

gP Business


gefragte
Persönlichkeiten

Newsletter
der Fakultät
für Wirtschaft



Hochschule
Augsburg University of
Applied Sciences

Wintersemester
2012/13



Technologie:
RFID-Projekt mit Fraunhofer

Profile:
Ressourceneffizienz

International:
China und Taiwan

UPM führt die Bio- und Forstindustrie in eine neue, nachhaltige und von Innovationen geprägte Zukunft. Unsere Produkte werden aus erneuerbaren Rohstoffen hergestellt und sind wiederverwertbar. Der Konzern besteht aus drei Business Groups: Energy & Pulp, Paper und Engineered Materials. Das Unternehmen beschäftigt rund 24.000 Mitarbeiter und betreibt Produktionsstätten in 16 Ländern. Die Umsatzerlöse von UPM liegen bei über 10 Mrd. Euro pro Jahr. Die Aktien von UPM werden an der Wertpapierbörse in Helsinki notiert. UPM – The Biofore Company – www.upm.de

STARTEN SIE DURCH MIT UPM!

Sie lieben die Herausforderung und wollen durchstarten? Sie arbeiten gerne in einem Umfeld, in dem Initiative und gegenseitiges Vertrauen gefragt sind? Dann kommen Sie zu UPM, wo gemeinsamer Erfolg eine wichtige Rolle spielt. Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, Praktika im In- und Ausland durchzuführen oder Ihre Abschlussarbeit bei uns anzufertigen. Auch der Direkteinstieg ist möglich.

Wir suchen Studenten und Absolventen ingenieurwissenschaftlicher und kaufmännischer Fachrichtungen für unsere sechs Produktionsstandorte im deutschsprachigen Raum.

Spitzenleistungen basieren auf kompetenten und hoch motivierten Mitarbeitern. Wir bieten interessante berufliche Perspektiven bei einer leistungsgerechten Vergütung, wobei uns die persönliche Weiterentwicklung und Zufriedenheit unserer Mitarbeiter am Herzen liegt.

Lernen Sie uns kennen, indem Sie uns im Internet unter www.upm.de besuchen. Gerne sind wir bei Fragen auch persönlich für Sie da.

UPM – HR Service Germany
Tjark Bertus, Telefon +49 4963 401 1699
Sara Zaranek, Telefon +49 4963 401 1519
recruitment.ce@upm.com
www.upm.de



Welcome



Prof. Dr. Michael Feucht, Dekan

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

Sie halten die erste Ausgabe unseres neuen Newsletters gP Business in der Hand. Das seit Jahren bewährte Medium, das ein Mal pro Semester erscheint, bietet nun noch mehr Inhalt und ein neues Layout.

Als mein Amtsvorgänger Prof. Dr. Albrecht Eschermann zum Wintersemester 2003/2004 die erste Ausgabe eines vierseitigen Newsletters veröffentlichte, war die Idee, als staatliche Hochschule mit unseren „Stakeholdern“ professionell zu kommunizieren, damals schon ausgesprochen innovativ. Die ersten Ausgaben wirkten zwar noch „handgestrickt“, da sich das Redaktionsteam der Fakultät aufgrund eines kaum vorhandenen Budgets nur wenig gestalterische Unterstützung leisten konnte. Und dennoch: Der Newsletter war von Anfang an ein Erfolg. Die Wahrnehmung unserer vielfältigen Aktivitäten, der zahlreichen Firmenkooperationen und der schnell voranschreitenden Internationalisierung des Studienangebots haben unser Bild in der internen und externen Öffentlichkeit sehr positiv beeinflusst. Dies ist ganz wesentlich unserem Marketingkollegen Prof. Dr. Gerhard Riegl zu verdanken, der sehr viel Herzblut und Engagement in die Entwicklung unseres Fakultätsmarketing gesteckt hat.

Neun Jahre später sieht sich die Hochschullandschaft großen Herausforderungen gegenüber. Die Studentenzahlen

in unserer Fakultät sind stark angestiegen - im Vergleich zum Wintersemester 2003/2004 um mehr als 75 Prozent! Die Vielfalt der im Bologna-Prozess entstandenen Studienangebote auf Bachelor- und Masterniveau ist groß. Und die Lehrinhalte, die sich von Hochschule zu Hochschule stark unterscheiden, machen es Studienbewerbern nicht gerade leicht, ein Studium zu finden, das optimal zu ihren Interessen und Fähigkeiten passt. Gleichzeitig ist es für Unternehmen schwer, die Leistungen von Absolventinnen und Absolventen verschiedener Hochschulen angemessen zu vergleichen. Wir haben deshalb beschlossen, unserer Kommunikation auf allen Kanälen (Print, Web, Social Media) einen noch höheren Stellenwert einzuräumen. Der neue Newsletter gP Business, den es in einer Printversion und online als Download-Variante gibt, ist ein Element in unserem neuen Kommunikationskonzept, für dessen Entwicklung ich dem Fakultätsmarketingteam unter der Leitung von Prof. Dr. Manfred Uhl ganz herzlich danke! Ganz besonders darf ich mich auch bei den Unternehmen UPM und KPMG bedanken, die mit einer Anzeige auf eine direkte Ansprache unserer Studierenden setzen.

Nun viel Spaß mit gP Business Nummer 1!

Ihr Prof. Dr. Michael Feucht, Dekan

ZUM TITELBILD

Sie präsentierten ihre Arbeitsergebnisse persönlich und vor Ort beim UPM-Kommunikationsleiter für Deutschland, Klaus Kohler (Mitte).



News

NEU IM TEAM: PROF. DR. MICHAEL FREIBOTH



Dr. Michael Freiboth wurde zum Wintersemester 2012/2013 als Professor für Strategisches Management und Internationales HR Management berufen. Er sammelte über 20 Jahre Berufserfahrung in multinationalen Unternehmen und bekleidete Positionen im Human Resources Management sowie in der strategischen Unternehmensentwicklung. Der Schwerpunkt seiner bisherigen Tätigkeit lag in der Automobilindustrie (BMW, Audi, Volkswagen, faurecia). Er ist spezialisiert auf Managementsysteme, Lean Organization und Internationales HR Management. Dr. Freiboth ist Diplom-Berufspädagoge und besitzt einen MBA der Johannes Gutenberg Universität Mainz.

PERSONALER GRÜNDEN BEIRAT

Der Masterstudiengang Personalmanagement kann nun auch auf einen Beirat bauen. Sieben Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Wissenschaft unterstützen die drei Hochschulen künftig bei der Konzeption und Optimierung des Studiengangs, geben Feedback und bringen sich mit Vorträgen ein. Die Beiratsmitglieder sind: Heike Gorges (Vorstandsmitglied HR Blue), Lisa Mahboubian (DGFP, Leiterin der Bayerischen Akademie München), Prof. Dr. Lutz von Rosenstiel (LMU München), Gerhard Sohn (Personalleitung Lisa Dräxlmaier GmbH, Vilsbiburg), Dr. Patrick Stahl (Bereichsleiter Personal & Zentrale Dienste Ingram Micro Distribution GmbH, Dornach), Andrea Sulzer-Mayr (Leiterin Personalentwicklung Zott GmbH & Co. KG, Meitingen) und Jürgen Zürlein (Personalleiter Webasto AG, Stockdorf).
Infos: Prof. Dr. Regnet

STUDENTEN HOLEN TITEL BEI TRADING-UNIVERSIAD E

Sie hatten 5.000 Euro und sattelten 125 Prozent drauf. Über 11.000 Euro standen am Ende der Online-Trading-Universiade auf dem Wertpapierkonto von Alexander Hempfing, Dominik Gerbing, Tobias Brickel und Florian Meurs. Der italienische Wertpapierhändler Directa hatte Hochschulen aus Italien, Frankreich, Österreich und Deutschland eingeladen, von April bis Oktober am Wettbewerb teilzunehmen. Es ging darum, „echtes“ Geld möglichst gewinnbringend anzulegen. Die vier Augsburger schlugen die europaweite Konkurrenz deutlich und holten sich nicht nur den Titel, sondern auch ein sattes Preisgeld, denn: Sie dürfen ihren Gewinn über mehr

als 6.200 Euro behalten. Der Fakultät für Wirtschaft besicherten sie zusätzlich einen Zuschuss von 20.000 Euro.

Infos: Prof. Feucht



So sehen Sieger aus: das Gold-Team in Mailand.

PYRAMID ERHÄLT PREIS DER SCHWÄBISCHEN WIRTSCHAFT

Die IHK vergibt ihn nur ein Mal pro Jahr: den Preis der schwäbischen Wirtschaft. Am 8. Oktober war es wieder so weit. Und der Preis ging 2012 an das Team der Firmenkontaktmesse Pyramid. Unter der Leitung von Prof. Dr. Klaus Kellner konzipieren, optimieren, vermarkten und organisieren Studierende seit vielen Jahren eine Messe, bei der Studierende und Unternehmen gegenseitig auf Tuchfühlung gehen können. Am 16.

Mai 2012 stellte das Team aus rund 50 fleißigen Helfern mit ihrer achtköpfigen Projektleitung auf den Campus am Roten Tor sogar einen neuen Rekord auf: Sie überzeugten 150 Firmen, bei der Pyramid auf Nachwuchssuche zu gehen. Und sie waren sehr zufrieden. So konnte der Präsident in einem Dankesbrief lesen: „Wir sind das erste Jahr Gast der Pyramid gewesen. Ich möchte mit diesem Brief unseren Dank und Anerkennung zum



Sie machen die „Plattform zum Erfolg“: (v. l. n. r.) Ilgis Hismatov, Katharina Volkert, Berthold Rieder, Sebastian Sperner, Prof. Dr. Kellner, Korbinian Schollweck, Diana Warmuth, Marie Louise Rohrmann, Mathias Schäble (nicht auf dem Bild).

Ausdruck bringen, wie professionell die Messe organisiert war, welche positive Atmosphäre zu spüren war, wie gut die Betreuung gewesen ist und last but not least, welche angenehme Gesprächspartner den Campus bevölkert haben.“

Infos: Prof. Kellner und www.pyramid-hsa.de

Praxis

ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT: PROJEKT BEI LEW

Welche Unternehmen kommen in Frage? Welche Branchen sind interessant? Typische Fragen von Absolventen auf der Suche nach einem Arbeitgeber. Die Attraktivität von Unternehmen spielt in Zeiten des Fachkräftemangels eine immer größere Rolle – gerade auch für Personalmanager. Diesem Thema widmeten sich unter Leitung von Prof. Dr. Erika Regnet Studierende des Vertiefungsmoduls Personalmanagement. Ihr Partnerunternehmen: die Lechwerke AG. Ziel des Projektes war die Analyse der Arbeitgeberattraktivität bei Hochschulabsolventen ausgewählter Fachbereiche. Dazu wurden Zielhochschulen identifiziert, Befragungen durchgeführt, ein Benchmark mit anderen regionalen Unternehmen erstellt und diese Daten ausgewertet.

Infos: Prof. Regnet



Die Projektgruppe zusammen mit Frau Braun (rechts), LEW bei der Ergebnispräsentation.

SCHWARZES GOLD IN MEITINGEN: SGL – THE CARBON COMPANY

Leicht, schwarz und extrem belastbar – Carbon, das „schwarze Gold“. 14 Studierende des Vertiefungsmoduls Personalmanagement folgten mit Prof.

Dr. Regnet einer Einladung der SGL Group in Meitingen.

Manuel Bode, ein früherer Absolvent des Schwerpunktes Human Resource Management der Hochschule Augsburg



Mit weißen Helmen bei schwarzen Produkten: Nachwuchspersonaler bei SGL in Meitingen.

OPTIMIERUNG: SCHULUNGEN BEI ROHDE & SCHWARZ

Der Messtechnikhersteller Rohde & Schwarz mit Sitz in München ist mit 8.400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit vertreten. In seinen Spezialgebieten Messtechnik, Rundfunk, Sichere Kommunikation sowie Überwachungs- und Ortungstechnik muss das Unternehmen nicht nur in Forschung und Entwicklung ständig up to date sein, sondern auch ein möglichst optimales Schulungskonzept haben. Dazu holte sich Rohde & Schwarz am Standort Memmingen ein studentisches Beratungsteam des Masterstudiengangs Personalmanagement zur Unterstützung ins Haus. Die Aufgabe: Lösungsvorschläge für den Rezertifizierungs-Prozess von IPC-Schulungen zu entwickeln. Für die Produktionsfähigkeit des Unternehmens sind diese Spezialschulungen von großer Bedeutung. Anhand einer EPK-Prozessmodellierung wurden Stärken und Schwächen analysiert, auf deren Basis schon erste Lösungsansätze zu identifizieren waren. Diese zielen sowohl auf die Qualität der Informations- und Kommunikationsabläufe, als auch auf die Verringerung der Durchlaufzeiten ab.

Infos: Prof. Regnet

begrüßte sie und stellte ihnen im neuen SGL-Forum das Portfolio vor. Carbon-Werkstoffe weisen einzigartige Materialeigenschaften auf, z. B. hohe Strom- und Wärmeleitfähigkeit, Hitze- und Korrosionsbeständigkeit, Gleitfähigkeit sowie Leichtigkeit bei gleichzeitiger Festigkeit.

Infos: Prof. Regnet

NO SECRET: FINANCIAL INTELLIGENCE SERVICE

Über „Financial Intelligence“ verfügt, wer seine Finanzsituation überschauen und mit dem Budget gut umgehen kann. Aber wie kommt man an dieses Know-how? Ein Team des Schwerpunkts Finanzmanagement bei Prof. Dr. Wolfgang Wirth fand zusammen mit MLP Antworten. Nachdem 2011 ein Modell zur Planung und Steuerung studentischer Ein- und Auszahlungsströme entstanden war, setzten die Studierenden nun die Arbeit fort. Welche Bausteine eines Vermögensaufbaus bei Geldanlage und Altersvorsorge sind für Studenten sinnvoll? Welche existenziellen Risiken können mit geringen Mitteln abgesichert werden? Wie lassen sich Steuervorteile ausschöpfen? Die Studierenden werteten eine Befragung von 327 Studenten der Hochschule und der Universität Augsburg aus, in der es um Geldanlage, Absicherung, Vorsorge und Steuern ging. Die Befragten kamen jeweils zu einem Drittel aus Wirtschaft, Sozial-/Geisteswissenschaften/Recht und Naturwissenschaften. Das Ergebnis: 50 Prozent hatten sich bisher nicht systematisch mit der persönlichen Finanzoptimierung befasst. Das Projektteam entwickelte Plakate mit Infos zur Gestaltung der finanziellen Situation. Danach stellte es für Studenten geeignete Finanzprodukte in einer Broschüre zusammen und entwickelte eine Website mit einer Online-Entscheidungshilfe zu Anlage- und Vorsorgeprodukten.

Infos: Prof. Wirth



Das FIS-Team mit Herrn Unger, MLP Wiesloch (unten rechts), Herrn Dehm, MLP Augsburg (oben rechts) und Prof. Wirth (oben Mitte).

Praxis

AUGSBURG/HELSINKI: COMMUNICATING BIOFORE

Markenwerte, Börsenkurse und die Attraktivität als Arbeitgeber hängen heute maßgeblich von der Wahrnehmung eines Unternehmens in der Öffentlichkeit ab. Erkennbarkeit und Unterscheidbarkeit zu schaffen, sind wichtige Aufgaben für Kommunikationsmanager und wurden auch zur Grundlage für das Projekt „Communicating UPM – The Biofore Company“. Die UPM-Konzernzentrale liegt in Helsinki. UPM verfügt über Standorte in 16 Ländern und beschäftigt in seinen drei Geschäftsfeldern Energy & Pulp, Paper und Engineered Materials rund 24.000 Mitarbeiter. Das Kerngeschäft ist die Papierherstellung. Seit 2009 positioniert sich UPM als „Biofore Company“ - eine Wortkombination aus Bio und Forest und verschreibt sich einer nachhaltigen und durch Innovationen geprägte Bioökonomie. Aber wie kann eine zielgruppenspezifische Kommunikation dieser neuen Strategie aussehen? Dieser Aufgabe stellten sich Marketingstudenten der Hochschule Augsburg und der Haaga-Helia University in Helsinki. Projektpartner war Klaus Kohler, Director Communications UPM Germany. Die beiden Gruppen analysierten zu Beginn das kommunikative Umfeld von UPM in Deutschland und Finnland und glichen ihre Ergebnisse in einem gemeinsamen Workshop in Augsburg ab. Besonders auffällig waren beispielsweise die unterschiedlichen Medienresonanzen im deutsch-finnischen Vergleich. Danach definierte die Projektgruppe die Zielgruppen und die spezifischen Kommunikationsziele. Es folgte die Entwicklung eines Kommunikationsmix für UPM Deutschland mitsamt Umsetzungsfahrplan und Vorschlägen zur Wirkungskontrolle. Prof. Dr. Manfred Uhl und Pauli Lindström von der Haaga-Helia University in Helsinki initiierten und betreuten das internationale Projekt.

Infos: Prof. Uhl

A WIE ANGRIFF: MARKETING-INPUT FÜR MERCEDES-BENZ

Mittlerweile steht sie bei den Händlern: die neue A-Klasse von Mercedes-Benz. Sie soll besonders design-interessierte, sportliche und lifestyle-orientierte Kundengruppen ansprechen. International und national beschritt Mercedes-Benz in der Vermarktung zielgruppenbedingt konsequent neue Wege. Doch wie kann ein regionales Vermarktungskonzept aussehen? Damit beschäftigten sich Marketingstudierende von Prof. Dr. Manfred Uhl im Auftrag der Mercedes-Benz Niederlassung Augsburg. Der Marketing-Mix der regionalen Wettbewerber wurde geprüft, Zielgruppen für die neue A-Klasse regional identifiziert und ihr Informations- und Freizeitverhalten bewertet. Daraus entstand ein Maßnahmenkatalog zur Bewerbung der A-Klasse

vor Ort. Sponsoring und Werbung wurden mit Kommunikationsinstrumenten wie Online-Business-Portalen, Edgar Cards und Social Media verknüpft. Mercedes-Benz ließ sich für das A-Team auch eine besondere Belohnung einfallen: eine A-Klasse – für ein Wochenende.

Infos: Prof. Uhl



Das A-Team und Sarah Bremer (Marketing), Christian Majer (Verkaufsleiter) und Helmut Kaftan (Niederlassungsleiter).

PROFILER: RESSOURCENEFFIZIENZ STÄRKT STANDORT

Der Wirtschaftsraum Augsburg hat sich ein Profil gegeben. Er will sich zum bayerischen, deutschen und europäischen „Zentrum für Ressourceneffizienz“ entwickeln. Im Studienschwerpunkt Marketing haben sich unter Leitung von Prof. Dr. Klaus Kellner angehende Betriebswirtschaftler damit



Profilier in Schwaben: Team von Prof. Kellner (links) und Dr. Calhan (rechts).

beschäftigt, wie Unternehmen Erträge erwirtschaften und zugleich einen Beitrag zur Erhaltung des Lebensraumes leisten könnten. Die Studierenden erhielten auch Starthilfe von außen: Die Pädagogin Petra Stechele und der Umweltingenieur Tobias

Walter stellten in ihrem Vortrag „Ökonomie und Ökologie - Chance oder Apokalypse“ dar, wie die Wirtschaft in Einklang mit unserem Lebensraum stehen könnte: mit biodynamischem Landbau, Innovationen in Mobilität und Energietechnik, durch Komplettrecycling, technologische Effizienz, Wachstum an Qualität, solidarische Kooperation und langfristige Orientierung. Unternehmensberater Johannes Pfister und die Landschaftsarchitektin Veronika Jändl-Subik unterstrichen den interdisziplinären Ansatz. Die Studenten nahmen an der Podiumsdiskussion „Umwelt, Energie und Rohstoffe – Herausforderungen des 21. Jahrhunderts“ an der Universität Augsburg teil. Mit diesem Grundlagenwissen erarbeiteten sie dann in kleineren Gruppen Referate. Anhand des Profilorientierten Marketing-Management-Ansatzes lösten sie das Spannungsverhältnis von Ökonomie und Ökologie auf. Ausführliche Ergebnisse sind im Forschungsbericht 2012 der Hochschule Augsburg veröffentlicht.

Infos: Prof. Kellner

CAM CARPETS UND HOSPITALITY BEI SPORTFIVE

Bundesliga und Co ziehen mehr denn je die Massen an. Während in den Stadien und an den Fernsehgeräten gejubelt und getrauert wird, läuft im Hintergrund eine riesige Vermarktungsmaschinerie. Marketingstudierende von Prof. Dr. Manfred Uhl trafen sich mit Rouven Kasper von SPORTFIVE, um einen praktischen Eindruck der Sportvermarktung zu bekommen. SPORTFIVE gehört zur international tätigen Lagardère-Gruppe, zählt weltweit mehr als 250 Proficlubs sowie zehn Ligen zu seinen Geschäftspartnern und betreut unter anderen den Fußball-Erstligisten FC Augsburg. Kasper erklärte Geschäftsmodelle, Werbeformen, Hospitality-Varianten und Rechtevermarktung im Profisport. Viele Beispiele aus der Welt des Fuß-



Erstklassig: Rouven Kasper von Sportfive erläuterte das Einmaleins der Sportvermarktung.

balls, des Wintersports und der Formel 1 ermöglichten einen konkreten Einblick in das Produktportfolio von Sportvermarktern – und in ihr Berufsfeld.

Infos: Prof. Uhl

PERFORMANCE-CHECK FÜR SPARKASSEN

Wer erfolgreich bleiben will, muss Märkte und Wettbewerber ständig beobachten und Kundenwünsche erfüllen. Doch wie kann in einer zunehmend online-geprägten Welt der Kundenkontakt am besten aufgebaut und gepflegt werden? Damit beschäftigten sich Marketing-Studierende von Prof. Dr. Gerhard Riegl und Matthias Riedle, Geschäftsführer der Webagentur explido. Die Projektpartner: die schwäbischen Sparkassen. Zum Hintergrund: Seit zehn Jahren sind elf schwäbische Sparkassen und das Online-Portal der Augsburger Allgemeinen mit ihren jeweiligen Regionalausgaben Marketing-Partner. Damit auch weiterhin das Online-Marketing via augsburger-allgemeine.de die Kundenbedürfnisse trifft, analysierten die Studenten die Marketing-Partnerschaft beider Unternehmen im Netz. Ziel war es, die Wirkung der bisherigen Maßnahmen einzuschätzen und Optimierungsansätze zu identifizieren. Das 27-köpfige Team ging strukturiert vor. Am Anfang standen empirische Analysen zum Ist-Zustand auf

der Agenda. Über 1.600 Bürger wurden online und offline zum Finanzauftritt der Sparkassen in Verbindung mit Tageszeitungen im Internet befragt. Die Studierenden entwickelten auf der Basis ihrer Analysen in Kleingruppen Soll-Konzepte für ein effizientes Online-Marketing der schwäbischen Sparkassen im Portal der Augsburger Allgemeinen. Besonders wertvoll für die Studierenden erwies sich das kontinuierliche Coaching durch Spezialisten von explido.

Infos: Prof. Riegl



Nach der Schlusspräsentation: Onlinemarketing-Team mit Ursula Brandhorst-Friedrich (Marketingleiterin Stadtsparkasse Augsburg) und Herta Hiemer (stellv. Marketingleiterin) sowie Projektleiter Prof. Riegl und Lehrbeauftragter Matthias Riedle.

THINK BIG BEI AMAZON

Nicht weniger als 17 Fußballfelder umfasst die Fläche des erst im September 2011 eröffneten Logistikzentrums von Amazon in Graben bei Augsburg. Studierende des Vertiefungsmoduls Logistik und Supply Chain Management der Hochschule Augsburg gehörten zu den ersten Studentengruppen, die hinter die Kulissen blicken konnten. Amazon möchte „das kundenorientierteste Unternehmen der Welt“ sein, so Isabella Jakobs, die neben der E-Commerce-Plattform amazon.de die zahlreichen anderen Geschäftsbereiche und Standorte vorstellte. Im Anschluss führte Tobias W., Area Manager des Bereichs Receive (Wareneingang), durch die riesigen Hallen des Versandhändlers. Dabei folgte er dem Warenfluss: vom Wareneingang



Studenten des Vertiefungsmoduls „Logistik und Supply Chain Management“ bei amazon.de.

über die Einlagerung und Kommissionierung sowie Verpackung bis zum Versand und schließlich zu den Retouren. Amazon richtet sich stark an Lean Management aus. Prozesse werden mit dem Ziel der möglichst großen Einfachheit permanent hinterfragt – bei einem Angebot von Millionen unterschiedlichster Artikel kein Wunder. Die konsequente Ausrichtung am Kunden, die bei Amazon zum festen Bestandteil der Unternehmensphilosophie gehört, mag die nahezu beispiellose Wachstumsgeschichte des Unternehmens erklären, das 1995 mit einem Onlineshop in den Vereinigten Staaten an den Start ging.

Infos: Prof. Krupp

Praxis

NUTZEN UND KOSTEN: RFID-PROJEKT MIT FRAUNHOFER-INSTITUT

Wirtschafts- und Informatikstudierende nahmen die RFID-Technologie (Radio Frequency Identification) in logistischen Prozessen unter die Lupe. Vor einer Implementierung müssen aber wirtschaftlicher Nutzen und technische Machbarkeit gleichermaßen betrachtet werden. Studierende der Hochschule Augsburg haben dies getan. Die Informatiker fokussierten sich auf die technische Umsetzung und die Realisierung eines Anwendungsfalls. Mobile Endgeräte wurden eingesetzt sowie Methoden der Ereigniskorrelation

untersucht und erfolgreich in der Anwendung und der Middleware umgesetzt. Im Logistik-Labor konnten sie mit einem RFID-System des Fraunhofer-Instituts für Integrierte Schaltungen (IIS) experimentieren. Das IIS stellte das Gerät als Leihgabe zur Verfügung. Parallel arbeiteten die BWLer reale Anwendungsfälle der RFID-Technologie aus. Abschließend stellten die Studenten den betriebswirtschaftlichen Nutzen übersichtlich auf Plakaten dar.

Infos: Prof. Krupp

30 IDEEN FÜR MAN DIESEL

Der effiziente Umgang mit Ressourcen ist ein wichtiges ökologisches und wirtschaftliches Ziel moderner Unternehmen. Studierende der Vertiefung „Logistik und Supply Chain Management“ übernahmen das Projekt „Papierloser Fertigungsprozess bei der MAN Diesel & Turbo SE“. In sechs Unternehmensbereichen sollten Möglichkeiten identifiziert werden, wie der Anteil des gedruckten Papiers bei produktbegleitenden Prozessen reduziert werden kann. Der Hintergrund: Auf ihrem Weg durch ein Unternehmen werden Materialien und Produkte von Papieren begleitet, die Informationen zum Produkt oder zum nächsten zu erledigenden Arbeitsschritt enthalten. Die Studierenden analysierten und dokumentierten die Arbeitsabläufe und Wege der Papiere. Auch Möglichkeiten zur Vereinfachung und Papierreduktion, die Prozesse transparenter und weniger fehleranfällig macht, wurden herausgearbeitet. Die Verbesserungsvorschläge ergaben ein jährliches Einsparpotenzial von rund 200.000 Blatt Papier. Interessantes Detail: Die Kosten für das Papier waren nicht wesentlich, aber umso mehr die manuellen Aufwände für das Handling.

Infos: Prof. Krupp

IM NAMEN DES VOLKES

Studenten des MA-Studiengangs Steuern und Rechnungslegung und des BA Betriebswirtschaft besuchten zusammen mit Prof. Dr. Alexandra Coenberg eine Urteilsverhandlung beim Bundesfinanzhof in München. Sie verfolgten das spannende Plädoyer eines Steuerberaters über „Rückstellungen wegen zukünftiger Betriebsprüfung bei Großbetrieben“ und hörten dazu die Auffassung des Bundesministeriums der Finanzen. Die Gruppe erhielt danach eine Führung durch den Bundesfinanzhof und erfuhr aus erster Hand Wissenswertes über die Entstehung, den Aufbau und die Bedeutung des obersten Steuergerichtshofes in Deutschland.

Infos: Prof. Coenberg



Ganz große Bühne: angehende Steuerexperten beim Bundesfinanzhof.

KINDERSPIEL FÜR VEDES

Sie beliefert über 1.000 Fachhändler und hat rund 20.000 Artikel im Zentrallager: die Vedes AG. Für den international tätigen Spielwarenhändler aus Nürnberg spielt Logistik eine große Rolle. Das Management stand vor der Frage, welche Prozesse im Haus und welche von externen Dienstleistern übernommen werden sollen. Um sich einen Eindruck von den Herausforderungen bei In- und Outsourcing zu machen, besuchten die Teilnehmer des Vertiefungsmoduls Outsourcing und Controlling mit Prof. Dr. Sabine Joeris die Vedes AG. Logistikleiter Rainer Wild führte zunächst durch das Lager. Vorstand Achim Weniger berichtete danach ausführlich, warum zunächst ein Outsourcing der Logistik gestartet wurde. Er erläuterte aber auch, was ihn dazu bewog, zu einer hausinternen Lösung zurückzukehren.

Infos: Prof. Joeris

5. PERSONALERTAG

Es war bereits das fünfte Mal: Die Hochschule Augsburg lud am 18. Juli 2012 zum Personalertag ein. „Change Management“ stand diesmal auf der Agenda. Prof. Dr. Peter Richard referierte zunächst über „Change Management - der Weg in unbekanntes Gelände“. Rüdiger Fischer, Personalleiter der VACUUMSCHMELZE GmbH & Co. KG, berichtete über seine Erfahrungen bei Change Management im Personalmanagement. Bettina Augustin und Dr. Klaus Höfle, Geschäftsführer von stairconsult, veranschaulichten ein Change-Projekt im Mittelstand. Zum Abschluss referierten Stephan Völk, CADCON Holding GmbH, und Prof. Dr. Christian Lebrez über ein Praxisprojekt zur „Strategieimplementierung in der Personalarbeit“.

Infos: Prof. Regnet und Prof. Lebrez

Gäste

M&A BEST PRACTICE

Sie gehören zu den ersten Adressen, wenn es um Mergers & Acquisitions geht: Lazard, Goldman Sachs, Morgan Stanley, KPMG, Ernst & Young und Siemens Venture Capital. Sie alle schickten hochkarätige Referenten zur Vortragsreihe „M&A - Best Practice“, die Prof. Dr. Thorsten Feix und Prof. Dr. Marcus Labbé neu entwickelt hatten. Studenten des Masterstudiengangs International Business and Finance sowie des Bachelor-Vertiefungskurses Corporate Finance erhielten aus erster Hand spannende Einsichten aus der Praxis für die Praxis. Die Themenauswahl reichte von historischen M&A-Deals bis zu damit verbundenen Governance-Problematiken. So beleuchtete z. B. Ernst & Young die Besonderheiten bei der Bewertung von Banken, Goldman Sachs die Herausforderungen bei feindlichen Übernahmen, Morgan Stanley den Conti-Schaeffler-Deal und Lazard das „Regierungsprojekt Opel“. Konzeptionelle Vorträge über die Feinheiten der Financial Due Diligence (KPMG) oder die Bewertung junger Unternehmen (Siemens Venture Capital) ergänzten die praxisnahen Beiträge.

Infos: Prof. Feix und Prof. Labbé

BUSINESS BEHAVIOUR & SHITSTORM-TIPPS IM ONLINE-MARKETING

Wissen über „Business Behaviour“ ist wertvoll. Kein Wunder, dass sich 118 Studierende aus verschiedenen Studiengängen damit beschäftigen wollten. Bei Prof. Dr. Gerhard Riegl berichteten sie zunächst über eigene Erfahrungen. Jan Klukkert, Anchorman von augsburg.tv, verriet ihnen aber auch goldene Verhaltensregeln, wenn das Fernsehen kommt. Petra Muthmann aus München, Expertin für Kleidungs-Coaching und Stilberatung, sprach über Outfit im Business.

Über die virtuelle Welt sprach Torsten Maue, Blogger und Nerd aus Magdeburg. Er zeigte, was ein Shitstorm ist und wie man damit professionell umgehen kann. Maue kam auf Einladung von Prof. Dr. Gerhard Riegl und explido-Geschäftsführer Matthias Riedle.

Infos: Prof. Riegl



Torsten Maue

DIE ATMENDE FABRIK: FUJITSU UND GLOBALE RISIKEN

Hans Erbe studierte an der Fakultät für Wirtschaft und ist mittlerweile Head of Supply Chain Management bei Fujitsu in Augsburg. Bei Prof. Krupp erläuterte er, welche wichtige Rolle dieser Standort seit über 25 Jahren für die transnationale Strategie von Fujitsu für den Wirtschaftsraum EMEA (Europe, Middle East, Africa) spielt. Fujitsu steuert von Augsburg aus die gesamte Auftragsabwicklung für EMEA. Gerade in den letzten Jahren belasteten politische Unruhen und Umweltkatastrophen die Versorgungsketten. Beispiel:

Das Erdbeben in Japan 2011. Fujitsu entschied, die Produktion vom Werk bei Fukushima in die Fuggerstadt zu übertragen. Flexible Konzepte waren gefragt. Die Kundenaufträge mussten über Augsburg geleitet werden und die Materialien 9.000 km weiter westlich laufen. Eines dieser Konzepte ist die so genannte „atmende Fabrik“: flexible Arbeitszeitsysteme, harmonisierte IT-Schnittstellen und weltweit möglichst standardisierte Prozesse. So gelang es, 2011 die Krise zu meistern.

Infos: Prof. Krupp

VERTRIEB 2.0: ONLINE-VERKAUF, VERHANDLUNGSTECHNIKEN UND INTERNATIONALITÄT

Michael Kraewing ist bei AL-KO für E-Commerce verantwortlich. Er berichtete den Studierenden von Prof. Dr. Klaus Kellner, wie man On- und Offline-Vertriebskanäle ertragswirksam kombinieren kann und welche Herausforderungen von Vertriebsmanagern zu bewältigen sind. Beim Aufbau und der Integration von E-Commerce in Unternehmen werden viele Geschäftsbereiche berührt. Wer im Internet verkaufen und kommunizieren möchte, muss auch die Mechanismen der veränderten Absatzmärkte und der Medienlandschaft verstehen, so Kraewing.

Bernd Hochstädter schloss vor sieben Jahren an der Hochschule Augsburg sein BWL-Studium mit Schwerpunkt Marketing erfolgreich ab. Nun kam er als Gastreferent zurück. Mittlerweile Head of Sales International Cosmetics bei der Paul Hartmann Group, zeigte er theoretisch fundiert und praktisch erprobt die Schritte einer professionell geführten Verkaufsverhandlung. Seine Ausführungen in englischer Sprache und sein Blick auf die globale Kundenstruktur zeigten, dass Verkauf grundsätzlich und selbstverständlich die gesamte Welt im Blick haben muss.

Tim Földner, BWL-Absolvent mit Schwerpunkt Marketing aus dem Jahr 1998, referierte über den „Vertriebsdirektor“ und erklärte aus seiner täglichen Arbeit im internationalen Vertrieb, wie er für Hydro Building Systems Erträge erwirtschaftet und „glückliche Kunden“ hinterlässt. Besonders erfreulich war, dass er mit den im Studium erlernten Denkweisen und Methoden erfolgreich managen kann. Er bestätigte damit auch den Lehrensatz an der Hochschule Augsburg, Theorie und Praxis stets zu verbinden.

Infos: Prof. Kellner

Studium

FACTS

Stand: 28.09.2012

Studierende

an der Hochschule Augsburg: 5407
an der Fakultät für Wirtschaft: 1274

davon:

BA Betriebswirtschaft: 542
BA International Management: 581
MA International Business and Finance: 28
MA Personalmanagement: 60
MA Marketing/Vertrieb/Medien: 91*
MA Steuern und Rechnungslegung: 43

*immatriuliert an der Hochschule Ingolstadt

Vertiefungsmodule BA Betriebswirtschaft

Change Management, Controlling, Finanzdienstleistungen, Produktmarketing und Absatzkommunikation, Wirtschaftsprüfung und Rechnungslegung

Vertiefungsmodule BA International Management

Corporate Communication and International Business Profiling, European Business Studies, Human Resource Management, Logistics and Supply Chain Management, Management Accounting

Internationale Austauschprogramme

(akademisches Jahr 2011/2012)

Studierende von ausländischen Partneruniversitäten (Incomings): 43
Studierende an ausländischen Partneruniversitäten (Outgoings): 100

PERSONALMANAGEMENT-MASTER WEITERHIN GEFRAGT

Mehr als 160 Bewerbungen gingen für den im Wintersemester wieder startenden Masterstudiengang Personalmanagement ein. Die Kooperation der Hochschulen Augsburg, München und Landshut bleibt damit ein absolutes Erfolgsmodell. Für rund 50 Personen folgte im Juli ein persönliches Gespräch in München bzw. Augsburg. Neben der Motivation für den Studiengang stellten sie ihr personalwirtschaftliches Verständnis vor. Für 20 künftige Nachwuchspersonaler fiel dann im Wintersemester 2012/13 der Startschuss zum Masterstudium.

Infos: Prof. Regnet

MOUNTAINS ARE4BIKING

Die Sommer-Radltour mit Biergartenbesuch fiel zwar sprichwörtlich ins Wasser und musste abgesagt werden. Doch als Prof. Wolfram Schönfelder zum traditionellen „Mountains are4biking“ rief, herrschte Bilderbuchwetter. Das anspruchsvolle

Mountainbike-Event lockte zwanzig Studierende, Alumni und Freunde an. Gemeinsam ließen sie das Sommersemester in den Pinzgauer Bergen sportlich ausklingen.

Infos: Prof. Schönfelder



Sportlich: Prof. Schönfelder (rechts) mit seinen Gipfelstürmern“.

NACHRUFE

Mit Entsetzen haben wir am 10. August 2012 die Nachricht erhalten, dass unser langjähriger Referent Thomas Burzler bei einem tragischen Verkehrsunfall ums Leben gekommen ist. Thomas Burzler konnte mit seinen anschaulichen und erfrischenden Vorträgen über mehrere Jahre viele Studenten unserer Fakultät begeistern. An dieser Stelle möchten wir ihm für dieses Engagement danken.

Die Fakultät trauert auch um ihren ehemaligen Studenten Thomas Ache. Er verstarb nach schwerer Krankheit am 23. September im Alter von nur 31 Jahren. Er

gehörte dem ersten Bachelorjahrgang der Wirtschaftsfakultät an und schloss ihn als

Jahrgangsbester ab. Unsere Gedanken sind bei seiner Frau, seiner Familie, allen Angehörigen und Freunden. Wir haben einen großartigen und allseits geschätzten Mitmenschen verloren.



Thomas Ache

ALDI SÜD FÖRDERT FRANZISKA JÖRG UND MATTHIAS KEIMER

Franziska Jörg und Matthias Keimer machten das Rennen: Mit monatlich 300 Euro fördert ALDI SÜD die Nachwuchskräfte an der Hochschule zunächst für



Prof. Dr. Hans-Eberhard Schurk, Präsident der Hochschule Augsburg, Matthias Keimer, Franziska Jörg und Eric Zahlmann, Geschäftsführer bei ALDI SÜD bei der Stipendienübergabe.

ein Jahr. Das ALDI SÜD-Stipendium ist das erste Unternehmensstipendium für Studierende der Fakultät für Wirtschaft. Die Studierenden wissen schon, was mit dem Stipendiengeld geschehen soll. Franziska Jörg etwa verbringt ihr nächstes Studiensemester in Lulea in Schweden. Auch Matthias Keimer ist seit Oktober im Ausland. Er studiert in London. Er freut sich nicht nur aus finanziellen Gründen über das Stipendium, sondern denkt sogar über das Stipendium hinaus: „ALDI wäre für mich ein attraktiver Arbeitgeber“, so Keimer. Auf diese Weise könnte das Stipendium für beide Seiten in eine vielversprechende Zukunft führen. Auf jeden Fall aber will ALDI SÜD die Kooperation mit der Hochschule weiter ausbauen.

Info: Prof. Feucht

MASTER MARKETING/VERTRIEB/MEDIEN

316 Bewerbungen gingen für den Masterstudiengang Marketing/Vertrieb/Medien (MVM) zum Wintersemester ein. Der MVM, der nun ins dritte Semester geht und zusammen mit der Hochschule Ingolstadt angeboten wird, zählt mittlerweile rund 90 Studierende. Besonderes Schmankerl: die Exkursion. Nach der Hamburg-Reise im Sommer mit Stationen bei Unilever, Otto, imtech Arena und Hoffmann und Campe ging es im Oktober nach Köln und Düsseldorf zu Stern TV, Vodafone, Bayer und in den future Store von real.

Infos: Prof. Uhl



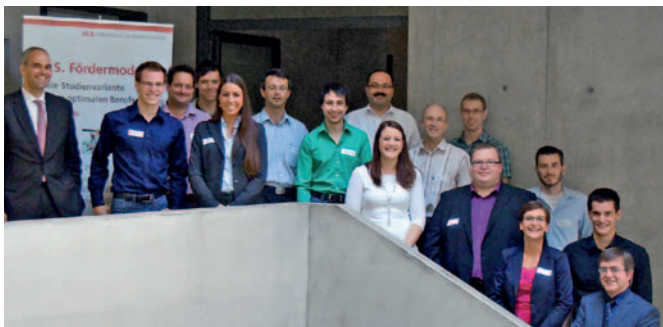
Alsterblick: Redaktionsdirektor Jan Kolbaum (2. v. l.) und Jutta Groen (rechts) von Hoffmann und Campe Corporate Publishing luden eine MVM-Gruppe von Prof. Uhl in die historische Heine Villa ein.

ERNST & YOUNG FÖRDERT DENNIS SCHÖNLEBEN

I.C.S. steht für International Co-operative Studies und ist ein Netzwerk von Hochschulen und Wirtschaft. Es bietet nominierten Studierenden ein praxisintensives duales Studium in enger Kooperation mit attraktiven Unternehmen. Der I.C.S. e.V. und die Fakultäten für Wirtschaft und Informatik begrüßten alle neuen Förderstudenten sowie die Unternehmensvertreter der Partnerfirmen CADENAS, Mundo, Dematic, TÜV SÜD und Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Unter

den 2012 Nominierten der Betriebswirtschaft erhielt Dennis Schönleben den attraktiven Fördervertrag bei Ernst & Young. Er durchläuft dort mehrere Praxisphasen und lernt das Unternehmen intensiv kennen. Gleichzeitig erhält er eine finanzielle Förderung, damit er sich während des Semesters voll auf sein Studium konzentrieren kann. Nach seinem Studienabschluss winkt ihm ein Arbeitsplatz bei Ernst & Young. Die Fakultät bietet mit dem I.C.S. Modell nicht nur Studierenden interessante Perspektiven, sondern unterstützt damit auch Unternehmen bei der Gewinnung „gefragter Persönlichkeiten“.

Infos zum Förderprogramm: Melanie Schopf-Schriefer und www.ics-ev.de



Startschuss: ICS-Netzwerk und Hochschule begrüßen neue Förderstudenten.

WHITE EXAM



Vereinbarkeit von Studium und Ehe: Özge Gül (vormals Lokman) heiratete und ging am selben Tag noch in die Prüfung über strategisches Management – im Brautkleid.

International

MADE IN CHINA AND TAIWAN

Die internationale Ausrichtung der Studienangebote ist ein wichtiger Baustein im Profil der Fakultät für Wirtschaft. Nun kommt ein Meilenstein hinzu: Dekan Prof. Dr. Michael Feucht und Prof. Dr. Anton Frantzke besuchten die beiden Partnerhochschulen Shandong University in Jinan/China und die Yuan Ze University, Jonghli City/Taiwan.

Besonders wichtig war der Besuch an der Shandong University in Jinan, der Partnerstadt von Augsburg. Bislang gibt es dorthin nur zweiwöchige Sprachkursen, aber noch keinen regelmäßigen Studentenaustausch. Als Ergänzung des Curriculums wird unsere Fakultät ab 2013 sechs Studierende für ein Semester nach Jinan schicken und im Gegenzug sechs chinesische Gaststudenten empfangen.

Sehr großes Interesse hatten die chinesischen Gastgeber an der Idee eines ein- bis vierwöchigen Professorenaustausches, der im Sommersemester 2013 starten soll. Bis Mitte 2013 wird außerdem unsere Chinesisch-Dozentin, Susanne Mastaller, an der Shandong University Deutsch lehren.

Anschließend ging es nach Jonghli City, in der Nähe von Taipei in Taiwan. Hier war Gelegenheit für ein Treffen mit drei der fünf Austauschstudenten. Im Gespräch mit dem dortigen Dekan des College of Management zeigte sich, dass Employability auch dort groß geschrieben wird. Der Anspruch, die Studenten zu „well-rounded citizens“ zu bilden, ähnelt sehr dem Augsburger Konzept der „Gefragten Persönlichkeiten“. Wertvolle Erkenntnisse gab es zur AACSB-Akkreditierung. Die Gesprächsergebnisse waren sehr erfreulich:



Zu Gast beim Dekan des College of Management in Jonghli City.

zehn Austauschplätze, ein Konzept für ein Double Degree und die Absicht zukünftig Professoren und Dozenten über einen Zeitraum von mehreren Wochen auszutauschen. Außerdem wird die Hochschule Augsburg zukünftig für die Executive MBA-Programme der Yuan Ze University kostenpflichtige Kompaktaufenthalte im Sommer anbieten.

Infos: Prof. Feucht

DOUBLE-DEGREES: LULEA, WATERFORD UND MONTPELLIER

Christiane Riedel graduierte erfolgreich im April 2012 als Bachelor of Arts International Management HS Augsburg und als Bachelor of Science Business Administration Lulea University of Technology. Apropos double-degree: Die bilateralen Gespräche mit dem Waterford Institute of Technology (WIT) Ireland zur Planung eines double-degrees im Mai 2012 verliefen vielversprechend. Prof. Dr. Wolfram Schönfelder legte zusammen mit seinen Kollegen Prof. Pat Ryan und Prof. Ger Long den Grundstein. Schon im Wintersemester 2014 könnte es losgehen. Ebenfalls erfolgreich verlief der Besuch von Prof. Gilles de Lanauze. Der neue Head of International Relations an der IAE Montpellier Univ 2 bestätigte die erfolgreichen Kontakte zum double-degree. Und seit September ist klar: die Edinburgh-Napier-Business-School ist beim doppelten Abschluss auch dabei.

Infos: Prof. Schönfelder

LOGISTIK IN MADRID UND MARKETING IN MODENA

Teaching Mobility heißt das EU-Austauschprogramm für Lehrende. Ein Beispiel: die International Seminars in Madrid. An der CEU Universidad San Pablo trafen sich im April Lehrende aus verschiedenen Ländern und hielten Vorlesungen aus ihren Spezialgebieten. Studierende und Professoren profitierten gleichermaßen. Internationale Perspektiven ergänzten sich mit national unterschiedlichen Erkenntnissen. Prof. Dr. Michael Krupp stellte aus Logistik und Supply Chain Management ein Instrument zur Identifikation und Reduzierung von gebundenem Kapital entlang



Veranstalter und Gastprofessoren der International Seminars in Madrid.



Dott.ssa Elisa Martinelli, Prof. Uhl und Prof. Guiseppe Nardin mit Studierenden in Modena.

globaler Supply Chains vor. Zweites Beispiel: die deutsch-italienische Kooperation zwischen der Hochschule Augsburg und der Università degli studi di Modena e Reggio Emilia. Prof. Dr. Manfred Uhl war im März Gast an der Facoltà die Economia Marco Biagi und lehrte Corporate Communication. Den Vorlesungen folgten wertvolle Gespräche mit den dortigen Marketingexperten Dott.ssa Elisa Martinelli und Professore Guiseppe Nardin über Studienprogramme, Inhalte, Lehrformen und mögliche Forschungsk Kooperationen.

Infos: Prof. Krupp und Prof. Uhl

 EXPERIENCE: ANNA REICHHARDT IN MALAYSIA

Ich wusste vorher nicht all zu viel über Malaysia. Außer, dass in Kuala Lumpur die Petronas Twin Towers stehen und es ein muslimisches Land in Südostasien ist. Doch dies änderte sich schnell, nachdem ich die Zusage für das sechsmonatige Praktikum an der Deutsch-Malaysischen Industrie- und Handelskammer (AHK Malaysia) bekommen hatte. Alles wurde hektisch: Wohnung suchen, Arbeitsgenehmigung beantragen, sich auf ein Leben in Malaysia vorbereiten und so weiter. Dazu kam der Stress, sich nebenher auf Prüfungen vorbereiten und die Bachelorarbeit schreiben zu müssen. Dann war es soweit. Bei der Ankunft in Kuala Lumpur wurde mir beim Anblick der Menschen schlagartig klar, dass mich nicht nur tropisches Klima und eine atemberaubende Fauna erwartet. Vor mir standen sechs Monate in einem mir bisher fremden Land mit anderer Kultur und Religion. Dieses mulmige Gefühl verflieg jedoch schon innerhalb der ersten Tage. Die unglaubliche Gastfreundschaft und Hilfsbereitschaft der Menschen gaben mir schnell das Gefühl, auch dort zu Hause zu sein. Am ersten Arbeitstag wurde ich – wie jeder neue Praktikant - einem Officer zugeweiht. Dieser ist nicht nur der direkte Ansprechpartner. Mit ihm arbeitet man auch während des Praktikums eng zusammen. Fast überall in Malaysia wird in Beruf und Alltag neben der Amtssprache Bahasa

übrigens Englisch gesprochen. Ich absolvierte mein Praktikum in der Marketingabteilung der Kammer, genauer gesagt im Projekt- und Eventbereich. Zu meinen primären Aufgaben zählten die Betreuung von Projekten und Marktstudien sowie die Organisation und Durchführung von Events, Delegationsreisen und Seminaren. Neben meinen Hauptaufgaben im Project Department durfte ich in jeder Abteilung für ein paar Wochen mitarbeiten, um einen Gesamtüberblick über die Arbeit der AHK Malaysia zu bekommen. Diese Kombination machte es mir möglich, mein im Studium angeeignetes Wissen nicht nur im Marketing einzusetzen, sondern auch in Bereichen PR, Recht, Accounting und Human Resources. Toll war, dass ich von Beginn an voll in das Team integriert wurde und eigene spannende Projekte betreuen durfte. Es war viel zu tun und meine Lernkurve steigerte sich von Monat zu Monat. Besonders faszinierend war für mich die interkulturelle Vielfalt in der AHK Malaysia. Ich arbeitete mit Malays (Muslime), Chinesen, Indern und Deutschen zusammen. Da war viel interkulturelle Sensibilität gefragt. Kuala Lumpur ist eine wahnsinnig spannende Stadt, die sehr viel zu bieten hat und einfach Spaß macht! Natürlich ist es - verglichen mit europäischen Großstädten - ziemlich chaotisch und etwas schmutziger. Aber: That's Asia! Es ist faszinierend, plötzlich Teil einer

Stadt zu sein, in der die verschiedensten Kulturen und Religionen aufeinanderprallen. Man lebt mit Muslimen, Buddhisten, Taoisten, Hindus und Christen Tür an Tür - und das friedlich. Meine Freizeit nutzte ich zum Reisen, um Malaysia und Südostasien kennenzulernen. Möglich war dies natürlich nur, weil das Reisen in ganz Südostasien sehr günstig ist und viele Länder touristisch schon gut ausgebaut sind. Keine Frage: Das Praktikum in Malaysia anzutreten, war eine der besten Entscheidungen meines Lebens. Ich kann nur jedem empfehlen, ins Ausland zu gehen. Egal, ob für ein Auslandssemester oder für ein Praktikum – es ist eine einmalige Zeit, die einem keiner mehr nehmen kann!
Anna Reichhardt



Vor den Petronas-Towers in Kuala Lumpur.

 BIENVENIDO: GÄSTE AUS BARCELONA, CADIZ UND VALLADOLID



Teaching Mobility Spanien-Deutschland mit Prof. José Ruiz (2. v. l.).

Im Sommersemester 2012 stand die Vertiefung zu den spanischen Partnerhochschulen im Vordergrund. Gleich drei Gastdozenten lehrten in Augsburg. In den Spanischkursen auf Level 5 und 6 hielt Prof. Olga Lasaga von der Universität Abat Oliba CEU, Barcelona, im April eine Vorlesung über „Reforma Laboral en España“ (Arbeitsreformen in Spanien).

Im Mai sprach Prof. José Ruiz von der Universität Cadíz, eine neue Partneruniversität, über die aktuelle Lage in Spanien: „La crisis Española“ (Die Wirtschaftskrise in Spanien). Prof. Félix López von der Universität Valladolid erweiterte das Themenspektrum durch seine Vorlesung „El sistema financiero Español“ (Das Finanzsystem in Spanien).

Nachgefragt

Auf den ersten Blick scheint das Leben an der Hochschule aus Vorlesungen, Seminaren und Projektarbeiten zu bestehen. Doch hinter den Kulissen warten noch eine Menge anderer Aufgaben und Fragen, die diskutiert und beantwortet werden müssen. Zum Beispiel der Wettbewerb unter Hochschulen, die Kooperationen mit Unternehmen, die

Zukunftschancen der Absolventen, die Erfahrungen von Alumni oder die fortschreitende Internationalisierung. An dieser Stelle wollen wir künftig unter „Nachgefragt“ den Horizont für weitergehende Themen öffnen. Erster Gesprächspartner ist Prof. Dr. Michael Feucht, der Dekan der Fakultät für Wirtschaft.



DEKAN PROF. DR. MICHAEL FEUCHT

Welche Chancen sehen Sie für die Absolventen der Wirtschaftsfakultät im Jahr 2013?

Es ist ein politisches Ziel, dass zukünftig mindestens 50 Prozent eines Geburtsjahrgangs einen akademischen Abschluss der ersten Stufe, also einen Bachelor, erwerben sollen. Der Abschluss alleine ist also keine Garantie für eine Führungsposition. Noch mehr als bisher wird es auf einen Mix aus guten bis sehr guten Prüfungsleistungen, Auslandsaufenthalten, Praxisphasen und extracurriculäres Engagement ankommen. Wir möchten unseren Absolventinnen und Absolventen gute Voraussetzungen mitgeben, um in einem grundsätzlich enger werdenden Arbeitsmarkt für Führungskräfte erfolgreich sein zu können. Dabei hilft unsere starke internationale Vernetzung, die guten Kontakte zu den Unternehmen der Region und die Unterstützung unserer studentischen Unternehmensberatung academia. Wer dieses Angebot clever nutzt und im akademischen Teil des Studiums gute Leistungen zeigt, wird auch zukünftig hervorragend für den Berufseinstieg gerüstet sein.

Die Hochschule Augsburg hat ein Motto, „Gefragte Persönlichkeiten“. Was hat es damit auf sich?

Gefragte Persönlichkeiten zu entwickeln, ist das Ziel und Profil der gesamten Hochschule Augsburg. Wir beschränken unseren Auftrag nicht nur auf den fachlich-akademischen Aspekt, sondern versuchen unsere Absolventen umfassend auf ihr späteres Berufsleben vorzubereiten. Dazu gehört eben mehr als Fachwissen. Es geht auch um eine Art Persönlichkeitsarbeit. Das ist anspruchsvoll und klappt natürlich nur im Dialog mit den Studierenden. Es ist auch mehr als ein pro forma-Angebot an Soft Skill-Kursen. Persönlichkeiten können nur dann reifen, wenn es ihnen gelingt, ein positives Wertesystem zu entwickeln, Erfahrungen zu sammeln, Konflikte zu bestehen und sich von zuhause abzunabeln.

Was steht aus Ihrer Sicht ganz oben auf der Zukunftsagenda der Fakultät?

Unsere Internationalisierungsstrategie trägt bereits erste Früchte. Darüber freuen wir uns. Die Wahrnehmung unserer Fakultät und der gesamten Hochschule Augsburg im internationalen Hochschul-

bereich ist aber noch nicht so, wie wir es uns vorstellen. Für uns Wirtschaftler ist beispielsweise die Akkreditierung nach den Standards der AACSB eine zwingende Voraussetzung, um auch zukünftig mit hochwertigen Partnern im Ausland kooperieren zu können. Für uns stellt die Akkreditierung aber auch ein wesentliches Element im kontinuierlichen Verbesserungsprozess der Fakultät dar. Wir wollen den Akkreditierungsprozess noch in diesem Jahr beginnen und hoffen, das Akkreditierungssiegel im Jahr 2016 erhalten zu können. Derzeit hat in Deutschland nur die Fachhochschule Pforzheim dieses Siegel. Dazu kommt der Ausbau unseres Studienangebots. Zwei neue Bachelorstudiengänge sollen im Wintersemester 2012/13 an den Start gehen: Management von Non-Profit Organisationen und – in Kooperation mit der Fakultät für Elektrotechnik – Internationales Wirtschaftsingenieurwesen. Damit umfasst dann unser Portfolio insgesamt vier Bachelor- und vier Masterprogramme.

Service

LAGEPLAN



SOCIAL MEDIA: W-FAKULTÄT AUF FACEBOOK UND YOUTUBE

Die Fakultät für Wirtschaft hat ihre Online-Dialogangebote ausgebaut. Neben Website und E-Mail gibt es nun Informationen rund um Studium und Studiengänge auch via Social Media: Einfach bei facebook „HSA Fakultät Wirtschaft“ aufrufen und auf dem Laufenden bleiben. Wissenswertes zum Marketing-Master wird unter „Master Marketing/Vertrieb/Medien“ ausgetauscht. Bei Youtube gibt's übrigens den neuen Imagefilm der Fakultät („Wirtschaftsstudium in Augsburg“). Tweets und Posts über hochschulweite Ereignisse kann man bequem über die Startseite der Hochschule Augsburg www.hs-augsburg.de erreichen.



Info: Melanie Schopf-Schriefer und Ulrike Tielemann

ANSPRECHPARTNER

Dekan:

Prof. Dr. Michael Feucht
(im Forschungsfreiemester)
dekan@wirtschaft.hs-augsburg.de

Prodekan:

Prof. Dr. Arnold Krumm (Vertretung Dekan)
prodekan@wirtschaft.hs-augsburg.de

Studiendekanin:

Prof. Dr. Sabine Joeris
studiendekan@wirtschaft.hs-augsburg.de

Sekretariat:

Ulrike Dichtl und Anni Kaiser
sekretariat@wirtschaft.hs-augsburg.de

Praktikumsbetreuer:

Prof. Dr. habil. Klaus Kellner
praktikum@wirtschaft.hs-augsburg.de

Internationale Angelegenheiten:

Prof. Dr. Anton Frantzke, Prof. Dr. Wolfram Schönfelder und Diana Wong
international@wirtschaft.hs-augsburg.de

Studiengangkoordination:

Desirée Höppler und Ulrike Tielemann
studiengang@wirtschaft.hs-augsburg.de

Fundraising/Sponsoring:

Melanie Schopf-Schriefer
dekanat@wirtschaft.hs-augsburg.de

Fachstudienberater:

- BA Betriebswirtschaft/BA International Management: Prof. Dr. Wolfgang Wirth wolfgang.wirth@hs-augsburg.de
- MA International Business and Finance: Prof. Dr. Marcus Labbé marcus.labbe@hs-augsburg.de
- MA Personalmanagement: Prof. Dr. Christian Lebreuz christian.lebreuz@hs-augsburg.de
- MA Steuern und Rechnungslegung: Prof. Dr. Kalina Kafadar kalina.kafadar@hs-augsburg.de
- MA Marketing/Vertrieb/Medien: Prof. Dr. Manfred Uhl manfred.uhl@hs-augsburg.de

Studentische Vertretung:

Felix Rimmele und Nico Silberberg
E-Mail: swirtschaft@hs-augsburg.de

IMPRESSUM

gP Business –
Newsletter der Fakultät für Wirtschaft
Hochschule Augsburg
An der Hochschule 1
86161 Augsburg

Herausgeber und v.i.S.d.P.:

Prof. Dr. Michael Feucht,
Dekan der Fakultät für Wirtschaft
Redaktion: Prof. Dr. Manfred Uhl,
Melanie Schopf-Schriefer
Verlag: mk publishing, Döllgaststr. 7-9,
86199 Augsburg
Bildnachweis: Hochschule Augsburg, andere
Bildrechte liegen bei den (genannten) Autoren
und Urhebern.

Erscheinungsweise: einmal pro Semester
Auflagenhöhe: 2.500 Exemplare

© 2012 Hochschule Augsburg, Fakultät für Wirtschaft. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der Redaktion. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion oder des Herausgebers wieder. Die Redaktion behält sich die Überarbeitung und Kürzung vor.

Steuerassistent/Praktikant (m/w) Financial Services Tax München

KPMG gehört zu den führenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen weltweit. In Deutschland sind wir mit über 8.400 Mitarbeitern an mehr als 20 Standorten präsent. Unsere Leistungen sind in die Geschäftsbereiche Audit, Tax und Advisory gegliedert.

Das Team von Financial Services Tax hat sich auf die steuerliche Beratung von Finanzdienstleistern spezialisiert, besonders auf Banken und Versicherungen sowie Vermögensanlageberatungen und -verwaltungen (www.kpmg.delfs-tax).

Ihre Perspektive:

Nehmen Sie die Chance wahr, aktiv bei der steuerberatenden Tätigkeit einer Big-Four-Gesellschaft mitzuwirken! Sie erwarten interessante und abwechslungsreiche Aufgaben im Steuerberatungsgeschäft, eine angenehme Arbeitsatmosphäre sowie exzellente Fortbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten.

Ihre Aufgaben:

Ihre Tätigkeit als Mitglied unseres Financial Services Tax Teams betrifft die umfassende steuerliche Beratung von unseren in- und ausländischen Mandanten.

Ihr Profil als Steuerassistent:

Sie verfügen über ein erfolgreich abgeschlossenes Studium, idealerweise mit Schwerpunkt Steuern. Ihre Fähigkeiten zum analytischen und konzeptionellen Denken ermöglichen Ihnen die schnelle Aufbereitung komplexer steuerlicher Sachverhalte. Wenn Sie darüber hinaus Kommunikationsfähigkeit, gute Englischkenntnisse, ein hohes Maß an Verantwortungsbewusstsein sowie Teamfähigkeit auszeichnen, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Ihr Profil als Praktikant:

Sie haben sich in Ihrem Studium bereits steuerlich orientiert. Sie zeichnen sich durch analytisches Denken aus und bringen hohe Einsatz- und Lernbereitschaft mit.

Ihr Kontakt:

Senden Sie Ihre Bewerbung per E-Mail bitte an Heike Schmaußner (hschmausser@kpmg.com; 089 9282-1569). Für Fragen zur Tätigkeit steht Ihnen Christian Eberbach (089 9282-1281; ceberbach@kpmg.com) gerne zur Verfügung.

Profitieren Sie von den Entwicklungsmöglichkeiten bei KPMG, einem Netzwerk rechtlich selbstständiger, nationaler Mitgliedsfirmen. Neben abwechslungsreichen Projekten im In- und Ausland bieten wir Ihnen Raum für Ihre persönliche Weiterentwicklung. Mehr wissen, mehr können – bei uns hat Erfolg, wer team- und mandantenorientiert arbeitet und gleichzeitig seine persönliche Entwicklung vorantreibt.