



Fakultät für Wirtschaft Faculty of Business

**Hochschule
Augsburg** University of
Applied Sciences

www.hs-augsburg.de/fakultaet/wirtschaft

**Liebe Studentinnen und Studenten,
liebe Freunde, Förderer und Partner
unserer Fakultät für Wirtschaft,**



Prof. Dr. Michael Feucht,
Dekan Fakultät für Wirtschaft

die „Feuertaufe“ ist überstanden: Wir haben das erste Semester im neuen Gebäude erfolgreich hinter uns gebracht! Nicht nur die Organisation der Lehrveranstaltungen, sondern auch der Prüfungsablauf – mit mehr Studentinnen und Studenten als je zuvor und einem hochschulweit neuen Anmeldemodus – haben Dank des Einsatzes aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, besonders aber unserer planenden Studiengangkoordinatorinnen Frau Höppler und Frau Tielemann, reibungslos geklappt. Dafür ein herzliches Dankeschön an alle Beteiligten!

In den Niederungen des Tagesgeschäftes hatten wir im vergangenen Semester doch an der einen oder anderen Stelle noch mit den Problemen eines so komplexen Bauvorhabens zu kämpfen. So arbeitet das beauftragte Unternehmen bis heute noch an der Optimierung der Multimediasysteme in den Seminar- und Vorlesungsräumen, und auch das Gebäudeleitsystem (Öffnungszeiten der Türen, Zugangsberechtigungen, Schrankenlogik am Parkplatz, Beleuchtung, schlicht die gesamte Gebäudeelektronik) sind leider weiterhin ein Kritikpunkt. Die Endabnahmen dieser Gewerke sind bis heute nicht erfolgt, und ich arbeite gemeinsam mit dem Gebäudemanagement der Hochschule und den Vertretern des staatlichen Bauamts daran, die beauftragten Handwerker zur Mängelbeseitigung zu zwingen. Umso mehr freut es mich, dass wir bei einigen wichtigen Punkten erheblich vorangekommen sind: Im Sommersemester können wir endlich unsere neuen Hochleistungsserver und die neuen Arbeitsplatzrechner in den drei Computerlaboren W4.02, W4.03 und W4.04 in Betrieb nehmen. Hier stehen ab sofort 86 schnelle netzangebundene Rechner zur Verfügung. Durch die Inbetriebnahme wird nunmehr auch Raum W4.06 nicht mehr als „Zwischenlager“ benötigt und kann ab sofort als Arbeitsraum für Bacheloranden und Masterranden genutzt werden. Die Freischaltung der CampusCard erfolgt automatisch mit der Anmeldung zur Abschlussarbeit. Der Raum ist mit Arbeitsplätzen und Schließfächern ausgestattet. Für die Zukunft planen wir noch, in diesem Raum eine kleine Handbibliothek einzurichten. Die Schließfächer im großen Schließfachraum ne-

ben den Getränkeautomaten werden in Kürze benutzbar sein – hier hatten die Architekten leider versäumt, die Schlüssel mit Nummernbändchen versehen zu lassen. Mittlerweile haben wir aber im Kellerflur vor dem Kopierraum die alten Schließfächer aus der Schillstraße aufgestellt. Und schließlich wird im Verlauf des Sommersemesters auch das Thema „Atriumbrunnen“ – momentan leider der Schandfleck des Gebäudes – zu einem positiven Abschluss kommen.

Für das kommende Sommersemester freue ich mich gemeinsam mit Ihnen auf eine Vielzahl interessanter Veranstaltungen im W-Bau. Unserer studentischen Unternehmensberatung *academica e.V.* ist es gelungen, die Jahreskonferenz einer der beiden großen Dachverbände studentischer Unternehmensberatungen, die *je network days*, zu uns nach Augsburg zu holen. An einem Wochenende im April wird diese Großveranstaltung mit mehr als 400 Teilnehmern zu Gast bei uns im W-Bau sein. Erstmals findet im Mai die Hochschul-Firmenkontaktmesse *Pyramid* in unseren Räumen statt. Und wir erwarten viele interessante Gastreferenten in unseren Lehrveranstaltungen.

Unsere Hochschule befindet sich – wie das gesamte Hochschulsystem in der Bundesrepublik Deutschland – in einer Phase sehr dynamischer Veränderungen. Im vergangenen Jahr ist es auf Initiative der Fakultäten für Wirtschaft und für Allgemeinwissenschaften erfolgreich gelungen, die Fremdsprachenaktivitäten, die bis dahin an verschiedenen Stellen der Hochschule angesiedelt waren, unter dem Dach eines hochschulübergreifenden „Zentrums für Sprachen und Interkulturelle Kommunikation“ zusammenzufassen. Weitere organisatorische Änderungen werden nötig sein, um das bereits fest zugesagte Wachstum (mehr Studienanfängerplätze in weiteren Studiengängen) erfolgreich zu meistern. Lassen Sie uns die Zukunft unserer Hochschule gemeinsam gestalten.

Ich wünsche uns allen einen guten Start und ein ereignisreiches Sommersemester 2012!

Ihr

Prof. Michael Feucht, Dekan Fakultät für Wirtschaft

FACTS SS 2012

Studierende Stand: 08.03.2012	
an der Hochschule Augsburg:	4658
an der Fakultät für Wirtschaft:	1041
davon:	
BA Betriebswirtschaft:	436
BA International Management:	471
MA International Business and Finance:	26
MA Personalmanagement:	49
MA Marketing/Vertrieb/Medien:	64
MA Steuern und Rechnungslegung:	24
Vertiefungsmodule BA Betriebswirtschaft	
Logistik:	25
Personalmanagement:	22
Steuern:	13
Finanzmanagement:	17
Marketing Management International:	25
Vertiefungsmodule BA International Management:	
International Accounting:	11
Global Markets and Marketing Management:	25
Corporate Finance:	18

Studienbeiträge sinnvoll investiert

Didaktisch optimale Gruppengrößen, hauptsächlich in den Sprachangeboten, zusätzliche Lehr- und Tutoriumsangebote, eine ausführliche Studienberatung sowie eine moderne Technik-Ausstattung der Lehrräume. Das ist die Bilanz zur Verwendung der Studienbeiträge im Wintersemester 2011/12. Die geschaffenen Stellen binden noch bis März 2012 den Hauptteil der Studienbeiträge der Fakultät. Durch das neue „Zentrum für Sprachen und Interkulturelle Kommunikation“ an der Fakultät für Allgemeinwissenschaften werden aber Spielräume für andere Einsatzbereiche der Studienbeiträge frei: So können der Bibliothek wieder mehr Mittel zufließen, um sowohl „Papierliteratur“, als auch die elektronischen Angebote an Fachliteratur, E-Books, Gesetzen, Firmendatenbanken und Wirtschaftsstatistiken auszuweiten. Studentische Hilfskräfte unterstützen auch weiterhin die hohe Qualität der Lehre und ermöglichen die langen Öffnungszeiten der Teilbibliothek.

Anregungen zur Verwendung der Beiträge können jederzeit über die Studentenvertreter an die Fakultätsleitung gerichtet werden.

Dekan Prof. Feucht betont außerdem: „Wir haben keinerlei Finanzpuffer aus Studienbeiträgen. Wir investieren sie ohne Verzögerung. Sollten die Studienbeiträge allerdings wegfallen, dann würden wir bei in der Qualität der Studienbedingungen an unserer Fakultät um mindestens ein Jahrzehnt zurückfallen.“ ■

Infos: Prof. Feucht

Neu im Team: Vera Möll



Vera Möll ist seit Januar 2012 an der Fakultät für Wirtschaft als Projektmitarbeiterin tätig. Sie unterstützt den Ausbau des Weiterbildungsangebots und übernimmt die kontinuierliche Betreuung der Firmkontakte. Die Diplom-Betriebswirtin war vorher bei der MAN Nutzfahrzeuge AG in München im Personalwesen und bei der BOSCH Siggpack Systems AG in Beringen in der Schweiz tätig. ■ Infos: Fr. Möll

Neu im Team: Prof. Dr. Thorsten Feix



Dr. Thorsten Feix wird Professor für „Investmentbanking and Financial Services“. Er studierte an den Universitäten in Augsburg und Konstanz. Nach der Promotion war er im Inhouse-Consulting sowie Strategie- und Controlling-Bereich des Daimler-Konzerns tätig. Danach leitete er den M&A- und Strategiebereich der B/S/H/ Bosch- & Siemens-Hausgeräte GmbH. Seit 2003 war er für die Unternehmensentwicklung der Knorr-Bremse AG in München verantwortlich. ■ Infos: Prof. Feix

Akkreditierung der Studiengänge verlängert

Was aufs Erste nur bis zum 31. März 2012 galt, gilt nun weitere sechs Jahre. Nur mit kleinen Auflagen versehen, sind die drei Studiengänge Betriebswirtschaft (BA), International Management (BA) und International Business and Finance (MA) von der Akkreditierungskommission ACQUIN bis zum 30. September 2018 bestätigt worden. Die Auflagen sind: erstens eine genaue Workload-Berechnung in allen Modulbeschreibungen, zweitens die Ergänzung des sprachlichen Ausgangsniveaus in der Modulbeschreibung zum Fach „Wirtschaftsenglisch“ und drittens die Erhöhung der für die praktische Phase des Praxissemesters vergebenen ECTS-Zahl (und entsprechende Verringerung der ECTS für das Praxisseminar). ACQUIN hatte außerdem noch ein paar interessante Empfehlungen zu differenzierteren Prüfungsformen, zur Kommunikation der Lehrevaluation, zu Analysen über den Absolventenerfolg und Praxisvertreter bei der curricularen Entwicklung parat. Fazit des Dekans: „Ein insgesamt mehr als tolles Ergebnis, für das ich mich bei allen, die daran mitgewirkt haben, ganz herzlich bedanke!“ ■ Infos: Prof. Feucht

Welcome Prof. Riegl

Es war keine Verabschiedung, sondern eine Begrüßung. Prof. Riegl wechselt nach 27 Jahren „Fulltime-Professor“ zum Sommersemester 2012 in den Status eines Lehrbeauftragten. Seine Kollegen aus dem Marketing-Kompetenzteam dankten ihm und überraschten ihn mit einer Präsentation der „Marke Prof. Gerhard Riegl“,

in deren Kern die Eigenschaften kompetent, modern und unbeirrt stehen.



Dekan Prof. Feucht und Marketing-Kollegen Prof. Kellner und Prof. Uhl begrüßen die Marketing-Marke Prof. Riegl als Lehrbeauftragten

Prof. Riegl wird als Lehrbeauftragter sein Wissen und seine Erfahrung weiterhin in die Lehre einbringen. Seine Projekte zu Online-Marketing und Business Behaviour werden sicher auch in Zukunft ausgebucht sein. ■ Infos: Prof. Kellner / Prof. Uhl

Hohe Bewerberzahlen für Master-Studiengänge

Die Masterstudiengänge der Fakultät für Wirtschaft sind Erfolgsmodelle. Das beweisen die Bewerberzahlen. Zwei Beispiele: Im WS 2011/12 gingen für Personalmanagement 250 und für Marketing/Vertrieb/Medien rund 200 Bewerbungen ein. Obwohl die Bewerberzahlen zum SS traditionell niedriger sind, waren es dennoch wieder 79 beim Personal-Master und rund 130 bei Marketing. ■ Infos: Prof. Regnet / Prof. Uhl

E.ON-Kulturpreis für Christine Bierling

Christine Bierling, Absolventin der Fakultät für Wirtschaft mit Diplom in BWL und Schwerpunkt Controlling und Finanzmanagement, wurde am 20. Oktober 2011 in Straubing im Rahmen einer eindrucksvollen Großveranstaltung „Bayerns Beste“ für ihre hervorragende Abschlussarbeit mit dem Kulturpreis der E.ON Bayern AG ausgezeichnet.



Botschafterin der HS Augsburg: Kulturpreisträgerin Christine Bierling (li.) mit Staatsminister Dr. Wolfgang Heubisch (rechts)

In ihrer Arbeit untersuchte und beurteilte sie neue Ansätze im Management von Liquiditätsrisiken bei Banken – ein sehr aktuelles Thema. Christine Bierling ist eine von 17 Preisträgern in der Kategorie „Hochschule für angewandte Wissenschaften“. ■ Infos: Prof. Wirth

Master Personalmanagement: Empfang im Goldenen Saal

Im Laufe des Wintersemesters unternahm der Masterkurs eine Exkursion nach Augsburg. Im Rathaus gab es nicht nur einen Vortrag, sondern auch einen Empfang – im Bild die Gruppe im Goldenen Saal, dem Prunksaal des Rathauses – mit Johannes Hintersberger, MdL und Prof. Dr. Regnet. ■ Infos: Prof. Regnet



Abgeordneter empfängt die Personalier

Feste Größe: Der vierte Augsburgener Personalertag

Er ist mittlerweile fast schon zur Tradition geworden und fand am 9. Februar 2012 bereits zum vierten Mal statt: der Augsburgener Personalertag. Diesmal stand das Treffen unter dem Thema „Gesundheitsmanagement“. Über 70 Anmeldungen von Personalern aus der Region zeigten das hohe Interesse bei den Praktikern in den Firmen. Prof. Dr. Erika Regnet führte mit ihrem Vortrag in das Thema ein und zeigte unter anderem den hohen Handlungsbedarf, der im internationalen Vergleich im betrieblichen Gesundheitsmanagement in Deutschland besteht. Seitens der Praxis stellte zuerst Frau Sulzer, Leiterin der Personalentwicklung der Zott GmbH & Co. KG, ihre Erfahrungen mit der aktuellen Einführung des Gesundheitsmanagements in der Firma vor. Frau Malischewski, Director Human Resources bei der Fujitsu Technology Solutions, präsentierte die Erfahrungen und Ansätze in ihrem Unternehmen. Interessant waren die vielen Parallelen, die trotz der unterschiedlichen Branchen und Unternehmensstrukturen ersichtlich wurden.



Kommunikation wurde groß geschrieben beim 4. Personalertag

Die Pause wurde wieder zur intensiven Diskussion und zum Erfahrungsaustausch zwischen den Teilnehmern genutzt. Da der Personalertag zum ersten Mal im neuen Gebäude der Fakultät für Wirtschaft stattfand, gab es zum Abschluss noch eine Führung für Interessierte durch das neue Gebäude. Die positiven Reaktionen der Teilnehmer zeigten, dass die Veranstaltung gut aufgenommen wurde. Prof. Regnet und Prof. Lebrecht freuen sich schon auf den 5. Augsburgener Personalertag am Ende des Sommersemesters. „Change Management“ wird dann im Mittelpunkt stehen. ■ Infos: Prof. Lebrecht / Prof. Regnet

DB Schenker: Schlanke Logistik

Studierende im Schwerpunkt „Logistics and Supply Chain Management“ waren am 13. und 14. Dezember 2011 bei Schenker in Gersthofen zu Gast. Dort wickelt Schenker als Teil des Konzernnetzwerks Stückgutverkehre und Teilkpartien ab. Dieses Geschäft gilt als „kleines Einmaleins“ der Logistik. Es ist oft Basis und Türöffner für aufwändigere und umfangreichere Dienstleistungen. Diese werden in verschiedenen Standorten im regionalen Umfeld angeboten. Solche Kontraktlogistik-Dienstleistungen zeichnen sich durch langfristige und enge Kundenbindung aus. Auf operativer Ebene und in der Informationsverarbeitung fließen die Prozesse ineinander. Nur gemeinsam und kooperativ können Höchstleistungen erzielt werden. Am besichtigten Beispiel der Heizungs-Distribution wurde deutlich, dass die logistische Dienstleistung ein Teil des Produktes ist. Denn: „Wer wartet schon im Winter bei Minusgraden gerne lange auf eine neue Heizung?“ Eine garantiert schnelle Bereitstellung ist Wettbewerbsvorteil und Differenzierungsmerkmal im Heizungsmarkt zugleich. Um eine enorm schnelle Belieferung fehlerfrei abwickeln zu können, wird bei Schenker Lean Management „gelebt“. Die Philosophie der kontinuierlichen Verbesserung motiviert Mitarbeiter immer aufs Neue, nach Verbesserungen im Geschäftsablauf zu suchen.



Logistik-Studierende mit Sigrid Kretzinger, Heinz Motzkus und Klaus Just

Während des Besuchs bekamen die Mitarbeiter Hilfe durch die Studierenden: Auffälligkeiten im Prozess durften von den Studierenden markiert werden. Markierungen wurden im Anschluss diskutiert. Ob Lob oder Verbesserungsvorschlag – beides wurde an die Mitarbeiter weitergegeben. Unbefangene Impulse von außen sind hilfreich, um Dinge zu erkennen, die im täglichen Ablauf nicht mehr auffallen. ■

Infos: Prof. Krupp / Prof. Richard

MAN: Praxisluft im Controlling

Im letzten Semester nahmen 15 Studenten der Controlling-Schwerpunkte in den Studiengängen International Management und Betriebswirtschaft an einer Exkursion zu MAN teil. Neben Präsentationen zu aktuellen Controlling-Themen durch Firmenvertreter wurde den Studenten sowohl eine Museums-, als auch Werksbesichtigung angeboten. Gemeinsam mit Studenten der HS Kempten konnten so 30 Studenten Praxisluft schnuppern. In Zukunft soll diese Veranstaltung mindestens einmal pro Jahr durchgeführt werden. ■

Infos: Prof. Warkotsch

AL-KO: Produktmanagement für innovative Antriebe

Für Dr. Wilhelm, Senior Vice-President für Technik und Innovation der AL-KO Kober AG, stehen Innovationen ganz oben auf der unternehmerischen Erfolgsagenda. Gemeinsam mit Prof. Kellner und seinen BWL-Studierenden startete er deshalb ein interessantes Projekt an der Hochschule: die theorie- und praxisbezogene, systematische Bearbeitung des Produktinno-

ventionsprozesses für hybride Antriebssysteme leichter Nutzfahrzeuge. Dabei lernten die Studenten grundsätzlich, wie wichtig die inhaltlich richtig abgestimmte Synergie zwischen Produktmanagement und technischer Entwicklung ist. Das Management von AL-KO freute sich über die Erkenntnisse, schließlich waren einige Ergebnisse direkt umsetzbar. ■ Infos: Prof. Kellner

Marketing-Studenten mit Prof. Kellner auf der E-Car-Tech in München im Oktober 2011



Gutmann: Spritzgebäck der anderen Art

Die Gutmann AG produziert Aluminium-Profil, zum Beispiel für die Bauwirtschaft und industrielle Anwendungen. Das 1937 gegründete Traditionsunternehmen mit Sitz in Weißenburg ist mehrheitlich in griechischer Hand und beliefert weltweit Märkte. Damit ist die Gutmann AG ein Paradebeispiel eines internationalen Unternehmens mit europäischen Wurzeln. Pünktlich zu Beginn der Adventszeit konnten Studierende des Vertiefungsmoduls „Logistics and Supply Chain Management“ Spritzgebäck der anderen Art kennenlernen. In industrieller Anwendung heißt das Verfahren freilich anders,

nämlich „Strangpressverfahren“. Das Prinzip bleibt das gleiche: Ein erhitztes Rohmaterial, Aluminium, wird unter starkem Druck durch eine Form zu Profil-Strängen gepresst. Nach dem Auskühlen werden diese gesägt und die Profile nach Kundenwunsch beschichtet. So entstehen Profile für Fensterrahmen und Fensterbänke oder Zeichnungsprofile wie Türschilder. Damit ist die Produktion in Weißenburg ein klassisches Beispiel für eine „T-Fertigung“, bei der ausgehend von einem Rohstoff eine vielfältige, breite Produktpalette entsteht.

Am Ausgang der Presse. Hier entstehen 50 Meter lange Profilstränge aus Aluminium



Der Logistik kommt dabei die Aufgabe zu, die Beschaffung des Rohstoffs über die internen Transporte zwischen den Produktionsstufen letztlich mit der Distribution der Produkte zu verkoppeln. Interner Leitspruch, den Herr Rost, Leiter Logistik der Gutmann AG, geprägt hat ist: „Logistik macht's möglich“. Die große Herausforderung dabei ist, die Lieferterminwünsche der Kunden „möglich zu machen“. Und das unabhängig davon, ob der Kunde in Deutschland, Europa oder Übersee sitzt. ■ Infos: Prof. Krupp / Prof. Richard

TRENDYone: Leseranalyse und Marketing-Beratung

Immer weniger Menschen haben ein Zeitungsabonnement und lesen Zeitung. Die Auswirkungen reichen von der gravierenden „manroland-Insolvenz“ bis zum „Internet- und Smart-Phone-Boom“. In Folge dieses Medienumbruchs hat Prof. Riegl bereits zum vierten Mal mit einer weiteren Marketing-Studiengruppe aus 19 Mitgliedern die Zukunfts-Chancen für ein Printmedium nach allen Regeln der Kunst untersucht. Im Auftrag des Szene-Magazins „TRENDYone“ wurden über 1.000 Bürger zu ihrem Mediennutzungs- und Leseverhalten sowohl online als auch mit klassischen Fragebögen befragt. Herausgekommen

sind neue Marketingstrategien zur Distribution des Magazins und zur Interaktion mit jungen und älteren Zielgruppen. ■ Infos: Prof. Riegl



Das Media-Forschungsteam mit Prof. Riegl im Winterland an der City Galerie, einer der verschiedenen Befragungs-Locations

**Schreiner Group:
Lean Management mit Schiffchen**

Mit Kanban Steuerung kann Auftragsorientierung in der Produktion umgesetzt werden. Seit dem Erfolg des Toyota-Produktionssystems sind die damit verbundenen Vorteile unumstritten. Spürbar wurden diese für Studenten des FWP Lean Management als sie bei der Schreiner Group eine Papierschiff-Produktion steuern durften.

Die Schreiner Group in Oberschleißheim fertigt industrielle Etiketten aller Art. Seit vier Jahren wird dort Lean Management gezielt umgesetzt. Dabei ist die Einführung von Lean Management gerade bei Mittelständlern kein einfacher Schritt. In der Schreiner Group wurde dazu eine Lean-Management Team unter der Leitung von Matthias Meier eingerichtet. Dieser Schritt ist nötig, da es nicht mit einem kleinen Projekt getan ist. Vielmehr muss das Lean Management kontinuierlich vorangetrieben werden. Dabei werden nicht nur einzelne Prozesse überarbeitet, sondern eine neue Denkweise wird in Unternehmen eingeführt: Weg von lokalen Optima und maximaler Kapazitätsauslastung hin zu abteilungsübergreifender Prozessoptimierung im Sinne des Kundennutzens. Lean Management wirkt also tief ins Unternehmen hinein und kann folglich nur mit Rückendeckung durch das Top-Management umgesetzt werden. Aber auch die operativen Mitarbeiter müssen eingebunden werden. Zu diesem Zweck wird z. B. das „Schiffchen-spiel“ genutzt. Es hilft, abteilungsübergreifende Zusammenhänge zu überblicken und zu verstehen. In einer zunächst chaotischen Produktion werden Prozesse aus dem Lean Management eingeführt.



Jetzt aber schnell: Lean Management am Beispiel einer gemeinsamen Produktion von Papierschiffchen

Die positiven Effekte sind sofort und sehr deutlich erfahrbar. Eine Optimierungs-Maßnahme im Spiel ist die Einführung der Kanban Steuerung mit dem Effekt deutlicher Bestandssenkung.

Wie eine praktische Umsetzung der Lean Management Werkzeuge in der Produktion aussehen und mit welchen Herausforderungen bei der Umsetzung gerechnet werden muss, zeigte Kolja Dämmreich, Mitarbeiter des Lean Management Teams, dann konkret in einer Werksführung. ■

Infos: Prof. Krupp / Prof. Richard

Augsburger Localbahn: 55.000 LKWs aufs Abstellgleis

Auf der Agenda des Logistik-Projektes im WS stand eine Augsburger Institution: die Localbahn (AL). Für die einen ein längst überholtes Relikt aus der Gründerzeit, für die anderen eine Rarität, die es nur in Augsburg gibt. In der Tat: Mit der Localbahn verfügt Augsburg über ein einzigartiges Stück Infrastruktur, das schienengebundene Sammel- und Verteil-Verkehre in der Innenstadt ermöglicht. Nach einem echten Tief in den 60er und 70er Jahren erlebt die Localbahn mittlerweile eine regelrechte Renaissance: 2010 wurden 1,25 Mio. Tonnen Güter mit den orangefarbenen Loks transportiert, immerhin 10 Prozent des Güterverkehrsaufkommens in Augsburg. Erfolgsmotor hierfür ist das Angebot von Transporten über die Grenzen von Augsburg hinaus. So fährt die AL

auf Gleisen der DB Netze beispielsweise bis nach Ulm. Insbesondere für schienenaffine Massengüter und Schwertransporte bietet die Localbahn eine attraktive Lösung. Aber auch Energy Drinks oder Wein werden durch die AL transportiert. Damit hat Augsburg einen Treiber und Know-how-Träger für das Thema „Schienengüterverkehr“, wie ihn andere deutsche Ballungsräume so nicht vorweisen können. Im Projekt konnten Studenten für Möglichkeiten von Gütertransporte auf der Schiene sensibilisiert werden – ein Verkehrsträger, der durch eine zunehmende Umweltsensibilität sicher weiter an Bedeutung gewinnt. Ergebnisse der Projektarbeit werden im April als 2. Band der Reihe „Augsburger Arbeitspapiere für Materialwirtschaft und Logistik“ veröffentlicht. ■ Infos: Prof. Krupp / Prof. Richard

Das Localbahn-Projektteam als „Ganzzug“



BMW Welt: „One world is not enough!“

„Sie war eigentlich gar nicht dazu gedacht, Fahrzeuge zu übergeben. Schon gar nicht 18.000 pro Jahr.“, gab Thomas Muderlak zu bedenken, als er in seinen Vortrag einstieg.

Der Leiter der BMW Welt in München hatte es sich nicht nehmen lassen, die Studierenden des Vertiefungsmoduls Corporate Communication bei Prof. Uhl persönlich in Empfang zu nehmen. Nach einer kurzen Führung erklärte er den IM-Studierenden im exklusiven Business Club der BMW Welt die Bedeutung des architektonischen Schmuckstücks für die

Markencommunication. 2,3 Mio. Besucher zählt die BMW Welt jährlich – fast eine Million mehr als Schloss Neuschwanstein.

Er sprach aber auch über die Herausforderungen für die Markencommunication. Immerhin ist die BMW Group inzwischen zum Brand House geworden. Um die Kernmarke BMW gruppieren sich nun auch Mini, Husqvarna und sogar Rolls Royce. Die Folge: Die BMW Welt wird zum Multi Brand Store, in dem jeder Kunde seine spezifische Markenwelt erleben kann. Muderlaks Fazit: „One world is not enough!“ ■ Infos: Prof. Uhl

International Management on Tour. Studierende starten durch.



Carbon Composites: Kommunikation mit System



Was ist leicht, stark und schwarz? Werkstoffe aus Carbon zum Beispiel. Was es genau damit auf sich hat, kann der Carbon Composites e. V. (CCeV) bestens erklären. Das 130 Mitglieder starke Netzwerk bündelt seit 2007 Interessen von Wirtschaft und Wissenschaft und sorgt für den Austausch von Know-how über Carbon-Technologie. Mit der Hochschule Augsburg arbeitet der CCeV nun auch bei der Kommunikation zusammen. Auf Initiative von Vizepräsident Prof. Dr. Gordon Rohrmair fand sich schnell ein interdisziplinäres Expertenteam aus den Fakultäten für Wirtschaft und Gestaltung. U. a. dabei: die Professoren Peter Richard, Michael Krupp, Michael Stoll und Manfred Uhl.

Erstes Projekt: die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie für den CCeV. Michael Stoll, Professor für Informationsdesign und Manfred Uhl, Professor für Marketing und Kommunikation, analysierten die aktuelle Kommunikation des CCeV. Es folgte ein Workshop mit Vertretern des CCeV und einiger großer Mitgliedsunternehmen wie MT Aerospace und Eurocopter. Eine gemeinsame Umfeldanalyse, die Identifikation von Zielgruppen, die Erfassung des Selbstverständnisses des CCeV und Kommunikationsziele wurden erarbeitet. Dann entwickelte das interdisziplinäre Duo Stoll/Uhl ein Kommunikationssystem mitsamt Baukasten aus passenden Instrumenten – unter dem Dach einer Carbon Identity. ■ Infos: Prof. Uhl

entero: „Berater im Haus!“

Was das bedeutet und weitere Fragen zu typischen Beratungs-Projekten und dem Klischee-behafteten Berater-Alltag beantworteten Gäste von entero den Studierenden im Kompetenzfeld Materialwirtschaft und Logistik. Beratungen sind ein beliebter Einstieg frisch gebackener Absolventen in die Arbeitswelt. Bieten diese doch die Möglichkeit, in kurzer Zeit durch viele unterschiedliche und interessante Projekte schnell wertvolle Erfahrungen zu sammeln. Dennoch ranken sich viele Mythen und Klischees um die Arbeitsweise und den Alltag der Beratung.

Gerade die Bereiche Logistik, Supply Chain Management, Einkauf und Materialwirtschaft wurden in den vergangenen Jahren auch von großen Häusern als attraktive Beratungsfelder erkannt und entwickelt. So liegt es nahe, Studierenden dieser Themenfelder „Beratung“ als Berufsfeld näher zu bringen. Dabei muss deutlich unterschieden werden, welche Art von Beratung die jeweiligen Unternehmen anbieten, meint Hr. Kotthaus, einer von drei Partnern der entero. So prägen die großen Strategieberatungen das Image der Branche, aber auch IT-orientierte Beratungen, hochspezialisierte Nischenanbieter oder Forschungs-Spin-Offs sind aktiv. Seine Firma hat sich in diesem Umfeld auf IT-orientierte

Prozessoptimierung und Projektmanagement sowie damit verbundenem Change Management spezialisiert. Was gerade Projektmanagement im Umfeld einer Technologieeinführung bedeutet, erläuterte Frau Iwantschew, Senior Consultant bei entero, an einem anschaulichen Projektbeispiel. Wesentlich ist hier letztlich gute Planung, ein Blick für finanzielle Projekt-Belange und besonders eine produktive und verbindliche Kommunikation mit al-

len Projektmitarbeitern. Welche Stolpersteine gerade im internationalen Kontext entstehen können, wurde an einem Projekt zwischen einem Schweizer Unternehmen und einem indischen Softwareanbieter gezeigt. entero agierte hier als „Integrator“ der eidgenössischen Welt mit den indischen IT-Spezialisten. Hier war für das Projektmanagement mehr als nur ein gutes Englisch erforderlich. ■ Infos: Profs. Krupp / Richard

GASTVORTRÄGE

Daimler: Produktmanagement der neuen B-Klasse

Anfangs noch verhüllt, dann in ihrer vollen Formschönheit zu bestaunen. So stand sie am 24. November 2011 im Foyer der Fakultät für Wirtschaft und Gestaltung. Mitgebracht hatten das nagelneue Fahrzeug Dr. Alfons Hierhammer, Director Product Management Compact Cars und SUV Product Information MBC, und Jan Wiese, Produktmanager für die Mercedes B-Klasse. „Produktmanagement – dargestellt am Beispiel der neuen Mercedes-Benz B-Klasse“ lautete das Thema, das sie auf Einladung von Prof. Kellner für die Studierenden des Masterstudiengangs „Marketing/Vertrieb/Medien“ vorbereitet hatten. Das Seminar „Strategisches Management, Produkt- und Absatzkommuni-



nikation“ bildete den Rahmen. Beide Gäste präsentierten höchst anschaulich und professionell den Innovationsprozess bei der Daimler AG. Der Vortrag zeigte, dass die Fakultät für Wirtschaft und die HS Augsburg mit ihrem Ausbildungskonzept sehr nah an der Realität sind. Absolute Kundennähe, Internationalität, interkulturelle Kompetenz, Interdisziplinarität sowie alle betriebswirtschaftlichen Funktionen haben ihre individuelle, aber große Bedeutung – gefragte Persönlichkeiten mit fachlicher, anwendungsorientierter und sozialer Kompetenz sind gefordert. ■

Infos: Prof. Kellner

Prof. Feucht (li.) und Marketing-Experte Prof. Kellner (re.) mit Dr. Hierhammer von Daimler und der neuen B-Klasse

Google: Erfolgs-Geheimnisse im großen Hörsaal

Der Amerikaner John Gerosa, Director bei Google Deutschland, Hamburg, ist ein sehr gefragter Referent an europäischen Hochschulen und in der Online-Marketingwelt.



Zero moment of truth: Explido-Geschäftsführer Matthias Riedle und John Gerosa von Google Deutschland mit Gastgeber Prof. Riegl (v.l.)

Dank der Verbindung zu Explido Webmarketing, einem bedeutsamen Google-Geschäftspartner, konnte dieser Besuch ermöglicht werden. In seinem Vortrag pointierte John Gerosa, wie Google den rasanten Wettbewerb um die knappste Ressource des 21. Jahrhunderts, die „menschliche Aufmerksamkeit“, weiter gewinnen will und wie die bisher 85 Prozent deutschen Internet-User eine immer größere Verweildauer mit Google & Co. verbringen sollen. Mobile Internet mit wachsender Smart Phone-Verbreitung wird von Google dabei als „exploding“ gesehen. ■ Infos: Prof. Riegl

amazon: das Kaufhaus des 21. Jahrhunderts

Auf einer Fläche von 16 Fußballfeldern eröffnete der weltgrößte Onlinehändler Amazon 2011 eines seiner fünf deutschen Distributionszentren in Graben bei Augsburg.



Amazon-Einblicke: Andrea Euenheim, HR/Amazon, Prof. Riegl und Christian Bubenheim, Consumables/Amazon (v.l.)

Dies gab zusätzliche Impulse zum Gastvortrag von Andrea Euenheim, Human Resources und Christian Bubenheim, Consumables & Baby. Bei den schwindelerregenden Wachstumsraten von Amazon sind Nachwuchskräfte gefragt, die nicht nur nach Arbeitsplatzbeschreibung loslegen. Die Erfolgsfaktoren des Amazon-Marktplatzes liegen in einem konsequent kundenorientierten Kontrastmodell zum stationären Handel. Brandaktuell war bei der Präsentation, die auch Gäste aus dem Augsburger Marketing Club anlockte, der US-Verkaufsstart am Vortrag des iPad-Konkurrenten Kindle Fire. ■ Infos: Prof. Riegl

**Social Media bei RTL II:
Big brother is talking to you**

Facebook und Co sind für viele Unternehmen mittlerweile zum festen Bestandteil ihrer Marketing-Kommunikation geworden. Auch die Fernsehwelt nutzt sie intensiv. Die Studierenden des Marketing-Schwerpunkts „Absatzkommunikation“ erhielten einen Einblick in Social Media bei RTL II. Jochen Plinta, Geschäftsführer von biz2byte aus München, erläuterte, wie soziale Netzwerke die Reichweite und Einschaltquoten von Fernsehformaten erhöhen können. An den Beispielen „Big brother“ und „Berlin Tag & Nacht“ zeigte er, wie der Dialog mit und unter den Fans dieser Sendungen im Social Web geführt wird. Grundvoraussetzungen für erfolgreiches Social Media-Marketing seien eine klare Strategie und die nötigen personellen, finanziellen und organisatorischen Mittel. ■ Infos: Prof. Uhl



Jochen Plinta, Geschäftsführer von biz2byte

**Content is king:
Corporate Publishing im Wandel**

Unternehmen kommunizieren auf vielfältige Weise mit ihren Stakeholdern. Im Gegensatz zur Werbung geht es bei Corporate Publishing um interne und externe Zielgruppen, periodische Erscheinungsweise und vor allem eine journalistische Aufbereitung von Themen. Michael Kießling, Geschäftsführer von mk Publishing, erklärte, was ein Spezialist für Corporate Publishing mitbringen muss. Kießling, der mit seinem Team auch das Air Berlin-Magazin und einen B2B-Newsletter von Microsoft betreut, betonte die immer stärker werdende Verzahnung von Print und Online. Tablets wie das iPad würden aber gedruckte Medien ergänzen, nicht ersetzen. Leser seien eben print und online unterwegs, und der Erfolgsfaktor für ein gutes Magazin sei ausschließlich der Inhalt. So lautete dann auch sein Fazit für die Master-Studierenden aus Marketing/Vertrieb/Medien: „Content is king!“ ■ Infos: Prof. Uhl



Michael Kießling, Geschäftsführer von mk Publishing

**Dauerbrenner: das Forum für Online
Marketing und Social Media**

Inzwischen schon zum zehnten Mal konnte das Seminar und Wahlpflichtfach von Prof. Riegl für das neue Zeitalter des digitalen Internet-Marketing zusammen mit Explido Webmarketing-Experten für 36 Studierende realisiert werden. Die Besonderheit: 14 Veranstaltungen-Termine und 14 Gastreferenten als Spezialisten aus der Praxis bringen wöchentlich den frischen Wind der neuen Medien direkt in den Seminarraum.

In Ergänzung zu den Fachexperten traten im Wintersemester auf: Sascha Borowski (Leiter der Online Redaktion der Augsburgers Allgemeinen), Jesco Reb (Leiter Online-Marketing von FONIC), Klaus Artmann (Vorstand Mission One/Ulm) und Stefan Krüger (Geschäftsführer der Online Agentur Cocodibu/München). Für das Sommersemester 2012 war dieses Veranstaltungsangebot wieder kurzfristig ausgebucht. ■ Infos: Prof. Riegl



Sascha Borowski, Redaktionsleiter augsburger-allgemeine.de

**Frühaufsteher und Broker:
Einblick in die Energiebeschaffung**



Was haben Schweinehälften und Strom gemeinsam? Beide werden an der Börse gehandelt. Seit der Liberalisierung der Energiemärkte in Europa hat sich die Energiewirtschaft in Europa fundamental verändert. Dies wurde schnell deutlich, als Thomas Reitemann, Leiter der Energiebeschaffung bei der Lechwerke AG, die Studierenden im Master „Umwelt- und Verfahrenstechnik“ in die Welt des Strom- und Gashandels einführte.

Innerhalb des Fachs „Energiewirtschaft und Marketing“ lernten die angehenden Master of Engineering die wirtschaftliche Perspektive der Strom- und Gasbeschaffung kennen. Handelsplätze, Strom-Pool, EEG-Subventionen und die Wirtschaftlichkeit von Kraftwerksarten eröffneten neue Betrachtungsweisen.

Reitemann gab auch einen Einblick in den Arbeitsablauf von Energieschaffern. Früh aufstehen, Wetterberichte lesen, Börsenkurse analysieren und natürlich kaufen und verkaufen – wenn es nötig ist. ■ Infos: Prof. Uhl

AUSBLICK SOMMERSEMESTER 2012

**Biofore Company:
deutsch-finnisches Kommunikations-
projekt mit UPM**



Als Biofore Company prägt UPM die neue Forstindustrie und führt sie in eine neue nachhaltige und durch Innovationen geprägte Bioökonomie. Das Unternehmen verpflichtet sich der kontinuierlichen Verbesserung seiner ökonomischen, sozialen und ökologischen Leistungen. Studenten der Hochschule Augsburg, Fachgebiet Marketing und Kommunikation, sollen ein Konzept für die interne und externe, nationale und internationale Unternehmenskommunikation von UPM entwickeln, um die strategische Ausrichtung als Biofore Company in alle relevanten Zielgruppen zu transportieren, Dialog aufzubauen und die neue Identität dauerhaft zu verankern.

Das studentische Projekt ist eine deutsch/finnische Kooperation der Hochschule Augsburg und der Haaga-Helia University Helsinki.

Das Projektteam wird betreut von Prof. Pauli Lindström und Prof. Dr. Manfred Uhl. ■ Infos: Prof. Uhl

**Exkursion mit den bayerischen
Genossenschaftsbanken**

Am 13. April ist es wieder so weit: Bereits zum sechsten Mal startet der Wochenendworkshop mit den bayerischen Genossenschaftsbanken. Ins Schulungszentrum in Grainau (unterhalb der Zugspitze) sind wieder Studenten eingeladen, die im WS in den finanzwirtschaftlichen Vorlesungen (Finanz- und Investitionswirtschaft im Studiengang BW bzw. Multinational Business Finance and Investment bei IM) eine sehr gute Note erreicht haben.

Die Referentenliste hat es in sich: Dr. Christine Bortenlänger, Chefin der Bayerischen Börse, und Leonhard Dunstheimer, ehem. Präsident des Bayerischen Genossenschaftsverbandes und Vorstandsvorsitzender der Raiffeisen-Volksbank Ries, haben bereits zugesagt. ■ Infos: Prof. Feucht

Aus einer Hand:**Zentrum für Sprachen und Interkulturelle Kommunikation**

Am 1. Januar 2012 fiel der Startschuss: Die Sprachausbildung der Hochschule wird zentral aus einer Hand angeboten, dem Zentrum für Sprachen und Interkulturelle Kommunikation (ZSI). 16 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie etwa 35 Lehrbeauftragte sind im neuen ZSI tätig – organisatorisch ist es der Fakultät für All-gemeinwissenschaften zugeordnet. Für Studierende der Fakultät für Wirtschaft sichert das ZSI die Sprachausbildung auf gleichbleibend hohem Qualitätsniveau. Neben Kursen in neun Fremdsprachen gehören Sprachzertifikate, Beratung rund ums Auslandsstudium, Deutschkurse und Kurse zu interkultureller Kompetenz zum Angebotsspektrum. Zu den Highlights 2012 werden Sprachkurse in Barcelona und Odessa sowie ein Besuch aus Bourges gehören. Die Geschäftsstelle des ZSI ist im W-Gebäude, zwei weitere Zweigstellen sind im B-Gebäude angesiedelt. Bei Fragen wenden Sie sich an Anna Wittmann (zsi@hs-augsburg.de), Raum W2.16 ■
Infos: Anna Wittmann

Ausblick Sommersemester:**Business Behaviour:****Erfolgsregeln zum perfekten Auftritt international und bei Medienkontakten**

Im Sommer plant Prof. Riegl in den beiden Blockwochen in Ergänzung zum interaktiven Praxis-Seminar (IM Pflicht und BW als WPF) ein Medien-Training mit dem erfahrenen Anchorman und TV-Moderator Jan Klukkert von Augsburg TV sowie eine Trainings-Session mit der Theater-Pädagogin Christina Geißler, Theater Augsburg. ■
Infos: Prof. Riegl

**Ausblick Sommersemester:
Internationale Gastdozenten lehren an der HS Augsburg**

Im Sommersemester werden mehrere Dozenten von Partnerhochschulen an der Hochschule Augsburg zu Gast sein. Ihre Vorlesungen sind inhaltlich passend in bestehende Lehrveranstaltungen integriert. Zwei ausländische Kollegen werden sogar ganze Lehrveranstaltungen übernehmen.

Es sind Prof. Pauli Lindström von der Haaga-Helia Universität in Helsinki und PhD Michael Hartmann von der Southern Illinois University in Carbondale.



Michael Hartmann, trotz seines deutschen Namens ein

„echter“ Amerikaner, wird Teile des bisherigen Lehrangebots von Prof. Wellner übernehmen. Prof. Wellner war 2011 einem Ruf an die Georg-Simon-Ohm Hochschule in Nürnberg gefolgt. Michael Hartmann wird Cross Cultural Management und Strategic Management in Zusammenarbeit mit Prof. Richard anbieten. Beide Lehrveranstaltungen sind Bestandteil des Bachelor-Studiengangs „International Management“.



Pauli Lindström ist für die Fakultät für Wirtschaft kein Unbekannter. Er realisiert schon seit einigen Jahren immer wieder Marketing-Projekte mit Augsburger und finnischen Studenten.

Beim Ersteren geht es um ein Vermarktungskonzept im deutschsprachigen Raum für die lettische Nationaloper in Riga, die inzwischen zu einem der renommiertesten Musiktheater Europas geworden ist. Im zweiten Projekt, das Pauli Lind-

ström in Zusammenarbeit mit Prof. Uhl betreut, soll ein Kommunikationskonzept für den finnischen Papierhersteller UPM und seiner Strategie der „Biofore Company“ entwickelt werden.

Prof. Timo Pöysti von der Haaga-Helia-Universität in Helsinki wird im Rahmen von Accounting eine Gastvorlesung zum Thema „Cash flow statements (direct and indirect) as a part of financial statements“ geben.

Prof. Kafadar und Prof. Coenberg werden diese Gastvorlesung in ihre Lehrveranstaltungen einbauen.



Prof. Dr. Angela Bargenda von der Ecole Supérieure du Commerce Extérieur, Paris, wird im Mai Gastvorlesungen zum Thema Financial Marketing geben.

Ihre Vorlesungen werden in verschiedene Veranstaltungen des Studiengangs IM integriert, aber auch Studierende anderer Studiengänge sind herzlich eingeladen, daran teilzunehmen. Bei Terminüberschneidungen bitte die jeweiligen Dozenten ansprechen.



Schließlich wird voraussichtlich **Prof. Petra Yli-Kovero**

von der Saimaa University of Applied Sciences in Lappenranta, Finnland, zu uns kommen. Gastvorlesungen und Gespräche über die Hochschulkooperation stehen bei ihr auf dem Programm. ■
Info: Prof. Frantzke

**About the value of a Double Degree for Students
by Arta Nasradini**

During my studies of International Management at HSA, students were encouraged to attend one or more semesters in any partner university located in different countries. My interest was in particular to enforce my second foreign language skills in French and the double degree program at ESCE appeared to be the best match in order to gain these language skills while at the same time applying them in a new cultural and academic environment.

The ESCE has a well-positioned name among the different business schools in France and provided the hands-on experience I was looking for. In general the student courses are smaller and allow therefore different teaching styles. Another advantage is that the program is well structured and missing credits for exams in my home university could be supplemented by courses in the partner university.

The exchange year at ESCE with the graduation from the double degree programme (Diploma



Arta Nasradini, Double Degree Student of the Augsburg University of Applied Sciences, now working as an aviation underwriter for SwissRe insurance company

programme) was a door-opener to the French-speaking and also to the international labour market. Moreover, the internship that was an integral part of the program allowed me to further develop and apply theoretical skills to the business life

and most importantly to work with people from different cultures.

Internationality was also an important criteria for my current role as aviation underwriter in Swiss Re where I work with different departments from Zurich, London and New York. The experience of having studied and worked abroad turned out as the perfect preparation for that.

I would highly recommend students to participate in any similar course to develop their personal skills. A general interest in the language and culture is a key to enhance those abilities. After a good amount of research on which program to choose and a certain preparation time, it is also important to be open-minded and take possible language barriers as positive and challenging. If you are interested in doing a double degree ask your faculty's international coordinators. ■
Info: Arta Nasradini / Prof. Frantzke

Diversity and Ethics at its Best: die Hochschule Augsburg als Pionier mit „LEGACY“

Das Masterprogramm „International Business and Finance“ (IBF) zielt darauf ab, topaktuelles Finanz- und Wirtschafts-Know-how sowie interkulturelle Sensibilität, die einer international orientierten beruflichen Tätigkeit zugrunde liegen muss, methodisch fundiert zu verknüpfen.

Ein besonderer, seit Bestehen des Programms fokussierter, Aspekt ist das Verknüpfen von kapitalistischem mit wirtschaftsethischem Denken und Handeln. Dies erfolgt noch unmittelbar vor Studienbeginn: Die zugelassenen Bewerber setzen sich über Social Media miteinander in Kontakt, um anlässlich einer zu Studienstart durchgeführten Zweitages-Exkursion im Vöhlenschloss Illertissen „The Illertissen Manifest on Business Ethics“ auszuarbeiten und vor Ort zu präsentieren.

Virales Networking ist dann auch während des für das 2. Semester angesetzten Auslands-

studiums an einer unserer zahlreichen Partneruniversitäten ein unerlässlicher Bestandteil eines freundschaftlich gelebten Miteinanders.

Lebendige Interaktion ist grundsätzlich die Handlungsmaxime in der Lehre. Die Vermittlung der Programminhalte erfolgt theoriegestützt und praxisorientiert, z. B. anhand aktueller Case Studies, unter Einbeziehung interessanter Gastvorträge hochkarätiger Persönlichkeiten, vor allem eben durch die starke Interaktion zwischen Studierenden sowie wissenschaftlich starken und zugleich praxiserfahrenen Professoren.

Anekdoten haben für die Teilnehmer dann einen Mehrwert, wenn Sie auf Erfahrungswissen und nicht auf Buchwissen aufbauen. Schließlich verliert empirische Evidenz theoretischer Konstrukte immer dann an Charme, wenn sie keine Orientierung geben kann. Subjektives Erfah-

ungswissen ist in diesem Fall der notwendige Mosaikstein, um eine Sicht auf das Ganze zu erlangen. „Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Einzelteile“ gilt insbesondere auch hinsichtlich der teilnehmenden Studierenden. „Diversity at its best“ ist sodann nicht Leerformel zur werbewirksamen Positionierung allgemeiner Plattitüden, sondern gelebtes Sein.

Unsere Studierenden kommen aus aller Herren Länder und bislang in jedem einzelnen Jahrgang aus allen Kontinenten unseres Erdballs. Als gefragte Persönlichkeiten bringen sie ihre Herkunft ein und bereichern die Denk- und Sichtweisen aller Teilnehmer. Wahrer Reichtum wird bildungs(inter)kulturell definiert. ■

Infos: Prof. Labbé

Merci Bourges



Zu Gast im Rathaus von Bourges

Seit 1967 gibt es die Partnerschaft zwischen Augsburg und Bourges. Seitdem verbindet beide Städte eine sehr freundschaftliche Verbindung. Grund genug für Marie-Hélène Lamarche und 18 ihrer Studierenden, nach Bourges aufzubrechen. Studenten und Organisatoren des IUT Bourges boten den Gästen vom 17. bis zum 24. Februar 2012 ein abwechslungsreiches Programm mit Ausflügen, Workshops und Firmenbesichtigungen. Die Augsburgburger konnten ihre guten Französischkenntnisse sogar im Uni-Radio und in der lokalen Zeitschrift beweisen. Kein Wunder, dass es am Ende ein großes „merci“ an alle französischen Organisatoren und Teilnehmer sowie an das deutsch-französische Jugendwerk für die großzügige Finanzierung gab. ■

Infos: Marie-Hélène Lamarche

Drei Double Degrees



Sie schafften das Double: Nathalie Holdry, Mahinour Haider-Ghaleb und Carina Bail (v. l.), eingerahmt von Prof. Feucht und Prof. Schönfelder

Die Fakultät für Wirtschaft ist stolz auf sie. Im November 2011 erhielten sie ihre Double Degrees: Carina Bail absolvierte ihr Bachelor-Studium International Management mit einem Double Degree in Augsburg und an der Univ. INHOLLAND. Nathalie Holdry hat ebenfalls einen Double Bachelor, und zwar in International Management in Augsburg und an der ESCE in Paris. Das Double als Master legte Mahinour Haider-Ghaleb hin. Sie studierte IBF in Augsburg und absolvierte das Masterstudium für International Management an der ESCE in Paris. ■ Infos: Prof. Schönfelder

Image-Video goes international



Untertitel machen's möglich: Imagevideo in sieben Sprachen

Es steht auf den Internetseiten der Fakultät, ist auf YouTube abrufbar und wird bei Veranstaltungen der Fakultät gerne gezeigt: das Imagevideo der Fakultät für Wirtschaft. Das dreiminütige Porträt entstand im studentischen Projekt „Fakultätsmarketing“ des SS 2011 und bekommt nun Zuwachs. Ein ganzes Team aus fleißigen Übersetzern machte sich ans Werk und erstellte Versionen in Englisch, Französisch, Spanisch, Italienisch, Russisch und sogar Chinesisch. Den Sprung in die große weite Welt der Sprachen ermöglichten: Alexander Feibusch, Barbara Helmer, Natalia Hood, Marie-Hélène Lamarche, Karen Vaughn und Dr. Tianshu Lü. Genauso wie das deutsche Original setzte Corneliusfilms die Sprachvielfalt gekonnt in Untertitel um. ■

Infos: Prof. Uhl

LATEST NEWS

Corinna Pfeiffer spricht für Logistik

Die Bundesvereinigung Logistik (BVL) ist ein Netzwerk für Logistik und Supply Chain Management mit mehr als 10.000 Fach- und Führungskräften aus Industrie, Handel, Dienstleistung und Wissenschaft. Es gibt Anregungen und Impulse für branchenübergreifende und zukunftsweisende logistische Konzepte zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen im In- und Ausland. Seit dem 7. Februar 2012 gibt es

auch eine studentische BVL-Regionalgruppe der Region Südbayern. Studenten können so frühzeitig Kontakt zu interessanten Unternehmen aufnehmen. Die neue studentische Regionalgruppe Südbayern ist die 19. ihrer Art. Sprecher sind: Corinna Pfeiffer (Hochschule Augsburg), Stefan Frommann (Hochschule München) und Tim Seifert (International School of Management, München). ■ Infos: Prof. Krupp

IMPRESSUM

22. Newsletter der Fakultät für Wirtschaft
Hochschule Augsburg
University of Applied Sciences
Faculty of Business
Friedberger Straße 4
86161 Augsburg

© 2012 HS Augsburg Fakultät für Wirtschaft
Erscheint jeweils zu Beginn des Semesters

Redaktion:

Prof. Feucht (Dekan Fakultät), Prof. Uhl

Satz & Layout: Martin Lohr

V.i.S.d.P.: Prof. Dr. Manfred Uhl

Anregungen & Vorschläge an:

manfred.uhl@hs-augsburg.de

Telefon 0821 / 55 86-2903