

# gP Business

**gefragte  
Persönlichkeiten**

**Newsletter  
der Fakultät  
für Wirtschaft**



**Hochschule  
Augsburg** University of  
Applied Sciences

Wintersemester  
2015/16



**Personal:  
Best Ager**

**Logistik:  
Industrie 4.0**

**Marketing:  
Data-Driven**

**So müsste er  
aussehen: unser  
Firmenwagen  
für Einsteiger.**

[www.de.ey.com/karriere](http://www.de.ey.com/karriere)  
**#BuildersWanted**

# Welcome



Prof. Dr. Michael Feucht, Dekan

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

**G**anze 2,7 Millionen Studentinnen und Studenten - mehr als je zuvor - waren zu Beginn des Wintersemesters 2014/15 an deutschen Hochschulen eingeschrieben. Aktuelle Prognosen nach könnte diese Zahl zum Wintersemester 2015/16 sogar noch steigen. Die Gründe dafür sind vielfältig. Zum einen wurde der Zugang zu den Hochschulen in allen Bundesländern vereinfacht. So können seit einigen Jahren auch berufsqualifizierte Bewerber ohne Abitur direkt ein akademisches Studium aufnehmen. Zudem ist die Arbeitslosenquote unter Akademikern nach wie vor niedriger als in der Gesamtbevölkerung. Die „Investition“ in ein Studium bleibt somit attraktiv. Und nicht zuletzt ziehen die vielfältigen Studienangebote in englischer Sprache hoch qualifizierte Bewerber aus dem Ausland an. Deutschland gilt neben Großbritannien und den USA wieder als einer der attraktivsten Studienorte weltweit. Dennoch darf man sich nicht täuschen lassen: Der formale Nachweis eines abgeschlossenen Bachelor- oder Masterstudiums in einem wirtschaftswissenschaftlichen Fach ist keine Garantie für eine erfolgreiche Managementkarriere. Grundlegend für den beruflichen Erfolg sind vor allem die im Studium erworbenen Kompetenzen. Hier sind die Erwartungen der potenziellen Arbeitgeber an sprachliche, mathematisch-analytische, fachliche

und persönliche Fähigkeiten in einer globalen und immer komplexeren wirtschaftlichen Realität sehr hoch.

Durch die zunehmend heterogenen Bildungsvoraussetzungen unserer Studenten sind diese Erwartungen aber nicht immer einfach zu erfüllen. Natürlich ist unser Anspruch, unsere Studierenden bestmöglich auf eine zukünftige Führungsrolle in Wirtschaft und Gesellschaft vorzubereiten. Das ist der Qualitätsanspruch unseres Curriculums. Wir wissen aber auch: Fachwissen allein genügt nicht. Wer erfolgreich sein will, muss neugierig bleiben, sich ständig neues Wissen aneignen und nach kreativen Lösungen suchen. Wir werden weiterhin hohe Anforderungen an unsere Studentinnen und Studenten stellen. Wir bieten aber auch unterstützende Vorlesungsangebote, Tutorien und geleitete Lerngruppen wie beispielsweise den „offenen Matheraum“ an. Sie sollen Studenten helfen, eventuelle Defizite aus der Schule auszugleichen. Gleichzeitig wollen wir den Besten ermöglichen, sich durch zusätzliche Leistungen und besonderes Engagement abzuheben.

Unsere Studienangebote unterliegen einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess. Seit der Einführung des Bachelorstudiums haben wir den Studienplan immer wieder angepasst und im Sommer

2015 sogar eine grundlegende Reform der Bachelorstudiengänge Betriebswirtschaft und International Management erarbeitet. Sie soll zum Wintersemester 2016/17 in Kraft treten. Einige Eckpunkte der Reform finden Sie in diesem Heft.

Ich wünsche Ihnen erneut viel Spaß bei der Lektüre unseres Fakultätsmagazins. Falls Sie jemanden kennen, der an der kostenlosen Zusendung des deutsch- oder englischsprachigen gP Business interessiert ist, teilen Sie uns bitte Namen und Adresse unter [gpbusiness.wirtschaft@hs-augsburg.de](mailto:gpbusiness.wirtschaft@hs-augsburg.de) mit. Für die freundliche Unterstützung des gP Business bedanke ich mich ganz herzlich bei unseren Anzeigenpartnern!

*Ihr Prof. Dr. Michael Feucht, Dekan*

---

## ZUM TITELBILD

---

Alumnus Christian Gebler,  
Vorstand  
Talente für die Region e. V.



# News

## NEU IM TEAM: PROF. DR. HARIET KÖSTNER



Prof. Dr. Hariet Köstner

Das Marketing-Team ist nach der Verabschiedung von Prof. Dr. Gerhard Riegl in den Ruhestand wieder komplett. Dr. Hariet Köstner wurde zum 1. September 2015 auf die Professur „All-

gemeine Betriebswirtschaftslehre insbesondere empirische Marktforschung“ berufen. Sie lehrt somit zusammen mit Prof. Dr. habil. Klaus Kellner und Prof. Dr. Manfred Uhl im Fach Marketing-Management. Prof. Dr. Hariet Köstner studierte an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg und promovierte am Lehrstuhl für Statistik und Ökonometrie über den Vergleich ökonomischer Modelle für die Schätzung von Marktanteilen. Sie war rund 15 Jahre in verschiedenen Marktforschungsinstituten tätig, darunter Information Resources GmbH und ForschungsWerk GmbH. Sie erhielt Lehraufträge in Nürnberg sowie an den Fachhochschulen Pforzheim und Nürtingen. Prof. Dr. Köstner ist verheiratet und hat drei Kinder.

## ABSCHIED: PROF. DR. WOLFGANG WIRTH IN RUHESTAND



Prof. Dr. Wolfgang Wirth

Er begleitete Tausende von Studierenden immer mit einem guten Rat. Im Juli 2015 ging Prof. Dr. Wolfgang Wirth in den Ruhestand. Der Professor für Finanz-, Rechnungswesen

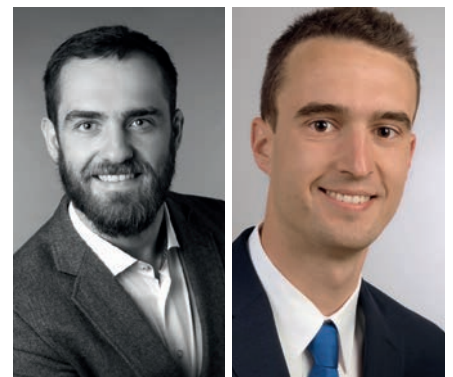
und Unternehmensführung prägte über 20 Jahre lang die Entwicklung der Fakultät für Wirtschaft. Eine sinnvolle Balance zwischen Theorie und Praxis stand für ihn stets ganz oben auf der Agenda. Vor seiner Zeit an der Hochschule Augsburg hatte er nach dem Studium zunächst fünf Jahre lang als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Unternehmensführung und Organisation der Universität Augsburg gearbeitet. Dann folgten 14 Jahre in verschiedenen Positionen im Controlling und in der Strategischen Planung bei der Siemens AG. Sein Wissen und seine Kompetenzen flossen nicht nur in seine Vorlesungen

des Grundstudiums ein. Auch in den Vertiefungsmodulen Finanzmanagement und Controlling gelang es ihm, stets topaktuelles und gleichzeitig fundiertes Wissen zu vermitteln. Dazu kamen viele Praxisprojekte mit Unternehmen und die Betreuung von unzähligen Abschlussarbeiten. Nicht nur die Arbeit der Prüfungskommission ist untrennbar mit dem Namen Wirth verbunden. Die Unterstützung der Studierenden in fachlichen und organisatorischen Details war bei ihm über 15 Jahre lang in besten Händen. Als Fachstudienberater war er auch als Psychologe gefragt und half nicht selten mit einem väterlichen Rat aus individuellen Nöten. Prof. Dr. Wolfgang Wirth bereicherte das Weiterbildungsprogramm der Fakultät und erntete bei den Kunden ausnahmslos Bestnoten. Eine aktive und kollegiale Zusammenarbeit mit anderen Fakultäten waren für ihn selbstverständlich. Selbst angehende Architekten und Ingenieure profitierten von seinem Know-how. Seine Begeisterung fürs Fach und für die Menschen ist ungebrochen. Genau das macht einen überzeugenden Professor aus.

## NEU IM TEAM: MASTERANDEN PHILIPP GRUBER UND STEFAN ROCKINGER

Einerseits sind die Teilnehmer am Programm Master of Applied Research (MAPR) Studierende, die nach ihrem Bachelor auch einen Masterabschluss anstreben. Andererseits sind sie auch wissenschaftliche Mitarbeiter in der Forschungsgruppe Optimierung und Operationsmanagement. Das Programm, das Lehre und Forschung sinnvoll kombiniert, hat nun zwei neue Köpfe. **Philipp Gruber** absolvierte sein Bachelorstudium der BWL an der Hochschule Augsburg und der Universität Den Haag. Seine Abschlussarbeit schrieb er bei

DB Schenker über Leistungscontrolling in der Kontraktlogistik. Dazu passt auch sein neuer Forschungsschwerpunkt: Logistik Controlling. **Stefan Rockinger** schloss im März 2015 sein Bachelorstudium International Management an der Hochschule Augsburg sehr erfolgreich ab. Der Stipendiat der Bayerischen Eliteakademie ist zudem Gründer und Gesellschafter eines Geschenkartikelvertriebes mit eigener Produktion. Sein Forschungsschwerpunkt wird bei logistischen Herausforderungen für Startup-Unternehmen liegen.



Philipp Gruber (rechts) und Stefan Rockinger

## ABSCHIED: PROF. DR. CHRISTIAN LEBRENZ NACH KOBLENZ



Prof. Dr. Christian Lebrez

und engagiert eine sehr dynamische Phase der Fakultät für Wirtschaft. Nach seinem Studium der Volkswirtschaftslehre in London und Sapporo sowie der Promotion in Albuquerque, New Mexico, war der gebürtige Hildesheimer in verschiedenen Funktionen bei der Deutsche

Neues aufbauen und Bestehendes weiterentwickeln. Dieser Grundsatz durchzog über 13 Jahre lang die Arbeit von Prof. Dr. Christian Lebrez an der Hochschule Augsburg. Er begleitete aktiv

Post AG und der Deutsche Post Direkt GmbH in Bonn tätig. 2002 wurde er dann auf eine Professur für Internationales Management an der Hochschule Augsburg berufen und lehrte zunächst in den Diplom-Studiengängen Betriebswirtschaft und International Management. Seine Themen reichten vom strategischen Management über interkulturelles Management bis hin zu Personalthemen, die immer mehr zu seinem fachlichen Steckpferd wurden. Dann erforderte die Bologna-Reform mit der Umstellung auf Bachelor- und Masterstudiengänge neue Ideen. Prof. Dr. Lebrez konzipierte Vertiefungsmodule und half bei der Ausarbeitung neuer Studien- und Prüfungsordnungen. Gleich danach folgte die Entwicklung des Masterstudiengangs

Personalmanagement. Zusammen mit Kollegen aus der Elektrotechnik brachte er den Bachelorstudiengang Internationales Wirtschaftsingenieurwesen zum Laufen und legte ein Konzept für einen international angelegten Mittelstandsmaster vor. Gremienarbeit war für ihn selbstverständlich – im Fakultätsrat, in Prüfungskommissionen und in Berufungsausschüssen. Auch andere Fakultäten wollten nicht auf seine Mitarbeit verzichten. Er unterrichtete an der Fakultät für Gestaltung und gab Kurse in Technologiemanagement. Prof. Dr. Christian Lebrez nahm zum 1. September 2015 einen Ruf an die Hochschule Koblenz an. Er wird dort International Human Resource Management lehren.

## EHRENMITGLIEDSCHAFT FÜR WALTER MÜCKE

Lehrbeauftragte leisten durch ihre engagierte und kompetente Unterstützung einen enormen Beitrag zum Lehrangebot der Fakultät für Wirtschaft. Im Juli sagte einer von ihnen Servus. **Walter Mücke** beendete aus Altersgründen seine Tätigkeit im Kompetenzfeld Marketing. Er lehrte als einer der ersten Dozenten in englischer Sprache und brachte seine reichhaltige Berufserfahrung im internationalen Marketing-Management ein. Er organisierte

zahllose Exkursionen, stellte persönliche Kontakte zur Verfügung, half bei der Jobsuche und blühte vor allem dann auf, wenn viele verschiedene Nationalitäten in seinen Kursen vertreten waren. In den 13 Jahren an der Hochschule Augsburg betreute Walter Mücke über 100 Abschlussarbeiten. Aufgrund seines herausragenden Engagements für Studium und Lehre erhielt Walter Mücke aus den Händen des Präsidenten der Hochschule Augsburg,

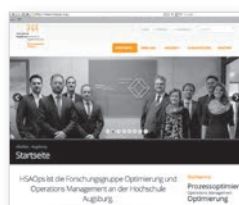
**Prof. Dr.-Ing. Dr. h.c. Hans-Eberhard Schurk**, die Urkunde über die Ehrenmitgliedschaft. Die Mitglieder der Fakultät für Wirtschaft verabschiedeten Walter Mücke in großer Runde.



Walter Mücke

## AUSBAU DER FORSCHUNG: KMUL WIRD ZU HSAOPS

Seit mehreren Jahren lernen, lehren und forschen Studierende, wissenschaftliche Mitarbeiter und Professoren im Kompetenzfeld Materialwirtschaft und Logistik, kurz KMuL. Eine ihrer Erkenntnisse ist, dass die Optimierung unterneh-



mensinterner und vor allem -übergreifender Geschäftsprozesse rasant an Bedeutung zunimmt. Das Kompetenzfeld Materialwirtschaft und Logistik erweitert deshalb seinen Tätigkeitsbereich, nimmt zusätzlich Produktionsthemen auf und

wird zur Forschungsgruppe Optimierung und Operations der Hochschule Augsburg, kurz HSAOps. Damit bilden sie nach den Profis für IT-Security und digitale Forensik (HSAsec) und der Networking Group (HSAnet) ein weiteres Forschungsteam an der Hochschule Augsburg.  
*Infos: [www.hsaops.org](http://www.hsaops.org)*

# News

## HANS-BENEDIKT-PREIS FÜR SOZIALES ENGAGEMENT

Elf Studierende der Fakultät für Wirtschaft gehören zu den diesjährigen Empfängern des Hans-Benedikt-Preises für besonderes soziales Engagement. Der frühere Hochschulpräsident Prof. Dr. h.c. Hans Benedikt hatte die Stiftung 2012 ins Leben gerufen. Die Studierenden beschäftigten sich im Sommersemester in einem Nonprofit-Marketing-Projekt mit der Integration von Flüchtlingen und entwickelten ein Kom-

munikationskonzept (siehe dazu auch den Bericht in diesem Heft). Sie erhielten die Urkunde am 6. Oktober 2015 anlässlich des Dies Academicus mitsamt einem Preisgeld von 500 Euro.

Ausgezeichnet: Adrian Rief, Lukas Dillinger, Julia Falger, Omar Nouga, Bernadette Zierer, Valeriya Goldina, Liliane Jäger und Vanessa Kronwitter (v.l.n.r.). Nicht auf dem Bild: Diana Weidmann, Lisa Haimerl und Tobias Schenk.



## DAAD-PREIS FÜR HERAUSRAGENDE LEISTUNGEN



Fanny Máté

Der mit 1.000 Euro dotierte Preis des Deutschen Akademischen Austauschdienstes (DAAD) ging in diesem Jahr an **Fanny Máté**. Die aus Ungarn stammende Studentin des Masterstudiengangs International Business and Finance **Fanny Máté**, zeigte nicht nur in den Lehrveranstaltungen der Hochschule Augsburg exzellente Leistungen. Sie schloss auch das Auslandssemester an der renommierten Shanghai University of Finance and Economics mit Bravour ab. Fanny Máté hatte zuvor ein Bachelorstudium mit einem Double Degree an der Hochschule Regensburg und an der französischen École Supérieure de Commerce in La Rochelle abgeschlossen. Ihr zuvorkommender und integrierender Charakter prädestinierten Fanny Máté zusätzlich für die Auszeichnung des DAAD.

## MASTER-STUDIENGÄNGE: STEIGENDE BEWERBERZAHLEN

Absolventinnen und Absolventen unterschiedlichster Fachgebiete haben Interesse am Masterstudiengang **Personalmanagement (PMG)**. Bachelorabschlüsse an Universitäten oder Hochschulen in Betriebswirtschaft oder Tourismus sind genauso dabei wie Sozialwesen, Gesundheitsmanagement, Wirtschaftspädagogik oder Wirtschaftspsychologie. Von den 210 Bewerbern, darunter 10 Prozent aus dem Ausland, schafften es 90 in die persönlichen Auswahlgespräche im Juli. Das Ergebnis: 36 Nachwuchspersonaler erhielten eine Zusage, und 28 starteten am 1.10. im neuen Studienjahr. Eine Besonderheit des Studiengangs ist übrigens der Beirat mit Vertretern namhafter Unternehmen. Er sichert zusätzlich die enge Verzahnung mit den operativen Fragen im Personalmanagement. Der Masterstudiengang **International Business and Finance (IBF)** verzeichnete nicht nur erstmals mehr als 300 Bewerbungen, sondern wartet auch mit einer Neuerung auf. Üblicherweise gehen die Masterstudenten im zweiten Semester ins Ausland. Kommen aber die Studierenden aus dem nicht-europäischen Ausland, erschien es sinnvoll, für sie das zweite Studiensemester in Augsburg zu konzipieren. Gesagt, getan. Die neue Struktur wurde gleich auf Anhieb hervorragend angenommen. Die Studierenden aus dem Ausland profitieren nun durch das Semester an der Hochschule Augsburg

von wertvollen Lehrinhalten, interkulturellem Austausch und nicht zuletzt vom Einblick in das Leben und Arbeiten in Deutschland. 80 Bewerbungen gab es für den Studiengang **Steuern und Rechnungslegung (SR)**. 12 Studierende schafften den Sprung und starteten zum Wintersemester 2015/16. Der mit der Business School der Technischen Hochschule Ingolstadt angebotene Masterstudiengang geht damit in ein weiteres Jahr. Das Masterprogramm ist seit dem 31. März 2015 akkreditiert. Gemeinsam mit den anderen Studiengängen trägt er damit auch ein externes Qualitätssiegel der Agentur ACQUIN. Neu: Der Bereich der Rechnungslegung wird künftig ausgebaut. Damit werden auch die Wünsche der Gutachter für die Weiterentwicklung der Studieninhalte erfüllt. Der Masterstudiengang **Marketing/Vertrieb/Medien (MVM)**, ebenfalls eine Kooperation mit der THI Business School in Ingolstadt, eilt von Rekord zu Rekord. Zum Wintersemester 2015/16 gingen über 700 Bewerbungen auf 30 Studienplätze ein. Das Ministerium für Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst hat nun auch die so genannte unbefristete Einvernehmensklärung erteilt. Auch dies ist eine Bestätigung für das Konzept, die Umsetzung und die Zusammenarbeit der Hochschule Augsburg mit der TH Ingolstadt. *Infos: Profs. Dr. Regnet (PMG), Dr. Feix (IBF), Dr. Kafadar (SR) und Dr. Uhl (MVM)*

## BACHELOR-STUDIENGÄNGE: NEUE STUDIENSTRUKTUREN

Die Bachelorstudiengänge Betriebswirtschaft und International Management erhalten eine neue Struktur. Nach mehrmonatiger Vorarbeit unter Leitung von **Michael Hartmann Ph.D.** beschlossen die Mitglieder der Fakultät für Wirtschaft im Juli 2015 auf ihrer Sommertagung im Walting die neue Grundstruktur. Mehrere Hintergründe waren für die Weiterentwicklung verantwortlich. Erstens flossen wertvolle Erfahrungen aus acht Jahren Studienbetrieb ein. Zweitens sollten neueste

wissenschaftliche Erkenntnisse genauso berücksichtigt werden wie veränderte Erwartungen der Wirtschaft. Und drittens erforderten veränderte Rahmenbedingungen des deutschen Akkreditierungsrates und der länderübergreifenden Strukturvorgaben eine Anpassung. Der Ausarbeitung der Grundstruktur und dem Beschluss folgt nun die Detailarbeit in den einzelnen Studienmodulen. Am Ende werden Grundstruktur und Studienmodule in eine neue Studien- und Prüfungsord-

nung einfließen und dem Fakultätsrat, Senat und Hochschulrat vorgelegt. Schon zum Wintersemester 2016/17 soll die neue Struktur greifen. Die zentralen Vorteile der neuen Studienstruktur sind: aktualisierte Studieninhalte, bessere Verzahnung der Studienabläufe, noch stärkere Ausrichtung theoretischer Inhalte an betriebswirtschaftlichen Anwendungsbereichen und übersichtliche Bewertung fast aller Studienmodule mit 5 credits nach ECTS.

*Infos: Prof. Dr. Feucht*

## Weiterbildung



Im Wettbewerb um geeignete Fachkräfte wird lebenslanges Lernen immer wichtiger. Unternehmen sind gefordert, ständig am Ball zu bleiben, Trends zu erkennen und die richtigen Entscheidungen zu treffen. Als strategischer Partner der regionalen Wirtschaft bietet die Hochschule Augsburg Unterstützung an. Zum Beispiel mit dem Weiterbildungsprogramm der Fakultät für Wirtschaft.

*Ansprechpartnerin bei allen Angeboten des Weiterbildungsprogramms der Fakultät für Wirtschaft:*  
*Prof. Dr. Erika Regnet,*  
*Tel.: 0821/5586-2921 oder -2917,*  
*weiterbildung.wirtschaft@hs-augsburg.de*

*Nähere Informationen unter*  
*www.hs-augsburg.de,*  
*Rubrik „Unternehmen“.*

### INHOUSE-SEMINARE

Das Inhouse-Weiterbildungsangebot der Fakultät für Wirtschaft bietet Fach- und Führungskräften berufsbegleitend, kompakt und wissenschaftlich fundiert:

- aktuelles betriebswirtschaftliches Know-how aus allen Bereichen des Managements und dem Wirtschaftsrecht,
- gezielte Vertiefung von Spezialthemen,
- Führungsseminare und
- Trainings von sozialen und interkulturellen Kompetenzen.

### ZERTIFIKATSKURSE

Durch den modularen Aufbau unserer Zertifikatskurse entsteht eine höchstmögliche Flexibilität für die Unternehmen. Teilnehmer einzelner Themenmodule erhalten eine Teilnahmebescheinigung. Nach erfolgreicher Teilnahme an allen Modulen des Kurses stellt die Hochschule Augsburg ein Zertifikat aus. Zusätzlich besteht die

Möglichkeit, eine Prüfung und eine Studienarbeit abzulegen, um ein benotetes Zertifikat der Hochschule Augsburg nach dem international gültigen ECTS-System zu erwerben.

Neu im Programm ist der Zertifikatskurs Marketing, Vertrieb und Kundenmanagement. Er wird in zehn ein- bis zweitägigen Modulen angeboten und dauert bis zum März 2016.

Im Oktober 2015 beginnen die Zertifikatskurse Controlling für Fach- und Führungskräfte, die ihr Know-how im Controlling vertiefen wollen, sowie Produktmanagement für Nachwuchs- und Führungskräfte im Vertrieb, Produktmanagement, Marketing, F&E.

**Tipp:** Nutzen Sie die Bildungsmöglichkeiten auf Hochschulniveau. Informationen bei Prof. Dr. Erika Regnet, Tel: 0821/5586-2921 oder -2917, [weiterbildung.wirtschaft@hs-augsburg.de](mailto:weiterbildung.wirtschaft@hs-augsburg.de)



oder unter [www.hs-augsburg.de/fakultaet/wirtschaft/inhouse\\_firmenseminare/index.html](http://www.hs-augsburg.de/fakultaet/wirtschaft/inhouse_firmenseminare/index.html)

# Praxis

## JUBILÄUM: 25. FIRMENKONTAKTMESSE PYRAMID

Keine andere Veranstaltung der Hochschule lockt so viele Besucher und Unternehmen an. Die Rede ist von der Firmenkontaktmesse Pyramid. Am 13. Mai 2015 fand sie zum 25. Mal statt. Das Motto lautete „Wissen und Praxis – gemeinsam zum Erfolg“. Über 170 Firmen und Organisationen präsentierten sich den Studierenden auf dem Campus am Roten Tor. Sämtliche Raumkapazitäten



Die studentischen Pyramid-Vorstände mit ihren Mentoren Prof. Dr. habil. Klaus Kellner (Mitte) und Prof. Dr. Wilhelm Liebhart (rechts).

für Messewände und Beratungstheken waren erschöpft. Kein Wunder, die Pyramid bietet eine hervorragende Plattform für die Vernetzung mit der Region und sorgt für beste Öffentlichkeitswirkung. Interessant ist aber auch ein Blick hinter die Kulissen. Denn: Studierende planen, organisieren und realisieren die Pyramid. Prof. Dr. habil. Klaus Kellner, der das Projekt seit vielen Jahren betreut, resümiert zur Jubiläumsveranstaltung: „Das herausragende Engagement unseres rund 100-köpfigen Pyramid-Teams ist großartig. Ein besonderer Dank geht an unsere sieben studentischen Vorstände, die als hervorragendes Team und in guter Vernetzung mit den hochschulinternen und -externen Beteiligten gearbeitet haben.“

*Infos: Prof. Dr. habil. Kellner*



Unter dem Motto „Mehr Netto vom Brutto“ analysierten 15 Studierende bei Prof. Dr. Hans Herrler (rechts) die verschiedenen Gestaltungsmöglichkeiten zur Entgeltoptimierung wie beispielsweise Fahrtkostenerstattung, Gesundheitsförderung sowie Essen- und Benzingutscheine. Zur Abschlusspräsentation kamen Steuerkanzleien aus ganz Schwaben.

## FACHEXKURSION IM MASTER MARKETING/VERTRIEB/MEDIEN



Sie ist bereits Tradition und hat sich zu einem Highlight im Masterstudiengang Marketing/Vertrieb/Medien (MVM) entwickelt: die Fachexkursion. Gespräche auf anspruchsvollem Niveau und exklusive Firmenkontakte stehen jeweils auf dem Programm. Nach den bisherigen Medienthotspots Hamburg und Köln/Düsseldorf standen diesmal ausgewählte Unternehmen im Raum München/Augsburg auf dem Programm. Die Masterstudierenden diskutierten beispielsweise bei Random House über die Digitalstrategie bei Bertelsmann. Sie erfuhren bei Philipp Morris

interessante Details über das Brand-Management von Zigarettenmarken. Ein Wiedersehen gab es mit der MVM-Alumna **Lydia Ott**. Die Employer Branding Managerin bei Sixt stellte zusammen mit mehreren Kolleginnen und Kollegen die Bandbreite der Kundenkommunikation beim bekannten Autoverleiher vor. Die Serviceplan Gruppe zeigte anhand von konkreten Projekten ihr weit verzweigtes Agentur-Know-how. Bei Scout 24 konnten die Studierenden aus erster Hand erfahren, wie vielfältig Online-Marketing sein kann. Auch nach Augsburg gab es einen Abstecher: **Simone Böck**, Alumna der Hochschule Augsburg, gab zusammen mit anderen PR- und Marketingexperten Einblick in die Arbeit eines international tätigen Immobilien-Investment-Hauses. Die nächste MVM-Exkursion ist bereits in Planung. Im April 2016 wird es in die Rhein/Main-Region gehen.

*Infos: Prof. Dr. Uhl*



Dr. Götz-Achim Riek (links hinten), Lehrbeauftragter und Nachrichtenredakteur beim Bayerischen Rundfunk, ermöglichte den Teilnehmern seines Seminars „Texten wie die Profis“ einen exklusiven Einblick in das Studio von b5 aktuell. Die Studierenden konnten live miterleben, wie Radio gemacht wird und diskutierten danach aktuelle Fragen aus dem Nachrichtengeschäft.



Studierende des Vertiefungsmoduls „Internationale Marketingkommunikation“ bei Prof. Dr. Manfred Uhl besuchten den in über 120 Ländern aktiven Werkzeugspezialisten HILTI in Kaufering. Nach den fachlichen Gesprächen über die Markenführung von HILTI hieß es: Arbeitskleidung anlegen und bohren.



---

 MARKENBERATUNG FÜR DAS HAUS DER BAYERISCHEN GESCHICHTE
 

---

Sie sind absolute Profis und leidenschaftliche Wissenschaftler. Die Rede ist von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Haus der Bayerischen Geschichte. Vor allem die Landesausstellungen über Episoden der bayerischen Geschichte ziehen regelmäßig Zigtausende in ihren Bann. Und 2018 kommt ein neues Highlight hinzu: das Museum der Bayerischen Geschichte in Regensburg. Was allerdings kaum jemand weiß: Die Institution „Haus der Bayerischen Geschichte“ hat ihren Sitz in Augsburg und ist alles andere als ein Museum, sondern ein ganz normaler Bürotrakt in einem unscheinbaren Geschäftshaus. Das schafft Verwirrung über das Wesen des HdBG. Dazu kommt, dass mit dem reizvollen Neubau in Regensburg nun ein leibhaftiges „Haus“ der bayerischen Geschichte entsteht. Grund genug, die eigene Identität, die Marken-



## HAUS DER BAYERISCHEN GESCHICHTE

architektur und den Namen von Museum und Institution auf den Prüfstand zu stellen.

HdBG-Kommunikationschefin **Natascha Zödi-Schmidt** setzte zusammen mit dem Leiter des Hauses, **Dr. Richard Loibl**, das Ziel, die Markenidentität zu erfassen und

zu formulieren. Schließlich werden alle Dienstleister für die kommunikativen Maßnahmen rund um das neue Museum in Regensburg klare Vorgaben brauchen. Zum Projektpartner der namhaften Einrichtung wurde die Hochschule Augsburg. Prof. Dr. Manfred Uhl und **Thomas Hauser**, Lehrbeauftragter an der Fakultät für Wirtschaft, übernahmen den Auftrag. Gemeinsam entstand in kurzer Zeit ein Projektplan. Alle bisherigen Kommunikationsinstrumente wurden erfasst, zahlreiche Interviews geführt, gemeinsame Workshops umgesetzt und schließlich

eine Markenidentität formuliert, die das Wesen des HdBG nach Überzeugung aller Beteiligten auf den Punkt bringt. Die Vorgehensweise und das daraus entstandene Modell wurde schließlich Grundlage für alle weiteren kommunikativen Weichenstellungen. Vom anspruchsvollen Auftrag sollten aber auch Studierende mit vertieftem Marketing-Wissen profitieren. Die Dozenten nahmen die Studierenden **Irina Becker**, **Valentina Mercedes Projer** und **Matthias Heckel** mit ins Boot. Sie dokumentierten akribisch die Experteninterviews, arbeiteten gekonnt an der Markenidentität mit und sammelten bei der Ergebnispräsentation wertvolle Erfahrungen als Junior-Berater. Übrigens: Zusätzliche Unterstützung erfuhr das Projekt durch **Prof. Ludwig John** aus der Fakultät für Gestaltung. Er realisierte mit dem Usability Lab eine Wirkungsmessung der bisherigen Plakatmotive und schlug Optimierungsansätze vor.

*Infos: Prof. Dr. Uhl*



Vortragsreihe „Marketing intensiv“ für Mitglieder und Interessierte des Marketing Club Augsburg erfolgreich abgeschlossen. Die Spitze des MCA und die Referenten freuten sich über großen Zuspruch: der geschäftsführende Vorstand des Marketingclub Augsburg Matthias Riedle, Prof. Dr. Gerhard Riegl, Vorstand für PR/Öffentlichkeitsarbeit Ursula Brandhorst-Friedrich, der MCA Präsident Florian Möckel, Prof. Dr. Manfred Uhl und Dr. Bernd W. Dornach (v.r.n.l.).

---

### EY AUDITCHALLENGE: REGIONALSIEGER

---

2013 holten sie Bronze, 2014 war es schon Silber. Würde es 2015 für den Sieg reichen? Studierende der Hochschule Augsburg steckten den Erfolgsdruck locker weg und erreichten tatsächlich den ersten Platz beim Regionalentscheid der EY AuditChallenge. EY ist eines der größten Wirtschaftsprüfungsunternehmen der Welt. Der Global Player veranstaltet mit der AuditChallenge regelmäßig einen Wettbewerb für Nachwuchstalente. Dabei müssen Studententeams so genannte Assurance-Fallstudien aus den Bereichen Prüfung und Rechnungslegung bearbeiten. Es gibt drei Runden. Die erste Runde findet in der Hochschule statt. Dann geht es in

einen Regionalentscheid. Die härtesten Nüsse müssen schließlich im Finale geknackt werden.

**Marina Jendrysik**, **Vanessa Kronwitter**, **Bernadette Zierer**, **Sandra Izzo** und **Florian Seufert** aus dem Vertiefungsmodul „International Accounting“ zeigten ihr hervorragendes Wissen und verwiesen alle anderen Teams – darunter auch die Kollegen der Universität Augsburg – auf die Plätze. Erstmals holte sich damit ein Team der Hochschule Augsburg den Sieg beim Regionalentscheid. Nur beim Finale in Berlin fanden sie schließlich ihre Meister und mussten sich geschlagen geben.

*Infos: Prof. Dr. Kafadar*

# Praxis

## GEHEIMNISSE DER PROFIS

Was verbirgt sich hinter den Kulissen der Schufa? Hat die gute, alte Lebensversicherung noch Zukunft? Was sagt die Körpersprache über Menschen aus? Diese Fragen und weit mehr diskutierten 18 Studierende mit hochkarätigen Gästen und ihren Finanz-Professoren Dr. Wolfgang Wirth und Dr. Michael Feucht im Hotel am Badersee. Das Wochenendseminar in Grainau fand bereits zum neunten Mal statt und öffnete sich wieder einem exklusiven Kreis. Nur wer eine besonders gute Note in der Pflichtvorlesung zur Finanzwirtschaft im dritten Semester errungen hat, erhält die Einladung des Bayerischen Genossenschaftsverbands ins noble Domizil am Fuß der Zugspitze.

**Gaston Volk** verrät die „Geheimnisse der SCHUFA“ und erklärte, wie stark das tägliche Konsumverhalten die Kreditwürdigkeit beeinflusst. **Dr. Thomas Wiesemann**, Vertriebsvorstand der Allianz Lebensversicherungs-AG, sprach über deren Kernprodukt in Zeiten anhaltend niedriger Zinsen. **Manfred Eder**, Referatsleiter für Bonitätsanalyse und Wertpapiere bei der Deutschen Bundesbank in München, erläuterte die neuesten Entwicklungen der Europäischen Geldpolitik. Auch Karrieretipps gab es aus erster Hand. **Georg Straub** berichtete über seinen beruflichen Weg vom Absolventen der Hochschule Kempten



Manfred Eder, Deutsche Bundesbank und Rainer Schaidnagel vom Genossenschaftsverband Bayern.

zum Bankvorstand der Volksbank Lindenberg. Und **Monika Matschnig**, international renommierte Managementtrainerin, gab den Studierenden einen eindrucksvollen Einblick in die Welt der Körpersprache.

Das Fazit: zwei Tage voller wertvoller Erkenntnisse und interessanter Gespräche. Und das alles in bester Atmosphäre und bei glänzenden Gastgebern. **Peter Ferner**, Regionaldirektor im Genossenschaftsverband Bayern, hatte das Wochenende vorbereitet. **Rainer Schaidnagel**, Vizepräsident des Genossenschaftsverbands Bayern, moderierte wieder gekonnt durchs Programm.

Tipp für Studierende: Wer am 23. und 24. April 2016 dabei sein möchte, sollte eine Eins vor dem Komma im Fach „Finanz- und Investitionswirtschaft“ bzw. „Multinational Business Finance and Investment“ anpeilen.  
*Infos: Prof. Dr. Feucht*

## SONNIGE AUSSICHTEN: FINANZIERUNGSMODELLE FÜR SOLARPROJEKTE

Photovoltaikanlagen und Windräder haben ihren Exotenstatus verloren. Anlagen zur Erzeugung von Energie aus erneuerbaren Quellen gehören mittlerweile zum Stadt- und Landschaftsbild und wurden zu sichtbaren Zeichen der Energiewende. Doch der Umbau der Energieerzeugungsstruktur Deutschlands hat nicht nur ökologische Vorteile, sondern steht vor komplexen technischen Herausforderungen. Teilnehmer des Seminars „Projektfinanzierung am Beispiel der Finanzierung eines Solarparks“ bei Prof. Dr. Maria Lehner wollten sich ein



konkretes Bild von der Branche machen und schnappten sich Tickets für die mit 38.000 Besuchern europaweit größte Messe der Solarbranche, die Intersolar in München. Beim Besuch von zwei Vorträgen im Intersolar Study Program verschafften sie sich zunächst einen guten Überblick. **Carsten Körnig**, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbands Solarwirtschaft, skizzierte allgemeine Trends im Solarmarkt. **Dr. Winfried Hoffmann**, Eigentümer der Beratungsfirma Applied Solar Expertise, stellte die Speichertechnologien der Zukunft vor.

Danach hieß es: ab ins Messegetümmel. Modul- und Wechselrichterhersteller, Banken oder Projektentwickler präsentierten ihre vielfältigen Produkte und Dienstleistungen. Ein Zuckerl wartete auf die Studierenden am Messestand der BayernLB.

**Sebastian Schmädicke** aus der Abteilung Structured Finance/Project Finance EMEA nahm sich Zeit und diskutierte mit den Studierenden über Finanzierungsmodelle von Solarprojekten, die Entwicklung des regulatorischen Umfelds, Auktionsverfahren und die Förderung erneuerbarer Energien in Bayern.

*Infos: Prof. Dr. Maria Lehner*

## ZUM ANFASSEN: PROPERTY TOUR

Ein Exposé ist das eine, der Blick auf das reale Objekt etwas anderes. Genau deshalb



fand im Sommersemester für Studierende des Vertiefungsmoduls „Real Estate Management“ eine „Property Tour“ nach München statt. Zusammen mit Experten der PATRIZIA Immobilien AG und Prof. Dr. Georg Erdmann besichtigten sie Immobilienprojekte und tauschten sich mit Experten zu den Tendenzen im deutschen und Münchener Immobilienmarkt aus. Be-

sonders beeindruckend war die Besichtigung eines der derzeit wichtigsten Bauprojekte Münchens: des ehemaligen Siemens Areals in der Hofmannstraße. Dort entsteht auf über 65.000 Quadratmetern ein ganzer Wohn- und Geschäftskomplex. Beim abschließenden Real Estate BBQ konnten sich die angehenden Immobilienexperten dann in lockerer Runde über Einstiegs- und Berufschancen in der Branche informieren.  
*Infos: Prof. Dr. Erdmann*

## NONPROFIT-MARKETING: FLÜCHTLINGSPROJEKT „PERSPEKTIVENWECHSEL“

Nach Informationen des Flüchtlingshilfswerks der Vereinten Nationen (UNHCR) waren 2015 weltweit über 50 Millionen Menschen auf der Flucht. Die Akteure in der Flüchtlingsarbeit

stehen vor Ort vor großen Herausforderungen. Elf Studierende der Hochschule Augsburg und der Haaga-Helia University im finnischen Helsinki beschäftigten sich im Sommersemester 2015 mit der Integration von Flüchtlingen. Ihre These: Integration braucht Akzeptanz, und Akzeptanz braucht Dialog. Zahlen, Daten und Fakten ergaben eine erste Arbeitsgrundlage. Es folgten Experteninterviews – beispielsweise mit Vertretern der Stadt Augsburg, des Integrationsprojekts „Grandhotel Cosmopolis“, der Chefredaktion der Augsburger Allgemeinen und freiwilligen Helfern. Ein wichtiger Partner war das Bayerische Rote Kreuz. Durch die Unterstützung der Vizepräsidentin **Brigitte Meyer**, des Landesgeschäftsführers **Leonhard Stärk** und der Leiterin für Soziale Arbeit **Irene Marsfelden** gelang es, einen



### Bayerisches Rotes Kreuz

detaillierten Eindruck von den Schwierigkeiten, aber auch Erfolgsgeschichten zu bekommen. Vor allem der Besuch einer Erstaufnahmeeinrichtung in Nürnberg und die Gespräche mit Helfern und Asylbewerbern ergaben ein sehr intensives Bild der Asylarbeit. Es zeigten sich schließlich zentrale Faktoren

für erfolgreiche Integration: die Erlangung der deutschen Sprache, die Heranführung an Gebräuche und Verhaltensweisen im neuen Umfeld, eine möglichst frühe Arbeitserlaubnis, Hilfe bei der Koordination der Ehrenamtlichen sowie Wertschätzung und ernst gemeinter Dialog.

Das Projektteam entwickelte daraufhin den „Perspektivenwechsel“ als Leitgedanken für alle Kommunikationsmaßnahmen vor Ort: weg vom Gefühl der Bedrohung und Belastung durch Zuwanderung, hin zur Bereicherung und zum Nutzen für die gesellschaftliche Struktur. Weg von der Betrachtung der Flüchtlinge als passive Opfer, hin zur Darstellung als aktive Gestalter. Dies war die Basis für Kommunikationsmaßnahmen vor Ort.

So entstand beispielsweise ein Konzept für zielgruppenspezifische Videos. Ein zweites Team schlug ein Online-Portal mit Informationen zum Asylprozess und Links zu Anlaufstellen für freiwillige Helfer sowie ein Simulationsspiel vor. Darin geben Interessierte Alter, Geschlecht, Bildungsgrad und Beruf ein. Eine Datenbank ermittelt daraufhin eine Alltagsbeschreibung dieser Person in einem der typischen Fluchtländer – getreu dem Motto „Mein Leben in...“. Ein weiteres Team entwarf Veranstaltungsformen für den persönlichen Dialog. Das vierte Team stellte Inhalte für Printmedien zur Unterstützung der Freiwilligenakquise vor Ort zusammen und erfand ein Spiel für Schulen und Kindergärten, bei dem Kinder mit den Herkunftsländern der Flüchtlinge vertraut gemacht werden.

Das Team arbeitete von der Projektplanung bis zum Abgleich der Ergebnisse eng mit der Haaga-Helia University in Helsinki zusammen. Die Studierenden kombinierten in zwei Workshops ihre jeweiligen Ideen. Die Betreuung des finnischen Teams hatte **Pauli Lindström** übernommen.

*Infos: Prof. Dr. Uhl*

## LAGERN UND LIEFERN: ANDREAS SCHMID LOGISTIK

Sie ist eines der bekanntesten Unternehmen der Region. Kein Wunder, denn die Andreas Schmid Logistik AG beschäftigt in und um Augsburg rund 1.800 Mitarbeiter. Doch nur wenige wissen, was hinter den Kulissen nötig ist, damit die richtigen Waren zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort landen. Studierende des Vertiefungsmoduls „Logistik und Supply Chain Management“ wollten wissen, wie die Warenflüsse in der Praxis gesteuert werden. Zusammen mit Prof. Dr. Sabine Joeris besuchten sie den Logistik-Dienstleister vor Ort.

Vorstandsmitglied **Herbert Robel** nahm sie in Empfang und führte über das Gelände, um die wichtigsten Stationen zu verdeutlichen. Vom Wareneingang und Warenausgang zu den Lagerhallen, wo beispielsweise für den Kunden MAN PrimeServ Waren aufbewahrt werden. Und wenn das Transportgut mal etwas größer wird, findet die Versandstelle eine Lösung. Besonders sperrige Produkte erhalten dort sogar eine individuelle Verpackung.

*Infos: Prof. Dr. Joeris*



Profis in spe bei Andreas Schmid Logistik.

# Praxis

---

## LOGISTIK-SEMESTERSCHWERPUNKT: INDUSTRIE 4.0

---

Die Hannover Messe 2011 hatte den Begriff erstmals geboren: Industrie 4.0. Seitdem ist das Schlagwort das Top-Thema in Industrie und Wirtschaftspolitik. Aber was bedeutet das Kürzel konkret? Gerade mittelständische Unternehmen suchen nach Klarheit, um eine schlüssige Strategie mit griffigen

Maßnahmen für die digitale Zukunft entwickeln zu können. Das Kompetenzfeld Materialwirtschaft und Logistik legte den Finger in die Wunde und richtete im Sommersemester seinen Fokus auf konkrete Fragestellungen rund um den Hype. In Seminaren, Projekten, Exkursionen und Gesprächsrunden

gingen Studierende und Lehrende dem Trend auf den Grund. Die ersten Ergebnisse werden zum Jahresende 2015 im 4. Band der Augsburger Arbeitspapiere für Materialwirtschaft und Logistik veröffentlicht. Im Sommer 2016 folgt dann eine praxisnahe Handreichung für Mittelständler.

**Industrie 4.0 im Klartext:** 13 Studierende der Hochschule Augsburg hatten sich im Sommersemester damit beschäftigt, das Schlagwort „Industrie 4.0“ aus unterschiedlichen Sichtweisen zu analysieren und auf der Grundlage von heutigen technologischen Anwendungen sowie künftigen Visio-

nen konkrete Handlungsfelder zu erarbeiten. Experten aus Forschung und Wirtschaft halfen den Studierenden dabei und unterstützen so das Team von Prof. Dr. Michael Krupp und **Marjan Isakovic**, B.A. Unterschiedliche Begriffs-Facetten wurden analysiert, aktuelle technologische Anwendungen

gesammelt und Zukunftsszenarien erfasst. Die Studierenden entwarfen danach konkrete Umsetzungsleitfäden und vier Handlungsempfehlungen, die mittelständischen Unternehmen dabei helfen sollen, sich auf den Weg der Digitalisierung zu machen.  
*Infos: Marjan Isakovic, B.A.*

**Industrie 4.0 im Gespräch:** Rund 30 Vertreter von Unternehmen, Kammern und Verbänden aus der Region trafen sich im Juli 2015 an der Hochschule Augsburg, um über das Schlagwort Industrie 4.0 zu diskutieren. Die Professoren Dr. Peter Richard, Dr. Michael Krupp und Dr. Florian Waibel hatten sie turnusgemäß am Ende des akademischen Jahres zum Gespräch eingeladen, um die Vernetzung von Forschung und Lehre mit der regionalen

Wirtschaft weiter zu intensivieren. **Viktoria Fleck** und **Marjan Isakovic**, wissenschaftliche Mitarbeiter im Studien- und Forschungsprogramm „Master of Applied Research“ (MAPR), stellten Ergebnisse aus den Semesterprojekten vor und präsentierten bereits realisierte Beispiele für Industrie 4.0 aus der Logistik. Der Vizepräsident der Hochschule Augsburg und Datensicherheitsexperte **Prof. Dr. Gordon Rohrmair** berichtete aus der Forschungs-

gruppe für IT-Security und digitale Forensik über Risiken und Schutzmaßnahmen der Digitalisierung. Die Logistik-Experten informierten schließlich über zukünftige Vorhaben, mögliche Forschungsthemen und denkbare Projektarbeiten. Im Zentrum stehen Geschäftsprozesse mit digitalisierter Informationsverarbeitung und möglichst schlanken Abläufen.  
*Infos: Matthias Utz, B.A. und [www.hsaops.org](http://www.hsaops.org)*

**Industrie 4.0 im Einsatz:** Die Anwendungsorientierung von wissenschaftlichen Erkenntnissen steht für die Hochschule Augsburg ganz oben auf der Agenda. Insofern erschien es nur logisch, dass sich Studierende und Lehrende im Semesterschwerpunkt Industrie 4.0 auf die Suche nach Unternehmen machten, die bei ihren Produktionsabläufen bereits auf Digitalisierung setzen. Erstes Beispiel: das Amberger Elektronik- und Geräterwerk von Siemens. Wer heute schon wesentliche Elemente einer intelligenten Fabrik von morgen entdecken möchte, wird in der Oberpfalz fündig. Rund 5.000 Mitarbeiter produzieren an einem der größten Siemens-Standorte Bayerns elektronische Steuerungen. Die Studierenden erfuhren bei ihrem Besuch zunächst die wichtigsten Daten und Fakten

der Anlage, die bereits Auszeichnungen als „Fabrik des Jahres“ und „beste Fabrik Europas“ vorweisen kann. Begleitet von **Dieter Hackel** und **Christian Lutter** ging es dann ins Werk. Dort verlaufen bereits 75 Prozent aller Prozesse voll automatisiert. Der Mensch ist dennoch nicht ersetzbar. Die Entwicklung von Produkten, ihr Design und die Produktionsplanung brauchen Profis aus Fleisch und Blut. Vor allem bei unerwarteten Zwischenfällen sind Computerchips nicht brauchbar. Zweites Beispiel: Grenzbaach Maschinenbau. Der weltweit tätige Experte für Handling- und Prozesstechnik hat seinen Sitz in Hamlar bei Donauwörth. Das Unternehmen aus Bayerisch-Schwaben zeigte sich den Studierenden schnell als Vorreiter in Sachen Digitalisierung. Dafür sorgte nicht nur die erkenntnisreiche

Diskussion mit **Christian Herfert**, Director Business Development, sondern die Bearbeitung einer konkreten Aufgabenstellung aus der Intralogistik. Als Belohnung gab es dann auch einen Blick in die Zukunft der Grenzbaach-Produkte. In der Prototypenzelle entdeckten sie eines der neuesten Produktideen der schwäbischen Tüftler: ein fahrerloses Transportsystem, das Regale automatisch zu einer Pickstation bringt.  
*Infos: Viktoria Fleck, B.A.*



## 11. PERSONALERTAG: FÜHRUNGSKRAFT ALS VORBILD

Trotz brütender Hitze folgten am 22. Juli 70 Unternehmensvertreter der Region und ehemalige Absolventen der Einladung zum 11. Personalertag. „Führung mit Emotionen und Werten“ hieß der Auftaktvortrag von **Prof. Dr. Mahena Stief** aus der Fakultät für Allgemeinwissenschaften an der Hochschule Augsburg. In einer globalisierten, immer komplexeren Arbeitswelt würden die Herausforderungen für Führungskräfte immer größer. Prof. Dr. Stief stellte neue Erkenntnisse aus der eigenen Forschungsarbeit vor und betonte die Bedeutung einer „full range of leadership“. Zur transaktionalen Führung mit Zielen, Feedback und Leistungsanerkennung müsse die so genannte transformationale Führung kommen. Damit seien die intel-

lektuelle Stimulierung, die Förderung der Mitarbeitenden und motivierende Visionen gemeint. Gefordert sei die Führungskraft als Vorbild, die angestrebte Werte und Ethik auch selbst lebt.

Den ersten Praxisvortrag übernahm HR Development Manager **Thomas Thiemann** von der Autoliv B.V. & Co. KG in Dachau. Er erläuterte, wie die Führungskräfteentwicklung die Manager, Nachwuchskräfte und Spezialisten bei den neuen Herausforderungen unterstützen kann. Ein train-the-trainer-Konzept und neue Lernvideos hätten sich beispielsweise als wichtige Elemente erwiesen. Ziel sei ein erfolgreiches „Managing and Leading in a VUCA world“. VUCA ist die Abkürzung für volatility, uncertainty, complexity and ambiguity.

**Dr. Margret Klinkhammer**, Geschäftsführerin der CORMENS GmbH in München, sprach über die Begleitung von Führungskräften und ihren Teams in Veränderungsprozessen, und wie Coaching dabei helfen kann. Die Schilderung sehr persönlicher Belastungssituationen von Führungskräften und Mitarbeitenden ließ die Gäste nicht kalt. Sie machte aber auch klar, dass die höhere Führungskraft eine besondere Verantwortung trägt. Vor allem sie ist es, die das Change-Projekt und den Coaching-Prozess voll unterstützen muss – mit allen Konsequenzen. Dr. Klinkhammer plädierte auch für eine realistische Planung von Veränderungsprozessen: „Change braucht Zeit“.

*Infos: Prof. Dr. Regnet*

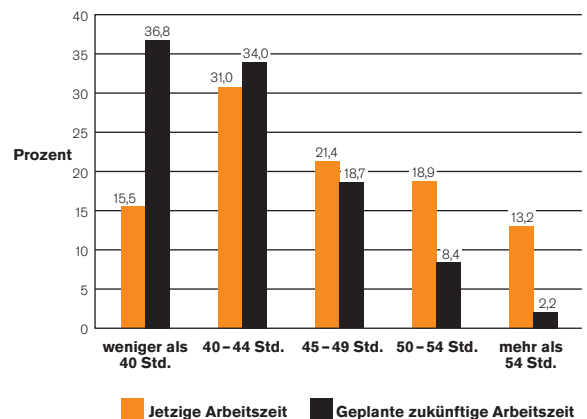
## PROJEKTARBEIT: BEST AGERS UND IHR BERUFLICHES UMFELD

Spricht man über Menschen über 40, dann fällt oft der Begriff der Best Agers. An Studien zum Konsumverhalten dieser Zielgruppe mangelt es nicht. Doch wie sieht es mit ihrem beruflichen Umfeld aus? Wie sehen sie die veränderte Arbeitswelt, Leistungsanforderungen oder die Zusammenarbeit der Generationen? 15 Studierende der Fakultät für Wirtschaft starteten im Sommersemester ein Personal-Projekt und suchten Antworten. Unter der Leitung von Prof. Dr. Erika Regnet führten sie eine Online- und Offline-Befragung durch. Im Fokus standen erfahrene Fach- und Führungskräfte, die älter als 40 Jahre sind. Kooperationspartner war die Boris Gloger Consulting GmbH aus Baden-Baden. Die Ergebnisse waren aufschlussreich. Während 15,5 Prozent der Befragten pro Woche bis zu 39 Stunden arbeiten, liegt die Arbeitszeit für 31 Prozent bei 40 bis 44 Stunden. 32 Prozent arbeiten regelmäßig sogar mehr als 50 Stunden pro Woche. Die männlichen Studienteilnehmer zeigten eine signifikant höhere Wochenarbeitszeit.

Die Annahme, dass die Arbeitszeit steigt, je höher die Position ist, scheint der Realität zu entsprechen. Denn: 80 Prozent der Mitarbeitenden in einer hohen Position arbeiten mehr als 44 Stunden in der Woche, knapp 60 Prozent sogar mehr als 50 Stunden. Gleichzeitig streben viele der Befragten künftig eine kürzere Arbeitszeit als bisher an. Eine bessere Work-Life-Balance scheint also nicht nur eine Forderung der Generation Y zu sein. Die berufliche Tätigkeit erwies sich bei den Befragten als wichtigster Grund für Zufriedenheit. Das Einkommen und die beruflichen Perspektiven folgen auf Platz zwei und drei. Interessanter Geschlechter-Unterschied: Männliche Manager sind mit ihrer Tätigkeit, ihrem Einkommen, ihrem Spielraum und ihren beruflichen Perspektiven zufriedener als weibliche Manager. Ältere wie auch jüngere Studienteilnehmer

schätzen ihre Arbeitsfähigkeit durchschnittlich als sehr gut bis gut ein. Fast 80 Prozent der Befragten gaben an, dass ihre Arbeitsfähigkeit in Bezug auf die Arbeitsanforderungen sehr gut beziehungsweise eher gut ist. Dies ist zwar kein repräsentatives Ergebnis für diese Altersgruppe, kennzeichnet aber die sehr hohe Leistungsbereitschaft und Leistungsfähigkeit von Fach- und Führungskräften.

*Infos: Prof. Dr. Regnet*



## Gäste

### EMOTIONEN UND ALGORITHMEN: DATA-DRIVEN MARKETING



Uwe Kalyta, Senior Account Director von Teradata Analytics.

Die Digitalisierung verändert nicht nur Geschäftsmodelle, sie kann auch ganze Märkte und Anbieterstrukturen aushebeln. Internetspezialisten versetzen als Quereinsteiger etablierte

Anbieter immer öfter in Aufregung. Digitale Trends im Online-Marketing spielen deshalb auch im Lehrangebot der Fakultät für Wirtschaft eine wichtige Rolle. Die Bandbreite reicht von Social Media und Suchmaschinenmarketing mit SEO und SEA über Affiliate Marketing und App-Marketing bis hin zur Analyse der Customer Journey. Ein Thema scheint jedoch alle digitalen Veränderungen zu prägen: Big Data. Zum Abschluss ihres Seminars Online- und Social Media-Marketing luden die beiden Lehrbeauftragten **Prof. Dr. Gerhard Riegl** und **Matthias Riedle**, Geschäftsführer von Explido, einen erfahrenen Datenexperten zu einem Vortrag ein: **Uwe Kalyta**, Senior Account Director von Teradata Analytics.

Teradata, ein Spin-Off Unternehmen der NCR-Gruppe mit 11.500 Mitarbeitern beschäftigt sich seit über 25 Jahren mit Data Warehousing und Data-Driven Marketing. Zu den Kunden von Teradata zählen beispielsweise Apple, Intel, Lufthansa, Walmart, HSBC oder FedEx. Kalyta, der 1990 seinen Abschluss an der Fakultät für Wirtschaft machte, stellte spektakuläre Trends vor. So könnten unter dem Stichwort Affecting Computing künftig Emotionen der Verbraucher digital erfasst werden. Durch den blitzschnellen Einsatz von Algorithmen würden dann lernende Systeme entstehen, die in der Lage sind, personalisierte Vorhersagen zu liefern - Predictive Marketing genannt.

Die drei Experten waren sich einig: Die Bedeutung von Daten für das Marketing steigt rasant. Und die Unternehmen, die mit Big Data richtig umgehen können, werden künftig einen Platz im Leben der Verbraucher einnehmen. Die Voraussetzung sind clevere Daten-Analysten. Schließlich geht es nicht um Quantität, sondern um Qualität – smart data eben.

Infos: Prof. Dr. Riegl

### O G' LIEFERT IS: BEER GAME

Wer an Bayern denkt, dem fällt bestimmt auch Bier ein. So war es keine Überraschung, dass **Prof. Dr. Mahesh Srinivasan**, Gastdozent aus Akron im US-Bundesstaat Ohio, ein beliebtes Logistik-Planspiel übernahm. Das Beer Game ist ein Spiel, bei dem die Teilnehmer unterschiedliche Rollen einer Lieferkette für den Transport des Gerstensafts übernehmen. Schließlich gibt es nicht nur die Brauerei und den Endkunden, sondern auch die dazwischen liegenden Verteilzentren sowie die Groß- und Einzelhändler. Kniffliges Spieldetail: Die einzelnen Positionen können nur über die Bestellmengen der vorherigen Position kommunizieren. Um den Warenfluss zu

simulieren, werden Marken in der entsprechenden Menge verwendet. Das Team mit den geringsten Gesamtkosten gewinnt das Spiel - und damit einen Kasten Bier für die nächste Party. Ganz nebenbei erfuhren die Studierenden von Prof. Dr. Srinivasan ein paar bierspezifische Unterschiede zwischen Europa und den USA. Info: *Viktoria Fleck, B.A.*



Beer Game mit passenden Spielsteinen.

### AUS ERSTER HAND: INVESTOR RELATIONS

Studierende des Vertiefungsmoduls Corporate Finance hatten im Sommersemester 2015 die Gelegenheit, einen ganz besonderen Aspekt der Kapitalmärkte zu beleuchten: die Beziehungen zu Eigentümern, Investoren und Analysten - die Investor Relations. Prof. Dr. Georg Erdmann hatte dazu auch einen erfahrenen Gast eingeladen: **Margit Miller**, Leiterin der Investor Relations bei der börsennotierten PATRIZIA Immobilien AG. Sie berichtete, was den Dialog mit Investoren präge, worauf es ankomme und wie der tägliche Arbeitsablauf eines Investor Relations Officers aussieht. Margit Miller verstand es hervorragend, dem auf den ersten Blick trockenen Thema eine besondere Note zu geben, indem sie nicht mit Anekdoten rund um Roadshows und Investorenkonferenzen sparte.

Infos: Prof. Dr. Erdmann

### SAP SCHULUNG MIT ENTERO

Es gibt wohl kaum ein mittleres oder größeres Unternehmen, das ohne Produkte des deutschen Software-Riesen aus Walldorf auskommt. Die betriebswirtschaftlichen Einsatzfelder der SAP-Produkte sind vielfältig. Eines davon: die Logistik. Studierende des gleichnamigen Vertiefungsmoduls profitierten von einer zweitägigen Schulung durch SAP-Experten der entero AG aus Eschborn. **Andreas Hunstock** und **Thomas Holthoff** führten die Studierenden Schritt für Schritt in SAP ein. Anschauliche Erklärungen und praktische Übungen sorgten dafür, dass das Standardmenü schnell vertraut war. Dann ging es ans Arbeiten mit Stammdaten und das Verständnis ihrer Bedeutung für die Vertriebsprozesse. Schließlich hat das System keinen Selbstzweck, sondern muss das operative Geschäft und die Kundenpflege möglichst optimal unterstützen.

Infos: *Viktoria Fleck, B.A.*

## ÜBERFLIEGER: AIRBUS HELICOPTERS

2013 beschloss der Mutterkonzern EADS einen neuen Namen für seinen Hubschrauber-Spezialisten. Aus Eurocopter wurde Airbus Helicopters. Der Name war neu, die Marktposition blieb. In über 140 Ländern fliegen mittlerweile mehr als 10.000 ihrer Hubschrauber. Das bedeutet: Weltmarktführer im Bereich der zivilen Hubschrauber. Am bayerisch-schwäbischen Standort sind neben dem deutschen Headquarter auch Entwicklung, Prototypenbau, Produktion, Wartung, Testcenter und Kundenservice angesiedelt. Zudem entstehen dort Flugzeugtüren, zum Beispiel für den A 380, das größte zivile Verkehrsflugzeug der Welt. Rund 5.000 feste Mitarbeiter und 1.200 Leiharbeiter sorgen dafür, dass die Produkte aus Donauwörth rechtzeitig und sicher in die Luft gehen können. Grund genug, sich auch die personalwirtschaftlichen Herausforderungen einmal genauer anzusehen. 24 Studierende des Vertiefungsmoduls „Personalmanagement“ machten sich zusammen mit Prof. Dr. Erika Regnet am 24. April auf den Weg nach Nordschwaben. Nach einem

intensiven Sicherheits-Check nahm sie **Peter Soller** mit auf eine zwei-stündige Führung durch das Werk. Als langjähriger Mitarbeiter in nationalen und internationalen Managementpositionen beeindruckte er mit vielen betriebswirtschaftlichen und technischen Details eines faszinierenden und hochkomplexen Produktes. **Simone Berner**, HR Business Partner, und **Reinhard Schuch**, zuständig für das Talent- und Executive Management, nahmen die Gruppe danach in Empfang. Zusammen mit **Michael Springklee**, verantwortlich für die Ausbildung, diskutierten sie mit den Studierenden zahlreiche Themen aus dem Personalma-



Augsburger Studentengruppe mit Peter Soller (rechts) und Prof. Dr. Regnet (vorne) vor dem legendären Leichthubschrauber BO 105, einem Erfolgsmodell mit über 1.400 verkauften Maschinen.

nagement bei Airbus Helicopters. Ein Beispiel: Leiharbeit. Schließlich muss sich das Unternehmen auf die jeweilige Auftragslage flexibel einstellen können. Weitere Themen waren: Nachwuchsprogramme, Internationalisierung und natürlich der Berufseinstieg. *Infos: Prof. Dr. Regnet*

## EINSTEIGER: BERUFSSTART IM PERSONALBEREICH

Ist ein Masterstudium sinnvoll, oder reicht mein Bachelorabschluss? Bin ich ausreichend qualifiziert, um im Beruf zu bestehen? Und wie sind für Interessierte die Chancen eines Direkteinstiegs im Personalbereich? **Franziska Jörg** gab am 19. Juni 2015 Studierenden von Prof. Dr. Erika Regnet hilfreiche Antworten. Die Alumna hatte nach ihrer Ausbildung zur Industriekauffrau Betriebswirtschaft an der Hochschule Augsburg studiert und mit dem Bachelor abgeschlossen. Während ihres Studiums legte sie ein Auslandssemester in Schweden ein und wählte das Vertiefungsmodul Personalmanagement. Ein Praktikum und die Bachelorarbeit bei KUKA brachten

zusätzliche Praxiserfahrungen. Heute ist Franziska Jörg in der Personalbeschaffung, -entwicklung und Ausbildung bei der RENK AG tätig und verantwortet ein breites Aufgabenspektrum. Sie beruhigte schließlich die Studierenden und betonte, dass sie die Kenntnisse, Kompetenzen und Praxiserfahrungen aus dem Studium sehr gut in ihrer heutigen Tätigkeit verwenden kann. Übrigens: Der Erstkontakt zwischen Franziska Jörg und der RENK AG entstand auf einem der Personalertage an der Hochschule Augsburg. Persönliche Netzwerkarbeit öffnet also wirkliche Türen. *Infos: Prof. Dr. Regnet*

## MASTER VOR GERICHT

Wissen über Sozialversicherungsrecht hilft – vor allem dann, wenn man Personaler werden will. Studierende des Masterstudiengangs Personalmanagement besuchten mit Prof. Dr. Julia Wicke das Bayerische Landessozialgericht in München. Dessen vorsitzender Richter, **Dr. Harald Hesral**, informierte sie detailliert über aktuelle Fälle. Er nahm sie aber auch mit in eine Senats-sitzung – besetzt mit drei Berufs- und zwei ehrenamtlichen Richtern. Die Personalmanager in spe erfuhren so aktuelle Streitfälle zur Sozialversicherungspflicht aus erster Hand und konnten wertvolle Anwendungsfälle im Spannungsfeld zwischen Selbständigkeit und abhängiger Beschäftigung mitnehmen. *Infos: Prof. Dr. Wicke*

# Studium

Teil 1: Master of Applied Research  
 Teil 2: International Business and Finance  
 Teil 3: Personalmanagement  
**Teil 4: Marketing/Vertrieb/Medien**  
 Teil 5: Steuern und Rechnungslegung

Master-  
Studiengänge  
im Porträt

## TEIL 4: MARKETING/VERTRIEB/MEDIEN (MVM)

### Herr Professor Uhl, Masterstudiengänge im Marketing gibt es ja viele. Was ist beim MVM anders?

Viele Masterstudiengänge sind sehr spezifisch angelegt. Diese sind für Experten interessant, aber man entwickelt schnell Scheuklappen und entfernt sich von den vielfältigen Aufgaben im unternehmerischen Alltag. Unser Ansatz im MVM ist, unterschiedliches Fachwissen realitätsnah miteinander zu verbinden. In einem marktorientierten Unternehmen benötigt das Management Know-how über Marketingstrategien, Produktentwicklung, Markenführung, Vertriebswege und Medienstrukturen. Sogar Wissen aus dem marketingnahen Rechtsbereich oder Kommunikationsdesign ist hilfreich - denken wir nur an Markenrecht oder Corporate Design. All diese Facetten sind im Studienprogramm enthalten.

### Der MVM findet an zwei Hochschulen statt. Wie kann man sich das vorstellen?

Der MVM ist eine Kooperation mit der THI Business School in Ingolstadt. Genauso wie im Masterstudiengang Steuern und Rechnungslegung arbeiten die Kolle-

ginnen und Kollegen aus Ingolstadt und wir in allen Fragen des Studienbetriebs eng zusammen. Die Lehrveranstaltungen finden mittwochs und freitags an der THI und donnerstags an der Hochschule Augsburg statt. Die Studierenden haben sich sehr gut darauf eingestellt und bilden meist Fahrgemeinschaften – je nachdem, wo sie wohnen. Der MVM ist zwar kein berufsbegleitender Studiengang. Die Kurse sind aber auf drei Tage konzentriert, was Flexibilität bei der eigenen Wochenplanung schafft.

### Auf welche beruflichen Tätigkeiten bereitet der Master vor?

Das Berufsfeld ist breit. Wir beobachten, dass unsere Absolventen in ganz unterschiedliche Branchen und interessanten Funktionen einsteigen. Dazu gehören Führungsaufgaben in Marketing, Vertrieb und Kommunikation bei Industrie- und Dienstleistungsunternehmen. Aber ebenso in der Medienwirtschaft und bei Marketing- und Kommunikationsagenturen. Die alljährliche Fachexkursion im MVM ist übrigens eine hervorragende Gelegenheit, Unternehmen und Tätigkeitsfelder kennenzulernen.

### Wie viele Studienplätze werden vergeben?

Pro Semester können 30 Studierende im MVM an den Start gehen. Die Attraktivität des Studiengangs ist sehr hoch. Zum Wintersemester 2015/16 bewarben sich mehr als 700 Interessenten.

### Welche Voraussetzungen muss man mitbringen, und wie kann man sich bewerben?

Zunächst ist der erfolgreiche Abschluss eines wirtschafts- oder medienwissenschaftlichen Bachelorstudiengangs mit mindestens 210 ECTS erforderlich. Dann folgt ein Eignungsverfahren, bei dem die Bewerber Punkte für ihre Abschlussnote, aber auch für studiengangrelevante Schwerpunkte, Praktika und eine passende Abschlussarbeit erhalten. Die Gesamtzahl der Punkte entscheidet dann über die Zulassung. Die Bewerbung ist zum Winter- und Sommersemester möglich.

### Wo kann man mehr über den Studiengang erfahren?

Alle relevanten Informationen zum Studiengang und zur Bewerbung sind online abrufbar (siehe CR-Code). Falls dort noch Fragen offen bleiben, helfe ich auch persönlich gerne weiter.

Infos: Prof. Dr. Uhl  
 und [www.thi.de/  
 hochschule/thi-business-school/  
 studiengaenge/marketing-  
 vertriebmedien.html](http://www.thi.de/hochschule/thi-business-school/studiengaenge/marketing-vertriebmedien.html)



MVM-Studierende auf Fachexkursion bei Serviceplan und Random House.



## VOLL DRAUF: MLP FINANCE SLAM 2015

Was bitte ist denn ein Finance Slam? Mit Poetry oder Science Slam können viele vielleicht noch etwas anfangen. Aber Finance Slam? Im Englischen bedeutet „to slam“ zuschlagen. Doch keine Angst, wer der Einladung der MLP Finanzdienstleistungen AG nach Wiesloch folgte, musste keine Gefahr für Leib und Seele fürchten. Aber wortgewaltig ging's dann doch zu. Bereits zum zweiten Mal traten Studententeams aus verschiedenen Hochschulen in Deutschland gegeneinander an. Die Aufgabe: binnen 10 Minuten Themen der Finanzanlage und Altersvorsorge möglichst kreativ und originell vermitteln – auf einer Bühne und vor sachkundigem Publikum. Wer den lautesten Applaus erhält, bekommt den Pokal. Das Augsburger Team musste in große Fußstapfen treten. Immerhin hatten ihre Vorgänger 2014 den Pott geholt.



Die Slammer **Johanna Moser** und **Tobias Jehle** waren in Anlehnung an ein bekanntes Fernsehformat mit „Anlage Total“ angetreten. Sie simulierten einen amüsanten Dialog zwischen einer Kundin und ihrem Bankberater. Für welche Anlageform soll man sich entscheiden? Gibt es die perfekte Geldanlage? Klassisches Sparkonto, Aktien, Immobilienfonds oder neuerdings Crowd-Inves-

ting? Der Slam hatte auch einen ernsthaften Hintergrund. Entscheidend für die Geldanlage ist die individuelle Abwägung nach den Kriterien des „magischen Finanzdreiecks“ aus Rendite, Sicherheit/ Risiko und Liquidität. Prof. Dr. Wolfgang Wirth, der die Gruppe betreute und zusammen mit dem Dekan der Fakultät für Wirtschaft, Prof. Dr. Michael Feucht, vor Ort war, brachte es auf den Punkt: „Eine Anlage kann nicht gleichzeitig alle drei Kriterien erfüllen.

Man muss überlegen, was einem am Wichtigsten ist.“ Das Rennen machte am Ende ein Team der internationalen Studentenorganisation AIESEC. Das Augsburger Duo unterlag im Kampf um den dritten Platz denkbar knapp. Nur ein einziges Dezibel Applausstärke trennte sie schließlich vom Platz auf dem Treppchen.

*Infos: Prof. Dr. Wirth*

## WELCOME BACK: TALENTE FÜR DIE REGION



Die regionale Wirtschaft ist um eine Initiative reicher. Unter dem Namen „Talente für die Region“ haben sich im Sommer 2015 namhafte

Unternehmensvertreter zusammengeschlossen, um zwei Fliegen mit einer Klappe zu schlagen: einerseits die Wirtschaftsregion Schwaben zu stärken und andererseits junge Menschen zu fördern. Die Idee der Initiatoren: ehemalige Hochschul- und Universitätsabsolventen, die danach im In- und Ausland Karriere gemacht haben, wieder für den Wirtschaftsraum Schwaben zu begeistern und miteinander bekannt zu machen. Im Beirat des Vereins engagieren sich beispielsweise **Dr. Hartmut Wurster**, stellvertretender Präsident der IHK Schwaben, **Roland Kreitmeyer**, Leiter

der Siemens Niederlassungen Augsburg und München und Vorsitzender des Hochschulrats der Hochschule Augsburg sowie **Michael Brecht**, CEO der Doodle AG, **Dieter Kirchmair**, ehemals Deutsche Bank Augsburg, und **Wolfgang Löhr** von Sonntag & Partner. Vizepräsident **Prof. Dr. Gordon Rohrmair** vertritt die Hochschule Augsburg und **Prof. Dr. Peter Schettgen** ist als Leiter des Zentrums für Weiterbildung und Wissenstransfer für die Universität Augsburg an Bord. **Thomas Hauser**, Inhaber der Management-Beratung für Strategie, Marketing und Kommunikation ist Vorsitzender des Beirats. **Christian Gebler** ist Vorstand des Vereins „Talente für die Region e. V.“ (Interview unter „Nachgefragt in diesem Heft“). Um seine Ziele zu erreichen, will der Verein mit einer ganzen Reihe von Leistungen an

den Start gehen. Eine exklusive Online-Plattform soll Unternehmen der Region und Alumni mit mehrjähriger Berufs- und Führungserfahrung gezielt zusammenführen. Das Angebot reicht von Firmeninformationen und Jobangeboten bis hin zu spezifischen Informationen aus den Wirtschaftsunternehmen, Netzwerktreffen für Unternehmensvertreter und Beratung der Bildungseinrichtungen im Fundraising. Die Initiative ist aber auch für Studierende interessant. Auf Infoveranstaltungen wollen die erfahrenen Profis den jungen Leuten wertvolle Berufs- und Karriereerfahrungen vermitteln.

Wer Mitglied oder Unternehmenspartner werden will, kann mit Christian Gebler via E-Mail direkt Kontakt aufnehmen: christian.gebler@talente-fuer-die-region.de

# Studium

## JAHRGANGSSPRECHER – WOZU, WESHALB, WARUM?

Zwei Fragen an Larissa Nowotny und Matthias Fay, Jahrgangssprecher im akademischen Jahr 2014/15:

### Was macht man als Jahrgangssprecher?

Zunächst werden die Jahrgangssprecher immer am Beginn eines Wintersemesters aus der Studentenschaft heraus gewählt. Wir sind also demokratisch gewählte Interessenvertreter für die Studierenden eines Jahrgangs. Grundsätzlich versuchen wir, das Leben und Arbeiten an der Hochschule aus der Sicht der Studierenden mitzugestalten. Wir nehmen Wünsche und Anregungen unserer Kommilitonen auf und versuchen, gute Ideen umzusetzen. Einmal pro Semester vertreten wir unseren Jahrgang auch beim Qualitätsworkshop. Bei diesem Treffen, das von der Studiendekanin Prof. Dr. Sabine Joeres organisiert wird, entwickeln Professoren und Studierende gemeinsame Ziele, um die Qualität des Studiums und des Zusammenlebens an der Hochschule zu steigern.

### Was hat man davon?

**Larissa Nowotny:** Als Jahrgangssprecherin kann ich mich engagieren und aktiv an der Hochschule einbringen. Für Fragen meiner Kommilitonen rund ums



Studium bin ich einfach gerne da. Über aktuelle Ereignisse an unserer Fakultät bin ich durch das Amt ganz gut informiert. Außerdem

lernt man die Organisationsstrukturen und die Funktionsweise einer Hochschule besser kennen. Ganz nebenbei konnte ich mich dadurch schnell im Studium zurecht finden, mich integrieren und meine Kommilitonen kennenlernen.

**Matthias Fay:** Meine Kernmotivation besteht darin, für meine Kommilitonen, die Professoren und alle Mitarbeiter das Hochschulleben so optimal und reibungslos wie nur möglich zu gestalten. Wir Jahrgangssprecher verstehen uns als Bindeglied beziehungsweise Vermittler. Manchmal sind wir auch eine Art Dolmetscher zwischen den Ebenen. Man kennt viele Hintergründe, ist stets aktuell informiert und Ansprechpartner für alle Seiten. Diese nicht immer leichte Aufgabe macht das Amt aber gerade interessant.



## SERVICE: FINANCIAL TIMES IM VOLLTEXT

Hochwertige Informationen über Politik und Wirtschaft sind jetzt noch einfacher zugänglich. Studierende und Hochschulmitarbeiter können nun online auf alle Informationen der Financial Times zugreifen. Das Angebot umfasst nicht nur alle Artikel im Volltext, sondern auch Informationen via E-Mail über Regionen, Länder, Branchen oder einzelne Unternehmen. Darüber hinaus stehen „Special Reports“, Multimediainhalte wie Videos

oder Podcasts und ein Archiv zur Verfügung. In nur wenigen Schritten geht's zum neuen Service. Zuerst unter <http://www.ft.com> mit der Hochschulmailadresse einen Account anlegen. Nach der Registrierung ist das Angebot der Financial Times abrufbar – entweder von jedem Hochschulrechner oder über VPN von außerhalb.

Infos: <http://www.hs-augsburg.de/media/download/bib/FinancialTimes.pdf>



Mens sana in corpore sano: PROFis der Fakultät Wirtschaft beim Augsburg Firmenlauf.



Ehemalige mit dem Hochschulrucksack unterwegs. Diesmal war es Andreas Hecht, Alumnus der Fakultät für Wirtschaft und heute bei PwC, der uns das Bild schickte.

## MOUNTAINS R4



Sport gibt's an der Fakultät für Wirtschaft auch im Schnee: Mountains R4 skiing&boarding.



Mountains R4 biking&hiking hieß es wieder für Studierende, Alumni und Freunde. Insgesamt 22 Radler waren der Einladung von Prof. Dr. Schönfelder gefolgt und feierten das 20. Jubiläum des Sport-Events.

## International



Erasmus+-Gespräche in Brüssel: Prof. Dr. Wolfram Schönfelder und Ingrid Hahn-Eisenhardt diskutierten zusammen mit Vertretern anderer bayerischer Hochschulen und EU-Parlamentariern in Brüssel Probleme und Lösungsansätze des neuen Erasmus+-Programms. Im Bild (v.l.n.r.): die Assistentin des MdEP Markus Ferber Madlen Hüttenrauch, Dr. Hanns Sylvester vom DAAD, International Coordinator der Fakultät für Wirtschaft Prof. Dr. Schönfelder, die Leiterin des International Office an der Hochschule Augsburg Ingrid Hahn-Eisenhardt und ihr Kollege der Hochschule Kempten Bernd Holzhauser.

### KOMPAKTKURSE UND SUMMER-SCHOOL

Im Juli nahmen Studierende an einer Trading Summer School der Universität Cosenza teil. Hintergrund ist die Kooperation mit Directa, einem Daytrade-Broker aus Italien. Die erste Summer School hatte 2014 in Augsburg stattgefunden. Nun beschäftigten sich die Studenten unter der Sonne Kalabriens erneut mit allen Facetten des Tradings und konnten Dank des Sponsors auch erste Praxiserfahrungen sammeln.

16 Studierende reisten im September mit **Dott.ssa Francesca Angrisano** an die Partneruniversität Abat Oliba nach Barcelona. Sie vertieften im zweiwöchigen Kompaktkurs Wirtschaftsspanisch 3 ihre Sprachkenntnisse und genossen ein abwechslungsreiches Programm mit Besichtigungen der Firmen Freixenet und Desigual sowie Ausflügen in der katalanischen Metropole. Auch im Kompaktkurs 3 für Wirtschaftsitalienisch in Genua wurde der Kontakt zu Firmen und Institutionen vor Ort groß geschrieben. Die Studierenden besuchten zusammen mit **Dott.ssa Laura Marini** das größte Schiffbauunternehmen Europas, Fincantieri. Sie gingen aber auch auf Entdeckungsreise durch die Hafenstadt und testeten im Gespräch mit Studierenden vor Ort ihr Italienisch.  
*Infos: Dott.ssa Angrisano, Dott.ssa Marini*

### US-BOYS: FÜNF AUGSBURGER IN DETROIT

Paramount Machining Solutions ist ein Zulieferer mit Hauptsitz in Detroit. Der Wettbewerb in dieser Branche ist hart, und die für Paramount wichtigen Automotive- und Non-Automotive-Märkte verändern sich ständig. Veränderungsprozesse sind deshalb nötig, um weiterhin eine Top-Company zu sein. Fünf BWL-Studenden der Hochschule Augsburg unterstützten das US-Unternehmen dabei. **Max Glink** arbeitete am Businessplan für die nächsten fünf Jahre mit. **Markus Küpfer** half bei der Implementation des sogenannten „Paramount Production System“. **Andreas Miller** arbeitete bei der Entwicklung eines neuen Prozessablaufs im Sales-Bereich mit. **Felix Rimmele** übernahm Aufgaben im Finanzbereich des Unter-



nehmens. **Markus Wojtczyk** bereitete im Qualitätsmanagement zusammen mit seinen Kollegen ein Rezertifizierungs-Audit vor. Alle Fünf konnten sehr wertvolle Erfahrungen für Aufgaben im Change Management sammeln. Ganz nebenbei gab es für die Englischkenntnisse einen großen Schub.  
*Infos: Prof. Dr. Freiboth*

### INTERNATIONAL MARKETING: PACKAGING UND LUXURY BRANDING

Gleich zwei besonders spannende Teilspekte im internationalen Marketing brachten Dozentinnen von Partnerhochschulen in die International Week ein. Prof. Dr. Manfred Uhl konnte **Anu Kurvinen**, Senior Lecturer an der Saimaa University of Applied Sciences im finnischen Lappeenranta, begrüßen. Die frühere Managerin von Stora Enso erläuterte BWL-Studierenden des Vertiefungsmoduls „Marketing Management International“ anhand von konkreten Kundenbeispielen die Bedeutung von Produktver-

packungen für das Markenerlebnis. **Michela Ornati**, Dozentin an der Scuola Universitaria Professionale della Svizzera Italiana (SUPSI) in Lugano, stellte Studierenden des Internationalen Wirtschaftsingenieurwesens in der Vorlesung „Einführung ins Marketing-Management“ die spannende Branche der Luxusgüter vor. Sie legte den Fokus auf einer interessante Frage der Markenführung: Kann es eine Synthese zwischen Luxusmarken und Nachhaltigkeit geben?  
*Infos: Prof. Dr. Uhl*

### DOUBLE DEGREES



So sehen Sieger aus. Bei der Urkundenverleihung im Sommer erhielten ein Double Degree: Katerina Dhana, Ramy el Mogy, Angela Kress und Kathrin Schauppel. Prof. Dr. Wolfram Schönfelder (rechts) und Prof. Dr. Manfred Uhl (links) gehörten zu den ersten Gratulanten.



Prof. Dr. Schönfelder (mitte) war dabei, als Eva-Maria Pielmeier, Franziska Stiegelmaier, Christian Hecker und Hannah Hornung (v.l.) an der Universität Lulea in Schweden ihre Bachelorarbeiten verteidigten. Sie absolvierten damit erfolgreich ein Studium an zwei Hochschulen und erhielten ein Double Degree.

# International

## WELCOME: GÄSTE AUS DEN USA

Das Sommersemester 2015 stand ganz im Zeichen des Austausches mit den US-amerikanischen Hochschulen. Damit intensivierten die Fakultät für Wirtschaft ihre internationale Vernetzung und löste das strategische Ziel ein, die Beziehungen zu den Partnern in den Vereinigten Staaten



Prof. Dr. Jerome Christia

zu stärken. **Michael Hartmann, Ph.D.** Dozent an der Fakultät für Wirtschaft und selbst Amerikaner, hatte vorher zahlreiche Kontakte geknüpft und so die Verbindungen

zu den Professorinnen und Professoren an der Hochschule Augsburg hergestellt.

**Belle Woodward**, Associate Professor of Information Systems Technologies an der Southern Illinois University in Carbondale kam, um zusammen mit Vizepräsident **Prof. Dr. Gordon Rohrmair** ein Austauschprogramm zu entwickeln.

**Dr. Mahesh Srinivasan**, Associate Professor an der University of Akron in Ohio, lehrte als Gastdozent Supply Chain Management and Operations Management. Ihn begleiteten 19 Studierende, die für US-Atmosphäre auf dem Campus sorgten. Eine künftige Summer School ist schon geplant. **Dr. C. Bulent Aybar**, Professor of International Finance von der Southern New Hampshire University war im englischsprachigen Masterstudien-gang International Business and Finance an Bord. **Dr. Jerome Christia**, Associate Professor für Marketing an der Coastal Carolina University in South Carolina übernahm Lehrveranstaltungen im Fach Marketing-Management. Vom intensiven Austausch in Seminaren, Workshops und Vorlesungen profitierten schließlich Studierende, Professoren und die beteiligten Hochschulen gleichermaßen.  
Infos: Michael Hartmann, Ph.D.

## NEULAND: ZENTRALASIEN

Gerade im Marketingmanagement ist es wichtig, Märkte und Kunden möglichst gut zu verstehen. Der Wissens-Emotions-Ansatz, eine moderne Lernform für internationales Marketing, geht davon aus, dass Kulturen und Wirtschaftsräume nicht nur rational, sondern auch emotional erfasst werden müssen. Während die Spezifika vieler Weltregionen für das internationale Marketing intensiv erforscht wurden, bleiben die zentralasiatischen Republiken meist unbeachtet. Die Fakultät für Wirtschaft knüpfte nun weitere Kontakte. **Prof. Reinhold Krämmel**, Honorarkonsul der Kirgisischen Republik in Bayern und Thüringen initiierte ein Treffen mit **Prof. Ph.D. Dr. Aliya Balapanova**. Sie lehrt an der Nationalen Universität in Almaty, Kasachstan. Sie ist dort zuständig für



Vorn von links: Prof. Reinhold Krämmel, Prof. Dr. Aliya Balapanova mit Ehemann. Hinten von links: Prof. Dr. Uhl, Prof. Dr. Kellner, Dekan Prof. Dr. Feucht.

internationale Beziehungen und an einer Zusammenarbeit sehr interessiert. Kooperationsüberlegungen wurden erörtert.

Infos: Prof. Dr. habil. Kellner

## SILICON VALLEY: BENCHMARK?

Die Wirtschaftsregion Augsburg hat sich auf den Weg gemacht, Zentrum für Ressourceneffizienz zu werden und damit wirtschaftliches Wachstum und Vollbeschäftigung zu sichern. Im Forschungsvorhaben „Implementierungsmanagement“ reiste Prof. Dr. habil. Klaus Kellner nach Kalifornien, um mit Experten und Insidern auszuloten, ob das Silicon Valley Vorbild für die weitere Entwicklung unserer Region sein könnte.

**Bill Sauter**, exzellenter Kenner des Silicon Valley, sieht diese Region „als das weltbeste Epizentrum für Technologie, Innovation, Grundlagenforschung, Kreativität, Bildung und talentierte Menschen“. **Romi Randhawa**, Managing Director von Cancom HPM Networks in Fremont/California, teilt diese Meinung und ergänzt „viele Menschen wollen hier arbeiten, aber nur wenige können hier überleben. Es ist sehr hart, hier erfolgreich zu sein, aber sehr lukrativ.“ Inwieweit sich das Silicon Valley als Benchmark für unseren Wirtschaftsraum eignen könnte, wird der weitere Verlauf der Studie ergeben.  
Infos: Prof. Dr. habil. Kellner



Prof. Dr. Kellner und Romi Randhawa (CEO Cancom HPM Networks in Fremont/California).

## BRÜSSEL: EU-INSTITUTIONEN HAUTNAH

Prof. Dr. Julia Wicke nahm die über 30 Studierenden ihres Faches „European Union Law“ mit auf eine Reise nach Brüssel. Die Teilnehmer aus acht Nationen erhielten abseits von üblichen Besuchertouren intensive Einblicke in die Arbeit zahlreicher EU-Institutionen. Sie besuchten die Europäische Kommission und trafen den Leiter des Juristischen Dienstes beim Rat der Europäischen Union. Auch der Europaabgeordnete **Markus Ferber** aus Bobingen bei Augsburg

hatte sich extra Zeit genommen, um mit der internationalen Studentengruppe über aktuelle Herausforderungen des Europäischen Parlaments zu diskutieren. Als er erfuhr, dass in Begleitung von **Prof. Dr. Mahesh Srinivasan** auch viele US-amerikanische Gaststudenten von der University of Akron, Ohio, an Bord sind, wechselte er spontan ins Englische und ging souverän auf die europäisch-amerikanischen Beziehungen ein.  
Infos: Prof. Dr. Wicke

## Nachgefragt

BEI CHRISTIAN GEBLER, VORSTAND DES VEREINS  
„TALENTE FÜR DIE REGION“ UND  
ALUMNUS DER FAKULTÄT FÜR WIRTSCHAFT



**Herr Gebler, Sie haben eine beeindruckende Karriere hingelegt. Wollen Sie uns die wichtigsten Stationen verraten?**

Ein Internship bei HILTI war der Startschuss. Beginnend im roten Auto als Verkaufsberater in München wurde ich nach drei Jahren Verkaufsleiter und führte ein Team an der Weinstraße. Vier Jahre später erhielt ich die Chance, als Geschäftsführer die Marktorganisation Oman/Arabien auf- beziehungsweise ausbauen zu dürfen. Das war natürlich ein großes Ding. Nach dem Wechsel in die Logistik-Branche zogen wir nach Dubai, von wo aus ich das Geschäft mit den Staaten am Golf und im Nahen Osten verantwortete. Nach sechs Jahren Middle East kam ich dann wieder zurück in die Heimat.

**Sie studierten BWL an der Hochschule Augsburg. Konnte Sie das Studium auf den Berufseinstieg vorbereiten?**

Wir haben gelernt, selbständig und projektorientiert zu arbeiten. Diese Erfahrung nimmt man mit. Viele Facetten aus dem Studium finden sich in der Arbeitswelt wieder. Das hilft schon. Und Neues kommt dazu. Man lernt auch, dass die Tage nicht immer von 9 bis 17 Uhr dauern. Rückblickend hätte ich mir sogar einen ganzen Studiengang Vertrieb gewünscht.

**Welche Studienschwerpunkte wählen Sie, und woran denken Sie gerne zurück?**

Schnell war mir klar, dass der damalige Diplom-Schwerpunkt International Management genau das Richtige für mich

ist. Ich wollte immer schon raus in die weite Welt. Meine Studienaufenthalte in Modena und Groningen waren deshalb sehr wertvoll. Ich habe als Student Menschen kennengelernt, die bis heute echte Freunde und Unterstützer an meiner Seite sind - Alumni wie auch Professoren. Woran ich spontan zurückdenke? Im vierten Semester haben wir sehr viele Prüfungen absolviert. Wir haben gelernt wie die Wahnsinnigen. Es ist schon verrückt, was man schaffen kann, wenn man will.

**Die internationalen Aspekte spielen in den Studiengängen heute eine sehr große Rolle. Welche interkulturellen Erfahrungen sammelten Sie als Geschäftsführer im arabischen Raum? Was macht das Geschäft mit Kunden im Orient aus?**

Gerade in Dubai findet man alle Nationalitäten dieser Welt. Jeder denkt, lebt und arbeitet anders. Ich erinnere mich gut. Alle Sinne waren aktiviert: andere

„BAUEN SIE EIN  
STARKES NETZWERK AUF.“

Dinge hören, sehen, fühlen, schmecken und riechen. Im Orient ticken die Uhren einfach anders. Vertrauen und Integrität sind enorm wichtig. Schnelle Entscheidungen, schnell zum Punkt kommen und ungeduldig sein – das funktioniert dort nicht. Die Feedbackkultur ist übrigens ganz anders als in Deutschland. Gerade einem Deutschen wird viel, ja vielleicht zu viel, zugetraut. Kritisiert wird dagegen

nicht oder wenig. Da ist es wichtig, gute Leute an der Seite zu haben, die ehrlich zu einem sind.

**Mittlerweile sind Sie auch Vorstand des Vereins „Talente für die Region“. In kürzester Zeit ist es Ihnen gelungen, viele namhafte Persönlichkeiten für eine Mitarbeit zu gewinnen. Was hat Sie dazu bewogen?**

Zunächst waren es ganz persönliche Erfahrungen. Im Ausland vermisst man die Familie, gute Freunde und stellt sich auch die Frage nach den eigenen Wurzeln. Dazu kam die Erfahrung, dass die Expatriate-Systeme in vielen Firmen zwar gut funktionieren. Der Weg zurück gestaltet sich aber oft schwieriger als erwartet. Zudem müssen wir in unserer Region einen Fach- und Führungskräfte-mangel verhindern. Wir wollen die heutigen Studenten und späteren Alumni ermutigen hinaus zu gehen, aber gleichzeitig die Nabelschnur nicht zu durchtrennen. Wir wollen Talente an die Region binden und denjenigen eine Brücke bauen, die wieder nach Hause kommen möchten.

**Was würden Sie den Studierenden heute mit auf den Weg geben?**

Bitten Sie jemanden, den Sie wirklich schätzen, Ihnen als Mentor über die Schulter zu schauen. Hören Sie auf Herz, Bauch und Verstand. Versuchen Sie nur das zu tun, was Ihnen Freude bereitet. Bauen Sie ein starkes Netzwerk auf - bereits während des Studiums. Und haben Sie den Mut, auch einmal die Koffer zu packen und Unbekanntes kennenzulernen. Diese Erfahrung kann einem niemand nehmen.

# Service

## ANSPRECHPARTNER

### Dekan:

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

### Prodekan:

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

### Studiendekanin:

Prof. Dr. Sabine Joeris  
E-Mail: studierendekan@wirtschaft.hs-augsburg.de

### Sekretariat:

Ulrike Dichtl, Anni Kaiser und Eva-Maria Dalhoff  
E-Mail: sekretariat@wirtschaft.hs-augsburg.de

### Praktikumsbetreuer:

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

### Internationale Angelegenheiten:

Prof. Dr. Anton Frantzke,  
Prof. Dr. Wolfram Schönfelder  
und Diana Wong  
E-Mail: ausland@wirtschaft.hs-augsburg.de

### Studiengangkoordination:

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

### Fachstudienberater

- BA Betriebswirtschaft/BA International Management:  
Prof. Dr. Nicolas Warkotsch  
E-Mail: nicolas.warkotsch@hs-augsburg.de
- BA Internationales Wirtschaftsingenieurwesen:  
Prof. Dr. Florian Waibel  
E-Mail: florian.waibel@hs-augsburg.de
- MA International Business and Finance:  
Prof. Dr. Thorsten Feix  
E-Mail: thorsten.feix@hs-augsburg.de
- MA Personalmanagement:  
Prof. Dr. Erika Regnet  
E-Mail: erika.regnet@hs-augsburg.de
- MA Steuern und Rechnungslegung:  
Prof. Dr. Kalina Kafadar  
E-Mail: kalina.kafadar@hs-augsburg.de
- MA Marketing/Vertrieb/Medien:  
Prof. Dr. Manfred Uhl  
E-Mail: manfred.uhl@hs-augsburg.de

### Studentische Vertretung:

Elisabeth Huber und Alexander Poclitariu  
E-Mail: svwirtschaft@hs-augsburg.de

www.hs-augsburg.de

## FACTS

### Studierende

an der Hochschule Augsburg: 5.995  
an der Fakultät für Wirtschaft  
(inkl. IWI und MVM): 1.518

### davon:

Diplom Betriebswirtschaft 2  
BA Betriebswirtschaft (BW) 532  
BA International Management (IM) 431  
BA Internationales  
Wirtschaftsingenieurwesen (IWI) 192  
MA International Business and Finance (IBF) 86  
MA Personalmanagement (PMG) 67  
MA Marketing/Vertrieb/Medien (MVM) 121  
MA Steuern und Rechnungslegung (MSR) 49

### Internationale Austauschprogramme

Studierende von ausländischen  
Partneruniversitäten (Incomings): 57  
Studierende an ausländischen  
Partneruniversitäten (Outgoings): 89

### Vertiefende Studienmodule

#### BA Betriebswirtschaft im WS 2015/16

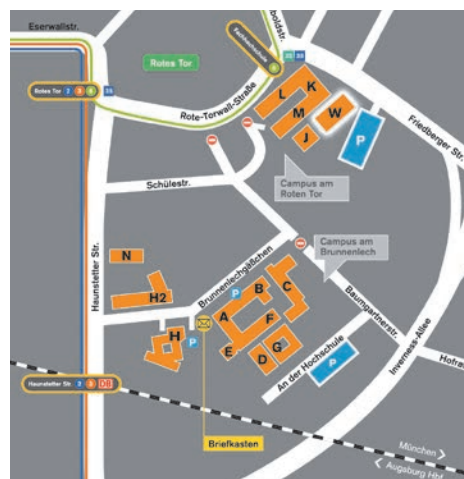
- Change Management
- Controlling
- Entrepreneurship und Technologiemanagement
- Logistik
- Produktmanagement und Absatzkommunikation
- Wirtschaftsprüfung und Rechnungslegung
- Financial Markets and Institutions

### Vertiefende Studienmodule

#### BA International Management im WS 2015/16

- European Business Studies
- Corporate Communication  
and Int. Business Profiling
- Human Resource Management
- Management Accounting
- Supply Chain Management
- Financial Markets and Institutions

## LAGEPLAN



Quelle: Graphik Jürgen Hefe/Hochschule Augsburg

## 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,  
Bettina Schmid (Titelfoto), Matthias Leo,  
MLP, andere Bildrechte liegen bei den  
(genannten) Autoren und Urhebern.  
Erscheinungsweise: einmal pro Semester  
Auflagenhöhe: 2.500 Exemplare

© 2015 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.



Website



Imagefilm



Facebook



Optional: Auslandsreise-  
krankenversicherung für  
nur 5,88 Euro im Jahr!

## Das MLP CampusGirokonto – 4%\* p. a. Zinsen machen 100% Laune.

Mit dem MLP CampusGirokonto macht der Blick aufs Girokonto ab sofort richtig Spaß: Sie erhalten 4%\* p. a. auf Ihr Guthaben und genießen attraktive Leistungen, die Ihnen so viel finanzielle Flexibilität einräumen, wie Sie brauchen. Und das weltweit und kostenlos. Weitere Informationen finden Sie unter [www.mlp-campusgirokonto.de](http://www.mlp-campusgirokonto.de)

Tel 0821 • 90656 • 0

MLP Finanzdienstleistungen AG, Geschäftsstelle Augsburg I  
Ihr Ansprechpartner: Nasser Nadjafi, Geschäftsstellenleiter  
Bergiusstraße 15, 86199 Augsburg  
[nasser.nadjafi@mlp.de](mailto:nasser.nadjafi@mlp.de), [www.mlp-augsburg1.de](http://www.mlp-augsburg1.de)



Finanzberatung, so individuell wie Sie.

\*Die Verzinsung von 4 % p. a. – ab dem ersten Euro für bis zu 1.000 Euro Guthaben – wird vierteljährlich gutgeschrieben. Der Zinssatz kann angepasst werden.



## Wir sorgen für den Antrieb!

Die MTU Aero Engines entwickelt, fertigt, vertreibt und betreut zivile und militärische Antriebe für Flugzeuge und Hubschrauber sowie Industriegasturbinen. Unser Schlüssel zum Erfolg sind Antriebe für die Luftfahrt von morgen - noch sparsamer, schadstoffärmer und leiser. Mit rund 9.000 Mitarbeitern sind wir weltweit präsent und in Deutschland zu Hause.

### Freelancer Online-Kommunikation / Mediengestalter

#### Ihr Aufgabengebiet:

- Konzeption und Umsetzung von Online- und Social Media-Projekten in Abstimmung mit der Redaktion und der Online-Agentur
- Beratung bei der Weiterentwicklung des MTU-Internets
- Beratung bei der Weiterentwicklung der Social Media-Kanäle
- Durchführung von Benchmarks mit anderen Unternehmen der Branche

#### Ihr Profil:

- Studium des Medienmanagements, Kommunikationswissenschaft oder vergleichbare Ausbildung mit ersten Erfahrungen in Redaktionen oder Agenturen (oder studentische Beratung)
- Erfahrung in den neuen Entwicklungen im Bereich Online Medien/Social Media
- die Fähigkeit, sich schnell in neue Themen einzudenken
- ein hohes Maß an Eigeninitiative und Teamfähigkeit
- Organisations- und Kommunikationsfähigkeit

Interessiert? Dann senden uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an [ute.schwing@mtu.de](mailto:ute.schwing@mtu.de)

Wir freuen uns, Sie kennenzulernen!