

Fachbereich Wirtschaft an der Fachhochschule Augsburg



UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES AUGSBURG · SCHOOL OF BUSINESS

www.fh-augsburg.de/betriebswirtschaft



Grüßwort des Dekans

weltweiten Vernetzung der Wirtschaft und von der Notwendigkeit eines international orientierten Managements.

Neben den erforderlichen Fach- und Managementkompetenzen sollen ausgeprägte Sozial- und Vernetzungskompetenzen vermittelt werden. Dies geschieht in enger Kooperation mit Kammern und Verbänden sowie mit Wirtschaftsunternehmen und Verwaltungen.

Nun sind Mission und Vision für die langfristige Positionierung von größter Bedeutung. Kurzfristig werde ich aber von Studentenvertretung und Studierenden immer wieder um eine Stellungnahme zu den beabsichtigten **Studiengebühren** gebeten. Die Mittel- und Stellenzuweisungen des Freistaates Bayern an die Hochschulen wurden in den letzten Jahren immer mehr gekürzt, und ein geplantes „Innovationsbündnis“ orientiert sich an den sehr niedrigen Budgetzahlen des Jahres 2004. Dies führt ceteris paribus entweder zwangsläufig zu Qualitätsverlust in der Ausbildung oder – will man die Qualität erhalten oder gar verbessern – zu zusätzlichem Finanzierungsbedarf in den Hochschulen.

Der Fachbereich Wirtschaft ist immer bestrebt, seinen Studierenden die bestmögliche Ausbildung angedeihen zu lassen. Schließlich hat die FHA in BWL die besten Studienanfänger Bayerns! Die Grenznote für die Zulassung zum 1. Semester war für Abitur 2,6 und für FOS 2,7. Selbst die FH München hat „nur“ die Grenznoten 2,7 und 2,9.

Wenn sich die Bundesrepublik Deutschland und der Freistaat Bayern sukzessive aus der Hochschulfinanzierung verabschieden, müssen als Ersatz andere Finanzierungsquellen erschlossen werden. Die Verantwortung für diese politische Entscheidung können die Hochschulen nicht übernehmen. Sie fordern aber im Falle einer Mitfinanzierung durch die Studierenden, dass diese Mittel auch den Hochschulen zugute kommen und ausschließlich für Ausbildungszwecke verwendet werden.

Mit besten Grüßen,

Ihr Prof. Dr. A. Eschermann
Dekan School of Business

Liebe Studierende, liebe Freunde und Partner unseres Fachbereichs Wirtschaft,

entweder versteht ein Wirtschaftsdekan nichts von Politik oder ein Politiker versteht nichts von Wirtschaft. Einerseits fordert die Politik mehr Wettbewerb unter den Hochschulen, andererseits verlangt sie von den Hochschulen, sich untereinander abzustimmen und Cluster zu bilden.

Verlangen Sie einmal von Coca Cola, das Unternehmen solle sich mit Pepsi-Cola abstimmen und Cluster bilden.

Qualität entsteht durch Wettbewerb, und der Markt hat immer recht, nicht die Politik!

So versucht der Fachbereich Wirtschaft den Spagat, sich einerseits strategisch zu positionieren, und andererseits den Cluster-Anforderungen der Politik Rechnung zu tragen: *Die „FHA School of Business“ wird das Hochschulzentrum für anwendungsgerechte und zukunftsorientierte Managementausbildung in Augsburg/Schwaben.*

Dies ist die Vision, mit der der Fachbereich in die Zukunft geht. Managementausbildung auf wissenschaftlicher Grundlage soll im Vordergrund stehen, nicht primär wissenschaftliche Theoriebildung.

Der Fachbereich gibt sich folgende **Mission**: *Unser Auftrag ist es, Hochschulabsolventen und Manager aus- und weiterzubilden, damit sie sich auf der Grundlage fundierten theoretischen Fachwissens mit hohem Anwendungsbezug durch ihre deutliche Zukunftsorientierung auszeichnen.*

So verfügen unsere Absolventen über eine internationale Kompetenz, d.h. sie verstehen die Abhängigkeit unternehmerischen Erfolgs von der

Facts & News FB Wirtschaft

IST-Anzahl der Studierenden WS 04/05	931
Studiengang BWL	868
Studiengang Intern. Management	63*
(*Start im Wintersemester 2004/05)	

Planzahl Studierende (Basis für Haushalt) 450

Studenten-Prognose 2011 + 20 %
Wendepunkt Studentenzahlen ab 2020
(lt. Kultusministerkonferenz 2004)

Diplom-Abschlüsse/Absolventen WS 04/05	49
Neueinsteiger Sommersemester 2005	18

Alle Studenten an der FH Augsburg	4.000
Alle Erstsemester FH Augsburg	832

Bewerbungsfrist Studienbeginn WS 2005/06
BWL / International Management
2. Mai bis 15. Juni 2005

Zuteilung Studienplätze für WS 05/06 nach NC
ca. 120 BW, ca. 70 International Management
Mitte August 2005

Studierende in den einzelnen Semestern*

2. Semester Betriebswirtschaft	126
International Management	63
3. Semester	160 + 23
4. Semester	13
5. Semester	114
6. Semester	61
7. Semester	90
8. Semester	271
Beurlaubungen	10
(* Zahlen auf Basis des WS 2004/05)	

Studierende im Praxissemester Sommer 2005

Praktikum 1 = W 4	ca. 13
Praktikum 2 = W 6	ca. 64

Ausländische Studierende

Fachhochschule Augsburg insgesamt	207
davon im Fachbereich Wirtschaft	92

Teilnehmerzahlen Studien-Schwerpunkte SS 2005 (Wahlergebnis)

Intern. Rechnungswesen und Controlling	16
Marketing Management International	14
Internationale Personalwirtschaft	10+5*
Unternehmensbesteuerung	10+11*
Finanz-, Bank- und Investitionswirtschaft	9+23*
(* Modular = Studenten frühere Wahl)	

Amtsübergabe im Präsidium der FH-Augsburg

Zu Beginn des Wintersemesters 2004/2005 übergab der langgediente und beliebte Prof. Hans-Jürgen Körner, sein Präsidentenamt an den neu gewählten Prof. Dr. Hans Eberhard Schurk.

Die Amtsübergabe fand in feierlichem Rahmen mit zahlreichen Gästen im MAN-Museum statt. Geistreiche und humorvolle Reden und zuletzt eine Bauchtanz-Einlage des scheidenden und neuen Präsidenten demonstrierten den neuen Geist der Hochschule: „Eine Hochschule mit menschlichem Gesicht!“ ■

Quelle: Prof. Dr. A. Eschermann



Past President Prof. Körner und neuer Präsident Prof. Dr. Schurk

Der neue internationale „Jura Prof“ an der School of Business, Augsburg

Wir freuen uns, dass die Anfang 2004 ausgeschriebene Stelle eines Professors für die juristischen Spezialgebiete Wirtschaftsprivatrecht, Arbeitsrecht und Internationales Privatrecht (Nachfolge Prof. Kerschner) durch die Neuberufung von Herrn Dr. jur. Micha Bloching zum 1. Dezember 2004 neu besetzt werden konnte.

Prof. Dr. Bloching war zuvor in München in verschiedenen Kanzleien und zuletzt in einer internationalen Großkanzlei, als Rechtsanwalt und Steuerberater tätig. ■



Prof. Dr. jur. Micha Bloching

WLAN auf dem Campus der School of Business

Ab Sommersemester 2005 können alle Studierenden mit ihrem Laptop via Funkadapter an bestimmten Plätzen des Hochschulgeländes ins Internet der FH einsteigen. Das einzige was Studenten benötigen ist ein Hochschul-Account und ein handelsüblicher Funknetzadapter für den Laptop ab ca. 30,- Euro.

Die Hochschule verfügt über das schnellste Netz, das es zur Zeit auf dem Markt gibt mit 54,4 MB pro Sekunde. Für den Anfang werden folgende WLAN-Zonen eingerichtet: Leseraum und Bibliothek, Foyer und die Grünfläche vor dem Haupteingangstrepportal (bei schönem Wetter oder außerhalb der Öffnungszeiten der Hochschule). Damit werden unsere Studierenden der Augsburg School of Business noch kommunikativer und mobiler. ■

Quelle: Horst Klemm



Per WLAN auf dem Campus ins Internet

Neues Ausbildungsangebot

Duale Ausbildung im Fachbereich Wirtschaft

Die politische Botschaft ist klar und deutlich. Auf absehbare Zeit soll es nach Beschluss des Ministerrats in Bayern keine Berufsakademien geben; statt dessen wird der weitere Ausbau dualer Ausbildungskonzepte gefördert. Mit diesem Beschluss folgt der Ministerrat der an der FHA bereits in den Fachbereichen Maschinenbau und Elektrotechnik praktizierten Realität. Auch der Fachbereich Wirtschaft steht mit der IHK für Augsburg und Schwaben in Verhandlung über ein derartiges duales Ausbildungskonzept. Dabei werden kaufmännische Berufsausbildung und Studium so ineinander verzahnt, dass die Studierenden nach ca. viereinhalb Jahren neben dem Kaufmannsgehilfenbrief zugleich auch ihr FH-Diplom erworben haben.

Es ist beabsichtigt, mit diesem Programm bereits im WS 2005/06 zu starten. ■

Quelle: Prof. Dr. A. Eschermann

Weiterbildung

Cluster-Strategien: Fallbeispiel des Schwerpunkts „Logistik“ am Fachbereich

Anfang Dezember 2004 wurden im Rahmen eines Internationalen Symposiums in Tokio neue Entwicklungen der Kfz-Zulieferindustrie in Japan und der EU vorgestellt. Zu diesem Symposium war Prof. Dr. Heinz-Jürgen Klepzig, Dozent am Fachbereich Wirtschaft als Referent eingeladen, um über Stand und Tendenzen der Cluster-Bildung in Westeuropa zu berichten. Als „Cluster“ bezeichnet man die Kooperation von meist mittelständischen Unternehmen, die in einer untereinander abgestimmten Initiative das Ziel hat, branchenspezifische Kompetenzen einer Region auszubauen.

Cluster-Bildung erscheint sowohl in der EU als auch in Japan eine besonders interessante Möglichkeit für mittelständische Unternehmen zu sein, da so trotz hoher Standortkosten die Wettbewerbsfähigkeit erhalten bleiben kann. Für das Sommersemester 2005 ist beim Fachbereich Wirtschaft der Fachhochschule Augsburg eine Weiterbildungsveranstaltung über mittelständische Cluster geplant. ■

Quelle: Prof. Dr. Heinz-Jürgen Klepzig

Kontakt: bwl-seminare@fh-augsburg.de

Tel. 0821/598-2907, Fax 0821/598-2902

(siehe auch letzte Seite)

Übergang zur neuen Studienordnung mit den zwei Studiengängen „Betriebswirtschaft“ und „International Management“

Studiensemester	WS04/05	SS05	WS05/06	SS06	WS06/07	SS07	WS07/08	SS08
1	neu		neu		neu		neu	
2		neu		neu		neu		neu
3	alt		neu		neu		neu	
Praxis1	alt	alt		neu		neu		neu
5	alt	alt	alt		neu		neu	
6 neu				neu		neu		neu
Praxis2	alt	alt	alt	alt	neu	neu	neu	neu
7alt	alt	alt	alt	alt	alt	alt1)		
8	alt	alt	alt	alt	alt	alt/neu2)	neu3)	neu

- 1) nur für Studierende, die im WS 06/07 einen modularen Schwerpunkt mit dem 8. Semester begonnen haben
- 2) "neu" nur für die Studenten relevant, denen beide Praxissemester erlassen werden
- 3) nur für Studenten relevant, denen das erste Praxissemester erlassen wird

	Lehrangebot neue Studien- und Prüfungsordnungen: 5. und 6. Studiensemester modular
	Lehrangebot alte Studien und Prüfungsordnung
	Keine Lehrveranstaltungen in diesem Semester

Erläuterungen zum Studienplan

Seit dem WS 2004/05 hat der Fachbereich Wirtschaft das Studium neu geordnet. Der bisherige Studiengang „Betriebswirtschaft“ mit den Vertiefungsrichtungen Betriebswirtschaft und internationales Management wurde von den beiden neuen Studiengängen „Betriebswirtschaft/neu“ und „Internationales Management“ abgelöst. Für alle Studierenden, die im WS 2003/04 oder davor ihr Studium begonnen haben, gilt noch die alte Studien- und Prüfungsordnung. Wer im WS 2004/05 das Studium begonnen hat, studiert dagegen bereits in einem der beiden neuen Studiengänge.

Diese Änderung hat auch Auswirkung auf den Studienplan, der das Lehrangebot des Fachbereichs Wirtschaft wiedergibt. Die Lehrveranstaltungen des bisherigen Studiengangs Betriebswirtschaft werden all-

mählich auslaufen, diejenigen der beiden neuen Studiengänge sukzessive angeboten. Wie aus der Tabelle ersichtlich, bedeutet dies, dass für die beiden neuen Studiengänge beispielsweise im Sommersemester 2005 nur die Lehrveranstaltungen des 2. Studiensemesters angeboten werden. Für den bisherigen Studiengang Betriebswirtschaft werden nur noch Lehrveranstaltungen für die Studiensemester 4-8 angeboten. Es empfiehlt sich deshalb für alle Studierenden im „alten“ Studiengang Betriebswirtschaft, die Lehrveranstaltungen konsequent nach dem Regelstudienplan zu besuchen und die Prüfungen unverzüglich abzulegen. Andernfalls entstände das Problem, dass zwar noch Prüfungen im „alten“ Studiengang Betriebswirtschaft abgelegt werden müssen, aber keine dazu passenden Lehrveranstaltungen mehr im Angebot sind. ■

Quelle Prof. Dr. Frantzke, 2. März 2005

FB Wirtschaft immer attraktiver für ausländische Studierende

Die Anzahl der Studierenden aus unseren europäischen Partnerhochschulen, die ein bzw. zwei Semester an unserem Fachbereich verbringen wollen, nimmt kontinuierlich zu. So haben sich für das Sommersemester 2005 etwa doppelt so viele Studenten wie im Vorjahr entschieden, im Rahmen des Erasmusprogramms an unseren Fachbereich zu kommen. Damit nimmt der FB BW momentan ca. 50 Prozent aller Auslandsstudenten der FH Augsburg auf. Dabei fällt auf, dass immer mehr junge Leute aus osteuropäischen Ländern (z.B. Polen, Ukraine, Russland) sich für unsere Hochschule interessieren. Ein Grund für die Attraktivität unseres Lehrangebots liegt in der zunehmenden Zahl von Modulen, die in englischer Sprache angeboten werden. ■

Quelle: Prof. Dr. Peter Wimmer



Internationale Studierende an der Fachhochschule

Studenten aus Modena besuchen den Fachbereich

Am Samstag, den 9.10. 2004 war der Fachbereich Wirtschaft im Rahmen einer langjährigen Partnerschaft mit der Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia (School of Business) Gastgeber für 20 Studierende und 3 Professoren aus Modena. Die Studenten eines Eliteprogramms, wurden von Prof. Dr. W. Schönfelder, Dott.ssa. L. Marini und der Studentenvertretung bestens betreut. Zum Programm zählte eine Vorlesung von Prof. Dr. A. Frantzke, Thema „Wirtschaftlichen Auswirkungen der Osterweiterung auf Deutschland.“ Danach entdeckten die Studierenden bei einer Stadtführung das 2000jährige Augsburg und wurden in die kulinarischen Feinheiten der Augsburger Küche eingeweiht. Die Begegnung wurde auch zu intensiven Gesprächen und zur Kontaktpflege mit Augsburger Studenten genutzt, während die Professoren bereits die Möglichkeiten für ein Doppeldiplom mit Modena diskutierten. Ein Gegenbesuch Augsburger Studenten in Modena ist für Mai 2005 geplant. ■

Quelle: Prof. Dr. W. Schönfelder



20 Studierende aus Modena / Italien am Merkur-Brunnen, von rechts Prof. Dr. W. Schönfelder und Dott.ssa L. Marini.

Gastvorträge im WS 2004/2005

Unternehmensphilosophie und Unternehmenspolitik bei Enterprise Rent-A-Car

Auf Einladung von Prof. Dr. Eschermann hielt Frau Alexandra Nickel am 23.12.2004 einen Gastvortrag über die Unternehmensphilosophie und die Unternehmenspolitik von Enterprise Rent-A-Car sowie zu den Expansionsplänen für den deutschen Markt.

Enterprise Rent-A-Car GmbH ist ein internationales Unternehmen mit jährlich über 7,1 Milliarden Euro Umsatz, über 5.500 Niederlassungen und mehr als 53.000 Mitarbeitern weltweit. Enterprise ist Marktführer in Nordamerika und seit 1993 international tätig. Derzeit gibt es Niederlassungen in den USA, Kanada, Großbritannien, Irland und in Deutschland. Aufgrund des extremen Wachstums und des großen Erfolgs in Deutschland hat Enterprise im Jahre 1997 die ersten Filialen in den zwei Großräumen westlich von Düsseldorf und südlich von München eröffnet.



Gastreferentin Frau Dipl. Sportökonomin Alexandra Nickel

Da Frau Nickel Recruiting Coordinator des Unternehmens ist, ergab sich noch eine ausführliche Diskussion über Bewerbungstechnik und den Umgang mit Bewerbungen in Unternehmen.

Auch über die Wertigkeit der einzelnen Abschlüsse (Universitätsdiplom, FH-Diplom, Bachelor-, Masterabschluss) wurde eingehend diskutiert und die Teilnehmer nahmen hilfreiche Interna aus der Personalarbeit mit. Ergebnis der Diskussion war, dass bei Enterprise Rent-A-Car mehr die Persönlichkeit der Bewerber im Vordergrund steht, als der formale Abschluss.

P.S.: Stellenangebot von Enterprise im Aushang des Fachbereichs. ■

Quelle: Prof. Dr. A. Eschermann

Hypo Vereinsbank Augsburg: Risikoabsicherung im Außenhandel

Christian Rumpf, bei der HVB für „Global Foreign Trade der südbayerischen Unternehmen“ zuständig, erläuterte den Studierenden im Finanzschwerpunkt (7. und 8. Semester) die bei Export-/Importgeschäften entstehenden Risiken und zeigte an Beispielen sehr anschaulich, wie Unternehmen in Zusammenarbeit mit der Bank geeignete Absicherungskonzepte entwickeln können. ■ Quelle: Prof. Dr. W. Wirth



Christian Rumpf beim Gastvortrag

Kommunikation und Motivation

Fr. Dr. Ulrike Dambmann, Inhaberin der MCC München (=Management Coaching & Consulting) hielt mit Studenten des Schwerpunktes einen dreitägigen Workshop zum Thema „Kommunikation und Motivation, zwei Schlüsselfaktoren für den Erfolg – Neueste Erkenntnisse der Gehirnforschung und ihre Anwendung in der BWL“. ■ Quelle: Prof. Dr. J. Lachhammer

Die Umstellung der Rechnungslegung auf IFRS

Dr. A. Reinhart, Augsburg, der bekannte Wirtschaftsprüfer / Steuerberater sowie Fachautor/Seminardozent für internationale Rechnungslegung referierte am 17.11.2004 sehr eindrucksvoll über die Möglichkeiten der neuen internationalen Standards auch für mittelständische Unternehmen. ■



Gastreferent Dr. A. Reinhart und Prof. Dr. Grimm-Curtius

Genossenschaftsverband Bayern

Erfolgreiche Umsetzung eines Projekts mit der FH Augsburg

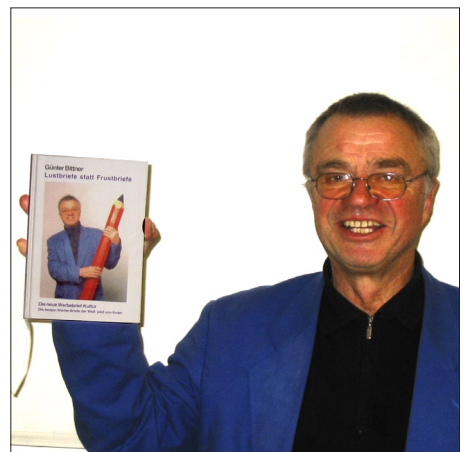


Gastvortrag Ralf Winter (Genossenschaftsverband Bayern)

Herr Ralf Winter (Abteilungsleiter Marketing und Öffentlichkeitsarbeit) berichtet in einem spannenden Vortrag, wie das im SS 2001 mit dem Team-Marketing unter Leitung von Prof. Kellner durchgeführte Gemeinschaftsprojekt „Neupositionierung der Kundenberatung im Finanzdienstleistungsbereich der Bayerischen Volks- und Raiffeisenbanken“ in ganz Bayern umgesetzt wurde. Der vorgeschlagene Richtungswechsel vom Produktverkauf zur persönlichen langfristigen Vermögensberatung hat zur Einleitung eines Kulturwechsels bei 15.000 Mitarbeitern geführt. ■ Quelle: Prof. Dr. K. Kellner

Lustbriefe statt Frustbriefe

Der Buchautor Günter Bittner hat ein lebendiges und außergewöhnliches Seminar mit dem 7. Studiensemester Marketing Management International abgehalten. Anhand seines neuen gleichnamigen Buches erarbeiteten die Studenten unter seiner Leitung wie man Briefe so verfasst, dass sie Wirkung zeigen und nicht im Papierkorb landen. ■ Quelle: Prof. Dr. K. Kellner



Gastvortrag Günter Bittner

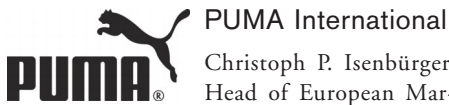
„Der Vertriebsleiter“

Auf Einladung von Prof. Kellner hat Tim Fuldner, Vertriebsleiter Deutschland bei der WICONA Hydro Building Systems GmbH einen begeisternden Vortrag darüber gehalten, welche Verantwortungen und Aufgaben der Vertrieb für Wachstum und Existenz eines Unternehmens hat. Herr Fuldner ist erfolgreicher Absolvent des Studienschwerpunkts Marketing-Management-International. ■

Quelle: Prof. Dr. K. Kellner



Tim Fuldner und Prof. Kellner



PUMA International

Christoph P. Isenbürger,
Head of European Marketing und Paul Paska,

Deputy Head of European Marketing zeigten am 8. Dezember 2004 in ihrer englischsprachigen Präsentation vor vollem Hörsaal, wie man mit cleverem Marketing und vergleichsweise geringem Budget zur Spitze kommt. PUMA arbeitet mit systematischem Color Brand Concept, mit Country Concept und mit Six Distribution Channels. Wer so berühmt ist wie PUMA kann sogar mit weniger Kosten für Werbung wegkommen, weil es sich um eine beliebte Trendmarke handelt mit der sich andere schmücken wollen. Beim PUMA-Marketing zeichnen sich bereits die Strategien für die Fußball WM 2006 ab. ■

Quelle: Prof. Riegl

Kontakt: www.puma.com - <http://about.puma.com>



V.l.: Prof. Riegl, Christoph P. Isenbürger, Paul Paska, PUMA

KUKA Roboter GmbH

Neue Wege im B2B-Marketing am Beispiel Product Placement von KUKA Robotern



Mit Robotern wurde KUKA zu einem der erfolgreichsten Unternehmen der Region und zur Nr. 3 im Weltmarkt. Dipl.-Ing. Michael Otto (MBA), Koordinator Marketing/Product Strategy bei KUKA Roboter widerlegte mit seinem Vortrag, das Vorurteil: Industrie-Marketing sei nur rational und ingenieurmäßig. Der Auftritt von KUKA-Robotern im James Bond Film wurde zur globalen Marktkommunikation und der innovative Einsatz von Robotern in Freizeitparks (LEGO-Land) entwickelt sich zum neuen Geschäftsfeld. KUKA Roboter gelingt es durch diese Kampagnen in genialer Weise High Tech und High Touch als überlegene Wettbewerbsstrategie zu kombinieren. Vorbilder sind Kultmarken wie „Meine Hilti“ oder Harley Davidson Motorräder. Mit 1000 Beschäftigten in Augsburg und Umgebung ist KUKA ein spitzen-interessanter Partner für die Fachhochschule Augsburg und unsere Absolventen. ■

Quelle: Prof. Riegl

Kontakt: www.kuka-roboter.de



Reges Interesse an Gastvorträgen

Fresenius Medical Care

König Kunde oder Kaiser im Land der unbegrenzten Services. Global Health Care Marketing am Beispiel FMC Japan



Der seit 5 Jahren in Japan berufstätige Topmanager Jürgen Hahn, Director Marketing & Clinical, Member of the Board of Director Fresenius Medical Care Japan K.K. Tokyo zeigte in seinem Vortrag zum zweiten mal auf, was wir in Deutschland noch vom Service Japans lernen können. Z. B. werden Lokführer bereits zur Nachschulung beordert, wenn ihr Zug 2 Minuten Verspätung hat. Japaner kaufen alle 6 Monate ein neues Handy und sind technisch etwa 3 Jahre Deutschland voraus. Japan hat den größten Dialysemarkt der Welt mit 4 % Wachstum pro

Jahr. Unter derartigen Rahmenbedingungen entwickelt sich mit exzellentem Marketing das Business von Fresenius seit Jahren in vorbildlicher Art auf dem japanischen und asiatischen Klinikmarkt. ■

Quelle: Prof. Riegl

Kontakt: www.fmc-ag.com



Gastvortrag Jürgen Hahn, Fresenius Japan

Deutsche Presseagentur



In einem exklusiven Presseworkshop für den Schwerpunkt

Marketing Management International zeigte der Leiter des dpa Regionalbüros Schwaben, Herr Nikolaus Dominik am 16. Dezember 2004 den Studierenden wie Nachrichten in zündende Schlagzeilen verwandelt werden. Bei der Presse heißt es „Time is Money“. So gibt es für künftige Blitzmeldungen über Prominente und für den dann beginnenden Wettlauf der Medien bereits „Leichenspeicher“ zu allen Fakten. Die Seminar-Teilnehmer konnten selbst einen Lead-Satz auf der Basis einer Originalpressemittteilung der Polizei entwerfen und zur Diskussion stellen. Diese von Herrn Dominik gut vorbereitete und durchgeführte Seminarveranstaltung verdient nach Ansicht der Studierenden das Prädikat „wertvoll“, denn hier trafen sich die beiden Welten des Marketing und der Journalisten, so wie im späteren Berufsleben. Für unsere Ausbildung im Bereich Unternehmenskommunikation und Öffentlichkeitsarbeit ist geplant, derartige Presse-Workshops zu wiederholen. ■

Quelle: Prof. Riegl, Kontakt: www.dpa.com



Nikolaus Dominik, dpa, im Presseworkshop

Exkursionen

Zahnradfabrik Friedrichshafen


Im Wintersemester 2004/05 besuchte der Studienschwerpunkt Wirtschaftsinformatik und Logistik die Zahnradfabrik Friedrichshafen am Bodensee.

Das Rechenzentrum mit seinem Rechner- und Sicherheitskonzept stand im Vordergrund des Interesses. Zugangskontrolle, Parallelrechenzentren und Programm- und Datenspiegelung, Firewall-Konzepte etc. demonstrieren das professionelle Management dieses Großrechenzentrums.

In der Teilefertigung konnten flexible Fertigungszellen besichtigt werden. Den Abschluß der Exkursion bildete ein gemeinsames Essen im Ristorante Di Mecco in Markdorf. ■

Quelle: Prof. Dr. A. Eschermann

Flughafen München

 Der Logistik- und Controlling Schwerpunkt führten auf Einladung von Herrn Hemmerstädt, Leiter der Hauptabteilung Verkehr, wieder gemeinsam Betriebsbesichtigungen mit Fachvorträgen durch.

Auf großes Interesse stieß dabei vor allem die Veranstaltung beim Flughafen München bei der – neben einer Flughafenführung – Referate von FMG-Mitarbeitern zu den Themen: Strategie, Controlling und Logistik gehalten wurden. ■

Quelle: Prof. Dr. J. Lachhammer



Student Volker Neugebauer bei der ALSG Präsentation

Praxisprojekte Schwerpunkte

Pfaff Silberblau

Kundenzufriedenheitsmessung nach allen Regeln der Kunst



Auf Grund guter Erfahrungen vor drei Jahren bei einem Praxisprojekt mit dem Marketingsschwerpunkt wünschte sich das Management von Pfaff silberblau unter der Leitung von Herrn Rainer Gramann und Herrn Markus Schmied eine erneute Zusammenarbeit mit der Fachhochschule, diesmal bei der Analyse von Kundenzufriedenheiten in drei Geschäftsbereichen.

Im Wahlfach Marketing-Forschung bei Prof. Dr. Riegl und mit Unterstützung durch das Fach DV-Mafo bei Prof. Korb stellte ein Team von 9 Studierenden innerhalb eines Semesters eine beachtenswerte und unternehmenshilfreiche Marktforschungs-Studie einschließlich Präsentation auf die Beine.

Eine Teilnahme an diesem lehrreichen Methoden-Seminar ist für alle Interessenten an empirischen Diplomarbeiten sowie für alle künftigen Marketing-Experten/-Expertinnen ein „Muss“. ■

Quelle: Prof. Dr. G. Riegl

Netzwerkorganisation und Schnittstellen-Management als Fallstudie

Ein Projekt mit ALSG und Arvin Meritor

Zum 01.01.2004 wurden 100% der Anteil bei ZEUNA STÄRKER GmbH & Co. KG an Arvin Meritor verkauft. Im Rahmen dieses Verkaufs fanden diverse Umstrukturierungsmaßnahmen statt, unter anderem das Outsourcing der Logistik auf die Augsburger Logistik und Spedition Gesellschaft mbH (ALSG). Mit dieser organisatorischen Ausgliederung ging auch eine räumliche Ausgliederung in die Otto-Hahn-Strasse (Gersthofen) einher. Die gewohnten Prozesse wurden weitgehend beibehalten.

Auf Initiative von Herrn Dipl.-Wirtschaftsingenieur (FH) Dieter Halbfas wurde das Projekt „Schnittstellenmanagement bei ALSG“ angeregt. Studierende des Studienschwerpunktes Wirtschaftsinformatik und Logistik setzten sich in drei Projektgruppen mit dem Ist-Zustand auseinander, erfassten die faktischen Informations- und Materialflüsse, analysierten die SAP-Datenbestände und untersuchten Lösungsansätze bezüglich Scannen und Datenfunk.

Aus den Erhebungen und Betriebsanalysen wurde ein integriertes Soll-Konzept entwickelt, das anlässlich einer Schlusspräsentation von Führungskräften von ALSG und Arvin Meritor äußerst positiv aufgenommen wurde. ■

Quelle: Prof. Dr. A. Eschermann

Int. Rechnungswesen/Controlling

Beim Diakonischen Werk Hohenbrunn wurde für eine Tagungsstätte die neue strategische Ausrichtung erarbeitet. Ansprechpartner waren Martin Neukamm und Vorstand Pfarrer Ruf. Für die Lechwerke (LEW-Augsburg) führte eine zweite Projektgruppe erfolgreich die Software-Auswahl für ein Standard-Risikomanagement auf der Basis des von der Gruppe erstellten Pflichtenheftes, durch. ■

Quelle: Prof. Dr. J. Lachhammer

Neue Marketing-Ideen für Flugzeugbauer

Studenten (W7 aus dem Schwerpunkt Marketing Management International) analysieren das EADS-Werk



Die Lösung liegt nahe: Ein Technologieunternehmen könnte neben seinen Produkten doch auch sein Know-how vermarkten. Marketingstudenten von Prof. Klaus Kellner an der Fachhochschule boten kürzlich dem Flugzeughersteller EADS in Augsburg diese Idee. Sie begeisterten den Vorstand dermaßen, dass ihr Konzept in den jährlichen Strategie-Workshop einfließt.

„Wir denken, dass uns die Ansätze, die Ihre Studenten entwickelt haben, einen Impuls gegeben haben, der es wert ist, weiterentwickelt zu werden“, schrieben die EADS-Manager in einem Dankesbrief an Prof. Kellner. Die Werkleitung sei begeistert gewesen „nicht nur von dem Auftritt des hochmotivierten Teams, sondern auch von dem Ergebnis der gut strukturierten Präsentation“. Die studentische Studie hat mithin die Bestnote erhalten.



Schwerpunkt Marketing Management Int. W7 WS 2004/05

Die 14 Marketingstudenten entwickelten sogar einen Slogan für das neue Standbein: „Your chance to innovate“...

Alle sieben Vorstandsmitglieder waren bei der Präsentation dabei, die lehrbuchmäßig Analyse, Profil und Konzeption umfasste. ... „Die Werksleitung war sehr angetan davon“, berichtet Firmensprecher Liemandt. Die studentische Studie sei so konkret formuliert, „dass man wirklich einsteigen kann“.

Auszug Augsburgener Allgemeine vom 01.02.05 (Alois Knoller), Quelle: Prof. Dr. K. Kellner

Best Practice for Global Product Launch of KUKA Robotic

Praxis-Projekt des 8. Semesters Marketing Management International

Im Wintersemester 2004/05 entwickelten die Studierenden des Abschlusssemesters im Marketingschwerpunkt unter Leitung von Prof. Dr. Riegl in Kooperation mit KUKA Roboter, Herrn Michael Otto, und Herrn Bay, einen Masterplan zur künftigen perfekten Vorbereitung und Realisation von Produkt Markteinführungen.

Die empirisch fundierten Ergebnisse dieser Unternehmensberatung in Deutsch und Englisch waren so bedeutsam, dass sie bereits auf der internationalen Jahrestagung im Januar 2005 dem KUKA-Entscheidungsgremium vorgestellt und verabschiedet wurden. Inzwischen ist eine KUKA-Task Force im Unternehmen dabei, anhand der Studenten-Ausarbeitungen das Konzept zur erfolgreichen Produktneueinführung von der ersten Idee bis zur Marktplatzierung zu implementieren.



Übergabe des Studienberichts mit CD-ROM an Michael Otto, KUKA (l.) durch Prof. Riegl (r.)

Die Marketing-Studentin Ruschi Stefanovska wird in ihrer Diplomarbeit bei KUKA direkt aufbauend auf dieses Projekt den weiteren Roll Out der Markteinführung optimieren.

Quelle: Prof. Dr. G. Riegl

Wissen ist Macht, Kundenzufriedenheitsmessungen helfen



Erneut kooperiert ein bedeutendes Industrie-Unternehmen der Region, die Firma SBS Electronics mit European Headquarters in Augsburg und Corporate Headquarters in Albuquerque, New Mexico/USA mit der Fachhochschule. Im Rahmen des Methoden-Seminars Marketing Forschung (Marketing Intelligence) wird im Sommersemester eine systematische Kunden-Zufriedenheitsmessung und eine darauf aufbauende Unternehmensberatung für den Business to Business Bereich durchgeführt. Projektinitiator in diesem NASDAQ-Unternehmen ist der Marketing Director Jürgen Eder.

Quelle: Prof. Dr. G. Riegl, Kontakt: www.sbs.com

Marketingprojekt mit Sandoz

SANDOZ Das zum Novartis-Konzern gehörende Generika-Unternehmen Sandoz München wird im SS 2005 mit dem Marketing Schwerpunkt W8 unter Leitung von Prof. Dr. Riegl ein zukunftsweisendes Forschungs- und Beratungsprojekt realisieren. Hierbei geht es um die neuesten Pharma-Marketing- und Kommunikations-Strategien in Deutschland in Hinblick auf das größte IT-Projekt Europas, die Einführung der elektronischen Gesundheitskarte ab 2006. Initiator und Projektkoordinator bei Sandoz ist der Marketing-Absolvent 2003 und inzwischen zum Leiter der Marktforschung avancierte Herr Marco Wolf.

Quelle: Prof. Dr. G. Riegl, Kontakt: www.sandoz.com

Pyramid im Sommersemester 2005 Eine der größten Firmenkontaktmessen Deutschlands

Auch dieses Jahr wird die seit 10 Jahren etablierte Firmenkontaktmesse Pyramid unter dem Markenversprechen „Wissen - Praxis - Erfolg“ am 11. Mai in den Räumen der FH in der Baumgartnerstraße stattfinden. Sie wird wieder ein interessantes Forum für Gespräche und Kontakte zwischen Firmenvertretern, Studenten und Professoren sein. Dabei geht es unter anderem um studiums begleitende Jobs, Praktika, Diplomarbeiten, Trainee-Angebote und Chancen für Absolventen als Berufseinsteiger. Das studentische Führungsteam besteht aus Florian Mayer, Moritz Thomas, Martina Wagner, Fabian Stocker, Stefanie Schotzko und wird von Prof. Dr. Kellner und Prof. Dr. Liebhart betreut.

Quelle: Prof. Dr. K. Kellner

Internationales Marketing in der Pfalz

Das 8. Semester des Schwerpunktes Marketing Management International führte unter Leitung von Prof. Kellner ein Wochenendseminar in Neustadt an der Weinstraße zum Thema „Internationales Marketing“ durch.



Marketingstudenten W8 mit Prof. Kellner (re.)

Neben dem theoretischen Blick, wie man als Unternehmen durch Marketing-Management, Zukunft in unserer globalen Welt finden kann, wurde in der attraktiven Weingegend eine gemeinsame tolle Freizeit verbracht.

Quelle: Prof. Dr. K. Kellner

Promotion für FHA-Absolvent in St. Gallen



Prof. Dr. Grimm-Curtius, Dr. Markus Kraus, Präsident Prof. Dr. Schurk (v. l.)

Herr Dr. Markus Kraus (Absolvent im Jahr 1998, Diplom über US-Rechnungslegung bei Prof. Grimm-Curtius) erhielt vom Präsident der FH eine Ehrung zu seiner erfolgreichen Promotion an der renommierten Universität St. Gallen. 1999 hatte Dr. Kraus bei unserer Partneruniversität UMKC Kansas City auch den MBA erworben.

Inzwischen ist Dr. Kraus Vorstandsassistent bei der Allianz in München.

Quelle: Prof. Dr. Grimm-Curtius



Liebe Partner und Freunde des Fachbereichs,

Um unserer anspruchsvollen Vision von der zukunftsorientierten *School of Business* näher zu kommen, unternehmen Fachbereich und Hochschulleitung intensive Anstrengungen.

Ein besonderes Highlight ist auch dieses Jahr wieder unsere Firmenkontaktmesse Pyramid, eine Kontaktbörse, auf der mehr als 80 Unternehmen Kontakt zur Hochschule und zu den Studierenden suchen und finden.

Weitere Kooperationsansätze mit der Praxis sind:

1. Zu unserem Studium gehören obligatorisch zwei Praxissemester und die Praktikanten der *School of Business* sind in den Betrieben sehr begehrt. So können Sie als Unternehmen vielleicht schon Ihre/Ihren zukünftige(n) MitarbeiterIn oder BewerberIn für praxisnahe Diplomarbeiten näher kennen lernen.
2. Vor allem in den Studienschwerpunkten (7. und 8. Semester) führen wir mit unseren Studierenden gerne praxisbezogene Projekte mit Unternehmen durch. Ihr Nutzen: Aufbereitung Ihrer Fragestellungen auf hohem wissenschaftlichen Niveau. Zahlreiche Dankschreiben und Referenzen zeugen von der Qualität dieser Projektarbeiten.
3. Mit Hilfe von praxisbezogenen Diplomarbeiten können Sie spezifische betriebswirtschaftliche Fragestellungen auf wissenschaftlichem Niveau aufbereiten lassen und damit wertvolle Entscheidungshilfen für Ihre Praxis gewinnen. Dabei lernen Sie möglicherweise schon Ihre(n) zukünftige(n) MitarbeiterIn kennen.
4. Die Professoren stehen auch für individuelle Beratung zur Verfügung. Sie können sich direkt an diese Experten wenden (siehe Internet), oder an den Dekan des Fachbereichs, Prof. Dr. A. Eschermann, FB Wirtschaft, Schillstrasse 100, 86169 Augsburg, Email: ae@rz.fh-augsburg.de
5. Hinweise auf das neue Weiterbildungskonzept unserer School of Business finden Sie nebenstehend. Gerne führen wir speziell für Sie firmeninterne praxisorientierte Weiterbildung auf Hochschulniveau durch.

Ihr Prof. Dr. Eschermann,
Dekan

Das Weiterbildungsprogramm des Fachbereichs Wirtschaft

Nach dem vielversprechenden Start im letzten Herbst baut der Fachbereich Wirtschaft sein Weiterbildungsangebot aus. Der Schwerpunkt liegt im laufenden Semester auf dem Angebot von firmeninternen Seminaren. So wird der verstärkten Nachfrage nach individuellen, auf die konkreten Bedürfnisse des Unternehmens ausgerichteten Angeboten Rechnung getragen.

Egal ob es um die Vermittlung von Management-Grundwissen für Nicht-Kaufleute geht oder um spezielle Fragestellungen wie Shareholder-Value oder Marketing-Controlling: wir entwickeln zusammen mit den Partnern im Unternehmen maßgeschneiderte Programme. Auch hier profitieren die Unternehmen von der Kombination aus aktuellem Fachwissen und hohem Praxisbezug, der die Referenten aus den Reihen der Professoren der FH auszeichnet.

Sollten Sie Interesse an einem individuellen Weiterbildungsangebot für Ihr Unternehmen haben, so steht Ihnen Herr Prof. Dr. Lebrez unter (0821) 598 29 02 oder unter lebrez@fh-augsburg.de gerne für weitere Informationen zur Verfügung.

Impressum

**4. Newsletter des Fachbereich Wirtschaft
Fachhochschule Augsburg**
University of Applied Sciences
School of Business
Schillstrasse 100
86169 Augsburg

© 2005 by FHA School Of Business
Erscheint zu Beginn des Semesters

Redaktion Arbeitskreis Öffentlichkeitsarbeit:
Prof. Eschermann (Dekan), Prof. Feucht
(Prodekan), Prof. Lachhammer, Prof. Herrler
(Studiendekan), Prof. Kellner und Prof. Riegl
Layout: M. Lohr
V.i.S.d.P.: Prof. Dr. Gerhard F. Riegl

Anregungen & Vorschläge an:
Fax 0821/56 71 44-15
E-Mail prof.riegl@rz.fh-augsburg.de