

gP Business

**gefragte
Persönlichkeiten**

**Newsletter
der Fakultät
für Wirtschaft**



**Hochschule
Augsburg** University of
Applied Sciences

Sommersemester
2014

**Logistik:
Projekte bei MAN**

**Controlling:
Advanced Software**

**Weiterbildung:
Neue Kurse**



Unser Kundenportal: Alles auf einen Klick

Schnell und praktisch rund um die Uhr



MEIN KONTO

Ihr persönlicher Online-Service:

- Auf Online-Rechnung umstellen und die Umwelt schonen
- Alle Verträge und Rechnungen jederzeit abrufbar
- Kundendaten online pflegen, z.B. Zählerstand melden

Jetzt anmelden unter www.sw-augsburg.de

Welcome



Prof. Dr. Michael Feucht, Dekan

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

Mit Vollgas sind wir in die zweite Hälfte des akademischen Jahres 2013/14 gestartet. Wenn Sie dieses Heft in Händen halten, liegt der Tag der offenen Tür an der Hochschule Augsburg bereits zurück. Auch wir Wirtschaftler hatten einiges für Groß und Klein zusammengestellt. Das Spektrum reichte von einer Kinderuni bis hin zu Fachvorträgen und Projekt-Präsentationen. Der Tag der offenen Tür ist aber nur eine von vielen Großveranstaltungen. Die Pyramid, eine der größten Firmenkontaktmessen Deutschlands, ist schon ein Klassiker. Ein weiteres Beispiel: der Personalertag. Und dann begrüßen wir im Mai wieder Kolleginnen und Kollegen aus dem Ausland. Während dieser International Week werden auch zwei Konferenzen unserer internationalen Netzwerke CIDD und ICP stattfinden. Ebenso der 2. Capital Markets Day der Fakultät mit spannenden Gastvorträgen.

Das Sommersemester 2014 wird wieder viel internationales Flair versprühen. Neben rund 50 Gaststudenten unserer ausländischen Partnerhochschulen erwarten wir mehrere Gastprofessoren. Mit dem verstärkten Austausch von Lehrenden treten wir in die nächste Phase der Internationalisierung ein. Wir erhoffen uns nicht nur intensiven fachlichen Austausch und Ansätze für Forschungskooperationen. Wir wollen auch Impulse für moderne Lehr-

und Lernformen gewinnen. Bei Besuchen an unseren Partnerhochschulen erfahre ich immer wieder, dass wir eine sehr hohe Anerkennung genießen. Eine Reise zu unseren US-amerikanischen Partner-Universitäten UMKC in Kansas City/Missouri und SIU in Carbondale/Illinois hat dies wieder deutlich gezeigt. Internationale Akkreditierungen wirken sich dabei förderlich aus. Um unsere Beziehungen nach Asien und in die USA auszubauen, werden wir uns um die Mitgliedschaft in der Association to Advance Collegiate Schools of Business, AACSB, bewerben. Nur ganz wenige deutsche Hochschulen für Angewandte Wissenschaften haben sich bislang dazu entschlossen.

Mit Freude höre ich, dass viele unserer ausländischen Gäste nach der Rückkehr an ihre Heimathochschulen intensiv für uns werben. Neben der hohen Qualität der Lehre loben sie die moderne Lehr- und Lernumgebung an der Hochschule Augsburg. Ich hoffe, dass sich unsere dynamische Entwicklung in Lehre und Forschung auch in den Ergebnissen des nächsten CHE-Rankings im Mai widerspiegeln wird.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

Ihr Prof. Dr. Michael Feucht, Dekan

PS: Unseren Anzeigenpartnern ein herzliches Dankeschön

ZUM TITELBILD

Dominik Voll, Marketing-Manager bei Amazon und Alumnus der Fakultät für Wirtschaft.



News

NEU IM TEAM

Dr. Julia Wicke startete im zurückliegenden Wintersemester und hat in den BA-Studiengängen das Lehrgebiet Sozial-, Sozialversicherungs- und öffentliches Recht übernommen. Nach ihrem Studium an den Universitäten Saarbrücken, Regensburg und Prag promovierte sie über Arbeitsunfallversicherungsrecht und war Lehrbeauftragte an der Universität Regensburg. Julia Wicke arbeitete vor ihrem Wechsel an die Hochschule Augsburg als Staatsanwältin und Richterin in München. Seit Sommersemester 2014 ist **Dr. Felicitas Maunz** an Bord. Sie wurde auf die Professur „Gewerblicher Rechtsschutz und Bürgerliches Recht“ berufen. Maunz promovierte an der Julius-Maximilians-Universität in Würzburg und war bereits Lehrbeauftragte an der Hochschule Augsburg. Ihre beruflichen Erfahrungen sammelte sie in einer Kanzlei

und bei der ProSiebenSat.1 Media AG. Ihr fachlicher Schwerpunkt liegt im Medien-, Marken- und Wettbewerbsrecht. Sie wird in den Bachelor-Studiengängen und im Masterprogramm Marketing/Vertrieb/Medien lehren. Mit den Profs. Dr. Julia Wicke, Dr. Felicitas Maunz und Dr. Micha Bloching ist das Kompetenzfeld Recht nun komplett besetzt.



Prof. Dr. Felicitas Maunz und Prof. Dr. Julia Wicke (v.l.)

NEUER BA-STUDIENGANG: IWI

An der Fakultät für Wirtschaft gibt es seit Wintersemester 2013/14 drei statt bisher zwei Bachelor-Studiengänge. Neben Betriebswirtschaft (BW) und International Management (IM) können Interessierte nun auch Internationales Wirtschaftsingenieurwesen (IWI) studieren. Die Nachfrage war mit 490 Bewerbungen gleich zu Beginn riesig. 70 Erstsemester gingen an den Start.
Infos: Prof. Dr. Lebrez

PERSONALERTAG

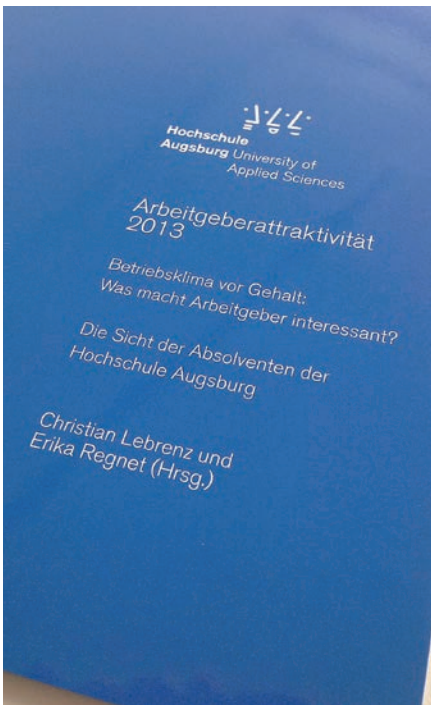
60 HR-Manager kamen im Februar zum mittlerweile 8. Personalertag. Diesmal stand Internationales HR-Management auf dem Programm. **Prof. Dr. Michael Freiboth** sprach über empirische Erkenntnisse zu Auslandsentsendungen. **Dominik Bachmeier**, Consulting Impact, berichtete über die Internationalisierung in mittelstän-

LOGISTIK LABOR AUSGEBAUT

Eines der vielen Kompetenzfelder an der Fakultät für Wirtschaft ist Materialwirtschaft und Logistik. Das Labor der Logistikexperten ist nun um ein interessantes Detail reicher. Um die praktischen Prozessabläufe in der Produktion noch besser simulieren zu können, richteten die Professoren Richard, Krupp und Waibel zusammen mit Almert Logistics einen Arbeitsplatz mit so genannten Greifzonen ein. Mit den farblich unterschiedlich gekennzeichneten Flächen und Regalen können Arbeitsprozesse nicht nur systematisch erfasst, sondern auch zeitlich und ergonomisch verbessert werden.
Infos: Prof. Dr. Krupp

VERTRAG VERLÄNGERT

Michael Hartmann, Ph.D., bleibt bis 2019 an der Fakultät für Wirtschaft. Als Zeichen der verstärkten Partnerschaft vereinbarten die Southern Illinois University (SIU) im US-amerikanischen Carbondale und die Hochschule Augsburg den Dozentenaustausch. Hartmann, der seit 2012 an der Fakultät für Wirtschaft beispielsweise Cross Cultural Management und Strategic Management lehrt, wird zudem als Koordinator für die Beziehungen zu allen amerikanischen Partneruniversitäten tätig sein und die Kooperationen weiter entwickeln.
Infos zu US-Unis: Michael Hartmann Ph.D.



Die Studie „Arbeitgeberattraktivität 2013“ ist online verfügbar unter www.hs-augsburg.de/~eregnet/veroeffentlichungen.html

dischen Unternehmen. Die Rechtsanwälte **Julian Nebel** und **Dr. Manuela Rauch** gaben arbeitsrechtliche Empfehlungen. Tipp: Das Thema des 9. Personalertags im Juli heißt „Flexibilisierung“. Gerade aufgrund der Diskussion um ständige Erreichbarkeit ein Top-Thema.
Infos: Profs. Dr. Regnet und Dr. Lebrez

NACHRUF: PROF. DR. ALBRECHT ESCHERMANN

Die Fakultät für Wirtschaft trauert um Prof. Dr. Albrecht Eschermann (25.7.1943 - 15.11.2013). Er war von 1997 bis 2000 sowie von 2003 bis 2006 Dekan. Eschermann trug insbesondere in seiner zweiten Amtszeit maßgeblich dazu bei, dass sich unsere Fakultät sehr positiv entwickelte. Seinen Initiativen ist es zu verdanken, dass die Fakultät im CHE-Ranking 2005 unter den TOP 10-Aufsteigern landete. Höhepunkt seiner Amtszeit war die Organisation der Bundes-Dekane-Konferenz 2006 in Augsburg. Die langjährigen Beziehungen zur Nationalen Polytechnischen Universität in Odessa beruhen auf

seinen freundschaftlichen Kontakten zum Leiter der dortigen deutsch-technischen Fakultät, Prof. Wladimir Semenjuk. Anfang der 90er Jahre war Eschermann Gründungsdekan an der Hochschule Mittweida. Er war stets Hochschullehrer mit Leib und Seele. In den Gremien hat er sich mit viel Engagement und Herzblut für die Belange unserer Fakultät eingesetzt. Auch nach seinem Ausscheiden 2008 blieb er der Fakultät noch einige Semester als Lehrbeauftragter erhalten und hatte auch noch Gelegenheit, im 2011 neu bezogenen W-Bau zu lehren. Wir werden ihm ein gebührendes Andenken bewahren.



Sechs Studierende schafften das Meisterstück Double Degree mit Abschlüssen in Augsburg und Troyes bzw. Modena.



Markenbotschafter: Rainer Schaidnagel, Vorstandsmitglied der Raiffeisenbank Kempten und stellvertretender Vorsitzender des Verbandsrats im GVB, mit Hochschulrucksack in San Francisco.



Neu: Abstimm-Software und Response Cards erweitern die Lehrmethoden.

MASTER PERSONALMANAGEMENT

Der stark nachgefragte Masterstudiengang Personalmanagement entwickelt sich weiter. Neu ist das Studienmodul Personalentwicklung im zweiten Semester. Im dritten Semester folgt künftig ein Projekt, um die Praxisnähe zusätzlich zu

verstärken. Der Beirat aus Praktikern und Beratern wurde erweitert. Und: Interessenten können sich künftig nur noch zum Wintersemester bewerben.

Infos:

www.personalmanagement-master.de

Praxis

WIE GESCHMIERT: PERSONALMANAGEMENT BEI DER RENK AG



Antriebstechnik ist normalerweise nichts, was Betriebswirte neugierig macht. Doch **Ronald Heck**, Personalreferent beim Augsburger Spezialisten Renk, gelang es schnell, Begeisterung für seine Produkte zu wecken. 36 Studierende des Masterstudiengangs Personalmanagement und Prof. Dr. Erika Regnet erfuhren, dass sich

die hochmodernen Systeme der Renk AG nicht nur in Marine-Schiffen, sondern auch in Superjachten und sogar Windkraftanlagen finden. Vorträge aus der Personalpraxis ergänzten den perfekten Einblick in ein erfolgreiches Unternehmen mit weltweit über 2.000 Mitarbeitern.

Infos: Prof. Dr. Regnet

Die Studiengruppe zusammen mit Herrn Heck und Frau Götz (Diplomabsolventen IM unserer Hochschule), links erste Reihe, und den Herren Asam, Tiecher, Müller und Mayr, rechts außen.



Quelle: Renk AG

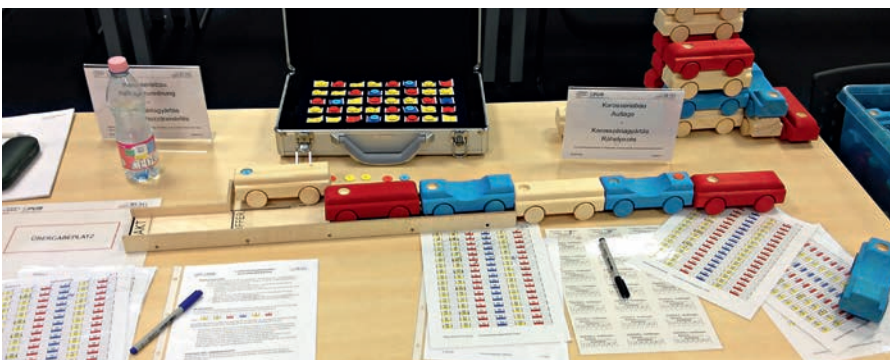
VERKÜRZUNG: PLANSPIEL MIT BLSG

Das neue Auto ist gekauft. Doch bis man sich ans Steuer setzen kann, dauert es bisweilen mehrere Monate. Immer wieder kommt es zu Terminverzögerungen bei der Auslieferung. Was den Kunden auf die Geduldsprobe stellt, ist auch für die Hersteller unangenehm. Aber wie

ließe sich das Problem verringern? Dazu simulierte die **BLSG AG** aus Ingolstadt die Auftragssteuerung eines Automobilproduzenten zusammen mit 25 Studierenden des Vertiefungsfachs Supply Chain Management. Keine Frage, die Produktion eines Automobils ist komplex. Es gibt

unterschiedlichste Einflussfaktoren auf die Produktionsplanung und Auftragssteuerung. Zur Veranschaulichung der Produktionssteuerung entwickelte die BLSG ein so genanntes haptisches Planspiel. Es simuliert eine reale Fertigungsumgebung. Die Aufgabe der Studierenden war es, die unterschiedlichen Produktionsstufen zu terminieren und dabei möglichst viele Fahrzeuge mit einem hohen Maß an Termintreue zu produzieren. Nach jeder Spielrunde wurden Schwachstellen analysiert, Verbesserungsmaßnahmen erörtert und implementiert. So lernten sie einiges über die Welt der Logistik-Profis kennen: Synchronisierung von Produktionsschritten, Frozen-Zones, Mass-Customization oder supra-adaptive Logistiksysteme.

Infos: Prof. Dr. Waibel



MARKENFÜHRUNG: BMW WELT AUF ÜBERHOLSPUR

Sie hat sogar das Schloss Neuschwanstein überholt. 2013 zählte die BMW Welt in München fast 3 Millionen



Die BMW Welt setzt Maßstäbe in der Markenkommunikation. Bernd Konrad (rechtes Bild) erklärt, wie die Marke inszeniert wird.

Besucher. Dabei ist sie kein übliches bayerisches Kulturgut, sondern eine Markenwelt. Was die Marke BMW und



vor allem die BMW Welt so erfolgreich macht, erfuhren Studierende des Marketingkurses Absatzkommunikation bei Prof. Dr. Manfred Uhl aus erster Hand. **Bernd Konrad**, Leiter Vertrieb und Marketing, empfing die angehenden Marketingexperten im exklusiven Business Club der BMW Welt. Marken seien „wie Bilder, die im Auge des Betrachters entstehen“, erläuterte Konrad die Ausgangssituation. Er zeigte die Klaviatur der Markenkommunikation bei BMW und diskutierte mit den Studierenden auch über die Herausforderung, die Konzernmarken BMW, Mini und Rolls Royce in einem Haus widerspruchsfrei zu präsentieren. Nach dem Fachvortrag blickten die Studierenden bei einer ausgiebigen Führung auch hinter die Kulissen der Markenwelt und verschafften sich im BMW-Museum noch einen Eindruck der historischen Entwicklung des bayerischen Motorenbauers.

Infos: Prof. Dr. Uhl

GEFRAGTE IDEEN: KLOSTER WETTENHAUSEN ERHÄLT PROFIL

Wer kennt ihn nicht, den „Kellner-Trichter“? Dass der Ansatz zur Profilbildung nicht nur auf klassische Unternehmen übertragbar ist, sondern auch für kirchliche Einrichtungen geeignet ist, bewiesen die 25 Teilnehmer des Studienmoduls Produktmarketing bei Prof. Dr. Kellner. Sie arbeiteten am Profil des Klosters der Dominikanerinnen in Wetttenhausen. Schon heute existieren zwar mehrere Ansätze, wie sich das Kloster im Landkreis Günzburg auf die Zukunft einstellen kann. Doch eine systematische Profilierung der verschiedenen Ideen fehlte. Dieses Problem behoben die Augsburger Studierenden der Betriebswirtschaft und erarbeiteten das Profil eines neuen Klöstertyps. Doch damit nicht genug: Den Ordensschwestern und Mitglieder des „Freundeskreises



Kloster Wetttenhausen“ wurden auch erste konkrete Entwicklungsschritte für das Kloster vorgelegt.

Infos: Prof. Dr. habil. Kellner

Das Marketing-Team mit Priorin Sr. M. Amanda Baur O.P., Prof. Kellner und H. Ude, Vorsitzender des Vorstands des Freundeskreises Kloster Wetttenhausen e.V.

Praxis

CORPORATE PUBLISHING: AUDIMOBIL SETZT AUF DIALOG



Thomas Tacke (ganz links) empfing die Studierenden im Audi Forum.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind die wichtigsten Markenbotschafter eines Unternehmens. Sie sind es, die den Erfolg sichern, Veränderungen umsetzen und das Unternehmen im privaten und öffentlichen Umfeld repräsentieren. Wertschätzung und Dialog sind Voraussetzungen dafür. Für die

Unternehmenskommunikation heißt das: professionelle Instrumente einsetzen, zum Beispiel eine journalistisch aufbereitete und dialogorientierte Mitarbeiterzeitung. Ein Best-Practice-Beispiel: Audimobil, die Mitarbeiterzeitung der AUDI AG. Auf Einladung von Chefredakteur **Tom Volpe**

lernten die Studierenden des Vertiefungsmoduls Corporate Communication bei Prof. Dr. Manfred Uhl die Anforderungen und die Produktionsschritte der Audimobil kennen. Für eine Auflage von 75.000 Stück recherchieren die Kommunikationsexperten regelmäßig die Themen, die die Audianer weltweit interessieren. Die Beiträge müssen informativ, aber auch unterhaltend sein, betonte Volpe. Zur Frage von „Print versus Digital“ stellte er klar: „Cross-Medialität ist natürlich wichtig, aber eine Printausgabe ist nach wie vor unverzichtbar, vor allem für die vielen Kolleginnen und Kollegen in der Produktion.“ Audimobil erscheint in vier Sprachen und ist ein wichtiger Teil im Corporate Publishing der AUDI AG. Die Studierenden erfuhren von **Thomas Tacke**, Pressesprecher des Audi Forums, auch Hintergründe über das Museum und die Facetten der Fahrzeugübergabe, damit der Erstkontakt mit dem neuen Wagen zum unvergesslichen Markenerlebnis für den Kunden wird. *Infos: Prof. Dr. Uhl*



Mehrsprachig: Audimobil.



Chefredakteur Tom Volpe erklärt das Konzept der Mitarbeiterzeitung.

AUFPOLIERT: EIGNER BAU SETZT AUF NEUE STANDARDS



Voll im Plan: Einblicke vor Ort.

Eine Baustelle ist ein komplexer Mikrokosmos. Zudem ist jede Baustelle individuell: Größe, Materialien und Verfahren sind meist unterschiedlich. Standardisierungen können Kosten sparen. Die Eigner Bauunternehmung GmbH setzte genau dort an und kooperierte mit den

Materialwirtschafts-Experten der Hochschule Augsburg. 16 Studierende des Vertiefungsmoduls Logistik und Supply Chain Management untersuchten die Arbeitsabläufe auf unterschiedlichen Baustellen und auf dem Bauhof des Unternehmens, um Möglichkeiten zur Vereinheitlichung zu entdecken. Eine Gruppe überprüfte die Ausrüstung von Baustellencontainern, eine andere die Kommunikation zwischen den Polieren auf der Baustelle und den Mitarbeitern am Bauhof. Die dritte Gruppe nahm allgemeine Ansätze zur Standardisierung ins Visier. Im Projekt war auch Mobilität gefragt. Schließlich lagen die Baustellen in Nördlingen, München und Oettingen. Die Untersuchungs- und Befragungsergebnisse ergaben die IST-Situation. Nun kam Schritt zwei: die Konzeptphase. Was ließ sich verbessern? Wo könnte

Standardisierung sinnvoll sein? Um konkrete Antworten auf diese Fragen zu erhalten, setzte die Projektgruppe zunächst einen Workshop an, um die bisherigen Ergebnisse mit Polieren abzugleichen und noch letzte Informationen zu gewinnen. In der Abschlussphase des Projekts erarbeiteten die Studierenden dann für jedes Themengebiet Vorschläge zur Vereinheitlichung der Abläufe. Sie schlugen Werkzeug-Sharing vor, um die Auslastung teurer Geräte zu steigern. Sie zeigten ein Rechenmodell auf, um die Entscheidung über Kauf oder Anmietung von Schalungen zu erleichtern. Und zur Standardisierung der Kommunikation stellten sie unterschiedliche IT-Lösungen vor. Die Ergebnisse überzeugten, eine Fortsetzung der Kooperation ist geplant. *Infos: Profs. Dr. Krupp, Dr. Richard, Dr. Waibel*

KEIN LEICHTGEWICHT: BMK GROUP ERHÄLT LOGISTIK-SERVICE

Wie erklärt man Logistik? Es scheint einfach zu sein. Denn im Kern beschäftigen sich Logistik-Profis damit, das richtige Objekt, am richtigen Ort, zur richtigen Zeit, in der richtigen Qualität, zu den richtigen Kosten und mit der richtigen Menge bereitzustellen. Was einfach klingt, ist im Detail aber kompliziert. Zum Beispiel die richtige Bestimmung der Menge von Bauteilen. Davon hat die BMK Group in Augsburg reichlich, nämlich elektronische Klein- und Kleinstteile. Tagtäglich muss der Elektronik-Dienstleister eine fast unüberschaubare Vielfalt und Anzahl von Bauelementen zählen und wiegen. Dies kostet Zeit und Geld. Studierende des Vertiefungsmoduls Supply Chain Management bekamen die Gelegenheit, diese Zähl- und Wiegevorgänge zu analysieren und Verbesserungsvorschläge zu erarbeiten. Zunächst erläuterten die Experten der BMK Group beim Kick-Off den Studierenden die Hintergründe und

die Tragweite der scheinbar einfachen Fragestellung. Doch mit jedem Besuch und jedem Gespräch in den jeweiligen Lägern wurden die Studierenden vertrauter mit den Herausforderungen der Mengenbestimmung. So konnten vergleichsweise früh erste Ansätze für Verbesserungen aufgezeigt und mit BMK diskutiert werden. Danach waren die Studierenden gefragt, ausgewählte Lösungsvorschläge auszuarbeiten. Die Bandbreite der Verbesserungsvorschläge war groß. Sie reichte von einfachen Ankreuz-Lösungen bis hin zum Einsatz optischer Bauteil-Erfassungssysteme. Viele der Verbesserungsansätze orientierten sich an einer klas-

sischen Technik zur Mengenbestimmung: dem Wiegen. Die Studierenden ermittelten eine Zeitersparnis durch die Verwendung hochmoderner, netzwerkfähiger und in das Warenwirtschaftssystem eingebundener Wiegesysteme und diskutierten ihr Maßnahmenpaket abschließend mit den Verantwortlichen der BMK Group. *Infos: Profs. Dr. Krupp, Dr. Richard, Dr. Waibel*



Experten für Bauteil-Management.

Praxis

TRIPLE: LOGISTIK-PROJEKTE BEI MAN DIESEL & TURBO SE

Verschlanung im Versand

Wie heißt es so schön: Der Versand ist das Tor zum Kunden. Letztendlich laufen hier alle Güterflüsse des Unternehmens

Ab in den Versand zur Prozessanalyse.



zusammen, und das Produkt macht sich auf den Weg zu seinem Käufer.

Dabei ist der Versand weit mehr als eine Adressier- und Frankierstation. Gerade bei heterogenen Industrieprodukten aus

verschiedenen Produktionsbereichen fallen dort aufwändige Arbeitsabläufe an. Das lässt Logistiker aufhorchen. Kein Wunder, dass zwölf Studierende mit Logistik-Faible die „Pull-Steuerung von Versandabläufen bei MAN“ anpackten und in den Arbeitsalltag des technischen Versands der MAN Diesel & Turbo SE

(MDT) in Augsburg eintauchten. Unterstützt durch Mitarbeiter bei MDT konnten die Studierenden die Prozesse direkt am Standort Augsburg analysieren. Effektivität und Effizienz standen stets im Fokus. Bei der Analyse wurde der Lean Management Ansatz verfolgt. Dabei geht es um die permanente, konsequente und integrierte Anwendung von Werkzeugen, um eine mögliche Verschwendung der eingesetzten Ressourcen zu verhindern – beispielsweise wertvolle Arbeitskraft oder Lagerflächen. Faktoren wie Durchlaufzeiten, Verknüpfungen interner Prozesse und die Steuerungslogistik werden dabei angepasst und verbessert. Das Studententeam stellte die Ergebnisse beim Auftraggeber vor und lieferte eine wichtige Grundlage für die künftigen Prozessverbesserungen bei MDT.

Infos: Profs. Dr. Krupp, Dr. Richard, Dr. Waibel

Dokumenten-Management mit System

Sage und schreibe 30.000 Einzeldokumente kann die Dokumentation eines Anlagenprojekts der MAN Diesel & Turbo SE (MDT) umfassen. Ohne systematisches Dokumenten-Management ginge hier gar nichts. Eine Gruppe aus dreizehn Studierenden des Wahlpflichtfachs Unternehmensberatung bei Prof. Dr. Peter Richard beschäftigten sich im Kompetenzfeld Materialwirtschaft und Logistik mit diesem komplexen Themengebiet bei MDT. Im Auftrag von Manfred Billes, Head of Production Engineering, und seiner Mitarbeiterin sowie Masterstudentin, Anna Pfefferle, wurde das Dokumentenmanagement analysiert und ein Vergleich zu anderen Unternehmen gezogen. Das Beratungsteam arbeitete in zwei Gruppen: „Methoden und Tools“ sowie „Normen und Standards“. Am Anfang stand eine sorgfältige Theorierecher-



Manfred Billes (6. v.l.) mit „seinen“ Studierenden und Prof. Dr. Richard (5. v.l.).

che. Dann folgten die IST-Analyse anhand von Interviews und eine Auswertung der vorher mit MDT-Mitarbeitern abgestimmten Ergebnisse. Anschließend betrachteten die Studierenden die Standards und Normen sowie die relevanten Tools. Auf der Basis des Lean Management-Gedankens, bei

dem Verschwendungsarten verdeutlicht werden, kamen die Vorteile einer einheitlichen Dokumentation schnell zum Vorschein. Das Ergebnis: ein Vorschlag für mehr Nachhaltigkeit und Standardisierung der Dokumentationsprozesse.

Infos: Prof. Dr. Richard

Regeln für MAN Werkverkehr

Leerfahrten kosten Geld. Das gilt nicht nur für die Brummis auf den Autobahnen, sondern auch für den Warenverkehr innerhalb eines Unternehmens. Doch wie lassen sich Leerfahrten vermeiden oder zumindest reduzieren? Zehn Studierende beschäftigten sich bei MAN Diesel & Turbo SE damit, die Staplerfahrten insgesamt und ganz besonders die Leerfahrten zu verringern. Positiver Nebeneffekt einer Reduzierung: Die Unfallgefahr sinkt. Sie nahmen sich dazu erstens die halleninterne Logistik, zweitens die hallenexternen Routen- und Sammeltransporte sowie drittens die Organisation der Fahrer und des Schwerlastverkehrs vor. Die angehenden Logistik-Profis beobachteten die Abläufe vor Ort, führten Interviews und dokumentierten regelmäßig ihre Erkenntnisse. Am Ende konsolidierten die Studierenden alle Er-



gebnisse und stellten ihren Auftraggebern einen Maßnahmenkatalog vor. So empfahlen sie zum Beispiel eine Unterscheidung der Logistikflächen in drei Kategorien - je nach Frequentierung. Der Einsatz eines so genannten Routenzuges könnte die Leer-

fahrten sogar um 50 Prozent reduzieren. Entlastung brächte auch die verbesserte Steuerung des Schwerlastverkehrs. Und um Staus zu vermeiden, könnte sogar die Staffelung von Pausenzeiten helfen.
Infos: Prof. Dr. Waibel

AUFWÄRTS: INNOVATION BEI OTIS

OTIS ist der weltgrößte Hersteller von Aufzügen, Fahrtreppen und Fahrsteigen. Die Teilnehmer des Vertiefungsmoduls Entrepreneurship, Innovations- & Technologie-Management hatten die Möglichkeit, in einem 2-Tages-Workshop zu erfahren, was Innovation und Leadership für den Global Player bedeutet. Auf Initiative von Prof. Dr. Marcus Labbé lud OTIS die Studierenden nach Berlin ein. **Simon Keller**, Regionalleiter für Bayern und Alumnus der Fakultät für Wirtschaft, diskutierte mit ihnen über Karrierewege. Der Vorsitzende der Geschäftsführung Deutschland, **Hartmut Engler**, und der Entwicklungschef **Dr. Michael Mann** spannten in ihren Vorträgen einen großen Bogen: von der Technologie über Innovation bis hin zur Unternehmenskultur. Wie viel Innovation und Technologie in einem Aufzug steckt, konnten die Studierenden bei einer umfassenden Werksbesichtigung genauer erfahren.
Infos: Prof. Dr. Labbé



Angehende Innovationsexperten, bereit für die Abfahrt ins Berufsleben.

Praxis

GLOBAL: CONTROLLING BEI MAN

Es war schon das zweite Mal dass Studierende der Vertiefungsmodule Controlling und Management Accounting zu Gast bei MAN Diesel & Turbo SE waren. Und es lohnte sich erneut. Gemeinsam mit einer Gruppe der Hochschule Kempten hörten die Studierenden von Prof. Dr.

Nicolas Warkotsch zunächst Fachvorträge zu brandaktuellen Controlling-Themen: Einblicke in das Produktionscontrolling, Produktkostenmanagement, Projektcontrolling und das monatliche Reporting boten einen umfassenden Überblick. Es folgte eine Werksführung, in der die

Studierenden alle wesentlichen Produktionsstufen im Werk erleben konnten. Besonders interessant: das Servicecenter, in dem Kunden aus der ganzen Welt in der selbständigen Instandhaltung der Großmotoren geschult werden.
Infos: Prof. Dr. Warkotsch

ADVANCED: CONTROLLING-SOFTWARE

Controller schätzen effektive Werkzeuge und effiziente Abläufe. Die Veranstaltung Advanced Controlling setzt daher auf Automatisierungsmöglichkeiten. Microsofts Excel gilt zwar als des Controllers „Liebling“. Es gibt aber auch andere Software-Lösungen. **Roberto Livieri**, Lehrbeauftragter an der Fakultät für Wirtschaft, macht zum Beispiel mit den Feinheiten

von SAP CO, dem Controllingmodul von SAP, vertraut. Er setzt dabei intensiv auf Fallstudien, um die Fertigkeiten der Studenten direkt am System zu verbessern. Zusätzlich konnten sie vom Know-how eines anderen Experten profitieren. **Dirk von Pechmann**, Geschäftsführer von Seneca Business Software, sprach über das grundsätzliche Konzept, die Funktionali-

täten und den Nutzen seiner Controlling-Software. Durch die Online-Präsentation der Software konnte die Gruppe unmittelbar nachvollziehen, was eine moderne Cloud-basierte Software leisten kann. Übrigens: Mit der Prevero AG in München steht schon der Praxis-Partner für die nächste Veranstaltung fest.
Infos: Prof. Dr. Warkotsch

ENERGIE-MANAGEMENT: STADTWERKE UND LEW

Die Fakultäten für Wirtschaft und Maschinenbau und Verfahrenstechnik arbeiten seit vielen Jahren zusammen. Ein Beispiel ist der Masterstudiengang Umwelt- und Verfahrenstechnik. Ein Modul in diesem Studiengang heißt Energiewirtschaft. Die angehenden Master of Engineering erhalten dabei Einblick in energiewirtschaftliche Rahmenbedingungen und Projekt-

management. Die Studierenden haben dabei beste Möglichkeiten, Praxiskontakte zu knüpfen und sich einen Überblick zu aktuellen Fragestellungen zu verschaffen. **Thomas Aselmann**, Leiter des Key Account Managements bei den Stadtwerken Augsburg, informierte anschaulich über die Herausforderungen im Energievertrieb und das Produktportfolio des großen kommu-

nalen Versorgers. Zweites Beispiel: eine Exkursion zur Lechwerke AG (LEW). Das ehemalige Vorstandsmitglied **Paul Waning** stellte kenntnisreich die Hintergründe und den aktuellen Stand der Energiewende dar. Der anschließende Besuch der Netzleitstelle verdeutlichte die Komplexität eines modernen Netz-Managements.
Infos: Prof. Dr. Warkotsch

VORSPRUNG DURCH TECHNIK: KREATIVITÄT BEI AUDI

Markus Eberle, ehemaliger Student der Fakultät für Wirtschaft, empfing die Studierenden des Vertiefungsmoduls Entrepreneurship, Innovations- & Technologie-Management im Audi Forum. Auf die Gruppe von Prof. Dr. Marcus Labbé wartete ein spannender Tag mit einem Vortrag und zahlreichen Praxisbeispielen aus dem Innovationsmanagement beim Ingolstädter Premium-Hersteller. In der Automobil-

branche sind Ideen und Kreativität ganz besonders stark gefragt. Den Slogan „Vorsprung durch Technik“, gelte es täglich unter Beweis zu stellen. In einer sechstündigen Werksführung konnten die Studierenden weit hinter die Kulissen der Produktion blicken. Was Innovation in der Automatisierung bedeutet, wie Presswerkzeuge und Fügemethoden funktionieren und welche Lackiertechniken zum Einsatz

kommen, erfuhr die Gruppe hautnah.
Infos: Prof. Dr. Labbé



DAS BESTE ODER NICHTS: INNOVATION BEI DAIMLER



On truck: Nachwuchs-Führungskräfte bei Daimler.

Wer rastet, der rostet. Wer kennt diesen Spruch nicht? Übersetzt in den Firmenalltag bedeutet dies, ständig an Innovationen zu arbeiten, um im Markt bestehen zu bleiben. Schließlich schläft die Konkurrenz nicht. 13 Studierende des Vertiefungsmoduls Entrepreneurship, Innovations- & Technologie-Management wollten genauer wissen, was dies praktisch bedeutet und besuchten zusammen mit Prof. Dr. Marcus Labbé die Daimler AG in Stuttgart.

Dr. Ansgar Maisch, für Innovations- und Technologiemanagement verantwortlich, stellte nicht nur die Daimler AG vor, sondern vor allem die Aufgaben und Verantwortungsbereiche eines Innovationsmanagers der Sparte Trucks. Verschiedenste Einflussfaktoren wirkten auf den Innovationsprozess. Maisch nannte stellvertretend die Politik und zahlreiche rechtliche Vorgaben, die den Entwicklungsprozess stark prägen würden. Nach der Theorie folgte die Praxis: der Blick in die Motoren-Fertigung. Die Studierenden erfuhren alle wichtigen Schritte und Prozesse bis am Ende ein modernes Aggregat auf die Zündung wartet. Die Vorstellung der Einstiegsmöglichkeiten bei Daimler rundete den Innovations-Tag in Stuttgart ab.

Infos: Prof. Dr. Labbé

LIVE: TRADING-NACHWUCHS

Was macht man am Valentinstag? Mit seinem Herzblatt essen gehen? Vielleicht. Oder am Live-Trading-Wettbewerb TOP OF THE TOP teilnehmen. Sechs Studententeams aus Italien, Spanien, Tschechien und Deutschland entschieden sich für Letzteres. Sie traten im Februar beim vom italienischen Online-Broker Directa und der Fakultät organisierten Kräftenessen gegeneinander an. Doch nicht nur das. Sie forderten auch zwei Börsenprofis heraus: Davide Biocchi aus Italien und Rüdiger Born aus Deutschland. In drei Runden à 90 Minuten sollte sich zeigen, wer am Ende mit dem anvertrauten „echten“ Geld am verantwortungsvollsten umgeht. In der ersten Runde schieden die Teams „Victorious Secret“ aus Tschechien, „Meravigli16“ aus Italien, das spanische Team „CEU Trading“ sowie der deutsche Profi-Trader Rüdiger Born aus. Nach der zweiten Runde war dann für die „A-Trader“ und „TFOA“ aus Augsburg Schluss. Im Finale lieferten sich „The gPs“ und der italienische Profi-Trader Davide Biocchi ein packendes Duell. Bis zehn Minuten

vor Ende führte das Augsburger Studententeam mit +0,44 Prozent Performance, doch in den letzten Minuten holte der Italiener auf, gewann mit +1,01 Prozent und holte sich damit den Gesamtsieg. Mit +1,25 Prozent verbuchte jedoch das Team „The gPs“ aus Augsburg nicht nur die höchste Performance pro Runde. Sie schnappten sich auch den Preis „Beste Performance des Tages“. Das Fazit des Tages fiel positiv aus: „Wir freuen uns, dass wir die Möglichkeit hatten, mit der Hochschule Augsburg dieses Event zu organisieren und somit den Studenten den realen Markt näher bringen zu dürfen“, erklärte Directa Geschäftsführer Mario Fabbri. Als Überraschungspreis lud Directa das Gewinnerteam „The gPs“ zum Trading-Duell auf der Finanzmesse IT Forum am 22. und 23. Mai in Rimini ein. Dekan Prof. Dr. Michael Feucht ergänzte: „Wir sind wirklich sehr geehrt, dass unsere Teams The gPs und A-Trader an den kommenden Trading-Wettbewerben in Rimini bzw. Prag teilnehmen dürfen.“
Infos: Prof. Dr. Feucht



Trader und Besucher konnten die Kurse auf den neuen Screens in Echtzeit mitverfolgen.

Praxis

Weiterbildung



KURSE MIT HOCHSCHUL-ZERTIFIKAT

In Kooperation mit der Hochschule Augsburg bietet das TCW mehrere Zertifikatskurse am Weiterbildungszentrum Donau-Ries in Nördlingen an. Die Kurse sind jeweils modular aufgebaut und flexibel buchbar. Die Module erstrecken sich über ein Jahr. Alle

Dozenten sind erfahrene Professoren der Hochschule Augsburg bzw. langjährige Lehrbeauftragte. Ziele sind die Vermittlung von fundiertem, praxisorientiertem Wissen, ein ganzheitliches Verständnis und kontinuierliche, berufsbegleitende Weiterbildung.

MANAGEMENT-WISSEN (NOVEMBER 2014 – SEPTEMBER 2015)

Mit dem nunmehr dritten Kurs „Management-Wissen“ erhalten Fach- und Führungskräfte mit nicht-betriebs-

wirtschaftlicher Qualifikation aktuelles Know-how, das sie für die Übernahme einer Managementfunktion benötigen.

PRODUKTMANAGEMENT (MAI 2014 – MÄRZ 2015)

Der zum zweiten Mal angebotene Produktmanagement-Zertifikatskurs wendet sich an Nachwuchs- und Führungskräfte aus Vertrieb und Marketing, Produktmanagement sowie an Projekt- und Bereichsleiter für Forschung und Entwicklung. Der

Kurs vermittelt Konzeptionskompetenz, Technologie- und Innovationskompetenz, Wissen für Absatz- und Unternehmenskommunikation, Realisierungskompetenz, relevantes rechtliches Know-how sowie Sozialkompetenz.

NEU: CONTROLLING (JUNI 2014 – MÄRZ 2015)

Controlling unterstützt das Management, rationale Entscheidungen zu treffen, indem es die nötigen Informationen und Methoden bereitstellt. Neben Grundlagenkompetenz werden Planungs- und Budgetierungsinstrumente, Abweichungsanalysen, Kennzahlen und deren Anwendung, Kostenmanagement, Investitions- und Finanzcontrolling, wertorientierte Unternehmensfüh-

rung sowie funktionspezifisches Controlling vermittelt. So erhalten Fach- und Führungskräfte aus allen Unternehmensbereichen, die aufgrund ihrer gestiegenen Verantwortung im Unternehmen ihr Know-how im Bereich Controlling und Unternehmenssteuerung vertiefen wollen, eine solide Grundlage. Angesprochen sind auch Produktmanager mit Planungs- und Kostenverantwortung.

NEU: PROFILORIENTIERTES MARKETING- UND VERTRIEBS- MANAGEMENT (AB HERBST 2014)

Dieser Zertifikatskurs kombiniert wissenschaftlich fundiertes Fachwissen und Praxisnähe aus allen marketing- und vertriebsrelevanten Bereichen. Wertvolles Grundlagenwissen über Marketing, Vertrieb, Unternehmenskommunikation und Profilbildung wird kompakt aufbereitet. Spezialwissen über Marktforschung, Online-Vertrieb und Vertragsrecht ergänzt die Kompetenzfelder. International Business Behaviour, Verkaufs- und Gesprächstraining sind für das operative Geschäft im In- und Ausland sehr hilfreich und runden das Themenangebot ab.

Nähere Infos und detaillierte Seminarbeschreibungen finden Sie unter www.hs-augsburg.de, Seite Unternehmen, dann Inhouse-Firmenseminare oder direkt www.hs-augsburg.de/fakultaet/wirtschaft/inhouse_firmenseminare/index.html

Manuela Jenewein, TCW,
Tel. 09081/8055-102 bzw.
manuela.jenewein@tcw-donau-ries.de
und www.tcw-donau-ries.de.

An der HS Augsburg sind Ihre Ansprechpartner:
Erika.Regnet@hs-augsburg.de
Vera.Krieger@hs-augsburg.de,
Tel.: 0821/5586-2921

Gäste

MARKETING FÜR BAUINDUSTRIE: VERBANDSSPITZE ZU GAST

Es waren hochkarätige Gäste. Der Präsident des Bayerischen Bauindustrieverbands, **Josef Geiger**, der Vizepräsident, **Prof. h.c. Reinhold Krämmel**, der Referent für Energie und Energiepolitik, **Werner Goller**, sowie der Bauunternehmer

Martin Bacher kamen an die Hochschule Augsburg, um ihre Branche angehenden Absolventen des Master-Studiengangs Marketing/Vertrieb/Medien (MVM) zu präsentieren. Die Spitzenvertreter der Bauindustrie stellten nicht nur den Verband

und seine Arbeit vor, sondern demonstrierten an einem aktuellen Bauprojekt ganz praktisch, dass auch in der Welt des Bauens viel wirtschaftliches Know-how und Vermarktungswissen gefragt ist. Vorher hatten sich die Studierenden bei Prof. Dr. habil. Klaus Kellner mit profitorientiertem Produktmanagement beschäftigt. Fragestellungen wie diese sind für Unternehmen der Bauindustrie mittlerweile sehr relevant. Josef Geiger, selbst erfolgreicher und international tätiger Bauunternehmer aus Oberstdorf, brachte es auf den Punkt: „Wir sind Spezialisten im Bauen. Wir haben aber Nachholbedarf im Marketing. Wir brauchen Leute wie sie.“ Und so hatten die Gäste gleich konkrete Angebote für Masterarbeiten in der Bayerischen Bauindustrie im Gepäck.

Infos: Prof. Dr. habil. Kellner



Prof. Dr. Schnell, Martin Bacher, Prof. h.c. Reinhold Krämmel, Prof. Dr. Uhl, Josef Geiger, Prof. Dr. Feucht, Werner Goller und Prof. Dr. Kellner (v.l.n.r.)

MARKEN WIRKEN JEDEN TAG: BERATUNG BEI BLACKEIGHT

Marken sind seine Spezialität. **Dr. Mathias Hüsgen**, Managing Partner der Münchner Markenagentur BLACKEIGHT, hatte für die Studierenden des Masterstudiengangs Marketing/Vertrieb/Medien (MVM) drei Botschaften mitgebracht. „Strategie ist das Fundament“, „Starke Marken müssen stark geführt werden“ und „Keep it precise and simple“. Er demonstrierte die Bedeu-

tung dieser Grundregeln an Beratungsprojekten bei Automobilherstellern und in der Telekommunikation, also Branchen, in denen die Notwendigkeit differenzierender Marken besonders hoch ist. Sein Gastvortrag zeigte, wie man ein Markenversprechen multisensual vermitteln kann – egal ob auf einem Messestand oder in einem Flagship Store. Er betonte gleichzeitig,

dass sich eine Markenstrategie auch auszahlen müsse und lieferte sogar konkrete Umsatzanalysen aus einem seiner Beratungsprojekte.

Infos: Prof. Dr. Uhl



HOHE SCHULE: PERSONAL SUPPORT



Gerade auch mittelständische Unternehmen sind heute bereit, ihre Führungskräfte systematisch weiter zu entwickeln. Ein Aspekt fällt dabei auf: Manager, die über eine hohe Fach-

kompetenz verfügen, benötigen bisweilen bei der Ausprägung der Sozialkompetenz noch Unterstützung. So genannte Personal Supporter setzen genau dort an und übernehmen eine Coaching-Funktion für das Spitzenpersonal im Unternehmen. Eine Expertin auf diesem Gebiet ließ im Wintersemester 2013/14 Studierende von ihrem Wissen profitieren. **Sabine Schruff** aus Augsburg gab im Kurs Business Behaviour

von Prof. Dr. Gerhard Riegl einen Einblick in ihre Arbeit. Die Studierenden konnten erfahren und üben, wie mit körpersprachlichen Methoden und Fragetechniken vorteilhafte Selbstfindungen angestoßen werden. Bei Führungspersönlichkeiten aus Wirtschaft, Gesellschaft und Politik kann die Methode zu Steigerung von Leistung und Managementqualitäten beitragen.

Infos: Prof. Riegl

Gäste

MITBESTIMMUNG: BETRIEBSRAT STÜTZT ARBEITGEBERMARKE

In den letzten Jahren wurde viel über Employer Branding geforscht und publiziert. Die Studienlage über diese Facette einer Marke ist mittlerweile gut. Die Merkmale attraktiver Arbeitgeber sind vielfältig. Ein Aspekt wird jedoch bisweilen unterschätzt: die Rolle des Betriebsrates. Studierende und Professoren der Fakultät für Wirtschaft nutzten im Wintersemester 2013/14 die Möglichkeit, mit dem Gesamtbetriebsratsvorsitzenden der AUDI AG, **Peter Mosch**, darüber ins Gespräch zu kommen. Die Professoren des Kompetenzfeldes Materialwirtschaft und Logistik (KMUL) hatten den Vortrag und die Diskussion zusammen mit Dekan Prof. Dr. Michael Feucht initiiert. Mosch, bereits seit 2006 im Amt, sprach über die Möglichkeiten, ein Unternehmen aus der Perspektive der Arbeitnehmer mitzu-

gestalten. Häufig sei vielen Mitarbeitern gar nicht bewusst, wie oft sie mittelbar Kontakt mit dem Betriebsrat haben. Das beginne schon mit der Anstellung, bei der der Betriebsrat ein Mitbestimmungsrecht hat. Es sei wichtig, täglich den selbst erklärten Grundsatz „kompetent, solidarisch und gestaltend“ in die Tat umzusetzen. Die betriebsinternen Kindergärten seien ein Beispiel dafür. Mosch beantwortete auch zahlreiche Fragen. Zum Beispiel nach den internationalen Unterschieden im weltweit tätigen Konzern. Er betonte, dass durch die aktive Arbeit des Betriebsrates so mancher Konflikt vor Ort gelöst und dadurch ein Streik verhindert werden konnte. Zum Schluss gab er den Zuhörern noch ein Zitat von Ferdinand Piëch mit auf den Weg: „Die Mitbestimmung muss zum

Vorteil des Unternehmens und der Menschen genutzt werden. So brauchen sie zwar zu Beginn manchmal etwas länger, um ihren Weg durchzusetzen, haben dann aber alle Mitarbeiter auch sicher hinter sich.“

Infos: Profs. Dr. Krupp, Dr. Richard, Dr. Waibel



Peter Mosch (2. v.l.) und seine Gastgeber.

INNOVATIONEN: KEINE FRAGE DES BUDGETS

„Sind die Unternehmen am innovativsten, die die größten F&E-Budgets haben?“. Mit dieser Frage stieg **Dr. Tobias Adam** in seinen Gastvortrag ein. Der Innovationsexperte der RWTH Aachen schob für die Teilnehmer des Studien-



moduls Entrepreneurship, Innovations- & Technologie-Management gleich eine zweite Frage nach: „Ist strikte Kundenorientierung das A und O für durchschlagende Innovationen?“ Seine Antworten waren beide Male

ein klares bis vehementes Nein. Adam brannte dann ein Feuerwerk an brillanten Beispielen aus der Praxis und packenden Gedankengängen ab, in die er alle anwesenden Studierenden sowie Unternehmensvertreter mit großer Leidenschaft einbezog.

Infos: Prof. Dr. Marcus Labbé

MITTELSTAND: IM VISIER VON AGENTEN

Was nach James Bond und Kino klingt, ist längst Realität. Firmen werden immer öfter Opfer von Wirtschaftsspionage. Zusammen mit dem Bayerischen Verfassungsschutz widmete sich die Fakultät für Wirtschaft im Wintersemester 2013/14 diesem heiklen Thema. Dass das Thema top aktuell ist, unterstreicht der NSA-Abhörskandal. In erster Linie seien es aber Russland und China, die täglich versuchen, an Daten deutscher Unternehmen zu gelangen,

sagte **Rudolf Proschko**, Regierungsdirektor beim Bayerischen Verfassungsschutz. Er war der Einladung von Prof. Dr. Marcus Labbé nach Augsburg gefolgt. Die Spionage werde nicht nur von Geheimdiensten betrieben. Und nicht nur Global Player seien betroffen. Gerade mittelständische Unternehmen seien längst ins Visier der vermeintlichen Konkurrenz geraten. Das Problem: Das Management sei sich der ständigen Angriffe und der eventuell schon

erfolgten Ausspähung oft kaum bewusst. Der Schaden wäre heute schon immens. Proschko schätzte, dass er allein in Deutschland die 50 Milliarden-Grenze pro Jahr schon überschritten hat. Eine Sensibilisierung der Unternehmensführung für das Thema wäre dringend nötig. Dabei gehe es nicht nur um die Sicherung sensibler Daten, sondern auch um haftungsrechtliche Fragen für Führungskräfte.

Infos: Prof. Dr. Marcus Labbé

Studium

MASTER OF APPLIED RESEARCH (MAPR)

Master-
Studiengänge
im Porträt

Was ist der MAPR eigentlich?

Zunächst einmal ist es ein Master-Studiengang, der einen erfolgreich absolvierten Bachelor-Abschluss voraussetzt. Das Programm Master of Applied Research, abgekürzt MAPR, ist eine Kooperation mit sechs weiteren Hochschulen aus Nürnberg, Deggendorf, Ingolstadt, Amberg-Weiden, Ansbach und Regensburg. Grundbestandteile des Masterstudiengangs sind angewandte Forschung und Projektarbeiten durch die Studierenden in einem bestimmten Forschungsbereich.

Wie sieht das MAPR-Programm an der Hochschule Augsburg aus?

Der MAPR ist organisatorisch an der Fakultät für Elektrotechnik angesiedelt, wird aber in beinahe allen Fakultäten angeboten. An der Fakultät für Wirtschaft ist der MAPR im Kompetenzfeld Materialwirtschaft und Logistik möglich. Die Masterstudierenden sind dort für das Kompetenzfeld tätig und forschen in Bereichen wie Lean Management, Projektmanagement und Komplexitätsmanagement.

Wie viele Studienplätze gibt es und wer betreut die Studenten?

Derzeit gibt es aus der Fakultät für Wirtschaft fünf Studierende im Programm Master of Applied Research. Sie werden von den Professoren Dr. Richard, Dr. Krupp und Dr. Waibel betreut.

Wie lange dauert das Studium und was müssen die Studierenden zusätzlich tun?

Das Masterstudium umfasst drei Semester. Dabei wird praxisnah geforscht und das Wissen durch Seminare und Vorlesungen vertieft. Gleichzeitig können Führungskompetenzen durch zu betreuende Projektarbeiten entwickelt werden. Parallel zum normalen Studienprogramm

sind die Studenten als wissenschaftliche Mitarbeiter/innen tätig und können sogar erste Lehrerfahrungen sammeln.

Gibt es beim MAPR Besonderheiten?

Jedes Jahr findet eine auf den Studiengang bezogene Applied Research Conference (ARC) statt, auf der die Studierenden die Fortschritte ihrer Forschungsarbeiten vorstellen. Als erste MAPR-Studierende der Fakultät für Wirtschaft waren Anna Pfefferle und Frédéric Erben auf der ARC 2013 in Deggendorf vertreten. Dort stellten Sie ihre Forschung zu den Themen Komplexitätsreduktion sowie Lean Management vor.

Für wen ist der MAPR geeignet und welche Berufschancen bietet er?

Grundsätzlich für alle, die ein Faible für Technik und Wirtschaft gleichermaßen haben. Der MAPR hat an der Hochschule Augsburg zwar einen technischen Schwerpunkt, bietet aber im Bereich Logistik derzeit schon eine gute Möglichkeit für Betriebswirtschaftler. Die Absolventen sind hervorragend ausgebildet für alle Arbeitsbereiche, wo es auf ein Effizienz und Effektivität ankommt - zum Beispiel in Produktions- und Transportabläufen jeglicher Art.

Wo gibt's Infos über den MAPR?

Auf der Website der Hochschule (hs-augsburg.de) einfach MAPR als Suchbegriff eingeben. Dort stehen beispielsweise auch Details zu den Zulassungsvoraussetzungen und zur Bewerbung. Tipps aus erster Hand gibt es bei den MAPR-Studierenden Anna Pfefferle, Frédéric Erben, Katharina Macketanz, Maria Russo und Magnus Staar. Sie haben ihr Büro im Raum W2.09. Informationen haben natürlich auch Prof. Dr. Richard, Prof. Dr. Krupp und Prof. Dr. Waibel parat.

 **academica**
science meets business

academica, die studentische Unternehmensberatung der Hochschule Augsburg, baut ihr Netzwerk mit Kooperationspartnern aus. Erster neuer Partner ist die erlkönig GmbH. Die noch junge und stark wachsende Unternehmensberatung hat sich auf den Bereich Automotive spezialisiert und ist in zahlreichen Projekten bei deutschen Automobilherstellern an Bord. Erlkönig bietet nicht nur kreative Köpfe und interessante Aufgaben, sondern wird künftig auch Workshops zu Strategie und Projektmanagement anbieten.

Die zweite Kooperation ging mit der msg systems AG an den Start. Die Unternehmensberatung konzentriert sich auf IT-Themen und ist eine der Top-Adressen in dieser Branche. Während es bei der Kooperation mit erlkönig primär um den Wissensaustausch und die Vermittlung von High Potentials geht, umfasst die Kooperation mit msg konkrete Projekte. Ab April 2014 sind mehrere Ausschreibungen geplant, auf die sich Berater von academica bewerben können. Die Studierenden profitieren zweifach: Neben einem finanziellen Anreiz vermitteln die Aufträge wertvolle Erfahrungen im Projektmanagement.

Wer kann bei academica mitmachen? Grundsätzlich alle, die nicht „nur“ studieren möchten. Erfahrungen im Projektmanagement sind für den Einstieg nicht unbedingt notwendig. Es zählt „learning by doing“. Nebenbei lernt man noch jede Menge nette Leute aus anderen Fakultäten und allen Semestern kennen. Das academica-Team freut sich über alle, die mit anpacken möchten.

Infos: www.academica-augsburg.de

Studium

NEUES STUDIENMODUL: INVESTMENT BANKING & ASSET MANAGEMENT

Seit dem Wintersemester 2013/14 ist das Studienangebot an der Fakultät für Wirtschaft um eine Facette reicher. Studierende der Betriebswirtschaft und International Management können sich in der Vertiefungsphase nun auch für Investment Banking und Asset Management entscheiden. Das englischsprachige Modul besteht aus vier Teilen. In Banking Supervision and Regulation lernen die Studierenden die wichtigsten Regelwerke für Finanzmärkte kennen. In Behavioral Finance steigen sie in klassische und neue

Ansätze der Finanztheorie ein. Chancen und Risiken beim Investieren werden in Asset Allocation unter die Lupe genommen. Und beim Investment Banking lockt beispielsweise Know-how über Mergers & Acquisitions, Underwriting & Advisory Services und Trading. Übrigens: Die Professoren Dr. Michael Feucht und Dr. Thorsten Feix werden in diesem Studienmodul von Prof. Dr. Duccio Martelli, Assistant Professor an der Universität Perugia, sowie dem Alumnus Daniel Haas unterstützt.

Infos: Prof. Dr. Feix



Die neue Mastergruppe „International Business and Finance“ (IBF) startete traditionell auf dem Hochschloss in Illertissen mit einem Workshop.



Die ersten Absolventen des Masterstudiengangs Marketing/Vertrieb/Medien erhielten ihre Urkunden von Prof. Dr. Bernd Scheed (TH Ingolstadt, links) und Prof. Dr. Manfred Uhl (rechts).

JUSTICE: VIDEOVORLESUNG UND DISKUSSION

In diesem Sommersemester findet bereits zum dritten Mal in Kooperation mit den Hochschulgemeinden ESG und KHG eine philosophische Ringvorlesung statt. Erneut geht es um das Thema „Justice: What's the right thing to do?“, ein

videobasierter Vorlesungszyklus des Harvard-Professors Michael Sandel. Alle Interessenten sind herzlich eingeladen, montags ab 17 Uhr im Raum W2.14 eine Doppelfolge von „Justice“ (in englischer Sprache) anzuschauen und danach ge-

meinsam mit dem evangelischen Pfarrer Friedrich Benning und dem katholischen Pastoralreferenten Andreas Ihm zu diskutieren.

Infos: in Moodle unter <https://moodle.hs-augsburg.de/course/view.php?id=1950>.

International

GB & USA: FLAGSHIP STORES IM PROFIL

Auf 17 Studierende, die im BA-Programm International Management das Marketing-Vertiefungsmodul gewählt hatten, wartete im Wintersemester 2013/14 eine besondere Aufgabenstellung: profilorientierte kritische Reflexion führender Marken im internationalen Wettbewerbsumfeld. Die Analyse sollte aber real vor Ort stattfinden. Neun Studierende reisten mit ihren Dozenten Prof. Dr. Kellner, Prof. Dr. Uhl und Thomas Hauser nach London, sechs Studierende nach Las Vegas. Zwei entschieden sich für die Recherche in München. Ziel war es herauszufinden, mit welchen Profilierungen es Unternehmen gelingen kann, sich in einem harten Wettbewerbsumfeld zu differenzieren. In

London analysierten die Studierenden beispielsweise die Flagship-Store Konzepte von Burberry, Louis Vuitton, Superdry, Abercrombie & Fitch, Nike, Adidas und Puma. Dabei ergab sich vor Ort so manche Überraschung: vom Fotografierverbot bei A&F über abweisendes Management bei Nike bis hin zu sehr offenen Einblicken in die Marketingstrategie bei Puma und Burberry. In Las Vegas standen die Hotels mit ihren unterschiedlichen Konzepten im Fokus, in München typisch bayerische Gastronomieangebote. Die unmittelbaren Erlebnisse und das internationale Umfeld waren für alle Beteiligten eine herausragende Praxiserfahrung.

Infos: Prof. Dr. Kellner



Welcome-Manager bei Superdry in London.

USA: AUSTAUSCH MIT KANSAS CITY UND CARBONDALE GESTARTET

Über 1.000 Studierende und mehr als 70 Lehrende aller Fakultäten nahmen an einer Umfrage zum Austausch mit US-amerikanischen Partnerhochschulen teil. Michael Hartmann Ph.D., und Prof. Dr. Manfred Uhl hatten im Wintersemester 2013/14 ein studentisches Projekt zum strategischen Hochschulmarketing initiiert. Sie wollten gemeinsam mit den Studierenden herausfinden, wie das Interesse an einem Austausch mit den USA aussieht und ob es Erfolgsfaktoren gibt. Das Ergebnis des Projektteams war deutlich: Die große Mehrheit der Befragten gab an, starkes Interesse an einem Aufenthalt an einer der Partnerhochschulen in den USA zu haben. Lediglich die Kosten und die Anrechnung von credits erwiesen sich als Vorbehalte. Doch damit nicht genug: Die USA zeigten sich sogar als attraktivstes Land für einen Auslandsaufenthalt. Diese Ergebnisse beflügelten die ohnehin geplante Reise einer Delegation zu den Partner-Unis, um die bestehenden Kooperationen zu beleben. Teilnehmer aus fast allen Fakultäten besuchten Ende Fe-

bruar die University of Missouri in Kansas City (UMKC) und die Southern Illinois University (SIU) in Carbondale. Für die Fakultät für Wirtschaft nahmen Dekan Prof. Dr. Michael Feucht, Prodekan Prof. Dr. Manfred Uhl, Michael Hartmann Ph.D. sowie Dominik Geirhos als Studentenvertreter teil. Der Präsident der Hochschule Augsburg, Prof. Dr. Ing. Hans-Eberhard Schurk, hatte sich unmittelbar nach der Ergebnispräsentation durch das Projektteam entschieden, einem Studierenden die Teilnahme an der Reise zu finanzieren. Die Kommilitonen wählten daraufhin Dominik Geirhos als ihren Vertreter. Wichtige Anlaufpunkte waren die Henry M. Bloch School of Management an der UMKC und das College of Business an der SIU. Die überaus positiven Gespräche ergaben eine ganze Reihe von Kooperationsmöglichkeiten. Das Themenspektrum reicht von Finance über Entrepreneurship bis Marketing, von Gastdozenturen über virtuelle Zusammenarbeit bis zu Summer Schools.

Infos: Prof. Feucht



Learning Center für Studierende in Kansas City.



J. Dennis Cradit, Dekan des College of Business der SIU (2. v. r.), und Associate Professor Suzanne A. Altobello (3. v. l.) mit ihren Gästen aus Augsburg.

International

FINNLAND: COOLES LAND, COOLE BÜCHER



Literatur ist ein Kulturgut, klar. Ein Buch ist aber auch eine Ware, die sich – wenn es genügend Interessenten gibt - auch gut verkaufen lässt. Im Idealfall freuen sich Autor, Verlag und Leser. Damit die Vermarktung klappt, überprüfen Marketingmanager, ob das Produkt eine Nachfrage bei potenziellen Käufern auslösen kann, welcher Preis akzeptabel ist, welche Kommunikation die künftigen Leser anspricht und welche Vertriebswege die richtigen sind. Dieses Marketing-Know-how macht sich nun die finnische Literaturgesellschaft FILI zunutze. Um herauszufinden, wie finnische Literatur in Deutschland noch mehr Leser finden kann, arbeitet sie mit der Haaga-Helia University in Helsinki und der Hochschule Augsburg zusammen. Finnland ist Ehrengast auf der Frankfurter Buchmesse 2014. Das Motto der Initiatoren lautet: Finnland Cool. FILI und Studierende beider Hochschulen nahmen dies zum Anlass, im Wintersemester 2013/14 zunächst Stärken und Schwächen der Vermarktung finnischer Literatur in Deutschland zu ermitteln. Die Studie-

renden aus mehreren Ländern arbeiteten zuerst getrennt voneinander. In Helsinki betreute Pauli Lindström eine Gruppe, in Augsburg arbeiteten Studierende bei Prof. Uhl. Dann trafen sie sich in Helsinki und tauschten in einem gemeinsamen Workshop an der Haaga-Helia die Ergebnisse aus. Sie formten daraus einen Analyse-Bericht, der zur Arbeitsgrundlage für den zweiten Teil des Projektes im Sommersemester 2014 wurde. Nun geht es um die Ausarbeitung von zielgruppenspezifischen Vermarktungsideen. FILI hat das Projektteam bereits zur Abschlusspräsentation nach Helsinki eingeladen.

Infos: Prof. Dr. Uhl

FINNLAND. AAMU.
FINNLAND. BIBLIOTHEK.
FINNLAND. COOL.
FINNLAND. DRÖM.
FRANKFURT BOOK FAIR.
GUEST OF HONOUR 2014.

TICKER INTERNATIONAL

Marketing-Kooperation mit Haaga-Helia fortgesetzt, Pauli Lindström im Sommersemester wieder in Augsburg +++ Prof. Dr. Michael Freiboth zum Projektleiter des Internationalisierungskreises der Hochschule ernannt +++ International Coordinators Prof. Dr. Anton Frantzke und Diana Wong in Seoul, Südkorea auf der APAIE, eine der wichtigsten Hochschulmessen in Asien.

NORWEGEN: LOGISTIK AM FJORD



Schwedische, dänische und finnische Partnerhochschulen gehören seit vielen Jahren fest zum internationalen Netzwerk der Fakultät für Wirtschaft. Nun kommt Norwegen dazu. Im Wintersemester 2013/2014 besuchten die ersten ERASMUS-Studierenden aus Augsburg die Universität in Molde. Die norwegische Uni liegt am Rande der idyllischen Kleinstadt mit rund 25.000 Einwohnern, ist spezialisiert auf Logistik und bietet vertiefende Vorlesungen in diesem Bereich. Die kleinen Gruppen in den einzelnen Kursen ermöglichten einen persönlichen Umgang zwischen den Studierenden und Professoren. Die Studentengruppe resümierte außerdem: „Das atemberaubende Panorama begeisterte uns jeden Tag aufs Neue. Doch Studieren in Norwegen ist kein Partyurlaub. Man sollte auf jeden Fall genügend Kleingeld mitbringen, denn Norwegen ist richtig teuer.“

Infos: Prof. Schönfelder

Nachgefragt



BEI DOMINIK VOLL, KINDLE DIGITAL MARKETING-MANAGER, AMAZON.DE GMBH, MÜNCHEN ALUMNUS DER FAKULTÄT FÜR WIRTSCHAFT

Herr Voll, wann und was studierten Sie an der Fakultät für Wirtschaft und für welches Vertiefungsfach hatten Sie sich entschieden?

Mein Studium begann ich im Oktober 2008 an der HS Augsburg und machte meinen Abschluss 2012 im März. Im Schwerpunkt habe ich mich für die Vertiefungsfächer „Produktmarketing und Absatzkommunikation“ sowie „Marketing Management International“ entschieden. Sowohl die Menschen als auch der moderne Campus in Augsburg haben mir sehr gut gefallen.

Was waren Ihre bisherigen beruflichen Stationen?

Nach meinem Studium ging es für mich erst einmal nach Hamburg zu „Zum goldenen Hirschen“, einer Kreativagentur, bei der ich als Volontär in der Kundenberatung angefangen habe. Bei Amazon in München bin ich dann 2012 im September als „Online Sales & Content Mana-

ger“ im Consumer Electronics Bereich eingestiegen. Seit Anfang 2014 betreue ich nun im Kindle Team das eBook Geschäft im deutschsprachigen Raum.

Sie waren also zunächst in einer deutschlandweit sehr renommierten Werbeagentur tätig. Was war dort ihre spannendste Aufgabe?

Die Arbeit bei „Zum goldenen Hirschen“ war geprägt von kreativem Denken über alle Prozessebenen, bei den Hirschen auch als „Campaigning“ bekannt. Das heißt konkret, die strategische Analyse, Zielgruppenbestimmung sowie die Markenplanung stehen nicht technokratisch vor dem kreativen Prozess, sondern sind gleichberechtigt. Dort habe ich unter anderem Kunden wie den Axel Springer Verlag oder die Mapa GmbH betreut, besser bekannt unter den Marken „Billy Boy“ und „Blausiegel“.

Inzwischen sind Sie als Marketing-Manager beim weltweit größten Online-Versandhändler tätig. Würden Sie für uns beschreiben, woran Sie dort arbeiten und wie Ihr Arbeitsalltag aussieht?

In erster Linie betreue ich das Kindle eBooks Geschäft bei Amazon, das heißt, ich betreue die Vermarktung aller eBooks über alle Kanäle. Diese Aufgabe gestaltet sich unglaublich abwechslungsreich, weil dieser Bereich in Deutschland stark wächst. Mein Arbeitsalltag dreht sich um Themen wie Zielgruppenbestimmung, Markenaufbau, Kundengewinnung und strategisches Kooperationsgeschäft.

Denken Sie doch bitte an Ihr Studium an der Hochschule Augsburg zurück. Wie viel des Theorie- und Praxiswis-

„GERADE IM ONLINE-MARKETING WIRD ES IMMER WICHTIGER, AUCH PROGRAMMIERSPRACHEN ZU BEHERRSCHEN.“

sens aus den Vorlesungen, Seminaren und Projekten können Sie heute einsetzen? Kam Ihnen nach dem Studium einiges bekannt vor?

Ja. Die gute Mischung zwischen theoretischer Wissensvermittlung und der pragmatischen Hinführung zu allen betriebswirtschaftlichen Themen hat mir besonders gut gefallen. Bei meinem Einstieg in den Beruf konnte ich auf ein gutes Gerüst zurückgreifen und auch jetzt als Marketing-Manager bei Amazon direkt anwenden. Die HS Augsburg hat mir für meine berufliche Tätigkeit genau das richtige Handwerkszeug mitgegeben.

Was empfehlen Sie den heute Studierenden für den Karriereweg? Haben Sie vielleicht sogar einen ganz besonderen Tipp für angehende Marketing-Manager?

Um den wachsenden Anforderungen als angehender Marketing-Manager gerecht zu werden, kann ich nur empfehlen, soviel wie möglich aus der Studienzeit mitzunehmen. Gerade im Online-Marketing wird es immer wichtiger, auch Programmiersprachen zu beherrschen.

Lieber Herr Voll, wir wünschen Ihnen weiterhin alles Gute auf Ihrem beruflichen Weg.



Kindle Fire HDX 7 Zoll

Service

ANSPRECHPARTNER

Dekan:

Prof. Dr. Michael Feucht
dekan@wirtschaft.hs-augsburg.de

Prodekan:

Prof. Dr. Manfred Uhl
prodekan@wirtschaft.hs-augsburg.de

Studiendekanin:

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

Fakultätskoordination und Sekretariat:

Ulrike Dichtl, Anni Kaiser,
Eva-Maria Dalhoff
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
ausland@wirtschaft.hs-augsburg.de

Studiengangskoordination:

Yvonne Berrens, MBA
Ulrike Tielemann, Dipl.-Päd.
studiengang@wirtschaft.hs-augsburg.de

Fachstudienberater:

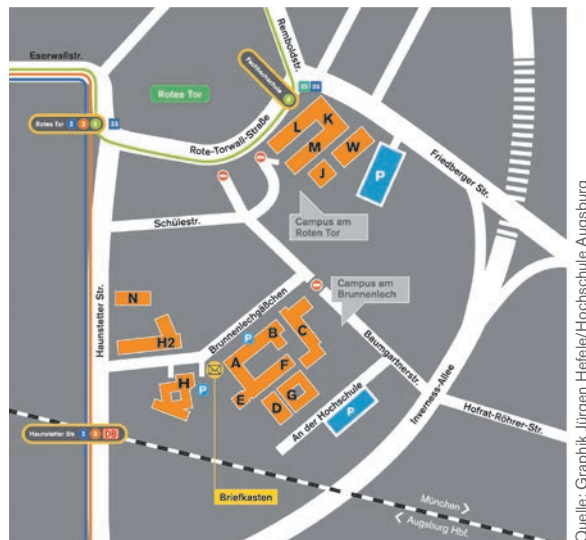
- BA Betriebswirtschaft/
BA International Management:
Prof. Dr. Wolfgang Wirth
wolfgang.wirth@hs-augsburg.de
- MA International Business and Finance:
Prof. Dr. Thorsten Feix
marcus.labbe@hs-augsburg.de
- MA Personalmanagement:
Prof. Dr. Erika Regnet
erika.regnet@hs-augsburg.de
- MA Steuern und Rechnungslegung:
Prof. Dr. Kalina Kafadar
kalina.kafadar@hs-augsburg.de
- MA Marketing/Vertrieb/Medien:
Prof. Dr. Manfred Uhl
manfred.uhl@hs-augsburg.de

Studentische Vertretung:

E-Mail: svwirtschaft@hs-augsburg.de

www.hs-augsburg.de

LAGEPLAN



Facebook



Imagefilm



Website

FACTS

Studierende (Stand: März 2014)
an der Hochschule Augsburg: 5414
an der Fakultät für Wirtschaft: 1350

davon:
BA Betriebswirtschaft: 502
BA International Management: 483
BA Internationales Wirtschaftsingenieurwesen: 67
MA International Business and Finance: 52
MA Personalmanagement: 67
MA Marketing/Vertrieb/Medien: 124
MA Steuern und Rechnungslegung: 55

Vertiefungsmodule

BA Betriebswirtschaft im SS 2014

Finanzmanagement, Logistik und Supply Chain Management, Marketing Management International, Personalmanagement, Steuern

Vertiefungsmodule

BA International Management im SS 2014

Corporate Finance, Global Markets and Marketing Management, International Accounting, Real Estate Management

Internationale Austauschprogramme im akademischen Jahr 2013/14

Studierende von ausländischen
Partneruniversitäten (Incomings): 72
Studierende an ausländischen
Partneruniversitäten (Outgoings): 124

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. Hans-Eberhard Schurk,
Präsident der Hochschule Augsburg
Redaktion: Prof. Dr. Manfred Uhl, Fakultät für
Wirtschaft

Layout und Verlag: mk publishing, Döllgaststr. 7-9,
86199 Augsburg

Bildnachweis: Hochschule Augsburg, andere

Titelbild: Bettina Schmid

Bildrechte liegen bei den (genannten) Autoren und
Urhebern.

Erscheinungsweise: einmal pro Semester

Auflagenhöhe: 2.500 Exemplare

© 2014 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.de/fs-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 Nadine Deckensattl (ndeckensattl@kpmg.com; 089 9282-3887). 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.

ICH HAB EIN GEHEIMNIS.

ARTIKEL 12:

Niemand darf willkürlichen Eingriffen in sein Privatleben, seine Familie, seine Wohnung und seinen Schriftverkehr ausgesetzt werden.

DIE ALLGEMEINE ERKLÄRUNG DER MENSCHENRECHTE ICH SCHÜTZE SIE – SIE SCHÜTZT MICH

Mehr zu den 30 Artikeln der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte und weitere Informationen unter www.amnesty.de

**AMNESTY
INTERNATIONAL**

