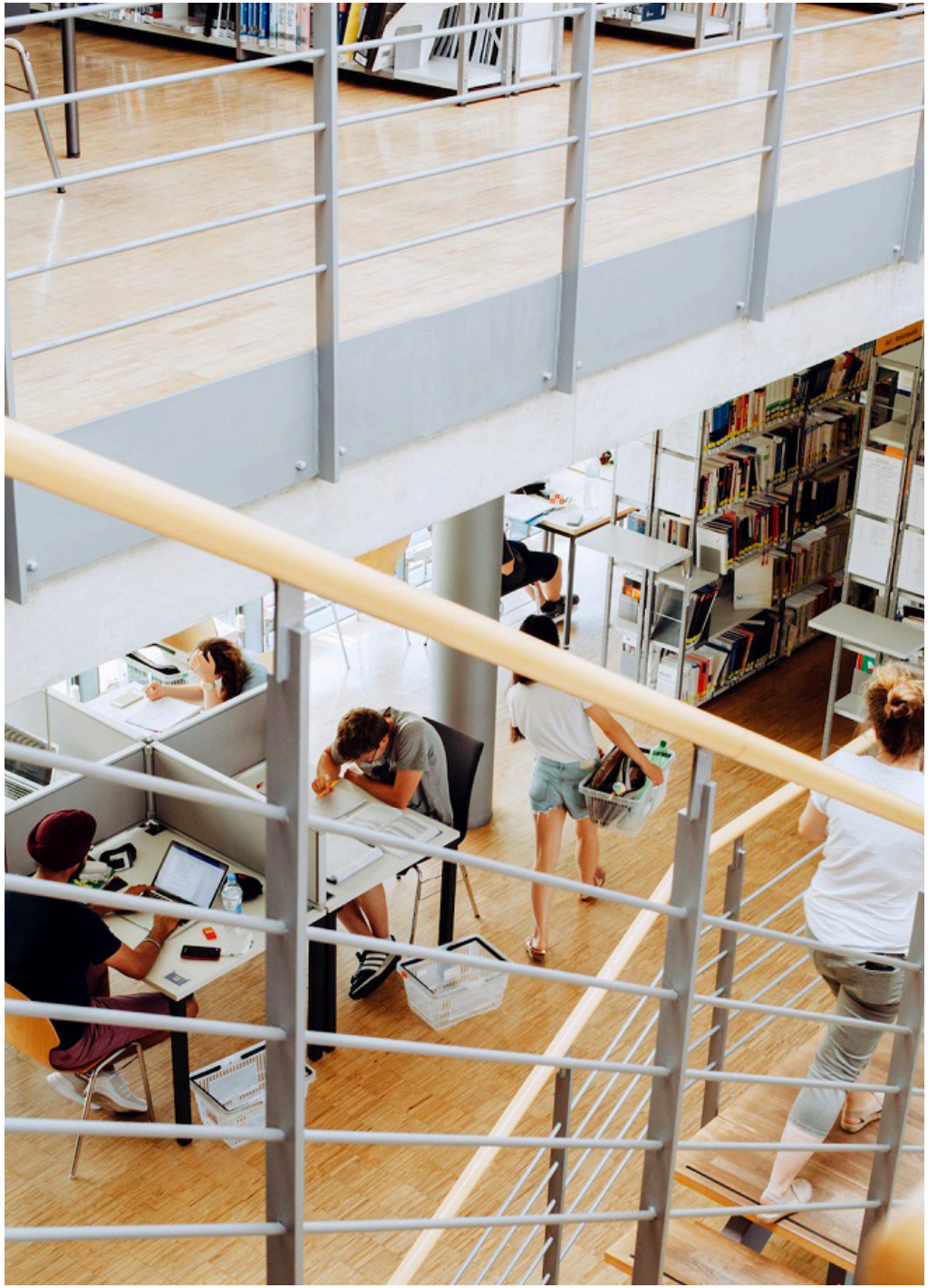
Mai 2019

HS PF

Business PF
Newsletter

Thema

Persönlich



Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser,

ziemlich genau ein Jahr ist es her, dass Sie unseren Newsletter erstmalig im neuen Corporate Design und im veränderten redaktionellen Konzept erhalten haben. Seither haben wir Ihnen in jeder neuen Ausgabe einen der fünf Kernwerte vorgestellt, für die die Business School steht. Die vier bisherigen Schwerpunktthemen waren „international“, „praxisnah“, „nachhaltig“ und „interdisziplinär“.

Heute, in der fünften Ausgabe, nehmen wir den Wert „persönlich“ genauer in den Blick. Lesen Sie, was unsere Lehre und Forschung so persönlich macht – und warum dies ein integraler Teil unseres Selbstverständnisses ist. Wie gewohnt bieten wir aber auch einen Rückblick auf die Veranstaltungen der letzten Wochen, auf Projekte, Preise und Auszeichnungen sowie den Ausblick auf die Termine der nächsten Wochen.

Viel Freude beim Lesen wünscht

Ihr Dekanat
Thomas Cleff, Claudius Eisenberg, Simone Huck-Sandhu, Markus-Oliver Schwaab und Harald Strotmann

Im Blickpunkt: Persönlich

Wissen, worauf es ankommt

Praxisnah –
Wissen, das Praxis hat

International –
Wissen, das keine Grenzen kennt

Nachhaltig –
Wissen, das an morgen denkt

Persönlich –
Wissen, das verbindet

Interdisziplinär –
Wissen, das neue Perspektiven schafft

Im Blickpunkt: Persönlich
Wissen, das verbindet 4

Einblick
Auf einen Kaffee mit... 7
Meet Master 10
Preise und Auszeichnungen 16

Rückblick
Lehrprojekte 18
VIA Impulse 22

Ausblick
Impulse & Lange Nacht der Wissenschaft 26
Termine 27

Weitblick
Vier Fragen an ... 28

Wissen, das verbindet Persönlich

Anderes Wort für „persönlich“. Wer gerne Kreuzworträtsel löst, hat sofort gleich mehrere Lösungsworte im Kopf. Dann kommt es auf die Zahl der Buchstaben an, die gewollt sind: 5, 6, 11 oder vielleicht auch 18? Persönlich kann eigen (5) oder direkt (6) bedeuten. Manchmal passen auch individuell (11) oder höchstpersönlich (18, man bedenke die Umlaute!). Wenn wir in Pforzheim sagen, das Studium an unserer Hochschule und die Kultur der Business School seien „persönlich“, dann meinen wir all das und noch viel mehr.

Höchstpersönlich – das Wichtigste zuerst

Im Mittelpunkt unseres Tuns stehen die Studierenden. Wir sind kein anonymer Massenbetrieb, sondern setzen auf die Interaktion zwischen Dozierenden und Studierenden sowie den Austausch der Kommilitoninnen und Kommilitonen untereinander. Persönlicher Kontakt, kleine Gruppen, individuelle Förderung und Begleitung verbunden mit gegenseitigem Respekt, Verantwortungsbewusstsein, Eigeninitiative und Professionalität – das sind wichtige Voraussetzungen für eine Karriere in einem globalen Umfeld. Persönlich heißt aber auch, selbst mitzudenken, anzuwenden und zu gestalten. Wie engagiert unsere Studierenden mitgestalten, zeigt sich im Hörsaal ebenso wie in den vielen studentischen Initiativen. Sie tragen wesentlich dazu bei, dass der Pforzheimer Campus ein offener, lebendiger Ort ist.

Eigen – im besten Sinne des Wortes

Wir sind ohne Frage eigen – und können stolz darauf sein! Denn eigen bedeutet, sich von anderen abzuheben. Im Englischen ist in diesem Zusammenhang von „distinctiveness“ die Rede. Diese Einmaligkeit ist schon in der Mission verankert. Dort ist von unseren Alleinstellungsmerkmalen die Rede: Wir bauen die besondere Positionierung der Business School und unserer Programme national und international weiter aus und stärken unsere Alleinstellungsmerkmale nach innen und außen.

Direkt – fundiert, aktuell, zukunftsorientiert

Auch Lehrpläne haben eine Halbwertzeit. Unsere Studienangebote decken die Vielfalt betrieblicher Funktionen und Prozesse sowie zukunftsorientierten Fragestellungen ab. Unser Ziel ist es, Lehrinhalte stets auf dem aktuellen Stand des Wissens und der fachlichen Diskussion zu halten und künftige Herausforderungen in den Tätigkeitsfeldern zu antizipieren. Unsere akademisch und praktisch ausgewiesenen Lehrenden bringen ein breites Spektrum an Expertise ein, die wir zum Nutzen unserer Fakultät einsetzen. Neben der kontinuierlichen Verbesserung unserer Lehre ist es Anspruch der Business School, auch in der Forschung neue, für Wirtschaft und Gesellschaft relevante Fragen zu untersuchen.

Individuell – Wissen, Fähigkeiten, Kompetenzen

Unser Ziel ist es, die Studierenden zu kritisch denkenden Menschen auszubilden – wir fördern ihre Kreativität, ihre Fähigkeit zum Problemlösen, ihre Führungsqualifikation, aber auch ihr soziales Gewissen und das Verantwortungsbewusstsein. Dazu gehört unter anderem, dass die Studierenden persönliche Erfahrungen machen und ihr Wissen, ihre Fähigkeiten und Kompetenzen im Rahmen unserer grundständigen, konsekutiven oder Weiterbildungsprogramme individuell erweitern können. Dabei unterstützen wir ganz gezielt auch den Erwerb interkultureller Erfahrungen und eine „international experience“, durch englischsprachige Lehrveranstaltungen in Pforzheim ebenso wie durch den internationalen Studierendenaustausch.

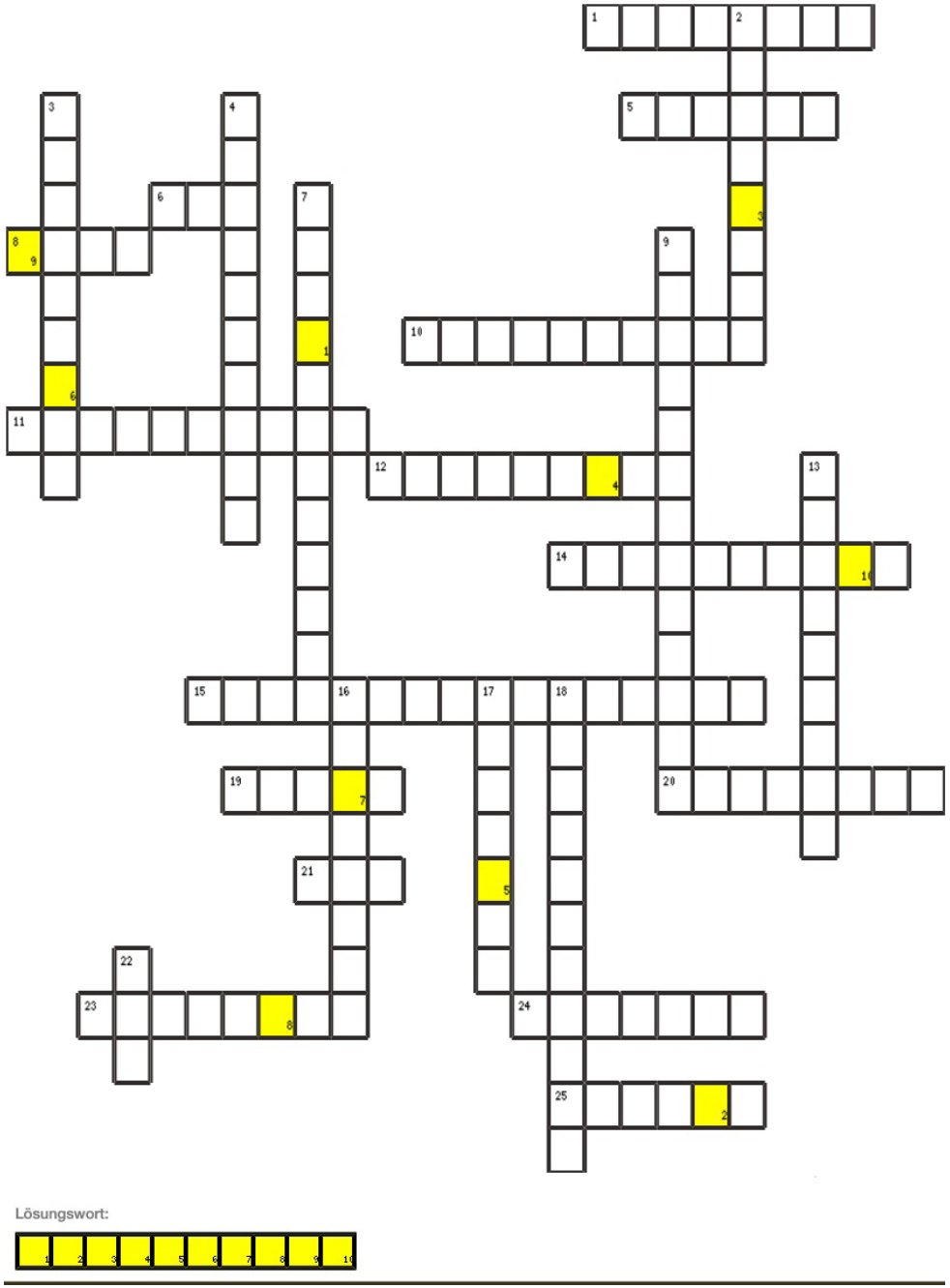
Persönlich

Mitmachen und gewinnen:
Testen Sie Ihr persönliches Wissen!

Wie gut kennen Sie sich aus? Testen Sie Ihr Wissen rund um das Studium, die Fakultät und den Hochschulbereich insgesamt.

Lösen Sie das Kreuzworträtsel und mailen Sie uns das Lösungswort bis spätestens 15. Juni 2019 an
alumnimanagement@hs-pforzheim.de.

Unter allen Einsendern mit der richtigen Lösung verlosen wir drei Hochschul-Hoodies.



Horizontal
1 Auditorium
2 Absolventin
6 Erster Studienabschluss
8 kurz: Professor
10 Karrierebörse für Masterstudierende
11 Bücherei
12 Lehrausflug
14 W in W-Gebäude
15 disziplinenübergreifend
19 Internat. Akkreditierung
20 Lobrede
21 kurz: Hochschule für Angew. Wissenschaften
23 Internat. Unterrichtssprache

Vertikal
2 Vorlesungszeit
3 Goldstadt
4 dauerhaft
7 Doppelabschluss
9 weltweit
13 anwendungsbezogen
16 englisch: Forschung
17 Urkunde
18 anderes Wort für: individuell
22 Fluss durch Pforzheim

Eduniversal-Ranking: Pforzheim ist beste Business School an einer Hochschule in Deutschland

Die Business School Pforzheim ist dem internationalen Eduniversal-Ranking zufolge die beste Business School an einer Fachhochschule in Deutschland. In der Kategorie „excellent business school with reinforcing international influence“ belegt sie national den 6. Platz, hinter fünf namhaften Universitäten. Im Vergleich aller Universitäten und Hochschulen für Angewandte Wissenschaften belegt sie Platz 15 der Business Schools in Deutschland – auch hier als beste Hochschule.

Das Eduniversal-Ranking basiert auf einer Befragung der Rektoren bzw. Dekane von insgesamt 1.000 ausgewählten Business Schools in 154 Ländern weltweit. Sie geben Land für Land an, welche der dortigen Business Schools die beste Reputation besitzen.
„Es ist ein klares Indiz für die Qualität unserer Lehre und Forschung, dass die Rektoren und Dekane von Business Schools in aller Welt uns als die beste Business School an einer deutschen Fachhochschule ansehen“, betont Professor Dr. Thomas Cleff, Dekan der Business School Pforzheim. „Wir sind die erste und bislang einzige AACSB-akkreditierte Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Deutschland. Die Qualitätsanforderungen einer solchen internationalen Akkreditierung sind für uns Verpflichtung, aber auch Ansporn für Exzellenz in der Ausbildung. Die sehr gute Position im Eduniversal-Ranking bestätigt uns darin.“
Für das Eduniversal-Ranking wählt zunächst ein international besetztes wissenschaftliches Komitee die 1.000 Business Schools, die am Ranking teilnehmen dürfen, aus. Dann wird den Rektoren bzw. Dekanen für jedes einzelne Land die Frage gestellt, welche Business School(s) sie einem Interessenten empfehlen würden, der in dem jeweiligen Land studieren möchte. Eduniversal ist eine globale Ranking- und Rating-Agentur, spezialisiert auf den Bereich der Hochschulbildung, mit Sitz in Paris.

> eduniversal-ranking.com/search/country/germany

Auf einen Kaffee mit …

…den beiden Lehrpreisträgerinnen Professorin Dr. Anja Forster und Professorin Gabriele Naderer

Ausgezeichnet für besondere Leistungen in der Lehre: Dr. Anja Forster, Professorin für Marketing und Marketingmanagement, wurde mit dem Praxislehrpreis, Gabriele Naderer, Professorin für Marktpsychologie und Käuferverhalten, mit dem Lehrpreis der Fakultät ausgezeichnet. Im Interview mit Simone Huck-Sandhu berichten die beiden Preisträgerinnen des Jahres 2019 von ihrem Verständnis von guter Hochschullehre, persönlicher Inspiration und vom gemeinsamen Anspruch, die Studierenden bestmöglich zu fördern und zu fordern.

Anja Forster, Gabriele Naderer – gratuliere zu den Lehrpreisen! Die Nominierung für diese beiden Auszeichnungen erfolgte durch die Studierenden, die Ihnen eine besonders gute, engagierte Lehre attestieren.

Gabriele Naderer: Es ist ein sehr schönes Gefühl, diese Wertschätzung zu erfahren. Aber ich habe bereits bei der Preisverleihung Ende März versucht zum Ausdruck zu bringen: Für mich tragen auch die Studierenden ganz wesentlich zum Erfolg von Lehrveranstaltungen – und das ist es ja, was mit einem solchen Preis letztendlich bewertet wird – bei. Eine gelungene Lehrveranstaltung ist die gelungene Interaktion zwischen Studierenden und lehrenden Personen.

Anja Forster: Für mich ist die Lehre nicht nur Profession, sondern auch Berufung. Ich verstehe sie als die eigentliche Kernaufgabe eines Professors, im Lateinischen „öffentlicher Lehrer“. Natürlich gibt es neben der Lehrtätigkeit auch weitere spannende und relevante Aufgabenfelder wie die anwendungsorientierte Forschung, die Zusammenarbeit mit Unternehmen, die hochschulinternen Funktionen und Aufgaben und vieles mehr. Aber der Ursprung unseres Berufs ist das Lehren und das Weitergeben von Wissen und Kompetenzen.

Stichwort Berufung – war für Sie beide schon immer klar, dass Sie in die Hochschullehre wollen?

AF: Ich bin da vermutlich ein wenig durch mein Elternhaus geprägt. Mein Vater war Schuldirektor und meine Mutter Grundschullehrerin, was mir den Zugang zum Thema Lernen und Lehren vermutlich erleichtert hat. Ich habe „en passant“ erfahren, dass eine im pädagogischen Bereich tätige Person ihre Arbeit nicht an der Türschwelle der Schule zurücklässt. Viele der Schüler meiner Eltern schienen mir recht bekannt – obwohl ich sie nie getroffen hatte… Die Faszination, Menschen in ihrer Entwicklung zu unterstützen, war mit ein Grund, dass es mich letztendlich in den Beruf des Professors gezogen hat.

GN: Bei mir war es tatsächlich ein Kindheitstraum, Lehrerin zu werden. Schon damals stand nicht die Idee im Vordergrund, durch die Vergabe von Noten Macht über andere zu haben, sondern der Wunsch, Menschen ein Stück ihres Weges begleiten zu dürfen. Ich hatte zwei ganz fantastische Lehrer in der Schule, die mich geprägt haben. Der Traum hat sich dann erst mal niederschmetternd zerschlagen, weil ich nicht direkt aufs Gymnasium kam. Auf dem Gymnasium wollte ich dann zuerst Dolmetscherin werden. Später war klar, dass ich Psychologie studiere und es gab viele Jahre keinen einzigen Gedanken mehr daran, Lehrerin zu werden oder an eine Hochschule zu gehen. Aber am Ende hat sich der Kreis dann doch geschlossen.

Beide wurden Sie von vielen Studierenden für den Preis vorgeschlagen – teils mit mehrseitigen Begründungen, teils kompakt und auf den Punkt. Ein Studierender, der Anja Forster für den Praxislehrpreis empfohlen hat, schrieb: „Was Frau Forster ganz besonders auszeichnet, ist, dass ihr die Studenten am Herzen liegen“. Andere betonen die hohe Fachkompetenz, den konstruktiven Lehrstil oder dass „Frau Forster ein klarer Gewinn für den Studiengang Marketing“ sei. Was ist Ihr Erfolgsrezept, Anja Forster?

AF: Für erfolgreiche Lehre braucht es wechselseitiges Vertrauen. Für mich bedeutet das unter anderem, das Vertrauen der Studierenden in ihre eigenen Fähigkeiten zu stärken und ihnen ein Lernumfeld zu schaffen, in dem sie vertrauensvoll mit mir über Inhalte, Fragen oder Probleme sprechen können. Wenn ich die Statements der Studierenden höre, dann freue ich mich, dass dieses Vertrauen auch von ihrer Seite da ist. Wir alle arbeiten im Kurs ja gemeinsam für ein gemeinsames Ziel. Grundvoraussetzung ist es, dass sich alle ein gutes Ausgangswissen einholen – und das heißt beide Seiten! Und ich lege großen Wert auf das Entwickeln von selbständigem und eigenständigem Arbeiten und Denken, und auch Selbstverantwortung ist mir wichtig.

Das hört sich nach einem strukturierten pädagogischen Ansatz an.

AF: Kern meines Lehrverständnisses ist es, den Kopf – also Wissen, Kompetenzen –, das Herz – im Sinne von Umgang mit sich selbst und anderen – und die

Hand – Stichwort „working hands“ – bei den Studierenden zu fördern. Und es ist ja auch in unserer Lebensrealität so, dass jeder Tätigkeit und jedem Gegenstand zwar eine Theorie innewohnt, aber dass diese Theorie auch nach Anwendung verlangt. Besonders wichtig finde ich es deshalb, dass die Studierenden auf der einen Seite ein fundiertes Wissen aufbauen, aber auf der anderen Seite dann dieses Wissen auch anwenden können. Sie sollen lernen, es richtig und reflektiert in die Praxis zu übertragen. Genau aus diesem Grund machen mir insbesondere die Praxisprojekte besonderen Spaß. Hier erleben die Studis Anwendung pur.

Praxisprojekte stellen ganz eigene Anforderungen an die Verzahnung von Theorie und Anwendungsbezug. Wie bringen Sie beides zusammen?
AF: Ich fordere und fördere, ohne zu überfordern. Das ist im Arbeitsalltag manchmal eine Herausforderung, aber ich hoffe, dass ich dieses gute Maß auch weiterhin einigermaßen finde. Grundsätzlich ist all unser Tun an einer Hochschule für Angewandte Wissenschaften darauf ausgerichtet, dass wir unsere Studierenden auf die Praxis vorbereiten. Manche gehen auch in die Wissenschaft, aber mein Hauptfokus ist es, die Studis für das Berufsleben fit zu machen. Hinsichtlich von Wissen, Kompetenzen und eben auch bezüglich des Wissenstransfers und der Schulung von Kompetenzen.

Gabriele Naderer, was macht für Sie erfolgreiche Lehre aus? Wann macht Sie eine Lehrveranstaltung zufrieden?
GN: Das klingt vielleicht banal, aber wenn die Studierenden in den Vorlesungen wirklich mitdenken, wenn Nachfragen kommen, wenn sie sich beteiligen und wir diskutieren, das macht mich zufrieden. Kleine Glücksmomente sind auch, wenn Einzelne nach der Vorlesung kommen und ein Thema haben, das über die Vorlesung hinausgeht. Wenn sie sagen: Ich habe das gelesen, oder das und das beschäftigt mich. Wenn etwas sie anregt, über den reinen Vorlesungsinhalt hinaus die Dinge zu reflektieren. Manchmal schicken mir die Studierenden auch Beispiele und sagen, das wäre doch ein Beispiel zu dem und dem Thema in ihrer Vorlesung. Da merke ich, dass sie mitgedacht und es geschafft haben, einen Transfer zu ihrem eigenen Alltag herzustellen.

In den Empfehlungen für den Lehrpreis schreibt eine Studentin: „Frau Naderers offene und sympathische Art macht es Studierenden leicht, einen Zugang zu den Themen zu finden und sich zu engagieren. Sie gibt uns die Möglichkeit, Dinge selbst zu erkunden und unterstützt in den richtigen Momenten, um ans Ziel zu kommen.“
GN: Es ist schön zu hören, dass so etwas ankommt. Ich finde, in Veranstaltungen mit seminaristischem Charakter, Methodentrainings oder Fallstudien ist es leichter zu motivieren. Selbstkritisch würde ich aber auch sagen: In Vorlesungen gelingt mir das nicht immer so gut, da suche ich noch den Weg dahin. Ich lese ja auch die Evaluationen, die mich schon sehr beschäftigen. Ich evaluiere alle Veranstaltungen, auch wenn dies turnusgemäß nicht ansteht. Wobei ich sagen muss, dass ich mit den offenen Aussagen – sowohl positiven wie negativen – viel mehr anfangen kann. Das passt vielleicht zu meiner Sozialisation, ich bin ja selbst methodisch-qualitativ sozialisiert. Deshalb schätze ich gerade die offenen Aussagen unsere Studierenden sehr, das sind immer sehr konstruktive Beiträge. Konstruktiv im Sinne von Kritik, die ich gut nachvollziehen kann, die mich motiviert, bei der ich ansetzen kann und die ich auch umsetzen kann.

In einem anderen Statement heißt es: „Sie hat es immer wieder verstanden, Studierende an die Hand zu nehmen und sie auf den Weg des praxisnahen Lernens zu bringen“. Wie sieht dieser didaktische Ansatz ganz konkret aus?
GN: Ich versuche, Motivation über ein konkretes Beispiel herzustellen. Psychologie ist da ja ein dankbares Fach. Ich stelle ein kleines Beispiel vor oder mache ein Experiment, in dem die Studierenden eine kleine Aufgabe erfüllen müssen. Zum Beispiel einen Spot auf sich wirken lassen. Sie sollen erst einmal etwas an sich selbst erfahren, was ich dann theoretisch erkläre und darüber die Theorie einführe. Deshalb ist es mir auch immer wichtig, gute Beispiele zu haben. Lernen funktioniert über Duale Codierung, also das heißt, prägnante Beispiele, Bilder, emotionale Eindrücke mit dem semantischen Wissen zu verknüpfen. Und das Wissen selbst wieder mit praktischen Anwendungserfahrungen zu verknüpfen.

Wie verstehen Sie beide Ihre Rolle als Lehrende?
AF: In Praxisprojekten verstehe ich meine Rolle vor allem als Coach, der Interesse an einer Materie weckt, den Prozess begleitet, bei Fragen und Hindernissen unterstützt und vor allem auch motiviert, die „extra Meile“ zu gehen. Und vor allem gehört dazu auch, das Engagement und die Leistungen zu würdigen, damit die Studierenden über sich hinauswachsen können. Mir ist in Projektteams wichtig, jeden Einzelnen zu unterstützen. Kurz gesagt: den Menschen – die Studenten! – in den Mittelpunkt zu stellen. Roots to grow and wings to fly.
GN: Das Bild, das ich im Kopf habe, ist ganz ähnlich. Es ist das der Trainerin. Auch mir geht es nicht darum, die Studierenden allein auf den Weg zu schicken und dann am Ende zu bewerten, was sie geleistet haben. Als Trainer will man ja auf jeden Fall den Erfolg seines Teams. Wenn Teams mitgehen, Teamspirit entsteht und akzeptiert wird, dass ein hartes Training stattfindet, dann ist der Erfolg auch ein Stück weit garantiert. Unser gemeinsames Ziel ist, am Ende ein erfolgreiches Ergebnis zu haben. Das ist das, was mir große Freude macht. Zum Trainerselbstverständnis gehört es auch dazu, dass ein Team funktioniert. Ich wäre daher auch unglücklich, wenn ein Team am Ende sagt, dass sie am Ende Einzelnoten wollen, weil jeder für sich gearbeitet hat. Dann hat es nicht funktioniert, sie als Team zu begleiten. Wenn sie am Ende sagen: „Frau Naderer, wir wollen keine Einzelbewertungen, wir haben so viel zusammengearbeitet“, dann bin ich happy.

Vielen Dank für das Interview.

Prof. Dr. Anja Forster
Anja Forster ist Professorin für Marketing an der Hochschule Pforzheim und Studiengangleiterin des Bachelorstudiengangs Marketing. Sie studierte Internationale BWL an der FAU Nürnberg sowie der Université Montpellier und promovierte und arbeitete als Wissenschaftliche Mitarbeiterin mit begleitender Projektleitung an der Universität St. Gallen. Mehrjährige praktische und internationale Erfahrungen sammelte sie in Unternehmen und Organisationen in Österreich, Frankreich, Thailand und der Schweiz. Zuletzt war sie Mitglied der Geschäftsleitung und Leiterin des Bereiches „Marketing und Development“ im Medizintechnik-Spitzenclustermanagement Medical Valley EMN. Sie war und ist Dozentin an der ZHAW in Winterthur, der Universität St. Gallen, der TH Nürnberg und der VWA Baden. An der Hochschule Pforzheim vertritt sie in der Lehre den Bereich Marketing Management sowie Brand Management.

Kontakt
T 6304
anja.forster@hs-pforzheim.de

Prof. Gabriele Naderer
Gabriele Naderer ist Professorin für Marktpsychologie und Käuferverhalten im Bachelorstudiengang Marktforschung und Konsumentenpsychologie. Nach dem Studium der Psychologie an der Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg war sie über viele Jahre in der marktpsychologischen Forschung am Institut für Marktpsychologie Mannheim als Projektleiterin und zuletzt als geschäftsführende Gesellschafterin tätig. An der Hochschule Pforzheim vertritt sie in der Lehre Markt- und Werbepsychologie sowie empirische Methoden mit Schwerpunkt im Bereich der psychologisch-qualitativen und apparativen Verfahren. In Forschungs- und Praxisprojekten beschäftigt sie sich u. a. mit der Entwicklung impliziter Methoden, der Evaluation von Dienstleistungen an Hochschulen (Qualitätsmanagement der BAföG-Ämter und Mensen deutscher Studentenwerke), der Erforschung der Entstehung von Wirtschaftskriminalität, nachhaltgem Konsumverhalten sowie der sozialen Akzeptanz autonomen Fahrens.

Kontakt
T 6229
gabriele.naderer@hs-pforzheim.de

Aktuelle Studie des Bundesinstituts für Berufsbildung: HAW-Absolventen gelingt Einstieg in Arbeitsmarkt am besten

Einer Auswertung des Bundesinstituts für Berufsbildung zufolge finden Absolventen von Fachhochschulen im Schnitt schneller in den Beruf und verdienen außerdem mehr als andere Absolventen. Grundlage der Studie waren Mikrozensusdaten aus dem Jahr 2017.
Untersucht wurden für verschiedene Abschlussarten jeweils das Einkommen und die Beschäftigungsart der 18- bis 34-jährigen Erwerbstätigen, die im Jahr 2015 ihren Berufsabschluss gemacht haben. Demnach waren 83 Prozent der Absolventen von Fachhochschulen bzw. Hochschulen für Angewandte Wissenschaften etwa zwei Jahre nach ihrem Abschluss gut in den Arbeitsmarkt integriert. Unter denjenigen, die eine duale Ausbildung absolviert hatten, waren es 65 Prozent. Im Vergleich am wenigsten gut integriert waren denjenigen, die eine Ausbildung an einer Berufsschule gemacht oder ein Studium an einer Universität absolviert haben. In diesen beiden Absolventengruppen waren je rund 63 Prozent beruflich integriert.
Auch der Anteil prekärer Erwerbstätigkeit (befristete Einstellung und geringes Einkommen) lag mit einem FH-Abschluss bei lediglich 15 Prozent am niedrigsten. Mit einem Universitätsabschluss war der Anteil bei 34 Prozent besonders ausgeprägt. Bei Absolventen mit dualer Ausbildung lag er bei 30 Prozent. (Quelle: Studie „Wege in den Beruf“ (BWP 2/2019), www.bibb.de)

Lern- und Studiercenter: (Frei-)Raum fürs Lernen und Teamarbeit

Das Lern- und Studiercenter bietet Studierenden seit 2015 die Möglichkeit, sich ungestört auf Klausuren und Gruppenarbeiten vorzubereiten. Die Räume, die sich im Nebengebäude hinter dem W1-Gebäude befinden, sind mit neuester Technik ausgestattet und können sowohl für individuelles Lernen, für Teamarbeit oder auch die Vorbereitung auf Präsentationen genutzt werden.
Die Räume stehen tagsüber während der Vorlesungszeiten und in der Klausurphase zur Verfügung. Sie können über Frau Monika Marks im Dekanat (Raum W2.4.20) reserviert werden. Dort sind auch Schlüsselkarten für den Zugang erhältlich.

Master Information Systems: Neue Double Degree-Option mit Ljubljana

International studieren und zwei Abschlüsse gleichzeitig erwerben – Studierende des Studiengangs Information Systems (MIS) haben die Möglichkeit, sowohl an der Hochschule Pforzheim als auch an der Universität Ljubljana zu studieren. Die international renommierte, triple crown-akkreditierte slowenische Universität gehört zu den 500 besten Universitäten weltweit. Die neue Double-Degree-Option erlaubt es ausgewählten Studierenden, mit einem Pforzheimer Master und dem Magister „poslovnih ved“ abzuschließen. „Wirtschaftsinformatikerinnen und Wirtschaftsinformatiker sind weltweit gefragt, weil sie die Zusammenhänge von digitaler Transformation, wirtschaftlichem Erfolg und gesellschaftlichem Wandel verstehen und gestalten. Durch das Double Degree ist ihr Profil noch internationaler ausgerichtet. Dies erhöht ihre Chancen auf dem internationalen Arbeitsmarkt“, so Prof. Dr. Frank Morelli, Studiengangleiter des Masterprogramms. Das Programm hat eine Studiendauer von insgesamt vier Semestern. Die ersten beiden Semester verlaufen identisch zum regulärem MIS-Studium. Das dritte Semester wird mit ausgewählten Fächern an der Universität Ljubljana absolviert. Die Thesis erfolgt im Anschluss in Kooperation beider Universitäten entsprechend den Regularien der Universität Ljubljana. Besonders attraktiv ist das Double-Degree-Programm auch für diejenigen MIS-Studierenden, die nach Abschluss des Masters einen PhD-Grad erwerben möchten. Durch die Kooperation der beiden Fakultäten ist es möglich, im Rahmen einer internationalen Promotion den Doktorgrad der Universität von Ljubljana zu erlangen. Für die Business School bedeutet die neue Kooperation einen konsequenten nächsten Schritt bei der weiteren Internationalisierung des Masterangebots. Er stärkt und vertieft die Zusammenarbeit mit der Faculty of Economics (FELU) der Universität Ljubljana, die seit 2003 Partneruniversität der Hochschule Pforzheim ist.

⩥.hs-pforzheim.de/mis

Eine der 500 besten Universitäten der Welt: Faculty of Economics der University of Ljubljana (FELU; Foto: Marcel Peter)

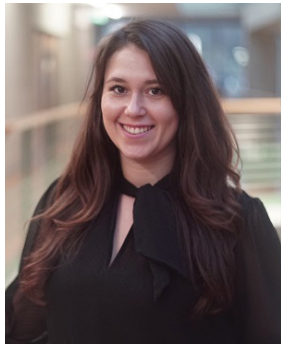
Meet Master: Karrierebörse für Masterstudierende verzeichnet Rekordbeteiligung

Zu Beginn des Sommersemesters veranstaltete die Business School erstmals in großem Rahmen die Karrierebörse „Meet Master“. Nach einer erfolgreichen ersten Ausgabe im vergangenen Wintersemester, an der zunächst nur ausgewählte Pilotstudiengänge teilnehmen konnten, richtete sich die Veranstaltung in diesem Semester an die Studierenden aus insgesamt 16 Masterstudiengängen.

Teilnehmen konnten alle Studierenden der Fakultäten für Wirtschaft und Recht sowie für Technik sowie die Studierenden aus zwei Studiengängen der Fakultät für Gestaltung. Das Interesse war groß: 195 Studierende nahmen teil. Meet Master fand an vier Montagnachmittagen zu Beginn des Sommersemesters statt. Vom 18. März bis zum 8. April 2019, jeweils montags von 13:00 bis 18:30 Uhr, nutzten zahlreiche Unternehmen aus der Region die Gelegenheit, mit Pforzheimer Studierenden ins Gespräch zu kommen. Das W4-Gebäude bot mit seinem Foyer und zahlreichen Seminarräumen den passenden Rahmen für den persönlichen Austausch. Vertreten waren Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen, erfolgreiche Familienbetriebe, global agierende Großkonzerne und attraktive mittelständische Unternehmen. Insgesamt konnte das Organisationsteam des Career Centers 26 namhafte Unternehmen für die aktuelle Ausgabe von Meet Master gewinnen. Darunter waren 1&1, Bosch, Deloitte, dm, Eisenmann, Kärcher, SAP und KPMG. Sie alle hatten die Einladung der Hochschule angenommen und waren gekommen, um mit den Masterstudierenden Kontakt aufzunehmen. Außerdem nutzten die Unternehmen die Möglichkeit zur Präsentation und wollten die Studierenden für ihr Unternehmen begeistern. „Es ist toll, dass wir neben den großen Unternehmen auch viele Mittelständler für unsere Karrierebörse gewinnen konnten. Sie bieten alle tolle Karrierechancen und attraktive Pakete für Berufseinsteiger,“ freut sich Organistorin Elisabeth Dischinger vom Career Center der Hochschule. „Insgesamt lebt Meet Master von der Bandbreite an Unternehmen unterschiedlicher Branchen, die wir im Boot haben.“ Im Rahmen von vorab vereinbarten 20-minütigen Einzelgesprächen sowie offenen Gesprächen am runden Tisch konnten die

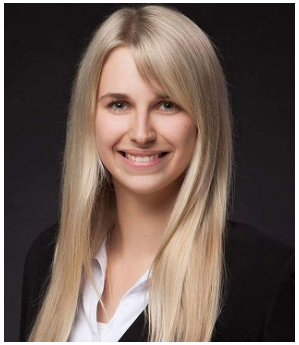
Masterstudierenden die Unternehmensvertreter persönlich kennenlernen – und sie von sich überzeugen. Im Vorfeld wurden für jedes teilnehmende Unternehmen bis zu zehn Einzelinterviews arrangiert. „Meet Master ist keine klassische Karriere-Messe. Die Unternehmen erhalten vorab Lebensläufe der Studierenden und können so die besonders interessanten Talente auswählen. Alles läuft viel individueller und zielgerichteter ab“, so Ruth Elsässer, die gemeinsam mit Elisabeth Dischinger im Career Center tätig ist und an der Planung intensiv beteiligt war. Rund um das Thema Berufseinstieg und Karriere bot die Hochschule den Studierenden an den vier Meet Master-Terminen außerdem ein attraktives Rahmenprogramm. Sie konnten sich bei einem professionellen Bewerbungsfotoshooting ablichten lassen und zum Thema Karrierestrategie beraten lassen. Das Veranstaltungskonzept wurde aus der Idee heraus geboren, Masterstudierende in möglichst zwangloser Atmosphäre mit Unternehmen in Kontakt zu bringen. Den Unternehmen wird mit diesem Format eine attraktive Alternative zur klassischen Ansprache von Nacwuchstalenten geboten. Die Unternehmensvertreter zogen auch nach der zweiten Ausgabe der Karrierebörse Meet Master ein positives Fazit. Die reibungslose Vorbereitung und die im Voraus zur Verfügung gestellten Kompetenzprofile der Masterstudierenden haben die Unternehmen überzeugt.

⩥ hs-pforzheim.de/studium/mehrwert/career_service/meet_master



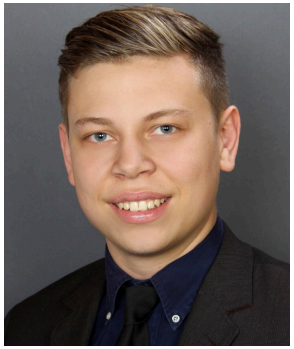
„Ich finde, Meet Master war eine gelungene Veranstaltung. Ich habe neue Unternehmen aus der Umgebung kennengelernt und hatte ein sehr interessantes Einzelgespräch. Auch an den runden Tischen kamen spannende Gespräche mit den Unternehmen zustande. Die Atmosphäre war sehr angenehm.“

Alicia Rodriguez Kübler
Masterstudiengang
Information Systems



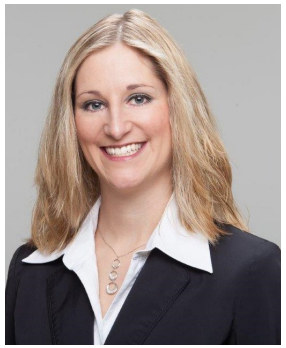
„Besonders gut hat mir an der Meet Master Messe gefallen, dass man viele Unternehmen aus sehr unterschiedlichen Branchen kennenlernt. Von einigen kannte ich vorher nur den Namen. Für uns Studierende ist die Karrierebörse eine gute Möglichkeit, unseren Blick zu weiten und auch mal Kontakt mit Unternehmen aufzunehmen, die in einem Bereich tätig sind, der uns auf den ersten Blick vielleicht fremd erscheint.“

Anna-Carina Fodi
Masterstudiengang Corporate
Communication Management



„Es ist super, dass die Hochschule eine Karrierebörse wie Meet Master für die Studierenden organisiert. Für mich als ITler waren viele interessante Unternehmen dabei, mit denen ich in Kontakt treten konnte. Mir hat besonders gut gefallen, dass bei den Einzelgesprächen jeweils ein Unternehmensvertreter aus dem Fachbereich und aus dem Personalbereich anwesend waren. So konnten alle meine Fragen beantwortet werden.“

Florentin Hahn
Masterstudiengang
Information Systems



„McKesson ist ein Groß- und Einzelhandelsunternehmen im Pharma- und Gesundheitssektor. Unser primäres Ziel ist derzeit, in der Region um Stuttgart, wo sich unsere Konzernzentrale befindet, bekannter zu werden. Wir wünschen uns, dass die Studierenden mit dem Namen McKesson etwas in Verbindung bringen und eine Vorstellung davon bekommen, welche Chancen wir ihnen bieten können. Die Einladung zur Meet Master-Messe 2019 haben wir daher gern angenommen.“

Andrea Fröhlich
HR Business Partner, Human
Resources, McKesson

„Wir waren schon letztes Jahr bei der Meet Master-Pilotveranstaltung dabei. Ein Studierender hat nach der Veranstaltung dann bei uns seine Masterthesis geschrieben. Wir würden uns sehr freuen, wenn wir dieses Mal wieder den ein oder anderen Studierenden für Stratec begeistern können. Mit Werkstudierendentätigkeiten, Abschlussarbeiten und Direkteinstiegen für Absolventinnen und Absolventen haben wir einiges im Angebot.“

Cornelia Günther
Human Resources, STRATEC

„Wir als Bosch möchten gern eng mit Universitäten und Hochschulen zusammenarbeiten, um die besten Kandidatinnen und Kandidaten für uns gewinnen zu können. Die Karrierebörse Meet Master ist somit eine Möglichkeit für uns als Unternehmen, qualifizierte Kandidaten persönlich kennenzulernen. Das erleichtert uns die Entscheidungsprozesse für eine künftige Einstellung. Für Studierenden und Unternehmen ist Meet Master ein tolles Angebot!“

Luiza Piton
HR Business Partner, Bosch

MBA International Management

Mock interviews: A test of readiness to enter the German Labor Market

A unique experience: Third-semester MBA students met with professional HR Recruiters from international enterprises and medium-sized hidden champions, to test their interviewing skills and receive feedback. The goal of the mock interview is to give MBA students the opportunity to practice answering challenging interview questions to help prepare them for a real job interview.

HR recruiters observed body posture, eye contact, quality of responses, volume and clarity of voice, preparedness of the interviewee, and overall attitude and energy of the MBA candidates. Students received valuable feedback after a 45-minute mock interview. The feedback included the interview itself and additionally, the cover letter, CV, and the accompanying application documents. The job positions that students applied varied from finance positions to strategy manager and business transformation manager. Furthermore, students also had the opportunity to interview in either German or English. The MBA team would like to thank the recruiters from Blanc and Fischer, Ikea, Magna, SEG Automotive, and Volvo Group, for their dedication to their HR field and their support to the MBA students.
Here are what students commented about the event.
Author: Hellen Phan-Lesti, MBA class of 2019 / MBA Office; Photos: MBA

www.hs-pforzheim.de/mbaim

Olaitan Awonusi from Nigeria

"It was interesting for me to know the small things I do wrong in interviews. The interviewer was professional and created the real atmosphere of an interview."

Mingming Lu from China

"From the Mock Interview Session we learned how a German interviewing process works and what standard questions to expect. The direct feedback after the interview and the suggestions of the HR manager on how to improve your CV were really helpful."

Himanshu Sharma from India

"The mock interview was a great learning experience for me as it helped me analyze my strengths and weaknesses and truly test my readiness to enter the German labor market through real job interviews. The post-interview feedback was the best part about the activity as it was the first time that I gained an insight into the observations that an HR person makes about a candidate during an interview. The honest and constructive feedback given to me by the HR professional was highly insightful and one that will surely help me in improving my skills to become a more attractive candidate for companies."

Persönlich: Institut für Management-Simulation – Verzahnung von Theorie und Praxis

BWL-Studium und Pilotentraining – was hat das eine mit dem anderen zu tun? Angehende Flugkapitäne üben einige Tausend Stunden im Simulator, bevor sie die Verantwortung für Hunderte von Passagieren übernehmen. Ganz so lange dauern die Unternehmensplanspiele, welche die Pforzheimer Studierenden durchlaufen, zwar nicht. Aber in den verschiedenen Simulationen üben die Studierenden in geschützter Lernumgebung, einige Stellhebel im Cockpit eines Managers auszuprobieren. Dadurch werden unternehmerische Chancen und Risiken erlebbar und das eigene unternehmerische Handeln zeigt Wirkung, ohne die Gefahr einen realen Betrieb in Schwierigkeiten zu bringen.

„Unternehmensplanspiele sind fester Bestandteil unseres Curriculums. Sie stehen für Learning by Doing im besten Sinne“, sagt Institutsleiter Dr. Stefan Foschiani, Professor für Allgemeine BWL und Unternehmensführung. „Die Studierenden haben die Möglichkeit, das bisher Gelernte in einem konkreten Unternehmen anzuwenden – und das nicht isoliert, sondern vor allem auch unter Berücksichtigung der Zusammenhänge und der Komplexität des Managements.“ Management-Simulationen, auch Unternehmensplanspiele genannt, sind eine didaktische Methode, um Wissen zu vernetzen und unternehmerische Entscheidungssituationen, Prozesse und Zusammenhänge durch die eigene aktive Teilnahme „erlebbar“ zu machen. Sie gelten daher als eine besonders nachhaltige Methode zur Wissensvermittlung und -festigung. Serhat Cakir, Student im Bachelorstudiengang Steuern und Wirtschaftsprüfung, hat im vergangenen Semester an einer Management-Simulation teilgenommen und bestätigt diesen Lerneffekt: „In den Vorlesungen werden die einzelnen Aspekte der BWL separat betrachtet. Im Planspiel erkennt und versteht man das Zusammenwirken der einzelnen Teilgebiete, also zum Beispiel, dass Marketing einen Einfluss auf den Vertrieb hat, dass der Vertrieb auf die Produktion achten muss und dass die Produktion nicht ohne das Controlling agieren kann.“
In den Simulationen werden die Studierenden in die Rolle von Führungskräften versetzt und leiten über eine bestimmte Anzahl von Geschäftsjahren ein virtuelles Unternehmen. Während dieser Zeit analysieren sie im Team Unternehmens- und Konjunkturdaten, legen gemeinsam Strategien für ihr Unternehmen fest, setzen diese in operative Entscheidungen um und ziehen aus den erzielten Resultaten betriebswirschaftliche Schlüsse für weitere Entscheidungen. Wie in der Praxis geschieht dies unter Zeitdruck, zunehmender Komplexität und Datenunsicherheit. „Teamarbeit ist wichtig,“ betont Dimitria Brountsou, Studentin des Bachelorstudiengangs Wirtschaftsinformatik – Management & IT, aus Ihrer Erfahrung mit der Simulation, „und ebenso die Fähigkeit, Entscheidungen unter Zeitdruck treffen zu können.“

Kontakt

Professor Dr. Stefan Foschiani
Lars Andraschko
ims@hs-pforzheim.de
T 6418

Im vergangenen Wintersemester ist ein kurzer Film entstanden, der einen vertiefenden Einblick in die Arbeit des Instituts für Management-Simulation gibt. Dozenten und Studierende berichten, was die Lehr- und Lernform kennzeichnet und wie sie Planspiele im Rahmen des BWL-Studiums erleben.

hs-pforzheim.de/studium/studierende/fachgebiete/betriebswirtschaftslehre/institut_fuer_management_simulation

Studierende beim Unternehmensplanspiel

Infoabend zum Masterstudium: Großes Interesse an Programmen

Am Mittwoch, den 10. April 2019 präsentierten sich die elf Master- und MBA-Studiengänge der Business School beim jährlichen Master-Infoabend. Rund 150 Interessentinnen und Interessenten waren nach Pforzheim gekommen, um sich vor Ort über den Masterbereich zu informieren und ihren Wunschstudiengang näher kennenzulernen.

„Das Masterstudium an der Business School Pforzheim ist praxisnah, persönlich und klar an Berufsfeldern orientiert“, betonte Professor Dr. Harald Strotmann, der Stellvertretende Dekan der Fakultät für Wirtschaft und Recht, in seiner Begrüßung zum Infoabend. „Unser Ziel ist es, Sie auf die Herausforderungen einer dynamischen, zunehmend interdisziplinär und global geprägten Arbeitswelt vorzubereiten und Sie in die Lage zu versetzen, dauerhaft beruflichen Erfolg zu haben.“

Vor rund 150 Interessentinnen und Interessenten präsentierte Harald Strotmann zunächst den Masterbereich der Business School und stellte dann die einzelnen Masterprogramme im Überblick vor. Anschließend konnten die Studieninteressierten in den studiengangspezifischen Veranstaltungen Näheres über ihr Wunschprogramm erfahren, die Studiengangleiterinnen und -leiter aller Programme kennenlernen und Fragen rund um Kursinhalte, Bewerbungsprozess und Auswahlverfahren stellen. Bei zahlreichen Programmen bot sich zudem die Gelegenheit, mit aktuellen Studierenden ins Gespräch zu kommen und sich aus erster Hand vom Studienalltag berichten zu lassen.

„Mir war wichtig, dass ich mir vor Ort ein Bild von der Hochschule machen kann“, sagt Fanziska Kaeber, die extra für den Infoabend nach Pforzheim gereist war. „Besonders gut hat mir gefallen, dass man die Studiengangleiterinnen und -leiter persönlich kennengelernt hat und all seine Fragen stellen konnte.“ Auch für Alina Schäfer, die ihren Bachelor an der DHBW gemacht hat, hat sich der Weg nach Pforzheim gelohnt: „Die Veranstaltung war sehr hilfreich, um sich einen Überblick über die einzelnen Studiengänge zu verschaffen und zu erfahren, welche Themen genau behandelt werden.“

Die Business School bietet elf Master- und MBA-Programme an, die die Studierenden für leitende Tätigkeiten und Expertenfunktionen qualifizieren. Die Programme sind in drei verschiedenen Clustern angesiedelt: Im Cluster „Finanzen, Regulierungen & Gesetze“ werden die beiden Masterprogramme Auditing & Taxation sowie Controlling, Finance & Accounting angeboten. Im Cluster Ressourcen, Organisation & Prozesse können Human Resources Management, Life Cycle & Sustainability sowie Information Systems studiert werden. Im Cluster „Kunden, Unternehmen & Märkte“ werden Corporate Communication Management, Creative Communication & Brand Management sowie Marketing Intelligence angeboten. Bewerberinnen und Bewerber mit Berufserfahrung können zwischen den beiden MBA-Programme International Management und Management wählen. Zudem existiert der modular aufgebaute, im Blended Learning-Format angebotene Masterstudiengang Strategisches Innovationsmanagement, der berufsbegleitend angelegt ist.

businesspf.hs-pforzheim.de/studium/bewerber/studienangebot_master

Informationsrunde zum Master Auditing & Taxation beim Master-Infoabend

“Going abroad is recommendable for everyone” – Guest professor Anxo Calvo Silvosa highlights the importance of international experience

Anxo Calvo Silvosa, PhD, from A Coruña, Galicia, Spain, visited Pforzheim Business School as guest lecturer in January 2019. At his home university he is the dean of the faculty of Economics and Business and teaches in the area of Finance Economics and Accounting. In the interview with student reporter Lia Sophie Wilmes he tells about the importance of international experience, his stay in Pforzheim and Galizian optimism.

Mr. Calvo Silvosa, you have been to Pforzheim several times. This year you came in January – intentionally or accidentally?
Intentionally, because I was invited to lecture here this winter semester. I am carrying out a seminar about International Finance, which is a part of International Business. I think January is a good time to be here – I get so see all the snow!

Being here for the fourth time: What do you value most about Pforzheim?
For me the best aspect of the Business School are its students – they are very committed and highly motivated. Another positive aspect is that the Business School maintains very close ties with the industry, so students have the chance to get in contact with important firms during their studies. As a result, I think Pforzheim is in a very strong position, partly due to being a “Hochschule”.

Do you think it is important for business students to gather international experience?
It is absolutely needed! I am fully convinced that students should go to foreign countries and get in contact with other people, businesses and ideas, other cultures... They need those experiences in order to carry out business activities successfully. But of course it is not only about the profit, but also about all the interesting experiences they can gather abroad. In my case, I benefit a lot from the contact with other students and teaching methodologies. So going abroad is recommendable for everyone, but especially for students in today’s day and age.

At the University of A Coruña you are the dean of the Faculty of Economics and Business. What kind of projects are you currently involved in?
At the moment there are three goals we are striving for. They are all connected with each other and equally important for us. First of all we want to increase the degree of internationalization of our faculty. Therefore we are trying to settle more Erasmus agreements with foreign universities. We already have a lot of those agreements, but we would still like for more international students to come to our university. We also encourage interchanges among professors, so increase the number of guest lecturers. Secondly, we encourage teaching in English. Obviously this is closely related to and supports our first goal. Fortunately we are already able to offer various courses in English, but in our opinion it is not enough. The third topic we are trying to improve is our faculty’s link to the industry. We want our students to get to know the real working world by getting closer to the firms in their surroundings. That is very important, because it allows them to get excellent jobs in the future.

Would you share a typical Galician saying with us?
Yes of course! But first I would like to tell you something funny about the Galician people. Throughout Spain we are known for something weird. I give you an example: Galicians normally answer a question with a counter question. So when we meet someone on a staircase and he or she asks “Where are you going?” Galicians would probably answer “Why do you want to know that?”. I think we do it, because we sometimes have the feeling that people from outside Galicia might not approach us with good intentions. That’s why we seem so careful and try to avoid direct answers. But, to return to your question, I can assure you that otherwise we are very open, friendly and optimistic people! One of our favourite Galician sayings is “Nunca choveu que non escampase”, meaning that even though it rains, it will stop eventually. So when you have a problem seeming to be insoluble, you should not be concerned – you will always find a way to solve it.

Thank you for the interview, Mr. Calvo Silvosa.

The University of A Coruña is a young Galician university with a very old tradition. In the late 1980s the Galician government decided to split the University of Santiago de Compostela, one of the oldest Spanish universities, into three. So two new campuses, in Vigo and A Coruña, were formed. At the Economics and Business faculty of the University of A Coruña around 3000 students are enrolled. They either pursue a degree in one of the three Bachelor’s or four Master’s programs, among them a traditional MBA program.

> https://www.udc.es

Preise und Auszeichnungen

Lehrpreise 2019 und Dean’s Award

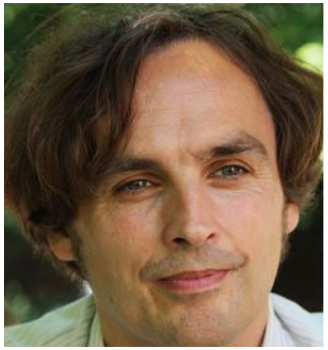
Jährlich würdigt die Fakultät für Wirtschaft und Recht Professorinnen und Professoren für besondere Leistungen in Lehre und Forschung. „Im akademischen Jahr ist es für mich persönlich immer ein ganz besonderer Moment, diese Auszeichnungen anmoderieren zu dürfen“, betonte Dekan Professor Dr. Thomas Cleff. „Denn sie geben uns die Möglichkeit, Danke zu sagen für ganz besondere Leistungen und besonders großes Engagement.“
Mit dem Lehrpreis werden Leistungen bei der Erfüllung der mit der Lehre und Studium zusammenhängenden Aufgaben gewürdigt, mit dem Praxispreis Leistungen im Zusammenhang mit Praxiskooperationen. In diesem Jahr durfte Dekan Thomas Cleff den Praxislehrpreis an Professorin Dr. Anja Forster und den Lehrpreis an Professorin Gabriele Naderer überreichen (Lesen Sie mehr über die beiden Preisträgerinnen im Interview auf Seite 6 dieses Newsletters).
Mit dem “Dean’s Award for Intellectual Contribution with Distinguished Impact” wird jedes Jahr eine Persönlichkeit aus der Business School geehrt, deren Forschung in besonderer Weise öffentlich wahrgenommen wird. „Dieser Preis, der durch eine generöse Spende unseres geschätzten Kollegen Karl-Heinz Rau möglich wurde, steht für die strategischen Ziele der Business School wie auch für die der Hochschule insgesamt“, betonte Dekan Thomas Cleff in seiner Festrede. „Unsere Forschung soll in die akademische Welt, aber vor allem in die Praxis, in die Politik und in die Gesellschaft hineinwirken.“
Dies gelingt Dr. Hanno Beck, Professor für Volkswirtschaftslehre an der Hochschule Pforzheim, in exzellenter Art und Weise. Neben seiner Lehrtätigkeit ist er Autor von 75 Beiträgen in Peer Reviewed Journals, 25 Buch- oder Lexikonbeiträgen und 23 Büchern. Er schreibt populärwissenschaftliche Bücher sowie Beiträge unter anderem für die Frankfurter Allgemeine Zeitung und die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung. Seine Arbeit strahlt nicht nur in die Fachöffentlichkeit, sondern in besonderem Maß – „with distinguished impact“ – auch in die Öffentlichkeit hinein. „Hanno Beck hat eine besondere Begabung, auf wissenschaftlich fundierter Basis Themen auch populärwissenschaftlich anpacken zu können. Er verlässt den Elfenbeinturm der Wissenschaft und auch die eingetretenen Pfade ökonometrisch basierter Papiere. Er schreibt auch einmal ein Buch über Glück oder erklärt in einem YouTube Video anhand von Marshmallow-Essverhalten bei Kindern deren Berufserfolgswahrscheinlichkeit.“ Erst im Februar dieses Jahres war Beck vom Magazin „Cicero“ zu einem der 500 wichtigsten Intellektuellen im deutschsprachigen Raum gekürt worden (siehe auch nächste Seite).

Professor Dr. Anja Forster mit Laudator Professor Dr. Jürgen Janovsky, ihrem Vorgänger im Amt des Studiendekans Marketing

Professorin Gabriele Naderer mit Teamkollegin Professor Dr. Christa Wehner, Studiendekanin des Bachelorstudiengangs Marktforschung und Konsumentenpsychologie

Professor Dr. Hanno Beck mit Dekan Professor Dr. Thomas Cleff

Prof. Dr. Hanno Beck unter den 500 wichtigsten Intellektuellen



Prof. Dr. Hanno Beck

Das Magazin „Cicero“ hat den Pforzheimer Volkswirtschaftler Professor Dr. Hanno Beck als einen der 500 wichtigsten Intellektuellen im deutschsprachigen Raum gekürt. Der Ökonom ist auf Platz 387 zu finden. Die Rangliste, veröffentlicht in der Februar-Ausgabe des Magazins, entsteht in einem aufwendigen Verfahren und basiert auf der Medienpräsenz der vergangenen zehn Jahre, Internet-Zitationen, der wissenschaft-lichen Nennung bei Google Scholar und Einträgen im Munzinger Archiv. „Das ist auch ein Verdienst der Hochschule, die mich bei meiner Arbeit stets unterstützt hat“, freute sich Hanno Beck, als er von der Platzierung erfuhr.
Hanno Beck ist seit 2006 Professor für Volkswirtschaftslehre an der Hochschule Pforzheim. Neben seiner Lehr- und Forschungstätigkeit schreibt er populärwissenschaftliche Bücher und Beiträge unter anderem für die Frankfurter Allgemeine Zeitung und die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung. Nach dem Studium der Volkswirtschaftslehre an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz war er wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz. Anschließend war er acht Jahre lang Mitglied der Wirtschaftsredaktion der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Darüber hinaus hatte er lange Jahre Lehraufträge in Wiesbaden, Frankfurt und Wetzlar. Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der verhaltensorientierten Ökonomik (Behavioral Economics), der Medien-ökonomik und ausgewählten finanzwissenschaftlichen Themen.
Sein jüngstes Buch, das er zusammen mit seinem Kollegen Aloys Prinz veröffentlicht hat, widmet sich aus wissenschaftlicher Perspektive der Frage, was uns glücklich macht. Hanno Beck wurde unter anderem bereits mit dem Lehrpreis der Fakultät für Wirtschaft und Recht an der Hochschule Pforzheim sowie zweimal mit dem Deutschen Finanzbuchpreis ausgezeichnet.
(Autor: Axel Grehl, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Hochschule Pforzheim)

Prof. Dr. Stephan Fischer im Beirat der „Zukunft Personal“

Prof. Dr. Stephan Fischer

Dr. Stephan Fischer, Professor im Bereich Personalmanagement und Direktor des Instituts für Personalforschung (IfP) an der Hochschule Pforzheim, ist in den Beirat der größten Personalermesse Europas, der „Zukunft Personal“, berufen worden.
Mit seiner Expertise soll er die Zukunft der Personalfachmessen mitgestalten und strategisch weiterentwickeln. Im Beirat der Fachmesse sind Geschäftsführer ausstellender Unternehmen, renommierte Vertreter von Verbänden und HR-Initiativen aktiv. Sie repräsentieren die gesamte HR-Branche mit ihren vielfältigen Themenfeldern.

Prof. Dr. Thomas Cleff im Academic Council der National Taiwan University

Prof. Dr. Thomas Cleff bei der Urkundenübergabe

Dr. Thomas Cleff, Professor für Quantitative Methodern BWL und Dekan der Fakultät für Wirtschaft und Recht, wurde im März in das International Academic Council der School of Management der National Taiwan University of Science and Technology (NTUST) berufen. Die AACSB-akkreditierte NTUST mit Sitz in Taipei gehört zu den führenden Universitäten in Taiwan.

MCM x Liganova

Im Wintersemester kooperierte der Masterstudiengang Creative Communication and Brand Management mit der Stuttgarter Brand Retail Company LIGANOVA. Im Rahmen des Fachübergreifenden Projekts arbeiteten Studierende des 3. Semesters unter Leitung von Professorin Dr. Brigitte Gaiser an einem Case der Stuttgarter Agentur. Entstanden ist die Zusammenarbeit durch Alumnus Tim Gutekunst, der an der Hochschule Pforzheim Marketingkommunikation und Werbung studiert hat und zwischenzeitlich als Director Creative Strategy bei Liganova tätig ist. Zusammen mit seinen Kollegen Alexander Schulze (Consultant, Strategy) – ebenfalls Pforzheimer Alumnus – und Boris Baumann (Consultant, Conception and Creation) war er von den Ergebnissen der MCM'ler begeistert.

↗ hs-pforzheim.de/mcm

Das Projektteam Master MCM (Foto: LIGANOVA)

MKWE x IHK Nordschwarzwald

Im Bachelorstudiengang Marketingkommunikation und Werbung erarbeiteten Studierende des 6. und 7. Semesters ein Werbekonzept für die Geschäftsstelle der IHK Nordschwarzwald in Pforzheim.
Die Auftraggeber Tanja Traub (Mitglied der Geschäftsführung), Martin Keppler (Hauptgeschäftsführer) und Till Casper (Ehrenpräsident der IHK Nordschwarzwald) waren beeindruckt von den Ergebnissen und Umsetzungsvorschlägen, die die studentische Projektgruppe unter Leitung von Professorin Dr. Brigitte Gaiser geleitet erarbeitet hatte. Am liebsten wolle man sofort loslegen, so die IHK-Vertreter nach der Präsentation, und das Projekt in Zusammenarbeit mit den Studierenden zügig umsetzen.

↗ hs-pforzheim.de/werbung

Das Projektteam der Werber bei der IHK

MLICS x Porsche Digital GmbH

Über den gesamten Lebenszyklus eines Automobils, von der Rohstoffgewinnung bis zu Entsorgung und Recycling, hat die eigentliche Nutzungsphase die größten Umweltwirkungen. Niedrigerer Verbrauch pro Kilometer, weniger Fahrten, sparsame Fahrweise oder Kompensation entstandener CO2-Emissionen – gibt es einen Kompensationsmarkt für Automobilkunden aus dem Premium-Segment?
In Kooperation mit der Porsche Digital GmbH beschäftigte sich ein Team von Studierenden des Masterstudiengangs Life Cycle & Sustainability (MLiCS) im Modul „Projekt- und Forschungsfallstudien“ mit Fragen der Nachhaltigkeitsorientierung von Kunden. Das Team aus Buket Dumlupinar, Svenja Fahrner, Dominik Huber, Patrick Lenard und Elena Wege führte unter der Betreuung von Prof. Dr. Claus Lang-Koetz Literaturrecherchen und Experteninterviews durch, wendete Kreativitätstechniken an und setzte eine umfangreiche Endkundenbefragung um. Ergebnis: Es gibt in der Tat Premiumfahrer, die Interesse an einer CO2-Kompensation haben und eine entsprechende Zahlungsbereitschaft aufweisen. Die Studierenden erarbeiteten Vorschläge für die Ausgestaltung eines entsprechenden Angebots von Porsche. Die erzielten Erkenntnisse flossen direkt in das neue Angebot „Porsche Impact“ ein, das auf der Los Angeles Motor Show zusammen mit dem neuen Porsche 911 der Öffentlichkeit präsentiert wurde. Damit können Porsche-Fahrer den CO2-Abdruck des eigenen Porsche ermitteln und ausgleichen.

↗ hs-pforzheim.de/mlics

Das Projektteam Master Life Cycle & Sustainability

MBA x Bosch, MAHLE, 1&1 IONOS

Three different projects, three different topics, three different industries: The MBA students have successfully finished their company projects. The project teams worked on a four-month consultation project for Bosch, MAHLE, 1&1 IONOS, which were supervised by Prof. Dr. Juergen Janovsky, Prof. Dr. Harald Strotmann, and Prof. Dr. Oliver Schwaab, respectively. Topics included service transformation in the automobile industry, innovative Industry 4.0 solutions, and e-commerce strategy. Company projects gave students the opportunity experience real-life projects with working professionals. In addition, it also helped sharpen their leadership skills, enhance their collaboration skills internally and with the client, and strengthen their communication management.

For more information about the three projects see:
↗ businesspf.hs-pforzheim.de/studium/studierende/master/mba_international_management/detailansicht/news/company_projects_successfully_completed/

Bosch company project kick-off meeting

Fakultätsübergreifend: Interdisziplinäres Managementseminar

Studierende im i-MMS mit dem Roboter Vektor

Im Interdisziplinären Managementseminar lernen Studierende des siebten Semesters, Kenntnisse aus unterschiedlichen betriebswirtschaftlichen Lehrveranstaltungen zu vernetzen und auf praktische Unternehmenssituationen anzuwenden. Die Aufgabenstellung: BWL-Studierende finden sich mit Studierenden der Fakultäten für Gestaltung und Technik, die etwas Neues „erfunden, gestaltet oder entwickelt“ haben, zusammen. Aufgabe der angehenden Betriebswirtinnen und Betriebswirte ist es, Marktchancen zu identifizieren und eine geeignete Ansprache für Investoren zu entwickeln. „Das Besondere an dem Interdisziplinären Managementseminar ist, dass die Studierenden der Business School zunächst einmal das Produkt oder die Erfindung verstehen müssen, für die sie anschließend eine betriebswirtschaftliche Story entwickeln“, erläutert Dr. Marcus Scholz, Professor für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Corporate Finance den umfassenden fachlichen Anspruch an die Studierenden.

Das interdisziplinäre Managementseminar (i-MMS) findet bereits seit dem Wintersemester 2016/2017 statt. Mit den Kooperationspartnern Professor Dr. Jan Of von der Fakultät für Gestaltung, den Professoren Dr.-Ing. Mike Barth und Dr.-Ing. Sascha Seifert von der Fakultät für Technik, Stefan Hammes von der IHK Nordschwarzwald sowie Stefanie Wetzke aus dem Hotspot-Team ermöglicht das interdisziplinären Managementseminars den Studierenden einen Perspektivwechsel: Studierende der Fakultät für Wirtschaft und Recht entwickeln ein Verständnis für die Semesterarbeiten ihrer Kommilitoninnen und Kommilitonen aus den anderen Fakultäten, analysieren diese wissenschaftlich und identifizieren das wirtschaftliche Potenzial der Semesterarbeiten.

Indem sie betriebswirtschaftliche Lösungsvorschläge für den nächsten Schritt entwickeln, generieren sie einen fachlich-inhaltlichen Mehrwert. Die Studierenden aus der Gestaltung und Technik lernen, den BWL-Studierenden ihre Entwicklungen verständlich zu erklären und werden ihrerseits mit betriebswirtschaftlichen Beurteilungskriterien konfrontiert. Dabei zeigt sich, wie unterschiedlich die Studierendengruppen an Projekte herangehen und wo sie Schwerpunkte legen – gerade die Kombination der verschiedenen Denkansätze führt zu guten Ergebnissen. Im Sommersemester 2019 arbeiteten die Studierenden erstmals eng in interdisziplinären, fakultätsübergreifenden Teams zusammen.

Dieses Semester stand neben der Zusammenarbeit mit den Kooperationspartnern Kulturhaus Osterfeld und der Membratech GmbH die Analyse von innovativen Erfindungen und Entwicklungen im Fokus. Dafür hatten die BWL-Studierenden im Rahmen der Werkschau vom Februar 2019 die beiden Projekte „Inocap Vaporizer“ und den Schwamm „Clearo“ ausgewählt. Auch eine von Technik-Studierenden entwickelte Software für Augmented Reality Brillen nahmen sie genauer unter die Lupe. Die angehenden Betriebswirtinnen und Betriebswirte analysierten den Markt und erarbeiteten konkrete Empfehlungen für nächste Schritte zur Unternehmensgründung und Produkteinführung.

Ein Novum bildete die erste komplett interdisziplinäre Gruppe um den Roboter Elly, der Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel beim Girlsday vorgeführt wurde. Die Gruppe hat es sich zur Aufgabe gemacht, den Roboter-Vektor weiterzuentwickeln und einen umfassenden Smart-Home-Assistenten zu gestalten und an den Markt zu bringen. In der Zusammenarbeit von je einem Studierenden aus allen drei Fakultäten wurde besonders deutlich, dass die Zugänge zu den Projekten und Schwerpunkte, die sie jeweils legen, unterschiedlich sind. Durch die Kombination der verschiedenen Denkansätze konnten dann spannende und visionäre Ergebnisse erzielt werden. Über alle Teams hinweg ließen sich eine hohe Identifikation mit dem Thema und kontroverse, aber konstruktive Diskussionen beobachten. Alle Studierenden konnten von der Perspektive der anderen profitieren und empfanden die Quervernetzung als sehr fruchtbar.

In den kommenden Semestern werden die drei kooperierenden Professoren das interdisziplinäre Projekt gemeinsam weiterführen. Professor Dr. Mike Barth aus der Fakultät für Technik unterstreicht die Bedeutung des Projekts: „Um aus einer Idee einen Erfolg zu machen, bedarf es der fakultätsübergreifenden Zusammenarbeit. Das i-MMS bildet für uns eine hervorragende Plattform.“ Auch Professor Dr. Jan Of, Fakultät für Gestaltung, betont den besonderen Ertrag des Kurses: „Die Studierenden sind sehr interessiert, ihre Ideen auch unter kommerziellen Gesichtspunkten weiterzutreiben. Jedes Semester werden von den Studierenden an der Fakultät für Gestaltung eine Vielzahl an kreativen Ideen und Produkten erarbeitet, die ein sehr großes Potential haben, im Rahmen einer unternehmerischen Tätigkeit weiterentwickelt zu werden. Insbesondere vor dem Hintergrund der interdisziplinär ausgerichteten Hochschulstrategie und Initiativen zur Förderung der Gründerkultur ist das i-MMS ein wunderbares Konzept, um die komplementären Fähigkeiten unserer vielseitigen Studierenden zusammen zu führen.“

Die IHK Nordschwarzwald hatte die Teilnehmer/innen des Interdisziplinären Managementseminars zur Präsentation der Ergebnisse in ihre Räumlichkeiten eingeladen. „Die Pforzheimer Studierenden haben mich durch ihre hohe Präsentationkompetenz, ihr breites Fachwissen und ihre Kreativität gerade im Zusammenhang mit der Begleitung und Bewertung von Start-Ups überzeugt“, freut sich Stefan Hammes, Bereichsleiter bei der IHK, über die gelungene Zusammenarbeit.

Praxisnah: 20 Jahre REFILL – The Brand Event

Zwei Jahrzehnte ist es her, dass die Professoren Dr. Brigitte Gaiser, Richard Linxweiler und Dr. Jürgen Janovsky „REFILL – The Brand Event“ aus der Traufe hoben. Seit dem Jahr 1999 kommen Studierende der Marketingstudiengänge und Gäste aus der Werbepraxis zusammen, um an zwei Tagen ihre „Kreativitätstanks“ aufzufüllen und die Brücke zwischen Theorie und Praxis zu schlagen.

2019 fand der 20. REFILL organisiert von der studentischen Initative Werbeliebe und unter Federführung des Studiendekans Professor Dr. Jörg Tropp statt. Das studentische Event ist zwischenzeitlich zur Marke geworden. Jeweils im Sommersemester versammelt sich das „Who is Who“ der Werbebranche an der Hochschule Pforzheim, darunter Jung von Matt, Die Crew, Argonauten oder Saatchi & Saatchi, um gemeinsam mit studentischen Teams Werbekampagnen zu entwickeln. Dieses Jahr erarbeiten 90 Studierende unter Anleitung von sechs renommierten Agenturen innerhalb von zwei intensiven Tagen Kampagnen, die strategisch fundiert und zugleich kreativ sein müssen. Am Ende des zweiten Tages präsentieren sie Ihre Lösungsvorschläge vor einer Jury, die das Gewinnerteam kürt. Auftraggeber ist jeweils eine Non-Profit-Organisation, die durch REFILL neue, kreative Impulse für ihre Arbeit erhält. Die Agenturen haben die Möglichkeit, Nachwuchstalente zu entdecken und frühzeitig an sich zu binden. Und die Studierenden vertiefen unter dem fachkundigen Coaching der Agenturvertreter ihre Fähigkeit, strategisch zu denken, kreative Lösungen zu erarbeiten und diese überzeugend zu präsentieren. So entsteht eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten. In diesem Jahr stellte die Marke LEMONAID+ den Case: Aufgabe war es, mittels einer Kampagne auf das soziale Engagement der Marke LEMONAID+ aufmerksam zu machen. Gewonnen hat das Team der Agentur Philipp und Keuntje mit der Kampagne „Henne – AID+ Problem“.

Das Siegerteam der Studierenden und der Agentur PUK

www.werbeliebe.de

MHRM: Exkursion an die Seine

Mittlerweile gute Tradition: Im Frühjahr waren Studierende des Master Human Resources Management der Hochschule Pforzheim zu einem deutsch-französischen Seminar in Paris. Vom 3. bis zum 7. Februar trafen sie sich in Begleitung von Professor Dr. Markus-Oliver Schwaab und der akademischen Mitarbeiterin Ulrike Mosbach mit Studierenden der Partnerhochschule Telecom Business School.

In Kleingruppen arbeiteten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer drei Tage lang an Unternehmensprojekten von NOKIA, LCL, Ipsen, Sopra Steria und La Biosthétique Paris. Dabei konnten sie sich nicht nur fachlich austauschen und viel Neues lernen, sondern auch einige interkulturelle Erfahrungen sammeln. Die Ergebnisse stellten sie in den Räumen von Ipsen in Boulogne-Billancourt den Vertretern der beteiligten Firmen, anderen Studierenden und Hochschulvertretern vor.
Nach getaner Arbeit ging es zu La Biosthétique Paris, wo alle Studierenden zu einem Empfang – die Franzosen sprechen von Cocktail – eingeladen waren. Mit Blick auf den Arc de Triomphe und den Eiffelturm konnten so alle Beteiligten auf eine gelungene Veranstaltung und zahlreiche neue Erkenntnisse anstoßen. Der besondere Dank geht an La Biosthétique Paris für die großzügige Einladung, die einmal mehr einen Höhepunkt der Frankreichfahrt darstellte.

Am Abschlusstag nutzte die Pforzheimer Gruppe die Gelegenheit zum Besuch der französischen Headquarter von SAP und EY. Führungskräfte gewährten einen interessanten Einblick in die Personalpolitik der Unternehmen und zu verschiedenen innovativen Projekten zur digitalen Transformation. Auch dass die Studierenden bei strahlendem Sonnenschein aus dem 20. bzw. 26. Stockwerk die französische Hauptstadt nochmals aus einer anderen Perspektive erleben konnten, dürfte dafür sorgen, dass sie die Tage an der Seine noch lange in guter Erinnerung behalten werden.

> www.hs-pforzheim.de/hrm

Elke Manjet bei VIA IMPULSE: „Bring everything you are – become everything you want“

„VIA Impulse“ soll keine Ein-Weg-Kommunikation sein. Das machte Prodekan Professor Dr. Markus-Oliver Schwaab gleich zu Beginn der Veranstaltung deutlich: „Sie sind nachher gefordert!“ rief er den Erstsemestern zu, die zum Start des Sommersemesters 2019 im Rahmen ihrer Auftaktveranstaltungen die Chance hatten, Fragen an eine erfolgreiche Alumna der Fakultät zu stellen. Mit Elke Manjet konnte VIA Impulse eine Absolventin des Studiengangs Personalmanagement begrüßen, die im Jahr 2000 ihren Abschluss in Pforzheim gemacht hat und heute HR Business Partner bei der SAP AG ist.

„Auch in Pforzheim verändert sich Einiges“, stellte Elke Manjet mit einem Augenzwinkern fest. Gleich zu Beginn ihres Vortrags gab sie den Studienanfängern durch einen Video-Clip einen Eindruck davon, wie die SAP AG ihr Unternehmensmotto „Make the world run better and change people’s life“ in die Realität umsetzt. Das Unternehmen versucht, das Leben von jungen Menschen in Afrika durch Bildungschancen zum Positiven zu verändern. Manjet ist „stolz darauf, bei einem sozial engagierten Unternehmen tätig zu sein“ und findet es wichtig, dass Menschen nicht „abgehängt“ werden, sondern ein Verständnis dafür entwickeln, was Algorithmen mittels Daten erzeugen können. Damit war Manjet auch direkt bei der Bedeutung des Kürzels SAP: Systeme – Anwendungen – Produkte. Mit gegründet vom inzwischen 75-jährigen Hasso Plattner, der nach wie vor im Aufsichtsrat des Konzerns sitzt, verfolge SAP die Grundhaltung, seinen Mitarbeitern vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten zu bieten - wie etwa eine dreimonatige Teilnahme am Bildungsprojekt in Afrika -, die Initiative müsse jedoch von Mitarbeiterseite ausgehen. Dass SAP eine global agierende Firma sei, macht Elke Manjet „wahnsinnig Spaß“: Mit Kollegen in China, Indien oder dem kalifornischen Palo Alto lerne man viel über unterschiedliche Kulturen, Sichtweisen und Herangehensweisen und gelange zu der Erkenntnis, dass man nur gemeinsam etwas gestalten könne. „Die Globalisierung ist unaufhaltsam“, so Manjets Einschätzung, „auch Hidden Champions müssen sich auf andere Märkte einstellen“. Durch Trainings in interkulturellen Teams lerne man bei SAP, Verständnis füreinander zu entwickeln und sich der gemeinsamen Ziele bewusst zu werden. „Langfristig lohnt sich die Investition von Unternehmen in Teamentwicklungsmaßnahmen“, so die HR-Expertin.

„Make the world run better and change people’s life.“

Der Unternehmensslogan „Bring everything you are – become everything you want“ solle ausdrücken, dass bei SAP jeder mit seiner Geschichte und Persönlichkeit, seinen Erfahrungen und dem bisher Gelernten akzeptiert werde. „Es liegt an einem selbst, den eigenen Weg zu gestalten“, erläutert Manjet die Entwicklungsmöglichkeiten bei ihrem Arbeitgeber – zwar gebe es dort definierte Karrierepfade, die aber nicht stringent befolgt würden. Unterschiedliche Kundenanforderungen, die nicht durch lineare Lösungen erfüllt werden könnten, machten eine Diversität an Mitarbeitern unabdingbar – daher sei die Persönlichkeit, wie offen und flexibel in der „Denke“ jemand sei, bei der Rekrutierung das entscheidende Kriterium.

„Es liegt an einem selbst, den eigenen Weg zu gestalten.“

Insbesondere in der schnelllebigen Technologiebranche sei die permanente Weiterentwicklung, die Bereitschaft umzulernen und neu zu lernen, die Hauptanforderung an die Mitarbeiter, macht Elke Manjet den Studienanfängern deutlich: „Wissen hat eine kurze Halbwertszeit“. Zwar stelle das Studium eine gute Grundlage dar. Dies bedeute aber nicht, sich später zurücklehnen zu können – vielmehr sei es entscheidend, als „Life long learner“ durch Trainings „dranzubleiben“ und angesichts rascher Veränderungen im Unternehmensumfeld nicht den Anschluss zu verlieren.

„Werte wie Respekt und Offenheit im Geschäftsleben bewahren und nicht vergessen, wo man herkommt.“

Im Rückblick auf ihren bisherigen Lebensweg empfindet Elke Manjet, die in Rumänien geboren wurde und dort bis zu ihrem 16. Lebensjahr aufwuchs, zunächst ihre Ausbildung als Bürokauffrau lehrreich, weil diese ihr deutlich machte, wie eine Firma „von innen“ funktioniere. Nach dem Erlangen der Fachhochschulreife nahm Manjet ihr Studium des Personalmanagements in Pforzheim auf, dessen starker Praxisbezug ihr hilfreiche Einblicke gewährte, welche Prozesse in einem Unternehmen abliefen. Ihre ersten Praxiserfahrungen im Rahmen von Praxissemester, Werkstudententätigkeit und Diplomarbeit sammelte Elke Manjet in unterschiedlichen Branchen, wie beispielsweise bei der Daimler AG und bei Bosch Siemens Hausgeräte. Nach dem Berufseinstieg bei Microsoft kam sie zu einem Spin-off der SAP AG und ist seit mittlerweile 17 Jahren im Konzern tätig. Die breite Grundlage ihres BWL-Studiums sei ihr dabei insbesondere in den letzten Jahren von Nutzen gewesen, weil ihr berufliches Profil sich im Lauf der Zeit ebenfalls erweitert habe und die Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen eine große Rolle spiele.

„mutig sein, sich viel zutrauen, da hin gehen, wo es nicht unbedingt komfortabel ist!“

Manjet ermutigte die „Newies“, angestammte Pfade zu verlassen und gelegentlich ein gewisses Risiko einzugehen: „Go where the heat is – bearbeiten Sie Themen, die im Fokus stehen!“. Außerdem gab sie ihnen den Rat, sich ein Netzwerk aufzubauen – vieles laufe in der Karriere informell, abseits starrer Entscheidungswege ab, und es sei wichtig, gesehen zu werden und nicht nur Aufgaben abzuarbeiten. Und letzten Endes solle man sich Werte wie Respekt und Offenheit im Geschäftsleben bewahren und „nicht vergessen, wo man herkommt“.

Im Anschluss an Elke Manjets Ausführungen moderierte Prodekan Markus-Oliver Schwaab die Fragerunde mit den Erstsemestern. Die Fragen kamen zahlreich und drehten sich u.a. um Rekrutierungsinstrumente und Anreizsysteme bei der SAP AG sowie die Anforderungen im Hinblick auf Mobilität bzw. Auslandseinsätze und die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben.

Als abschließende Botschaft gab Elke Manjet den Studienanfängern mit auf den Weg, sie sollten „mutig sein, sich viel zutrauen, da hin gehen, wo es nicht unbedingt komfortabel ist!“.

Elke Manjet bei „VIA Impulse“ zum Auftakt des Sommersemesters 2019

In den Medien

Prof. Dr. Brönneke zu Gast beim ARD-Buffet: Nutzungsdauer von Produkten

Dr. Tobias Brönneke, Professor für Wirtschaftsrecht mit Schwerpunkt Verbraucherschutzrecht, Wirtschaftsverwaltungsrecht und IT-Recht, war am Mittwoch, 13. Februar, zu Gast beim ARD-Buffet. Er sprach zum Thema "Elektrogeräte länger nutzen".
Viele Elektrogeräte verschleißen bereits nach wenigen Jahren. Das ärgert nicht nur die Konsumenten, sondern sorgt auch für einen stetig wachsenden Berg an Elektroschrott. Tobias Brönneke erklärte in der Sendung, ob System dahinter steckt und Unternehmen den Verschleiß von Produkten planen. Außerdem gab er Tipps, wie Kunden mit ihrem Einkaufsverhalten diesem Trend entgegenwirken und wie sie die Nutzungsdauer von Produkten verlängern können.

mediathek.daserste.de/ARD-Buffet/Elektroger%C3%A4te-l%C3%A4nger-nutzen/Video?bcastId=428628&documentId=60232756&fbclid=IwAR3G_g9509QRrfRpWrRultFo1NQPWt-pte6D8t-LNzk12MTK2o-8unaa3x98

Prof. Dr. Tobias Brönneke beim ARD-Buffet

Professor Richard Linxweiler in der BNN: Düfte als Instrument im Marketing

Düfte lösen Emotionen aus und werden deshalb gern zur Steigerung des Verkaufs von Produkten verwendet. Ob in der Autoindustrie, in Hotels oder in Modegeschäften, das Duftmarketing ist schon seit längerer Zeit ein wichtiges Instrument im Marketing. Richard Linxweiler, Professor für Brand Management und Markenführung, wurde zu diesem Thema von den Badischen Neuesten Nachrichten interviewt. Der Beitrag erschien am 26.1.2019 im Ressort Wirtschaft.

bnn.de/lokales/pforzheim/duftmarketing-betoerend-oder-verstoerend

Prof. Richard Linxweiler in der BNN

Aus der Forschung

Innovationsmanagement der Zukunft für kleine und mittlere Unternehmen – selbst organisiert und vernetzt

„Selbstorganisiertes Innovationsmanagement im digitalen Zeitalter“ (InnoDiZ) lautet der Titel eines dreijährigen Forschungsprojekts, das Professor Dr. Claus Lang-Koetz (Institut für Industrial Ecology INEC), Professor Dr. Stephan Fischer und Dr. Sabrina Weber (Institut für Personalforschung IfP) mit Unternehmen unterschiedlicher Branchen umsetzen. Ziel ist ein Blended-Learning-Konzept mit Online-Plattform für die virtuelle überbetriebliche Zusammenarbeit kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) zum Thema agiles Innovationsmanagement.

„Die Plattform soll KMU helfen, für die Praxis nutzbare Methoden zu erlernen und sich mit anderen Unternehmen darüber auszutauschen. Eine Firma mit knapp 100 Mitarbeitenden beispielsweise kann so Know-how aufbauen und sich mit anderen Unternehmen austauschen, ohne eine eigene Stelle dafür einrichten zu müssen“, erläutert Professor Dr. Claus Lang-Koetz. Veränderungen wie die Digitalisierung und die Globalisierung sowie gesellschaftliche Entwicklungen wie der demografische Wandel führen zu einem tiefgreifenden Umbruch der Arbeitswelt. Das Anliegen der Fördermaßnahme „Zukunft der Arbeit: Mittelstand – innovativ und sozial“ ist es, neue Konzepte und Werkzeuge der Arbeitsgestaltung und -organisation in und mit mittelständischen Unternehmen zu entwickeln. Die unter Berücksichtigung arbeitswissenschaftlicher Erkenntnisse erzielten Ergebnisse sollen Gestaltungsmöglichkeiten liefern, die für die Zukunft der Arbeit zum Standard werden können. Die direkte Verwertbarkeit in Unternehmen und Organisationen und damit die Entfaltung einer gesellschaftlich relevanten Wirkung sind wesentliche Ziele. Dazu werden die Forschungsergebnisse in direkter Zusammenarbeit mit mittelständischen Unternehmen erprobt und über pilothafte Umsetzungen breit in die betriebliche Praxis in Deutschland überführt. Damit stehen die Belange von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) im besonderen Fokus. Das Forschungsprojekt InnoDiZ hat zum Ziel, eine Online-Plattform für virtuelle überbetriebliche Zusammenarbeit zu erproben, die interne Innovationsprozesse unterstützen soll. Es werden messbare Steigerungen der Prozess- und Produktinnovationen in Qualität und Rate erwartet. Zentraler Ansatzpunkt ist die überbetriebliche Weiterbildung von Fach- und Führungskräften zu Innovationsmanagern bzw. -akteuren, um damit ein selbstorganisiertes Innovationsmanagement, basierend auf agilem Veränderungsmanagement, im eigenen Unternehmen zu etablieren. Professor Dr. Stephan Fischer von der Hochschule Pforzheim unterstrich beim Auftakt-Meeting der Projektpartner die Bedeutung für die Wirtschaft. „Die Nutzung agiler Methoden und der dazu gehörenden Haltung in der IT-Branche hat gezeigt, dass diese Vorgehensweise für die Initiierung schneller Entwicklungssprünge sehr geeignet ist. Durch eine branchenspezifisch angepasste Übertragung des agilen Arbeitens, kombiniert mit überbetrieblicher Kollaboration und systematischem Kompetenzaufbau, vermuten wir für produzierende KMU im Innovationsmanagement einen ähnlichen Entwicklungssprung.“ Geleitet wird das Verbundforschungsprojekt von der Beratungsfirma imu augsburg GmbH & Co. KG. „Wir denken, dass das Innovationsmanagement der Zukunft nicht durch Hierarchien geprägt wird, sondern auf der Basis von Mitarbeiterkompetenzen deutlich wirksamer selbst organisiert werden kann. Dazu ist es jedoch nötig, dass agil gearbeitet wird und Methoden-Know-how auf allen Ebenen im Unternehmen vorliegt. Hier setzt unser Projekt an.“, so Dr. Stefan Enzler, geschäftsführender Gesellschafter der imu und Projektleiter. Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) und der Europäische Sozialfonds (ESF) fördern das Projekt mit rund 1,6 Millionen Euro im Rahmen der BMBF-Fördermaßnahme „Zukunft der Arbeit: Mittelstand – innovativ und sozial“ im Programm „Forschung für die Produktion von morgen“ (betreut durch den Projektträger Karlsruhe).

Das Kernteam des Forschungsprojekts InnoDiZ: Annika Reischl, Professor Dr. Claus Lang-Koetz, Felix Gnann (imu augsburg), Michael Witzke (blink.it), Monika Luger, Dr. Stefan Enzler (imu augsburg), Professor Dr. Stephan Fischer. Nicht auf dem Bild: Dr. Sabrina Weber. Dr. Claus Lang-Koetz ist Professor für Nachhaltiges Technologie- und Innovationsmanagement, Dr. Stephan Fischer ist Professor für Personalmanagement und Organisationsberatung, Dr. Sabrina Weber ist Akademische Mitarbeiterin im Institut für Personalforschung der Hochschule.

Kontakt:
Prof. Dr. Claus Lang-Koetz
claus.lang-koetz@hs-pforzheim.de
T 6427

Prof. Dr. Stephan Fischer
stephan.fischer@hs-pforzheim.de
T 6383

Dr. Sabrina Weber
sabrina.weber@hs-pforzheim.de
T 6379

Personaler-Stammtisch in München

Am 21. Januar 2019 trafen sich Ehemalige der Personalstudiengänge zum Personalerstammtisch im Restaurant „Soda“ in München. Zahlreiche Absolventinnen und Absolventen folgten der Einladung zum dritten Stammtisch dieser Art. Sie alle haben seit ihrem Studienabschluss in Pforzheim in verantwortungsvollen Aufgaben und bei renommierten Arbeitgebern Fuß gefasst – unter anderem Adobe, Allianz, BCG, BMW, MAN und Paulaner. Auch der Unternehmensgründer Berno Breitruck (attempto) ließ es sich nicht nehmen vorbeizuschauen. Die Professoren Dr. Günther Bergmann und Dr. Markus-Oliver Schwaab freuten sich, in so großer Runde Erinnerungen aufzufrischen und aktuelle HR-Themen diskutieren zu können. Angesichts der positiven Resonanz stand am Ende des Abends fest: Fortsetzung folgt bei passender Gelegenheit!

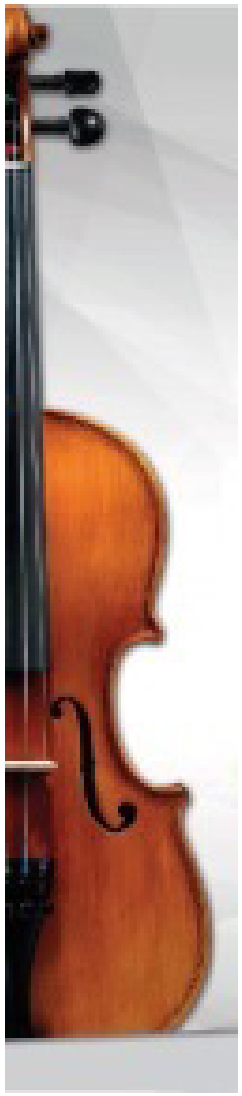
Personaler-Alumni: lange Tafel für das Netzwerken

Das Hochschulorchester sucht neue Mitwirkende

Das Orchester der Hochschule Pforzheim sucht Ensemblemitglieder. Unter der Leitung eines professionellen Dirigenten erarbeitet das von AStA und FAV geförderte Orchester klassische Orchesterliteratur verschiedener Epochen. Neben Studierenden werden Hochschulmitarbeiterinnen und -mitarbeiter sowie Alumni aus dem Raum Pforzheim gesucht, die einen dauerhaften Kern des Ensembles bilden und helfen, musikalische Brücken zwischen den Generationen zu schlagen.

Die Proben finden montags um 20:30 Uhr im 2. OG in der Östlichen Karl-Friedrich-Str. 24 statt.

Kontakt:
orchester@hs-pforzheim.de
hs-pforzheim.de/studium/studentisches_leben/asta/bands_orchester



Herzliche Einladung: Alumni-Treffen IMPULSE '19 und Lange Nacht der Wissenschaft am 29. Mai 2019

Am 29. Mai 2019 findet die IMPULSE ’19, das fünfte fakultätsweite Alumni-Treffen, in Verbindung mit der Langen Nacht der Wissenschaft statt. Dazu laden wir Sie herzlich ein!

Als Alumni haben Sie – ganz nach der Devise „Impulse geben und Impulse aufnehmen“ – die Gelegenheit, Ihre ehemaligen Kommilitoninnen und Kommilitonen, die Professorinnen und Professoren von damals und heute sowie aktuelle Studierende auf dem Pforzheimer Campus (wieder) zu treffen. Los geht es um 15.00 Uhr mit einem Get together und der offiziellen Begrüßungsveranstaltung. Anschließend können Sie das Programm Ihres ehemaligen Studiengangs besuchen oder auch in die Veranstaltungen eines anderen Programms hineinschnuppern.

Ab 18.00 Uhr öffnet dann die Hochschule ihre Pforten für die Lange Nacht der Wissenschaft. Bis 24.00 Uhr erwarten Sie spannende Impulsvorträge von Lehrenden aus allen drei Fakultäten. Professor Dr. Hanno Beck eröffnet das Programm mit dem Thema „Dr. Seltsam oder wie ich lernte, Diäten zu lieben – Spieltheorie, nukleares Wettrüsten und gute Vorsätze“. In den nachfolgenden Vorträgen können Sie zum Beispiel mit den Panzerknackern neue Fälle aus der Wirtschaftskriminalität erleben, Temperamentsunterschiede zwischen Norden und Süden kennenlernen oder Wege aus der Informationsflut kennenlernen. Zudem besteht die Möglichkeit zur Teilnahme an spannenden Workshops, Laborführungen und einem speziellen Programm für Kinder und Jugendliche.

Die IMPULSE '19 richtet sich an alle Alumni der Fakultät für Wirtschaft und Recht. Die Teilnahme ist kostenlos. Nähere Informationen erhalten Sie unter:
≻ businesspf.hs-pforzheim.de/alumni/veranstaltungen/impulse_2019

Die Lange Nacht der Wissenschaft richtet sich an Studierende, Eltern, Alumni, Unternehmenspartner sowie alle weiteren Gäste aus nah und fern. Auch hier ist die Teilnahme kostenlos. Für die Workshops, Laborführungen und beim Kinder- und Jugendprogramm ist eine Voranmeldung erforderlich. Die Teilnahme ist kostenlos. Nähere Informationen erhalten Sie unter:
≻ hs-pforzheim.de/hochschule/oeffentlichkeit/lange_nacht_der_wissenschaft

Wir hoffen, Sie am 29. Mai 2019 hier an der Hochschule begrüßen zu dürfen und freuen uns auf das Wiedersehen mit Ihnen!

Mai

22.
Studium Generale – „Arbeit und Spiel. Die Ludifizierung der Arbeitswelt“ (Nora Stampfl)

23.
Ringvorlesung Ressourceneffizienz und Nachhaltigkeit – „Die Produkte der Zukunft: grün und sozialverträglich?" (Prof. Dr. Claus Lang-Koetz)

28.
HR-Trends der Zukunft – Business meets Science

29.
IMPULSE '19 – Alumnitreffen an der Business School

29.
Lange Nacht der Wissenschaft 2019

Juni

5.
Studium Generale – „Gehen uns die Rohstoffe aus? Ressourceneffizienz und nachhaltige Industriegesellschaft“ (Prof. Dr. Mario Schmidt)

6.
Ringvorlesung Ressourceneffizienz und Nachhaltigkeit – „Change Management" (Stefanie Heine)

6.
PersonalForum – „Durch Mitarbeiterzufriedenheit zum attraktiven Arbeitgeber" (Iris Wagner)

26.
Preiszeit und BGS Inauguration Ceremony

Juli

11.
Ende der Klausurzeit des Sommersemesters

12. - 13.
WERKSCHAU der Fakultät für Gestaltung

#persönlich:
Vier Fragen an ...
Alumna Prof. Dr. Katrin Hamacher

Katrin Hamacher studierte von 2010 bis 2012 im § 13b WPO-akkreditieren Master Auditing, Business and Law an der Hochschule Pforzheim. Nach dem Abschluss kehrte sie zunächst in die Wirtschaftsprüfung zu EY zurück und wechselte anschließend intern in die Transaction Tax. Nach abgelegtem Steuerberater- und Wirtschaftsprüferexamen sowie der Promotion an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf wurde Katrin Hamacher im August 2018 an der Technischen Hochschule Köln zur Professorin für Finanzwirtschaft und Rechnungswesen berufen. In ihrer Freizeit läuft sie gerne, geht weiterhin ihrer großen Leidenschaft des (Fern-)Reisens nach und bezwingt die Gipfel der Alpen, um „den Kopf freizubekommen".

Mitgenommen aus dem Studium habe ich...
... weit mehr als die § 13b WPO Akkreditierung des Studiengangs für das Wirtschaftsprüferexamen, die der Grund für meine Wahl der Hochschule Pforzheim war. Die Thematik „Steuern" hat mir erstmalig richtig Spaß gemacht und meinen weiteren beruflichen Weg determiniert. Ohne dieses neugeweckte Interesse hätte ich wohl nicht von der Audit in die steuerliche Transaktionsberatung gewechselt. Aufgrund der kleinen Gruppengröße habe ich auch heute noch regelmäßigen Kontakt zu einigen Kommilitonen und Professoren. Für mich ist somit eine enge Verbundenheit mit der Zeit des Masterstudiums geblieben.

Die schlimmste Prüfung war für mich ...
... Statistik, trotz einem super Professor. Obwohl ich ein Faible für Zahlen habe, war das erstaunlicherweise auch schon im Bachelorstudium so.

Wenn ich mehr Zeit zur Verfügung hätte, ...
... würde ich noch viel mehr durch die Welt reisen. Schon damals habe ich die Semesterferien für Backpacking-Touren genutzt. Fernab von all dem Bekannten erweitert sich der eigene Horizont. Bei der Rückkehr nach Hause hat man sich dann immer ein Stückchen verändert und begutachtet seine Umgebung mit neuen Augen.

Mein Tipp für Studierende ...
Die Studienzeit gibt einem die Möglichkeit herauszufinden, wer man ist und was man mit seinem Leben anstellen möchte. Nehmen Sie sich die Zeit dies zu entdecken, denn jetzt kann der Weg noch einfach und unproblematisch verändert werden. Verlassen Sie Ihre Komfortzone und entdecken Sie eine neue Stadt als Studienort oder gleich eine neue Kultur im Auslandssemester. Auch dies ist in jungen Jahren unter Gleichgesinnten einfach und sehr prägend. Vielfach entwickeln sich gerade Kommilitonen zu langjährigen Freundschaften, also haben Sie Spaß!

businesspf.hs-pforzheim.de/mabl

Die nächste Ausgabe des Newsletters erscheint im Juli 2019. Erfahren Sie, was sich im Sommersemester bei uns an der Business School getan hat. Lesen Sie vom Alumni-Event IMPULSE ’19, der Langen Nacht der Wissenschaft und anderen Veranstaltungen. Wir zeigen Ihnen Impressionen von den Exkursionen unserer Bachelor- und Masterstudiengänge und berichten wie gewohnt auch über aktuelle Lehr- und Forschungsprojekte. Professor Dr. Bernd Noll, der sich zum Semesterende in den wohlverdienten Unruhestand verabschieden wird, erzählt im Interview von der Entwicklung des Faches Wirtschaftsethik an den Hochschulen im Ländle, seinen 60 Semestern Lehre und was er sich die bevorstehende Vita Comtemplativa so vorstellt. Lernen Sie außerdem Gastprofessorin Waheeda Lillevik, PhD, von der School of Business in New Jersey und ihren Blick auf Leadership sowie lebenslanges Lernen kennen. Außerdem stellen wir Ihnen eine Alumna vor, die als Network Development Senior Executive bei Mercedes-Benz Cars Middle East in Dubai tätig ist und gerne mal in der Wüste zeltet.

Wir freuen uns auf Ihr Feedback zu dieser Ausgabe, auf Themenvorschläge für künftige Newsletter und laden Sie herzlich ein, auch eigene Beiträge zu verfassen!

Der Newsletter erscheint viermal im Jahr, jeweils am Beginn und Ende der Vorlesungszeit. Er geht in unterschiedlichen Versionen und Themenzuschnitten an Kolleginnen und Kollegen intern, an unsere Studierenden, an die rund 10.000 Alumni in unserer WiR-Alumni-Datenbank, den Beirat der Business School und an unsere Pensionäre.

HS PF
Hochschule Pforzheim
Fakultät für Wirtschaft und Recht
Business School

Bianca Hoeger-Klittich
bianca.hoeger-klittich@hs-pforzheim.de

Prof. Dr. Simone Huck-Sandhu
simone.huck-sandhu@hs-pforzheim.de