten sind bspw. auch Mathematiker dort angestellt, so dass man als Wirtschaftsjurist auch Qualitäten in ein interdisziplinäres Team einbringen kann, beispielsweise, wenn man die Vertragsverhältnisse bei einer Convertible Bond Option über ein Special Purpose Vehicle graphisch darstellen kann.

In der Arbeit bei einem Investor sind besonders die Kenntnisse über Gesellschaftsrecht und Vertragsgestaltung, sowie in meinem Fall bei der Verwaltung der börsennotierten Aktiengesellschaft hilfreich, wobei dies aber nicht die Kernpunkte sind. Der Erfolg eines Investors, wie der jedes Kaufmanns, hängt von der Einhaltung der Maxime „Buy low, sell high“ ab. Ich gestalte Investments in börsennotierte und private Gesellschaften, bei denen wir nicht die Mehrheit übernehmen. Den größten Einfluss auf den Erfolg eines solchen Engagements hat man bevor man das jeweilige Investment tätigt oder auch nicht, sprich, es ist die Auswahl. Hierzu führt man eine Due Dilligence durch und sucht nach so genannten Red Flags, also Umständen, aufgrund derer man sich nicht beteiligt. Sofern die ökonomischen Umstände stimmen und die Red Flags nicht materiell wirken, kann man sich überlegen, ob man das Geld der Aktionäre riskieren möchte. Welche Strategie beim Investieren Erfolg verspricht, darüber gibt es ganze Bibliotheken mit sich teilweise widersprechenden Theorien.

Praktikanten gesucht
Zwischendurch noch ein Hinweis in eigener Sache: Ich besetze bei der Impera

Total Return AG eine fortlaufende Praktikantenstelle und freue mich über Bewerbungen von Studenten, die gute Kenntnisse über Kapitalmärkte, Finanzanalyse und die allgemeinen Office-Anwendungen mitbringen.

Tipps für Arbeitgeber, bei denen sich ein Wirtschaftsjurist bewirbt
Erst einmal Glückwunsch! Sie haben ein echtes Multitalent in dem Bewerberstapel entdeckt. Der Kandidat hat sowohl wesentliche Kenntnisse in allen für eine Privatgesellschaft relevanten Rechtsgebieten und kennt gleichzeitig auch aktuelle Managementmethoden, Rechnungswesen, Betriebswirtschafts- und Volkswirtschaftslehre. Dadurch kann der Bewerber idealerweise an Schnittstellenfunktionen eingesetzt werden, aber auch in jeder anderen Position, in der man eigentlich einen Betriebswirt einsetzt. Besonders möchte ich noch die methodische Qualität hervorheben, die sowohl ein Verständnis für die juristische Problematik aber auch kaufmännische Notwendigkeiten ermöglicht und innerbetrieblich sehr gut für eine Art „Übersetzerrolle“ geeignet ist.

Fazit: Nach dem Studium geht es erst richtig los
Der Legende nach soll Winston Churchill in einem hohen Alter seine letzte erwartete Rede bei einer Schulabschlussfeier gehalten haben. Aufgrund dieser Rahmenbedingungen erwarteten die Zuhörer eine lange und ausführliche Rede, gespickt mit vielen Weisheiten. Stattdessen ging Churchill zum Rednerpult und sagte „Geben Sie niemals, niemals, niemals, niemals auf!“ und setzte sich wieder hin. Genau das möchte ich den Absolventen auch mit auf den Weg geben. Zwar feiert Ihr heute einen Abschluss, aber das Leben nach dem Studium fängt jetzt erst an. Genießt es! ■

Magdalena Pfleger, MA.IB



Magdalena Pfleger, geb. Milkowska, erlangte als erste Absolventin den Master of Arts International Business an der Fachhochschule Mainz. Außerdem schloss sie an der Wirtschaftsuniversität Wroclaw den Studiengang Rechnungswesen und Wirtschaftsprüfung ab. Heute ist sie als Wirtschaftsprüfungsassistentin bei KPMG in Frankfurt tätig.

Seit dem 28. Februar 2009 bin ich eine erfolgreiche MA.IB-Absolventin der Fachhochschule Mainz. Laut Prof. Dr. Ulrich Schüle bin ich die erste Masterabsolventin im Fach International Business. Seit Herbst 2008 bin ich bei einer der weltgrößten Wirtschaftsprüfungsgesellschaften im Bereich Audit Financial Services in Frankfurt tätig.

Bereits zu Anfang meines Studiums der Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Rechnungswesen und Wirtschaftsprüfung an der Wirtschaftsuniversität Wroclaw in Polen vor nunmehr sechs Jahren spielte ich mit dem Gedanken, einige Zeit außerhalb Polens zu studieren. Vor ziemlich genau drei Jahren war es dann endlich soweit und man fragte mich, ob ich für ein Semester im Ausland studieren möchte.

Meine erste Reaktion war: „Ja, natürlich, gerne, wann soll's losgehen?“. Ich wollte schon immer in Deutschland studieren und meine Karriere mit diesem Land verbinden. Ich habe noch gut die Aussagen meiner Kommilitonen aus Polen in Erinnerung, die sich gegen längere Auslandsaufenthalte während des Studiums aussprachen und behaupteten, auch später noch ins Ausland gehen zu können. Meiner Meinung nach beginnt erstgenommene Internationalität damit, sich frühzeitig dafür zu entscheiden.

Im Hauptstudium habe ich mich für das Seminar bei Prof. Andrzej Kardasz am Lehrstuhl Controlling an der Wirtschaftsuniversität Wroclaw eingeschrieben. Mein Wunsch nach einem Auslandsstudium ist durch die Zusammenarbeit des Lehrstuhls mit ausländischen Universitäten entstanden. In Verbindung mit einem Seminar stand eine Teilnahme an der „International Conference COEUR `05“ in Schottland an. Des Weiteren habe ich eine Studienreise nach Mainz und Stuttgart organisiert. Auch ein Besuch der

Fachhochschule Mainz, der Adam Opel GmbH, der DB Regio AG und der Stuttgarter Straßenbahn AG standen in diesem Zusammenhang auf dem Reiseplan. Die Idee in Mainz zu studieren, nahm immer mehr Gestalt an. Die Erlebnisse haben mir meine Entscheidung, an dem Erasmus Programm teilzunehmen, sehr erleichtert. Während des Aufenthalts in Mainz und durch ein gemeinsames Treffen mit den Studenten der Fachhochschule Mainz in Wroclaw, sowie die neu geknüpften Kontakte, stand meine Entscheidung fest: Ich werde in Mainz studieren!

Am 13. März 2006 war es so weit. An diesem Tag hat mein Abenteuer in Mainz begonnen. Im Rahmen des Erasmus Programms habe ich mich an der Fachhochschule Mainz für ein Semester im Studiengang International Business eingeschrieben. Nach den bürokratischen Formalitäten wie Anmeldung im Bürgeramt und im Studentenwohnheim, hatten wir die Gelegenheit, die Stadt nicht nur von kultureller Seite, sondern auch von gesellschaftlicher Seite kennenzulernen. Dies wurde durch den Aufenthalt im Studentenwohnheim und seine Internationalität verstärkt.

Mein Auslandssemester in Mainz war voller Überraschungen: Neue Professoren, neue Kollegen, eine neue Art von Vorlesungen und für Ausländer ungewöhnliche, aber auch sehr praktische Vorlesungszeiten. Vor allem aber eine internationale Atmosphäre im Studentenwohnheim, welche durch gemeinsame Abende mit italienischen, deutschen, französischen, bulgarischen und polnischen Nationalgerichten abgerundet wurden. Unvergesslich waren die mit der Fußballweltmeisterschaft in Deutschland verbundenen Emotionen.

Schnell hatte ich das Gefühl, dass ich das Auslandssemester ohne Praktikum

nicht beenden möchte. Beschränkungen bezüglich der Arbeitserlaubnis eines polnischen Staatsbürgers in Deutschland bedeuteten einige Probleme bei der Praktikumsuche. Ich habe mich trotzdem weiter darauf konzentriert, eine Arbeitsstelle in Deutschland zu finden. Aber nach hunderten verschickter Anschreiben und einigen Vorstellungsgesprächen hatte sich noch kein Erfolg eingestellt. „Nicht aufgeben!“ war meine Devise. Somit ergab sich während eines kurzen Aufenthalts in Polen ein Vorstellungsgespräch bei KPMG in Warschau. Daraufhin bekam ich endlich mein lang ersehntes Praktikumsangebot von der Warschauer Niederlassung und plante somit einen sechs-monatigen Besuch in der polnischen Hauptstadt.

In der Zwischenzeit erfuhr ich, dass das Team der KPMG Frankfurt, welches den Jahresabschluss einer deutschen Großbank prüft, nach Praktikanten sucht. Ich bewarb mich und am 1. September 2007 war ich ein Mitglied dieses Teams. Durch dieses Praktikum konnte ich ein Semester länger die wunderschönen Weinberge in Rheinland-Pfalz genießen.

Zu Praktikumsbeginn wurde uns das Unternehmen KPMG sowie die mit dem neuen Arbeitsplatz verbundenen Formalitäten vorgestellt. Nach neun Stunden Präsentation und reichlich mit Unterlagen und Büchern über die Wirtschaftsprüfung versorgt, bin ich optimistisch nach Hause gefahren. Am nächsten Tag begann ich absolut motiviert an der Prüfung des Jahresabschlusses mitzuarbeiten. Diese Tätigkeit war für mich eine hervorragende Gelegenheit, um Theorie in die Praxis umzusetzen und meine Interessen und Stärken zu entdecken. Zugute kamen mir zwei Faktoren: Erstens investiert KPMG viel Zeit in die fachliche und persönliche Ausbildung seiner Mitarbeiter. Zweitens konnte ich in der Praxis von der Erfahrung der anderen Kollegen sehr

profitieren. So stellt das Unternehmen sicher, dass man sich recht schnell in neue Themengebiete einarbeitet; auch als Neuling kann man auf seine Kollegen jederzeit zugehen und Fragen stellen. Ich beendete das Praktikum mit einem sehr guten Zeugnis.

Nach dem Praktikum bei der KPMG habe ich meine letzten Klausuren an der Wirtschaftsuniversität Wroclaw und meine Magisterarbeit erfolgreich bestanden. Als stolze Absolventin der Wirtschaftsuniversität Wroclaw habe ich versucht, mein Glück im Ausland zu finden.

Durch die oben beschriebenen Erfahrungen entschloss ich mich, noch ein Master-Studium an einer deutschen Hochschule zu absolvieren. Um erfolgreich auf dem ausländischen Arbeitsmarkt zu sein, habe ich mich für den „Master of Arts International Business“ an der Fachhochschule Mainz entschieden. Am Anfang war mir nicht bewusst, was mich erwartet. Das MA.IB Programm wurde zum ersten Mal gelesen und ich war eine der ersten Studierenden. Mit mir haben Studenten aus den USA, Kanada, Argentinien, Kamerun, Pakistan, Norwegen, Russland und Polen angefangen. Sehr überrascht war ich über die Tatsache, dass es in unserer Gruppe keine Studenten aus Deutschland gab. Gegenseitiger Respekt und Achtung vor der Leistung und Erfahrung jedes Einzelnen waren die Grundlage der Zusammenarbeit in der Studiengruppe.

In kleinen, international geprägten Teams und kollegialer Studienatmosphäre konnte ich mich in praxisbezogenen Fächern weiterbilden und persönlich entwickeln. Durch Gruppenprojekte und Präsentationen wurden die für mich heute wichtigsten Fähigkeiten in den Fokus gestellt: Soft Skills. Diese und die neu gewonnenen Studienfreunde sind sicherlich das nachhaltigste Ergebnis

und das wichtigste für die Zeit nach dem Studium.

Das MA.IB-Programm ist auf vielsprachige Studenten mit sehr gutem Hochschulabschluss (Bachelor) ausgerichtet und durch eine Zusammenarbeit in kleinen internationalen Gruppen eine Herausforderung. Der Studiengang hat es mir ermöglicht, Kompetenzen, die in einem internationalen Geschäftsumfeld heutzutage benötigt werden, zu sammeln. Die an der Fachhochschule Mainz verbrachten drei Semester haben mich letztendlich für eine Führungsposition vorbereitet und meine Führungsqualitäten weiter vertieft. Mir wurde Business English für Präsentationssituationen, sowie für schriftliche Arbeiten (die Masterarbeit nicht zu vergessen) vermittelt. Die Beherrschung der englischen Sprache in der internationalen Wirtschaftskommunikation ist heutzutage von besonderer Bedeutung. Der Schwerpunkt in diesem Studiengang wurde auf die praktische Sprachfertigkeit gelegt. Neben der Beherrschung der Fremdsprache sind die interkulturellen Handlungskompetenzen der Schlüssel für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Ebenso entscheidend ist es, zu verstehen, wie internationale Kooperationspartner die Welt wahrnehmen, wie sie denken, fühlen und handeln. Das MA.IB-Programm vermittelt Wissen, anhand dessen Strategien entwickelt werden können, die eine kulturübergreifende Zusammenarbeit fördern.

Weiter hat das Programm meine fremdsprachlichen Handlungskompetenzen vertieft, indem uns die betriebswirtschaftlichen Erfolgsfaktoren bei der Internationalisierung von Unternehmen aufgezeigt wurden. Die Globalisierung von Märkten erfordert auf unterschiedlichsten Ebenen eine Anpassung der Unternehmensstrategien, damit eine nachhaltige Unternehmensentwicklung sichergestellt ist. Im Fokus des Studien-

gangs stand die professionelle Durchführung von Meetings und Verhandlungen, die durch PowerPoint Präsentationen von uns geübt wurden. Wir haben an den besonderen Anforderungen an eine international ausgerichtete Unternehmensführung gearbeitet und handlungspraktische Konsequenzen aufgezeigt.

Eine Managementkompetenz, welche auf Wertschöpfung ausgelegt ist, erfordert fundiertes Wissen über die Merkmale des internationalen Managements und hat Auswirkungen auf strategische und operative Entscheidungen, sowie spezifische interkulturelle und fremdsprachliche Handlungskompetenzen. Nur wer über diese Kompetenzen flexibel verfügt, hat in einem internationalen Arbeitsmarkt die Chance auf eine attraktive Beschäftigung.

Meine Masterarbeit zum Thema „Weiterentwicklung des Financial Shared Service Konzepts bei der Schott AG für das Cost Accounting“ habe ich in Zusammenarbeit mit der SCHOTT AG in Mainz geschrieben. An dieser Stelle kann ich nur jedem empfehlen, die Gelegenheit zu nutzen, das erworbene Wissen mit praktischer Erfahrung zu verbinden.

Als Absolventin des Studiengangs „Master of Arts International Business“ kann ich sagen, dass mein Arbeitgeber meine internationalen Kompetenzen und meine Fähigkeiten in einem internationalen Umfeld zu arbeiten, sowie die weltweite Mobilität, sehr zu schätzen weiß.

In diesem Jahr läuft der Master-Studiengang an der Fachhochschule Mainz zum dritten Mal an. Ohne diesen und die Unterstützung von Prof. Dr. Ulrich Schüle wäre ich heute nicht da, wo ich bin. Vor ein paar Monaten habe ich meine Probezeit bei der international tätigen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG in Frankfurt erfolgreich abgeschlossen und habe trotz Beschränkungen auf dem deutschen Arbeitsmarkt einen unbefristeten Vertrag bekommen. Neben meinem beruflichen Erfolg habe ich auch im Privaten mein Glück gefunden und bin seit 6. Dezember 2008 glücklich verheiratet. Meinen Mann, Torsten, habe ich im Rahmen des Studiums an der Fachhochschule Mainz kennen gelernt.

Beste Grüße an alle meine Kommilitonen, die mit mir das letzte Semester in Mainz verbracht haben und an die Professoren, die mich bei meinen Zielen unterstützt haben!!! ■



Diplom-Betriebswirt (FH) Sebastian Kettern



Sebastian Kettern
26 Jahre, Weltreisender, hier zu sehen am Milford Sound in Neuseeland.

Ich sitze gerade in Neuseeland auf der Südinself in einem Campervan und mache mir meine Gedanken über mein persönliches Absolventenprofil. Denn nach meinem erfolgreich abgeschlossenen Studium im Februar 2009 beschloss ich, noch einmal meine gewonnene Freiheit zu genießen. Diese Freiheit nutze ich nun, um die Welt zu bereisen. Die aktuelle Arbeitsmarktsituation machte die Entscheidung zum Backpacken nicht wirklich schwieriger. Südost-Asien liegt nun schon hinter mir, Australien, die Südsee und die Vereinigten Staaten liegen noch vor mir. Die Reise wollte ich auch als Anlass nutzen, über mich nachzudenken: „Was habe ich in der Vergangenheit erlebt und wo sehe ich mich in Zukunft?“. Man sollte annehmen, dass solche Gedanken im Laufe einer so langen Reise automatisch aufkommen. Dem ist leider noch nicht so. Also ist jetzt der Campervan im Nirgendwo am Ende der Welt der Startschuss der Selbstdiagnose und -reflexion. Gut so, auch wenn ich spontan finde, dass mein Lebenslauf geradlinig und eher unspektakulär ist.

Aufgewachsen bin ich in einer bodenständigen Winzerfamilie an der Mittelmosel. Hier lernte ich schon früh, dass Geldverdienen und Arbeiten mit Fleiß einhergehen. Nach meiner Realschulzeit wusste ich schon, dass ich nicht in die Fußstapfen meiner Eltern treten wollte. Sie ließen mir auch bei meiner beruflichen Entscheidungsfindung freie Hand. An dieser Stelle vielen Dank, liebe Eltern, für eure selbstlose Unterstützung.

Mein Berufsziel sah ich im Bereich des Banking. Es faszinierte mich von klein auf, wie man aus kleinen Sparschweinen Häuser bauen kann. Um diesem Ziel ein wenig näher zu kommen, entschloss ich mich, eine zweijährige Berufsfachschule für Wirtschaft zu besuchen. Das erworbene Wissen und die Fachhochschulreife

waren eine gute Ausgangsbasis für eine Banklehre und ließen mir alle Optionen nach der Lehrzeit offen. Das eher mäßige Angebot meines Ausbildungsbetriebes und die Zivildienstzeit waren der Auslöser, ernsthaft über ein Studium nachzudenken: neue Stadt, neue Aufgaben, neue Herausforderungen. Das war es, was ich zu dieser Zeit gebraucht habe.

Auf die Fachhochschule Mainz wurde ich durch die Vielzahl von Studienschwerpunkten und das letztmalige Angebot eines Diplomstudiengangs aufmerksam. Nach einer Studienberatung und der persönlichen Führung eines Studenten über das Gelände der FH Mainz erhielt ich den Eindruck, dass das Studieren dort nicht anonym, sondern durch die kurzen Kommunikationswege unkompliziert und eher familiär ablaufen könnte. Was die Entscheidung pro FH Mainz noch positiv beeinflusste, war die Rheinhessenmetropole als Stadt, letztendlich auch die offene und ausgelassene Mentalität der Menschen, die in der Fastnachtshochburg wohnen.

Ich startete meinen neuen Lebensabschnitt mit der Ambition, im Hauptstudium Marketing als Schwerpunkt zu wählen. Diese Ambition verlor ich im Laufe meines Grundstudiums. Marketer zu sein entsprach auch überhaupt nicht meinen persönlichen Eigenschaften. Für einen strukturiert und analytisch denkenden Menschen, der lieber das große Ganze betrachtet, um danach Veränderungen herbeizuführen, war Marketing als Schwerpunkt nur bedingt das Richtige. Deshalb entschied ich mich für Controlling mit den Wahlpflichtfächern aus dem Bankwesen.

Meine Diplomarbeit schrieb ich dann folgerichtig bei der Mainzer Volksbank eG im Bereich des Kreditrisikocontrollings. Hier noch einmal vielen Dank an die MVB für



die sehr gute Betreuung. Es ist nicht alltäglich, dass eine Bank soviel Vertrauen in einen Diplomanden setzt, schon gar nicht bei dem sensiblen Thema, über das ich geschrieben habe. Das Thema lautete: „Die risikoorientierte Bepreisung von Krediten und deren Implementierung am Beispiel einer Genossenschaftsbank“. Dies ist in Zeiten der Finanzkrise auch ein brandheißes Thema für regional agierende Banken, die in der Vergangenheit oft auf jahrelange Kundenbeziehungen gesetzt haben, statt auf harte Fakten.

Als Quintessenz der Diplomarbeit fand ich heraus, dass die Schwierigkeiten bei einer Umsetzung von Veränderungen im Arbeitsalltag nicht nur bei den Systemen und den neuen Arbeitsabläufen liegen, sondern dass vielmehr die fehlende Akzeptanz dieser Systeme und die Arbeitsabläufe das Problem darstellen. Denn das quantitative Einschätzen eines abstrakten Risikos, wie das Ausfallrisiko eines Kreditnehmers, verlangt von den Mitarbeitern ein großes Maß an Umdenken und unternehmerischem Denken aus Kunden- sowie aus bankbetriebswirtschaftlicher Sicht. Dieser Aspekt macht für mich die Betriebswirtschaftslehre so spannend und zeigt, was man aus einem praxisnahen FH Studiengang mitnehmen sollte. Denn meiner Meinung nach werden Mitarbeiter, die unternehmerisches Denken verinnerlicht haben und flexibel auf Veränderung reagieren, über kurz oder lang eine gestaltende Funktion im Unternehmen einnehmen.

Warum ich so auf diesem Thema „herumreite“, liegt wahrscheinlich an meinen bescheidenen Erfahrungen. Ich gründete kurz nach meiner Realschulzeit mit

Freunden ein kleines Unternehmen. Unser Ziel war es, Veranstaltungen aller Art von Jugendlichen für Jugendliche zu anbieten. Die Erfahrung, selbst unternehmerische Entscheidungen treffen zu können und deren Konsequenzen leibhaftig in Umsatzzahlen zu sehen, war eine sehr wichtige für mich. Nach den Veranstaltungen waren die Analysen der Kosten- und Erlösrechnung immer von sehr großer Kreativität geprägt. Durch die dadurch immer neu aufkommenden Ideen konnten wir uns stetig in unserem Handeln verbessern und unsere Organisation teilweise auch optimieren. Die Vorlesung „Business Planning“ war eine weitere Erfahrung, die mein unternehmerisches Denken positiv beeinflusst hat.

Weitere Einblicke in verschiedenartige Unternehmen und deren Organisation erhielt ich durch mehrere Nebenjobs während meines Studiums. Dort habe ich festgestellt, dass sich ein Unternehmen wirklich, wie in der Theorie beschrieben, immer im Wandel befindet. Bei einem solchen Wandel kann auch eine studentische Aushilfe mit ein wenig Aufmerksamkeit zu Veränderungen beitragen. Sie müssen ja nicht immer strategischer Natur sein. Das alles stimmt mich positiv, dass auch zukünftig praxisnah ausgebildete Betriebswirte eine Arbeitsstelle finden werden.

So, genug der schlaun, natürlich sehr subjektiven und vielleicht auch naiven Worte eines 26-jährigen Absolventen, der gerade in einem kalten Campervan am Ende der Welt sitzt. Ach ja, apropos Campervan und Ende der Welt. Während meiner Zeit an der FH studierte ich ein halbes Jahr in Schweden. Dieses Land

erweckte mit seiner wunderschönen und vielfältigen Natur das Fernweh in mir. Dies ist einer der Hauptgründe, warum ich zurzeit um die halbe Welt jette. Was so ein Studium alles so mit sich bringt! Vielleicht auch ein spannenderes Leben mit vielen Chancen und Möglichkeiten. Jetzt nur noch eine Sache, die mir gerade durch meinen kalten Kopf schießt. Irgendwie ist die Studienzeit genauso schnell vorbeigerast wie meine bisherige Reise. Ich werde mir ab sofort noch mehr vornehmen, die Reise und deren schöne Momente zu genießen und den jetzigen Studenten sei gesagt: Genießt die Zeit des Studierens und saugt alles auf, was Ihr nur könnt, vor allem das, was über das Studium hinausgeht.

Gute Nacht Neuseeland, Guten Morgen ereignisreiche Zukunft.

P.S.: Beim Reisen immer schön die BWLer-Augen offen lassen, dann fallen Euch die Geschäftsideen nur so in den Schoß. Also, Mezzo-Mix und kleine Baumärkte wären ein voller Erfolg in Asien! ■



Diplom-Betriebswirt (FH) Markus Klomann

BIS-Studium - gut, dass ich so studieren konnte



Markus Klomann

studierte nach seinen Ausbildungen zum Industriekaufmann und Programmierer berufsintegrierend von 1987 bis 1992 Betriebswirtschaftslehre an der Fachhochschule Mainz.

Heute ist er für Supply Chain Management und Logistik der Pharmazeutischen Produktion bei der Firma Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG verantwortlich. Darüber hinaus sichert er mit seinem Team die weltweite Warenversorgung innerhalb des Konzerns.

Wenn ich heute so zurückblicke, dann hatte es schon etwas Schicksalhaftes, ausgerechnet am ersten Arbeitstag zur Ausbildung als Industriekaufmann bei Boehringer Ingelheim in einem Lagerbereich anzufangen. Als Kaufmann in der Logistik, passt das? Oh ja und wie! Das konnte ich natürlich damals nur erahnen. Und doch war diese Welt fremd für mich, bestimmt von völlig neuen Rhythmen und Eindrücken.

Die Ausbildung bei Boehringer Ingelheim war abwechslungsreich und sehr interessant; wichtige Grundlagen wurden gelegt und das Interesse für kaufmännische Zusammenhänge geweckt. Neben dem Lager- und Produktionswesen konnte ich auch viele kaufmännische Themengebiete kennen lernen, die mein späteres Berufsleben mitgestaltet haben.

Als dann nach knapp zwei Jahren die Abschlussprüfung nahte, kam die entscheidende Frage: Was machst Du danach? Studieren wollte ich schon, aber wie? Vollzeit, Teilzeit oder Fern-Uni? Oder sollte ich doch erst einmal mehr praktische Erfahrungen sammeln und mir für das angestrebte Studium etwas Geld verdienen?

In Deutschland gibt es sehr interessante Hochschulen mit vielen Möglichkeiten. Meinen Interessen folgend suchte ich nach einem geeigneten Studienplatz. Dieser Platz war schnell gefunden; und doch kam alles etwas anders ...

Als die Abschlussprüfung zum Industriekaufmann bevorstand, ergab sich die Möglichkeit, zunächst im Unternehmen Boehringer Ingelheim zu bleiben und – jetzt wird es wieder interessant – in der Logistik eine Position als „Assistent des Lagerleiters“ zu übernehmen. Die Stelle war insbesondere aufgrund der anstehenden Optimierungsmaßnahmen der Lagerbetriebe sehr interessant – und

etwas Praxis und Geld konnten ja auch nicht schaden. So entschied ich mich, den angestrebten Studienplatz nicht anzunehmen und zunächst in der Logistik Erfahrungen zu sammeln. Nach Aufnahme meiner Tätigkeit wurden mir sehr interessante Projekte mit maßgeblichen Prozessoptimierungen übertragen und bald darauf erhielt ich auch Personalverantwortung. Als dann informationslogistische Projekte anstanden, wurde mir sehr schnell klar, dass ich mich ohne Weiterbildung auf diesem Themengebiet vor den Ikonen der EDV zu schnell beugen musste und nicht wirklich deren Sprache sprechen konnte. Zudem wollte ich unbedingt wissen, ob es mir möglich ist, mich nebenberuflich weiterzubilden. So begann ich 1986 eine Ausbildung zum Programmierer in drei Programmiersprachen und musste nun an Abenden und an Wochenenden pauken.

Als dies ohne größere Probleme gelang, ja sogar Spaß machte, entschied ich mich für den berufsintegrierenden Studiengang BWL an der Fachhochschule in Mainz. Vor mir lagen 10 Semester, fünf Jahre und viele interessante Momente und Begegnungen.

Im Herbst 1987 begann dann das Studium. In den ersten beiden Semestern zeigte sich schon, dass hier richtig gearbeitet werden musste. Bis zum Vordiplom galt es einige Höhen und Tiefen zu überwinden. Bereits in dieser Phase des Studiums wurde offensichtlich, dass der Schlüssel zum erfolgreichen Abschluss in der Kunst der termingenauen Fokussierung lag. Zum richtigen Zeitpunkt musste das richtige Wissen erworben und in der richtigen Qualität wiedergegeben werden können. Die Vorlesungen zu besuchen fiel mir in dieser Zeit von Monat zu Monat schwerer, denn parallel mit meinem theoretischen Erkenntnisgewinn stiegen auch die beruflichen Opportunitäten und Anforderungen.

Die Herausforderung bestand nun darin, beide Anforderungen sehr ernst zu nehmen und sie mit Beharrlichkeit und guter Zeitplanung umzusetzen. Dies erforderte eine gute Portion Selbstkontrolle und vor allem die Fähigkeit, Dinge auch einmal nicht zu tun – also bewusst „Nein“ zu sagen und dies, ohne ein schlechtes Gewissen zu haben. Zugegeben, das gelingt nicht immer, aber gegen Ende des Studiums immer besser. Nach dem Vordiplom ging es dann irgendwie zügig. Die Themen wurden noch interessanter und „schnell“ waren dann auch die Prüfungen alle vorbei.

Bei der sich anschließenden Diplomarbeit konnte ich ein Thema wählen, das sowohl für das Unternehmen Boehringer Ingelheim, als auch für mich von hohem Interesse war. Ein mit sehr viel neuen Ideen und Handlungsprinzipien entwickeltes Logistik-Controlling Konzept konnte entwickelt und implementiert werden. Nach diesen Prinzipien wird heute noch verfahren, und das nach mehr als 17 Jahren!

Mit Abschluss des Studiums war es auch Zeit, die beruflichen Perspektiven zu erweitern und so entschloss ich mich, aus einer operativen Führungsposition heraus in eine Stabsstelle in der Konzernzentrale zu wechseln. Im Rahmen der folgenden vier Jahre konnte ich das erlernte Wissen sowie die neu angeeigneten Arbeitsweisen vielfach anwenden. Es war eine sehr herausfordernde Aufgabe, logistisches Wissen für den Konzern weltweit verfügbar zu machen. Auf vielen Reisen hatte ich die Gelegenheit, andere Kulturen kennen zu lernen, Standorte, Methoden und Verfahren zu verstehen und etablierte Prozesse noch weiter zu verbessern.

Zur Erweiterung meines persönlichen Horizontes zog es mich dann wieder in eine operative Funktion und so ent-

schloss ich mich, gemeinsam mit meiner Familie nach Frankreich zu gehen, um dort als technischer Einkäufer zu arbeiten. Nach wenigen Monaten wurde mir dann die Gesamtverantwortung für den französischen Einkauf übertragen. Damals galt es, den nationalen Einkauf zu internationalisieren. Auch in dieser Aufgabe konnte ich während des Studiums erlangte Erkenntnisse gut nutzen und sie für mich interpretieren.

Nach weiteren 3½ Jahren kam dann der Ruf zurück ins Mutterhaus, diesmal aus dem Vertrieb. Hier galt es, die Distributionslogistik von einem deutschen Standort in einen anderen umzuziehen und gleichzeitig Effizienz und Effektivität zu steigern. Tolle 2½ Jahre! Meine Aufgabe bestand u.a. darin, neue Vertriebskonzepte mit zu entwickeln und sie logistisch zu implementieren. Immer wieder wurde ich an einige im Studium wenig nachvollziehbare Theorien erinnert und doch waren sie jetzt hilfreich!

Und schon wieder ging es weiter ...! Nachdem neue Arbeitsprinzipien in der Distributionslogistik etabliert waren und der Umzug erfolgreich beendet werden konnte, wechselte ich in die Produktion; diesmal, um die Prozessorientierung im größten pharmazeutischen Produktionsbetrieb des Konzerns zu festigen und mit Hilfe moderner Supply Chain Prinzipien, Bestandsmanagement und Kundentermintreue deutlich zu verbessern. Gleichzeitig übernahm ich die Verantwortung für die Standortlogistik. Im Rahmen einer Umorganisation wurde mir auch die Verantwortung für die konzerninternen weltweiten Logistikservices übertragen. Dieses Team sichert die weltweite Warenversorgung zwischen den verschiedenen Standorten des Konzerns.

Und so schließt sich der Kreis von Ausbildungen und Studium. Nie hätte ich gedacht, dass ich einmal die Gesamtver-

antwortung für die Betriebe übernehmen werde, an denen ich meine ersten Arbeitstage im Unternehmen Boehringer Ingelheim verbracht habe!

Das berufsintegrierende Studium an der Fachhochschule Mainz hat mir in vielerlei Hinsicht geholfen. Zunächst bildete es eine solide Grundlage für kaufmännische Zusammenhänge und Führungsthemen. Aber fast noch wichtiger als der reine Wissensgewinn waren für mich persönlich die neu erlernten Arbeitsweisen der Prioritätensteuerung, die Verfahren zur Differenzierung von Dringlichkeiten und Wichtigkeit.

Diese Fähigkeiten musste ich mir „gezwungenermaßen“ im Studium aneignen. Sie sind aber sicher einer der Schlüssel zum Erfolg. Es sind diese Schlüssel, die mir geholfen haben, Türen aufzuschließen, aber ... eintreten musste ich schon selbst! ■

Diplom-Betriebswirt (FH) Alexander Kissel Wirtschaft, Wissenschaft und Visionen



Alexander Kissel studierte zehn Semester Betriebswirtschaftslehre im BIS-Studiengang und schloss mit einer empirischen Studie im Sommer 2008 sein Diplom ab. Nach fünf Jahren im nationalen und internationalen Personalmanagement von IBM hat er heute ein Personalberatungsunternehmen und leitet die Agentur dreisechzig für 360°-Fotografie.

„Irgendwann mach ich mich mal selbstständig!“ So fängt es an, wenn man jung und dynamisch ist und noch viel vorhat. Mit 18 Jahren wusste ich bereits was ich wollte, wenn auch damals noch nicht konkret. Neben der Oberstufe verdiente ich mein Geld im Direktvertrieb. „Eins, zwei, drei, Power!“ lautete mein Motto und ich hätte am liebsten gleich ein Unternehmen gegründet. Doch es sollte zunächst eine Ausbildung zum Bürokaufmann sein, die ich bei der heutigen IVECO Niederlassung in Mainz-Hechtsheim absolvierte.

Nach der Bundeswehrzeit mit zwei Auslandseinsätzen machte ich bei Procter & Gamble in Schwalbach am Taunus Station und musste mit Erschrecken feststellen, wie sehr mein Englisch nach zwei Jahren Militär eingerostet war. Die Hausprache war Englisch, also lernte ich nach Feierabend Vokabeln. Sachbearbeiter in der Forschungs- und Entwicklungsabteilung war allerdings nicht ganz mein Geschmack, was mich zu einem raschen Wechsel in die Mainzer Personalabteilung von IBM bewegte. Hier hatte ich meine Berufung gefunden: richtiges Management von menschlichen Ressourcen. Ab jetzt sollte es sehr schnell vorwärts gehen, Prüfung in Berufs- und Arbeitspädagogik, Beförderung zum Teamleiter, Auszeichnung als Lehrgangsbester der Personalfachkaufleute. Mit frischem Wissen ausgestattet und

der Verantwortung für sechs Mitarbeiter, führte ich zahlreiche Neuerungen und Prozessverbesserungen, auch im Bereich E-Recruiting ein. Wie bereits in der Ausbildung hatte ich Ideen, die Vorgänge im Betrieb zu vereinfachen. Bei IBM wurde mein Verbesserungsvorschlag mit ca. 100.000 Euro jährlichem Einsparpotenzial erfolgreich getestet, jedoch stand dann die Verlagerung der Fabrikationslinie nach Fernost an. In diesem Zusammenhang wurde ein Sozialplan für das Festplattenwerk, dem letzten IBM-Produktionsstandort in Deutschland, erstellt.

Das Angebot war verlockend. Es stand eine wichtige strategische Entscheidung vor der Tür. Ich war im zweiten Semester des BIS-Studiums, wurde von meinem Arbeitgeber intensiv gefördert und hatte drei Möglichkeiten: entweder betriebsintern nach München oder Stuttgart zu wechseln oder IBM mit hoher Abfindung zu verlassen und das Studium in Vollzeit zu beenden. Einen Aufhebungsvertrag hatte ich bereits in der Tasche, führte aber Gespräche mit der Geschäftsleitung der IBM Deutschland. Als Vollblut-Personaler entschied ich mich nach dem Besuch bei der damaligen Arbeitsdirektorin Dr. Wiermerslage in Stuttgart für die Position des Assistenten des Personalleiters Deutschland.

Mit 27 Jahren war ich also in meinem Traumjob angekommen. Nationales und internationales Aufgabengebiet mit Arbeitsrecht, Personal- und Unternehmensentwicklung inklusive der Mitarbeit im Wirtschaftsausschuss. Fast alle Kollegen waren erfahrener als ich und ich konnte viel von deren Kenntnissen profitieren. Aber: das Leben ist keine Einbahnstraße. Nach kurzer Zeit fiel mir das personelle Umfeld auf. Der Vorgesetzte war ein ehemaliger Gewerkschafter, der nach 20 Jahren erfolgreicher Arbeit auf Gewerkschaftsseite kurzfristig zum Personalleiter eines weltweit agierenden innovativen Unternehmens wurde. Ebenso wie es Norbert Hansen bei der Deutschen Bahn AG unter anschließendem Aufruhr der Medien im Jahr 2008 vollzog. Meine Unzufriedenheit mit der Führungsleistung meines Chefs war dann letztendlich der ausschlaggebende Punkt, mich auf meinen Aufhebungsvertrag zu berufen und den äußerst interessanten Job zu Gunsten der Selbstständigkeit aufzugeben.

Zunächst musste ich eine Unternehmensphilosophie entwickeln, bei der die Kundenzufriedenheit im Fokus meines Handelns stand. Ein sehr zufriedener Kunde kauft nachweislich sechsmal mehr, als ein „nur“ zufriedener Kunde. Mit dieser Einstellung ging es dann direkt auf zu den ersten Aufträgen. Zu Beginn hatte ich ein Organisati-

onsentwicklungsprojekt in einem Mainzer Speditionsunternehmen. Dort gab es in einem Team permanente Verzögerungen. Fehlende Leistungsbereitschaft war die Ursache, hervorgerufen durch einen Mitarbeiter, der andere vom Arbeiten abhielt und die Kollegen zu langsamerem Arbeiten motivierte. Nachdem dieser detektiert und isoliert war, formierte sich die Gruppe wieder zum Hochleistungsteam. Solche Konstellationen kommen häufig in kleinen und mittleren Unternehmen vor und werden oft zu spät oder gar nicht erkannt und kosten die Betriebe immense Summen.

Von Beginn an lief mein eigenes Unternehmen erfreulich gut. Notwendige Investitionen wie EDV und Büroausstattung konnte ich durch Eigenkapital und den Cashflow finanzieren, so dass ich keinen Fremdkapitalbedarf hatte. Im Studium war für mich das interessanteste Fach Arbeits-, Betriebs- und Organisationspsychologie. Später wählte ich Personalentwicklung, Instrumente des Personalmanagements und Organisationsentwicklung um mich noch mehr auf das Thema HR zu spezialisieren. Zur Doppelbelastung aus Selbstständigkeit und BIS-Studium musste aber auch ein Ausgleich geschaffen werden. Mit Joggen und mehreren Wildnistouren durch Schweden, Norwegen und Alaska habe ich meine aktive Burnout-Prävention

gestaltet und konnte sogar im März 2005 in Rom meinen ersten Marathon in der Zeit von 3:42 h laufen.

Während des Hauptstudiums hatten wir das Proseminar Unternehmensgründung. Aufgabe in den ersten Vorlesungen war es, eine Geschäftsidee zu entwickeln und diese bis hin zum Markteintritt und darüber hinaus zu planen. Da ich Ende 2006 bereits seit einem Jahr eine Idee im Kopf hatte, war damals genau der richtige Zeitpunkt, diese in die Realität umzusetzen.

Für meinen Immobilienkauf im Jahr 2005 wurde ich von Immobilienmaklern zu vielen Besichtigungsterminen von Eigentumswohnungen eingeladen. Oft war ich schon von der Umgebung oder direkt nach Überschreiten der Türschwelle enttäuscht, da die wenigen vorab gezeigten Fotos viel versprechender ausgesehen hatten. Mit Aufnahmen, bei denen nicht nur die schönen Seiten der Behausungen gezeigt werden, hätte der Makler, der Verkäufer und ebenso ich als Kunde einiges an Zeit und Fahrtkosten sparen können. Die Umweltentlastung dabei wäre nur ein kleiner Nebeneffekt. Letztendlich eine „Win-Win-Situation“. Dies habe ich zum Anlass genommen, den Kunden einen realitätsnäheren Gesamteindruck von Immobilien durch 360°-Fotos zu vermitteln. Die Businessplanung im Team und die Beur-



teilung verliefen sehr gut. Schon in dieser Phase konnte der erste Umsatz erzielt werden, da parallel zur Planungsphase der Geschäftsbetrieb als Zweitgewerbe aufgebaut wurde. Heute sind die Kunden überwiegend aus der Werbebranche, da die menschliche Neugierde das „Thinking & Looking out of the Box“ weckt. Auch im Internet möchten die Nutzer Dinge außerhalb eines vorgegebenen Rahmens betrachten und bei Fotografien auch die Ansicht rechts und links eines 10 x 15-Bildes sehen.

Die Fotografien erstellen zwei freiberufliche Fotografinnen. Je nach Bedarf und Projektdauer engagiere ich weitere freie Mitarbeiter unterschiedlicher Branchen, Nationalitäten und Disziplinen. Die Zusammenarbeit gestaltet sich dann in diversifizierten und virtuellen Teams. Betrachtet man sich die größten Megatrends der heutigen Zeit, habe ich dadurch die notwendige Future Fitness für den Unternehmenserfolg hergestellt, bei der 360°-Fotografie wie auch im Beratungsgeschäft.

Durch die langjährige Erfahrung im Personalmanagement bilden heute Personalfragen den Schwerpunkt meiner Unternehmensberatung. Die Tätigkeitsfelder umfassen die Personalrekrutierung mittels einer spezifischen Eignungsdiagnostik, das Konzipieren von Restrukturierungen bzw. Personalabbau, das Beraten von Personen in beruflicher Neuorientierung und das Weiterentwickeln von Mitarbeitern, Führungskräften und Organisationen. Meine Kunden sind kleine und mittlere Unternehmen, die überwiegend international tätig sind. Dies war auch entscheidend für die Wahl meines Diplomarbeitsthemas „Personalmanagement in KMU – eine empirische Analyse der angewandten Instrumente.“ In dieser Studie befragte ich 500 Personalleiter in Rheinland-Pfalz, was in den Bereichen Personalmarketing, -beschaffung, -auswahl, -führung, -betreuung und Personalentwicklung zur attraktiven Gestaltung der Arbeitsplätze getan wird. Gesundheitsprävention, intensive

Kommunikation mit den Mitarbeitern, intensive Schulungen, Zielvereinbarung und Unternehmerische Gesellschaftsverantwortung sind die aktuellen Themen auf den Schreibtischen.

Ein Sprichwort eines französischen Staatsmannes besagt: „Man muss die Zukunft im Sinn haben und die Vergangenheit in den Akten.“. Gemäß diesem Motto steht bei mir bereits das nächste Projekt an: neben den aktuell angebotenen Seminaren Führungskräfteentwicklung und Soft-Skill-Training entwickle ich ein Outdoor-Training. Die Teilnehmenden lernen in den Bereichen Teamwork, Work-Life-Balance und sich auf Kollegen und Mitarbeiter zu verlassen.

Von der vorherrschenden Wirtschaftskrise ist in meinen Unternehmen nichts zu spüren. Umsatz und Gewinn steigen stetig an. Für die nächsten Jahre sehe ich mich mit der kaufmännischen und personalwirtschaftlichen Ausbildung, den zehn Jahren Berufserfahrung im Personalmanagement sowie dem BIS-BWL-Studium an der Mainzer Fachhochschule hervorragend für die tägliche Arbeit gerüstet und kann diesen praxisorientierten Studiengang nur jedem empfehlen. ■



Nachname, Vorname	Nachname, Vorname	Nachname, Vorname
Akyol, Semir	Bremicker, Dirk	Fey, Ute
Albrecht, Jutta	Briel, Robert	Finger, Kerstin
Appel, Christian	Brinkmann, Axel	Flaxmeyer, Dirk
Arndt, Natalja	Brodrecht, Bettina	Fleck, Kathrin
Atambekova, Chynara	Brömmel, Johannes	Forst, Jörg
Atieh, Nouha	Brosch, Deborah	Frankenbach, Ina
Auadi, Karim	Brötz, Christian	Frase, Matthias
Auth, Benjamin	Brück, Roman Dominik	Frauen-Berens, Mareike
Azizi, Nurani	Brückner, Michael	Fritz, Stefanie
	Bruderek, Beatrice Chinyere	Fröder, Jan
	Brüdern, Jana	Fronz, Christian
Bach, Markus	Büdel-Hartmann, Jochen	Fuermann, Daniela
Bachmann, Sebastian	Buhkert, Sabine, Cornelia	Funke, Martin
Bahlke, Melanie Karin	Burkardt, Carolin Helga	
Bär, Laura	Burmann, Christine Brigitte	Gaida, Elmar Tilo
Barkman, Claudia Christine	Butcovan, Alida-Ramona	Garst, Thomas
Sigrid		Gauss, Linda
Bartels, Melanie		Gayer, Sarah
Bartenstein, Thomas	Cantoria, Mark-Oliver	Geduhn, Iris
Barth, Axel	Caspari, Felix	Geib, Frank
Barth, Jennifer	Castor, Christina	Geier, Thomas
Barthel, Thorsten	Chmella, Tim	Gerhard, Florian
Bauer, Christoph	Churavy, Marco	Gerhardt, Elena
Bauer, Nicole	Cilingir, Ömer	Gerhardt, Melanie
Baumann, Kristin	Clausner, Alexander	Gerharz, Daniela
Beck, Nicole	Comagic, Sonja	Gerlach, Theresia
Beck, Thorsten		Gerloff, Bernd
Becker, Isabelle	Dalmis, Cansu	Gerst, Thomas
Becker, Marc	Darmstadt, Ines	Giesecking, Kevin
Becker, Simone	Daum, Miriam	Gietmann, Ina
Beer, Roland	DeSousa, Manuel	Glabicka, Monika
Behr, Oliver	Deb, Piu	Glaschy, Rainer
Behrendt, Daniel	Dechent, Tobias	Glöckner, Marc André
Behringer, Nina	Dechert, Stephanie	Goebel, Michael
Beier, Nicole	Dehmel, Arne	Göttsmann, Viktor
Beierlein, Nils	Della Bella, Angela	Gottschalk, Grit
Beiser, Marco	Delloufi, Mustapha	Götz, Gunther
Belir, Stjepan	Demir, Mine	Grabellus, Matthias
Beltz, Daniel	Densborn, Holger	Grabellus, Patrick
Bender, Michael	Deutsch, Evelyn	Graf, Thomas
Bensch, Simone Claudia	Dieckhoff, Birte	Grbavac, Josip
Michaela	Diehl, Julia	Groh, Stephan
Beny, Reinhold	Dietsch, Kristina	Grömig, Patrick
Berghöfer, Lisa	Dikova, Stanislava	Grötz, Markus
Bernardi, Lena	Dittgen, Julie Carolin	Grune, Philippe
Berschert, Yvonne	Dokubo, Abiye Kio	Grzesch, Holger
Beutel, Bettina	Dony, Tyrone	
Beutel, Mario	Dörr, Verena	Hach, Carlos
Beyer, Fabian	Dotzauer, Benjamin	Hahn, Yvonne
Beyer, Michael	Drescher, Stefanie	Halm, Oliver
Bieber, Carsten	Droste, Sebastian	Hamma, Frank
Biegner, Jeanette	Eberhardt, Michael	Hammann, Bernd
Bing, Peter	Ebert, Frank	Hammer, Marc
Birich, Svetlana	Egerer, Andrea	Härtl, Rebekka Elisabeth
Birkholz, Elvira	Eichenlaub, Sarah	Hartmann, Marcus
Blessing, Sina	Eichhorn, Sabine	Hasak, Matthias
Blume, Julia	Eisbach, Andreas	Häusler, Martin
Böcher, Manuel	Ekkernkamp, Elena Maria Luz	Hechler, Sebastian
Bock, Max	Eppner, Andreas	Heck, Claudia
Bock, Patrick	Epstein, Doreen	Heibel, Christopher
Böck, Tanja	Erbstößer, Annette	Heil, Azita
Böckling, Laura	Eschmann, Christina Angela	Hein, Janina
Bodor, Izolda		Hein, Verena
Boese, Frederick	Fabris, Lydia Verena	Heinig, Katharina
Bohland, Melanie	Falkenhainer, Sven	Heinrich, Anja
Böhm, Katja Isabelle	Faust, Andreas	Heinrich, Stephanie
Böhm, Sonja	Fechner, Robert	Heinstein, Katharina
Bohn, Till Christian	Federlein, Julia	Heintz, Christian
Boos, Markus	Feldstein, Marjana	Heisiph, Markus
Brandt, Maria-Magdalena	Ferdinand, Thomas	

Nachname, Vorname	Nachname, Vorname	Nachname, Vorname
Held, Philipp	Himmighofen, Yvonne	Hirsch, Frank
Hemming, Juliane	Hirsh, Frank	Hock, Florian
Hemp, Björn	Hohl, Susanne	Hoefl, Manuel
Henze, Benjamin	Holterhoff, Andreas	Hoffmann, Oliver
Herber, Ramona	Holtzhausen, Andrea	Hofmann, Christian
Heß, Dunya	Höpfner, Katrin	Hohl, Susanne
Hesse, Marcus	Horn, Christian	Holterhoff, Andreas
Hild, Simone	Hübner, Florian	Holtzhausen, Andrea
Himmighofen, Yvonne	Hüffermann, Veit	Höpfner, Katrin
Hirsch, Frank	Hühner, Stephanie	Horn, Christian
Hock, Florian	Humla, Nina Antonie	Hübner, Florian
Hoefl, Manuel	Hungermüller, Jens	Hüffermann, Veit
Hoefft, Manuel		Hühner, Stephanie
Hoffmann, Oliver		Humla, Nina Antonie
Hofmann, Christian		Hungermüller, Jens
Hohl, Susanne		
Holterhoff, Andreas		Igel, Jakob
Holtzhausen, Andrea		
Höpfner, Katrin		Jaborek, Gerald
Horn, Christian		Jabs, Elvira
Hübner, Florian		Jan, Paul
Hüffermann, Veit		Janßen, Björn
Hühner, Stephanie		Janßen, Björn
Humla, Nina Antonie		Jasinski, Iryna
Hungermüller, Jens		Jörg, Wolfgang
		Jost-Langhans, Olga
		Jung, Susanne
		Jung, Thomas
		Junge, Axel
		Kalaitzidou, Ewdoxia
		Kappler, Nina
		Karl, Sebastian
		Keber, Susanne
		Keil, Caroline Christine
		Kemmerer, Sonja
		Kern, Oliver
		Kettern, Sebastian
		Keuchel, Björn
		Kirchhoff, Falko
		Kirn, Niels
		Kitzol, Katharina
		Klag, Christine
		Klein, Andreas
		Kleiner, Florian
		Klump, Beate
		Koch, Guido
		Koch, Susanne
		Kochhan, Isabel
		Koeppen, Christian
		Kohleber, Tatjana
		Köhler, Viktoria
		Kohmer, Tim
		Kolata, Alexander
		Kolb, Claudia
		Köngertter, Tobias
		Konieczny, Eva
		Koppenhagen, Jasmin
		Körner, Kathrin
		Kouratzidis, Evangelos
		Kraemer, Hanna

Nachname, Vorname	Nachname, Vorname	Nachname, Vorname	Nachname, Vorname
Kraft, Alexander	Nieß, Julia	Schäfer, Marc	Tankina, Tatiana
Krain, Thorsten	Nieß, Timo	Schäfer, Matthias	Tautphäus, Timo
Krapp, Silke	Nonnengässer, Björn	Schäfer, Sina	Tegtmeier, Dirk
Kraus, Kristina	Northoff, Thorsten	Scharm, Sabine	Thiele, Alexandra
Krebs, Florian	Nöth, Markus	Schaudt, Christine	Thielen, Stephan
Kremer, Catarina	Nowara, Michael	Schauf, David	Thomä, Thomas
Krismer, Tanja		Scheffer, Vitali	Thomanske, Pia
Krolopp, Thorsten	Ocak, Ilhami	Scheib, Nicolas	Threin, Simone Sophie
Kuhn, Christoph Alexander	Ocak, Muradiye	Schenk, Alexandra	Tinelli Forthaus, Fernanda
Holger	Ochs, Lars	Scherrer, Dirk	Trautmann, Sören
	Odabasi, Ersan	Schichtel, Heiko	Tries, Sabine
	Oehme, Markus	Schick, Jan	Tuncel, Etem
	Ohlendorf, Carola	Schlapp, Thomas	
	Okunowska, Aneta	Schmidt, Ataa Eva	Überbacher Ruiz, Diego
	Özkol, Melissa	Schmidt, Maik	
		Schmitt, Christian	Veit, Dominik
		Schmitt, Kerstin	Vetter, Raymond
		Schmitt, Oliver	Vialon, Moritz
		Schmitt, Verena	Völxen, Astrid
		Schneider, Frank	von der Lippen, Jens
		Schoch, Patrick	Vonthron, Jasmin
		Schöffel, Katrin	
		Scholl, Christian	Wagner, Christian
		Scholz, Kathrin	Wagner, Christian Rafael
		Schon, Jasmin Hannelore	Wagner, Cynthia
		Schönbeck, Ulrike	Wahlefeld, Florian
		Schönberger, Eva	Walderbach, Laura
		Schreyer, Stephan Klaus	Walter, Manuel
		Schröer, Torsten	Walter, Ronny
		Schubert, Andreas	Wandel, Irene
		Schulte, Valentin	Weber, Christian
		Schulz, Marcel	Weber, Julia
		Schumacher, Sabrina	Weifenbach, Andreas
		Schurk, Sandra	Weimer, Ina
		Schwab, Katrin	Weis, Patricia
		Schwarz, Patrick	Wendel, Ronald
		Schwed, Michael	Werum, Thorsten
		Schweitzer, Stephanie	Wetischka, Stephan
		Schwieder, Patrick	Wetzel, Ulf
		Schwierzeck, Laura	Wicho, Maja
		Schywalski, Beate-Maria	Wichterhann, Marco
		Seck, Torsten	Wiehle, Natalie
		Seebass, Sebastian Felix	Wiesel, Georg
		Seelemeyer, Peter	Wiesner, Michael Bernhard
		Seibert, Eugen	Wilking, Tina
		Seitz, Fabian	Wimmer, Anna
		Sengezer, Veli	Wimmer, Stefan
		Senßfelder, Sandra	Windt, Johannes
		Shoukier, Samer	Wittchen, Ariane
		Sigmund, Steffen	Wittelsbach, Jens
		Skoruppa, Susanne	Wonnemann, Jana Mareike
		Riedel, Gero Alexander	
		Rieger, Johannes	Yi, David
		Ries, Nadine	
		Ries, Sabrina	Zakari, Assima
		Ringle, Manuel	Zander, Talbot
		Röder, Christoph	Zens, Sebastian
		Rohleder, Jens	Zettl, Andreas
		Rohmer, Dana Clarissa Caroline	Ziegler, Julia
		Rothenberg, Anselm	Zimmermann, Michel
		Rudolph, Türkan	Zimmermann, Petra
		Runkel, Christian	Zinn, Carsten
		Rzepka, Mirella	Zuber, Annika
		Sailer, Armin	
		Salomon, Jörg	
		Salow, Susanne	
		Sämann, Sebastian	Taibinger, Jörg
		Sänger, Sandra	Tamm, Dorothee

Name	Lehrgebiet	Name	Lehrgebiet
Prof. Dr. Wilfried Alt	Steuerrecht, Wirtschaftsprivatrecht	Prof. Dr. Herbert Paul	Unternehmensführung, Internationales Management
Prof. Dr. Hans Paul Becker	Betriebswirtschaft, Rechnungswesen, Bank- und Finanzdienstleistungen	Prof. Dr. Arno Peppmeier	Rechnungswesen, Bank- und Finanzdienstleistungen
Prof. Dr. Thomas Becker	Wirtschaftsinformatik	Prof. Dr. Christian H. Petri	Wirtschaftsinformatik, Information Management, Logistik
Prof. Dr. Volker Beeck	Rechnungswesen, Steuerrecht, Wirtschaftsprüfung	Prof. Dr. Gunther Piller	Wirtschaftsinformatik
Prof. Dr. Andrea Beyer	Medienökonomie, Betriebswirtschaft	Prof. Dr. Daniel Porath	Quantitative Methoden in der Betriebswirtschaftslehre
Prof. Dr. Udo Bühler	Recht, Wirtschaftsrecht	Prof. Dr. Susanne Rank	Betriebswirtschaft, Personalmanagement, Change Management
Prof. Dr. Johannes Burkard	Wirtschaftsrecht	Prof. Dr. Britta Rathje	Rechnungswesen, Controlling, Planspiele
Prof. Dr. Nicole Conrad	Recht, Wirtschaftsrecht	Prof. Dr. Jens Reinhardt	Wirtschaftsinformatik
Prof. Dr. Matthias Eickhoff	Betriebswirtschaft, Marketing, Innovationsmanagement	Prof. Dr. Hans-Christoph Reiss	Management in sozialen Einrichtungen
Prof. Dr. Sven Fischbach	Unternehmerisches Handeln, Finanz-, Rechnungswesen, Controlling	Prof. Dr. Lothar Rolke	Betriebswirtschaft, Unternehmenskommunikation
Prof. Dr. Axel Freudenberger	Volkswirtschaftslehre	Prof. Hans-Joachim Ruff	Betriebswirtschaft, Unternehmensführung, Krankenhauswesen, Ökonomie im Gesundheitswesen
Prof. Dr. Peter F. Heil	Betriebswirtschaft, Unternehmensführung, International Management	Prof. Dr. Martin Schlussas	Recht
Prof. Dr. Holger Heinbuch	Recht	Prof. Dr. Randolph Schrank	Unternehmensführung
Prof. Dr. Werner Hillebrand	Rechnungslegung, Wirtschaftsprüfung	Prof. Dr. Ulrich Schüle	Volkswirtschaftslehre, Wirtschafts- und Sozialgeschichte, International Business
Prof. Dr. Hans-Dieter Hippmann	Statistik, Mathematik, Volkswirtschaft	Prof. Dr. Erhard Schwedler	Betriebswirtschaft, Marketing, Unternehmensführung
Prof. Dr. Heinrich Holland	Statistik, Wirtschaftsmathematik, Marketing	Prof. Dr. Hannes Spengler	Quantitative Methoden, Volkswirtschaftslehre
Prof. Dr. Bardo Kämmerer	Steuerlehre, Steuerrecht	Prof. Dr. Agnes Sputek	Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftspolitik
Prof. Dr. Hanno Kämpf	Internationales Handelsrecht, nationales und rechtsvergleichendes Gesellschaftsrecht und Vertragsgestaltung	Prof. Dr. Stephanie Swartz-Janat Makan	Englische Sprache, US-amerikanische Kultur
Prof. Dr. Oliver Kaul	Betriebswirtschaft, International Management	Prof. Dr. Martin Weber	Recht, Wirtschaftsverwaltungsrecht
Prof. Dr. Wolfgang Kober	Recht	Prof. Dr. Bernd-Dieter Wieth	Controlling, Management
Prof. Dr. Kurt Koeder	Betriebswirtschaft, Rechnungswesen, Personalentwicklung	Prof. Dr. Karl H. Wöbbeking	Rechnungswesen, Controlling, Umweltwirtschaft
Prof. Dr. Ulrich Kroppenberg	Sozialkompetenz, Personalmanagement, Organisation, Wirtschaftsinformatik	Prof. Dr. Ing. Volrad Wollny	Betriebswirtschaft, Stoffstrommanagement, Logistik
Prof. Dr. Margareta Kulesa	Volkswirtschaftslehre, Internationale Wirtschaftsbeziehungen	Prof. Dr. Frank Zeidler	Recht, Internationales Wirtschaftsrecht
Prof. Dr. Claudia Kurz	Volkswirtschaftslehre, Mathematik, Statistik		
Prof. Dr. Anett Mehler-Bicher	Wirtschaftsinformatik		
Prof. Dr. Jörg Mehlhorn	Betriebswirtschaft, Marketing		
Prof. Dr. Martin Meißner	Recht, Wirtschaftsrecht		
Prof. Dr. Ulrich Mis	Betriebswirtschaft, Rechnungswesen, Krankenhausmanagement, Ökonomie im Gesundheitswesen		
Prof. Dr. Stephan Moll	Wirtschaftsprivatrecht, Arbeitsrecht		
Prof. Dr. Werner Müller	Controlling, externes und internes Rechnungswesen, Steuern		
Prof. Dr. Rüdiger Nagel	Personalwesen, Arbeitsrecht		
Prof. Dr. Markus Nauroth	Wirtschaftsinformatik		

Folgende Kolleginnen und Kollegen sind trotz ihres Ausscheidens noch an der Fachhochschule aktiv:

Prof. Dr. Ute Diehl
Prof. Dr. Dietrich Goldenbaum
Prof. Monika Winkler



WIRTSCHAFT
FH MAINZ
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES

FACHHOCHSCHULE MAINZ
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

FACHBEREICH WIRTSCHAFT
SCHOOL OF BUSINESS

Lucy-Hillebrand-Straße 2
55128 Mainz

T. 06131.628-0
www.fh-mainz.de