Oktober 2019

HS PF

Business PF
Newsletter

Thema

Distinctive

Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser,

das Wintersemester hat begonnen und mit ihm ist wieder Leben auf dem Campus eingekehrt. Im September durften wir an die 600 Bachelor- und mehr als 225 Masterstudierende neu an der Fakultät für Wirtschaft und Recht begrüßen. Hinzu kommen die zahlreichen Austauschstudierenden von Partnerhochschulen, die ein halbes oder ganzes Jahr bei uns zu Gast sein werden.

In diesem Newsletter berichten wir über den Start des neuen Semesters. Wir richten den Blick aber auch zurück auf das, was sich über den Sommer an der Business School getan hat. Zudem lesen Sie im Schwerpunktthema dieses Newsletters, warum und inwiefern die „Distinctiveness“ eine Rolle für unsere Arbeit in Lehre, Forschung und der Kommunikation spielt und wo sich diese Besonderheit im Engagement unserer Studierenden, in Studienprojekten oder auch Abschlussarbeiten zeigt.

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen

Ihr Dekanat
Thomas Cleff, Simone Huck-Sandhu, Robert Nothhelfer,
Markus-Oliver Schwaab und Harald Strotmann

[dis'tiŋktiv]

Für das deutsche Ohr klingt der Begriff erst einmal ungewohnt. „Distinctive“ – was ist genau gemeint? Uns fehlt ein Begriff, der die verschiedenen Facetten des englischen Wortes angemessen ausdrükken könnte: Distinctive heißt so viel wie unterscheidbar und unverwechselbar. Aber auch eigen. Und: ganz besonders! Was macht die Business School Pforzheim so besonders? Was unterscheidet uns und unser Studienangebot von anderen, die auch Studiengänge in den Bereichen BWL oder Wirtschaftsrecht anbieten? Haben wir eine eigene, besondere Perspektive in der Forschung? Und wie wird unser Angebot für Studienbewerber und Studierende sowie für Wirtschaft, Politik und Gesellschaft sichtbar?

Schwerpunktthema
- Distinctive 4
- Auf einen Kaffee mit... 9
- Einsatz in Südafrika 14

Einblick
- Business PF neu auf Instagram und YouTube 18
- Preise und Auszeichnungen 21
- Preiszeit und Beta Gamma Sigma 22

Rückblick
- Praxisprojekte 25
- Ausgezeichnet mit Erfindertrophäe 27
- VIA IMPULSE 31

Ausblick
- Termine 35

Weitblick
- Vier Fragen an ... 36

Einzigartig, eigenständig und unverwechselbar: Distinctiveness der Pforzheimer Lehre und Forschung

Unser Anspruch ist, eine der ersten Adressen für motivierte und leistungsstarke Studienbewerber sowie für Arbeitgeber auf der Suche nach besonders qualifizierten Mitarbeitern zu sein. Im Selbstverständnis der Fakultät heißt es: Unser Lehrangebot vermittelt den aktuellen Erkenntnisstand, ist anwendungsorientiert und qualifiziert für eine dynamische, zunehmend interdisziplinär und global geprägte Arbeitswelt. Die Ergebnisse unserer wissenschaftlichen Arbeit machen wir für die Lehre, die Praxis und die fachwissenschaftliche Diskussion nutzbar. In Lehre und Forschung profitieren wir von dem Potential, das die Unternehmen in unserer Region bieten, zum Vorteil sowohl der Studierenden als auch der Wirtschaft. Unser Selbstverständnis, sozusagen unsere DNA, macht uns besonders und auch einzigartig.

Einzigartig: Selbstverständnis mit Leben füllen

Der klare Fokus auf die Qualität der Lehre, der konsequente Anwendungsbezug sowie der Anspruch, zu relevanten Fragestellungen zu forschen und diese Ergebnisse für Praxis, Lehre und die fachwissenschaftliche Diskussion fruchtbar zu machen – diese Kombination unterscheidet uns von anderen Hochschulen für Angewandte Wissenschaften und Universitäten. Auch dass wir uns auf die Fahnen geschrieben haben, kontinuierlich besser werden zu wollen, ist eine Eigenheit, die nicht auf jede Bildungsinstitution zutrifft.

Distinctiveness steht im Mittelpunkt eines der zehn Ziele, die die Business School Pforzheim in ihrem strategischen Plan festgeschrieben hat: Unter dem Titel „Wettbewerbsfähigkeit und Kommunikation“ soll die besondere Positionierung der Business School und ihrer Programme national und international weiter ausgebaut und die Alleinstellungsmerkmale nach innen und außen kommuniziert werden.

Die distinctiveness taucht hier mitten im Satz auf – in der deutschen Textversion allerdings ganz unscheinbar, im Begriff „Alleinstellungsmerkmal“. Im AACSB-Kontext spielt distinctiveness eine wesentliche Rolle. Für den Akkreditierungsprozess erhält jede antragstellende Hochschule den Auftrag zu beschreiben, was die Fakultät und ihr(e) Programm(e) für Studierende, Mitarbeitende und Arbeitgeber sowie für die Öffentlichkeit besonders macht. Zudem soll herausgearbeitet werden, was sie von anderen unterscheidet. So wird eine Positionierung entwickelt, im Prozess geschärft und durch die interne und externe Kommunikation aller Organisationsmitglieder möglichst unverwechselbar transportiert.

Unterscheidbar: sich von anderen abheben

Aufgabe der Kommunikation ist es, die relevanten Stakeholder zu informieren und die Besonderheiten der Business School, ihrer Lehre und Forschung zu vermitteln. Es gilt dabei auch herauszuarbeiten, was sie einzigartig und besonders macht. Denn: der Wettbewerb um die besten Köpfe ist intensiver geworden.

Am Beispiel der Studierendengewinnung lässt sich dies verdeutlichen: Die Zahl der Studierenden an Fachhochschulen und Universitäten ist in den vergangenen Jahren stark gestiegen. Zum Wintersemester 2018/19 waren an Hochschulen in Deutschland insgesamt fast 2,9 Mio. Studierende eingeschrieben, davon 1,78 Mio. an Universitäten, knapp 1 Mio. an Fachhochschulen und rund 85.000 an sonstigen Hochschularten. Schüler und junge Erwachsene, die studieren möchten, sehen sich einem breiten, oft schwer überschaubaren Angebot an Studiengängen gegenüber (vgl. S. 6).

— Die Zahl der Studiengänge ist in Zeiten des Ausbaus von Studienplätzen stark gestiegen: Zum Wintersemester 2007/2008 gab es der Hochschulrektorenkonferenz zufolge 11.265 Studiengänge. Bis zum vergangenen Wintersemester – elf Jahre später – hatte sich die Zahl auf 19.559 erhöht. Im Bachelorbereich hat sich das Angebot ungefähr verdoppelt, im Masterbereich im gleichen Zeitraum verdreifacht.

— Die Zahl der Hochschulstandorte hat zugenommen: Im Jahr 1990 gab es 232 Standorte, 2016 waren es 619. Im Vergleich der Hochschultypen fällt auf, dass insbesondere die Zahl der nichtstaatlichen Hochschulen und Universitäten deutlich gewachsen ist. So gab es 1990 bspw. 25 private Fachhochschulstandorte, bis 2016 hatte sich ihre Zahl fast verzehnfacht (229).

— Insbesondere im Südwesten ist die Hochschullandschaft differenziert und bietet eine besonders große Auswahl: Heute gibt es in Deutschland insgesamt 426 Hochschulen, davon 71 in Baden-Württemberg. Die Studierenden haben die Wahl zwischen Universitäten, Pädagogischen Hochschulen, Kunst- und Musikhochschulen, Hochschulen für angewandte Wissenschaften sowie der Dualen Hochschule (früher: Berufsakademie).

In Zeiten des demographischen Wandels wird sich die Nachfrage nach Studienplätzen verändern. Ein Wandel im Nachfrage, Bewerbungs- und Annahmeverhalten war schon in den letzten Semestern zu beobachten – teils auch bedingt durch ein landesweites neues Vergabeverfahren für Studienplätze, bei dem Bewerbungen über eine zentrale Online-Plattform erfolgen müssen. Für welchen Studienplatz sich Studienbewerberinnen und -bewerber am Ende entscheiden, hängt von unterschiedlichen Faktoren ab.

Das CHE Centrum für Hochschulentwicklung hat vor einigen Jahren Studierende befragt, nach welchen Kriterien sie ihren Studienort und Studiengang gewählt haben. Für 66% der befragten Studierenden waren fachliche Gründe wie das Studienfach oder spezielle Schwerpunkte ausschlaggebend. 59% gaben an, dass der gute Ruf der Hochschule und Lehrenden für sie ein wichtiges Entscheidungskriterium bei der Hochschulwahl wichtig gewesen sei. 58% nennen die Nähe zum Heimatort, 51% die Attraktivität des Hochschulortes, 34% gute Ranking-Ergebnisse und 32% die Nähe zu Verwandten, zum Partner oder zu Bekannten am Hochschulort.

Distinctiveness:
— the ability of students, faculty, and recruiters as wells as for the public to clearly distinguish the school and its programs from others. Distinctiveness does not imply that the school must somehow be different from all other AACSB-accredited schools. Rather, through its mission, expec ted outcomes, and strategies, the unit clearly articulates those attributes that describe the unit to its various constituencies and across the global community.
(Quelle: AACSB International)

Unverwechselbar: Auftrag für die gemeinsame Kommunikation

Ob fachliche Gründe, der gute Ruf der Hochschule und der Professorinnen und Professoren oder besonders gute Ranking-Ergebnisse – um distinctive zu sein, braucht es Substanz und Sichtbarkeit. Substanz entsteht durch eine klare Positionierung, über arbeitsmarktorientierte Studienangebote und die Qualität von Lehre und Forschung. Sichtbarkeit schaffen neben der internen und externen Kommunikation einerseits gute Rankingergebnisse, die die inhaltliche Qualität messen, bewerten und mit ihrer Unabhängigkeit besonders glaubwürdig vermitteln. Andererseits tragen wir alle als Botschafterinnen und Botschafter dazu bei.

„As individuals, we are distinctive. There are things that make us special. There are things that make us different than everybody else and so do institutions“, sagte Prof. Miles Davis, Dekan der Harry F. Byrd, Jr. School of Business aus den USA einmal in einem Interview zur AACSB-Akkreditierung seiner Hochschule. “For you to attract students, they have to know what you stand for. If you can appear to be authentic, and if you can appear to be progressive, or align with your mission which is most important, and then have an AACSB brand on top of that, that's icing on the cake.”

Die AACSB-Akkreditierung als „icing on the cake“: 2011 war die Hochschule Pforzheim mit ihrer Business School und den Studiengängen des Wirtschaftsingenieurwesens die erste und einzige Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW) in Deutschland, die dieses renommierte internationale Gütesiegel erlangt hatte. Es hat acht Jahre gedauert, bis in diesem Sommer eine zweite HAW nachgezogen hat: Seit wenigen Wochen ist auch die Hochschule Reutlingen AACSB-akkreditiert. Damit haben wir als Business School ein Element unserer kommunikativen distinctiveness verloren – wir waren die erste, aber sind nicht mehr die einzige HAW – und trotzdem Sichtbarkeit dazu gewonnen. Denn mit jeder weiteren HAW und Universität, die in Deutschland die AACSB-Qualitätskriterien erfüllen kann, wächst die Bekanntheit des Siegels und damit das Renommée für alle akkreditierten Hochschulen.

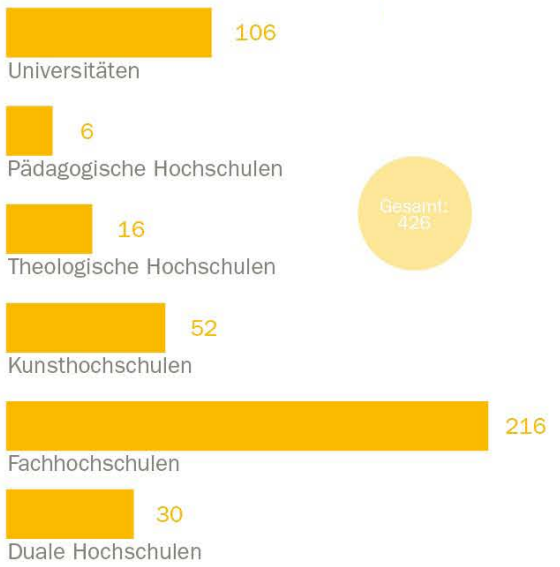
Dekan Miles Davis wies zurecht auch auf die Bedeutung eines authentischen Auftritts hin. Sie ist nicht das Sahnehäubchen, sondern im Gegenteil: Authentizität ist die Grundlage unseres Handelns und eine Selbstverständlichkeit, gerade wenn es darum geht distinctive zu sein. Heinrich Münchmeyer, einer der Gründerväter der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland, hat die Grundidee authentischer Kommunikation vor über einem halben Jahrhundert sehr treffend auf den Punkt gebracht: „Wenn ein junger Mann ein Mädchen kennenlernt und ihr erzählt, was für ein großartiger Kerl er ist, so ist das Reklame. Wenn er ihr sagt, wie reizend sie aussieht, so ist das Werbung. Wenn sie sich aber für ihn entscheidet, weil sie von anderen gehört hat, er sei ein feiner Kerl, so sind das Public Relations.“

Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und die Kommunikation in Social Media – im Zusammenspiel der unterschiedlichen Disziplinen kann Kommunikation Wirkung haben. Unser Selbstverständnis ist, zu berichten, zu informieren, zu erklären und zu überzeugen. Aber wenn es darum geht zu erzählen, wie distinctive wir sind, dann lassen wir auch gerne einmal andere für uns sprechen, die das mit größerer Glaubwürdigkeit als wir selbst tun können: Kolleginnen und Kollegen, die das mit Leben füllen, wofür wir stehen (wollen) und die die Studiengänge, Fachgebiete, administrativen Abläufe oder Forschungsprojekte fachkundig erklären können; Studierende, die unsere praxisnahe Lehre, persönliche Betreuung und das breite Angebot rund ums Studium jedes Semester direkt erleben können; Alumni, die ihrer Fakultät weiterhin verbunden sind und die Qualität unserer Ausbildung im Spiegel der Arbeitswelt am besten beurteilen können; und Partner aus der Wirtschaft, die in Kooperationen für Studien- oder Forschungsprojekte neue Erkenntnisse gewinnen können.

Eigenständig: Vielfalt der Perspektiven

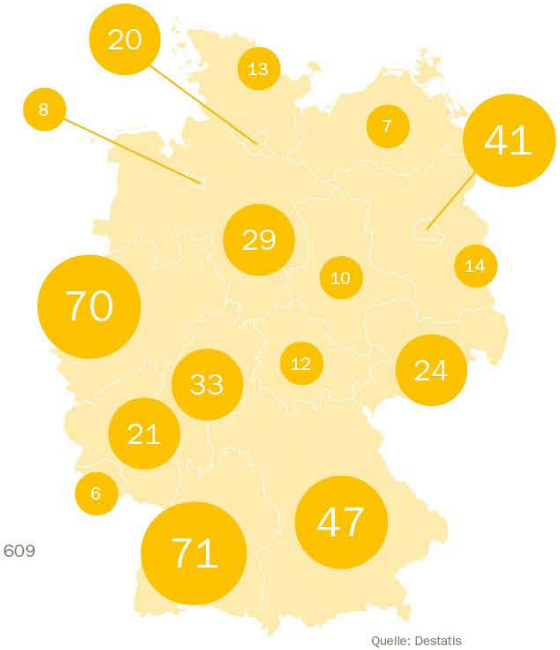
Authentizität entsteht, wenn das Selbstverständnis der Business School ganz selbstverständlich gelebt und für alle intuitiv oder bewusst erlebbar wird. Somit hat unsere Fakultät viele Botschafterinnen und Botschafter, die auch selbst distinctive sind. In diesem Newsletter lernen Sie Martin Frey kennen, der einen ganz eigenen Weg durch das Studium gegangen ist. Als leidenschaftlicher Sportler hat er sein Studium parallel zur Karriere als Mountainbike-Profi absolviert. Das neue – und zu vier Fünfteln altbekannte – Dekanat erzählt im Interview, was seine Teamarbeit ganz besonders (und vielleicht auch ein bisschen eigen) macht. Im Beitrag über die studentische Initiative initiAID erfahren Sie, inwiefern ehrenamtliches Engagement in den Townships in Südafrika zur Einzigartigkeit des Pforzheimer Studiums beiträgt. Distinctiveness zeigt sich zudem in den Kommunikationskanälen Instagram und YouTube, die die Business School mit Beginn dieses Wintersemesters verstärkt bespielt. BWL- und Wirtschaftsrechtstudierende sowie Austauschstudierende von Partnerhochschulen berichten, wie sie das Studium, die Mitarbeit in Initiativen und das Campusleben in Pforzheim erleben. Auch in Lehrprojekten, Forschungsprojekten und in Auszeichnungen für Kolleginnen und Kollegen werden sie die Eigenständigkeit und Einzigartigkeit wiederfinden. Kurz gesagt: Tauchen Sie ein in das, was es seit dem letzten Newsletter an Neuem gibt und spüren Sie die Distinctiveness, die uns von anderen unter-scheidet. Bleiben Sie Botschafterinnen und Botschafter der Hochschule Pforzheim!

Hochschulen in Deutschland
Anzahl: 2019



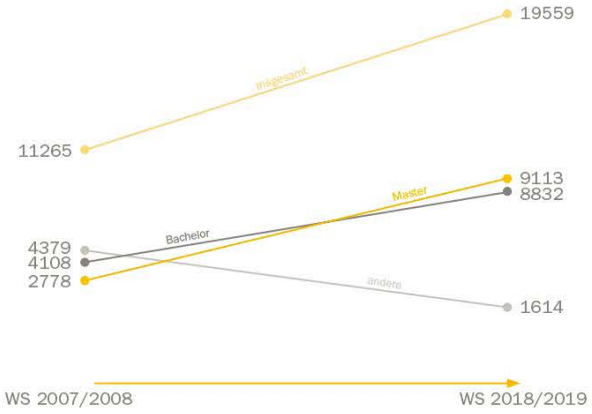
Quelle: Destatis

Hochschulen in den Bundesländern
Anzahl: 2019



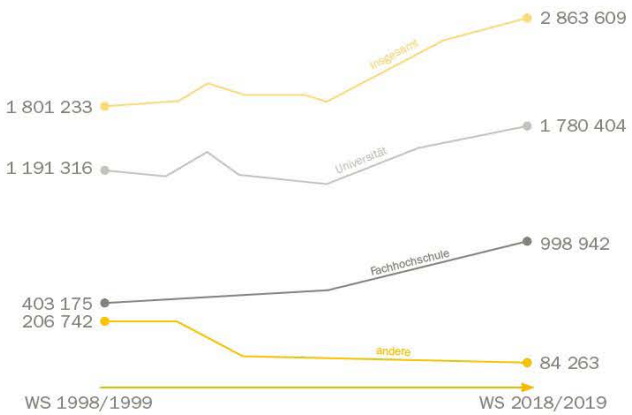
Quelle: Destatis

Anzahl der Studiengänge
Entwicklung der Studienangebote nach Abschluss.



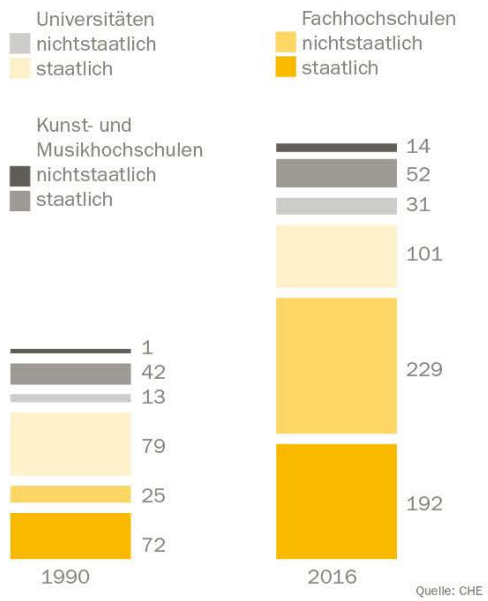
Quelle: HRK

Anzahl der Studierenden
Studierende nach Hochschularten.



Quelle: Destatis

Anzahl der Hochschulstandorte
Hochschultyp:



Quelle: CHE

Im Amt bestätigt: Dekanat wiedergewählt mit neuem Studiendekan

Dekan Professor Dr. Thomas Cleff, sein Stellvertreter Professor Dr. Harald Strotmann und die beiden Prodekane Professorin Dr. Simone Huck-Sandhu und Professor Dr. Markus-Oliver Schwaab wurden vom Fakultätsrat für weitere fünf Jahre im Amt bestätigt. Professor Dr. Claudius Eisenberg trat nach etwas über fünf Jahren als Studiendekan zum Ende seiner Amtszeit nicht erneut zur Wahl an. Als sein Nachfolger wurde Professor Dr. Robert Nothhelfer gewählt.

„Wir freuen uns über das überwältigende Vertrauen, das uns der Fakultätsrat heute mit diesem Wahlergebnis ausgesprochen hat“, sagte Dekan Thomas Cleff stellvertretend für sein Team unmittelbar nach der Wahl. „Das einstimmige Votum verstehen wir als Ansporn, unsere Arbeit der vergangenen fünf Jahre fortzusetzen, aber auch neue Impulse einzubringen. Wir freuen uns sehr auf die weitere gute Zusammenarbeit mit allen Kolleginnen und Kollegen, mit den Studierendenvertreterinnen und -vertretern sowie unseren nationalen und internationalen Partnern in Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft.“ In den kommenden fünf Jahren stehen der Business School einige Herausforderungen bevor: Trends wie die Digitalisierung, lebenslanges Lernen und der demographische Wandel verändern die Rahmenbedingungen für und die Anforderungen an das Lehren und Lernen. Sie schaffen neue Themenstellungen, aber auch neue Spannungsfelder für die Forschung und den Wissenstransfer in die Praxis. Neben den allgemeinen Herausforderungen stehen mit der AACSB-Reakkreditierung im Jahr 2021 und der Umsetzung des Fakultätsreviews im Bereich der nationalen Akkreditierung schon in den nächsten Jahren erste wichtige Meilensteine an.

Prof. Dr. Thomas Cleff, Dekan

Thomas Cleff ist seit 2000 als Professor für Quantitative Methoden der BWL an der Hochschule Pforzheim tätig. Er ist promovierter Betriebs- und Volkswirt der Université de Panthéon-Sorbonne (Frankreich) und der Universität Wuppertal. Zwischen 1997 und 2000 war er Senior Researcher am Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung Mannheim (ZEW). In Pforzheim übernahm Thomas Cleff seit seiner Berufung diverse Leitungsfunktionen: So baute er den Bachelor-Studiengang International Marketing auf, wurde 2012 zum Prodekan gewählt und ist seit 2014 Dekan der Fakultät für Wirtschaft & Recht. Er ist Experte in Fragen zur internationalen Akkreditierung und zur internationalen Zusammenarbeit von Hochschulen. Im Jahr 2013 wurde er in den Vorstand des Network of International Business and Economic Schools (NIBES) gewählt und ist seit 2019 dessen Generalsekretär. Zwischen 2016 und 2019 war er Mitglied im AACSB Initial Accreditation Committee (IAC-z) und im Vorstand der AACSB European Affinity Group. Als Mitglied diverser AACSB Peer Review Teams ist und war er weltweit an der (Re-)Akkreditierung vieler Hochschulen beteiligt. Seit 2014 ist er zudem im internationalen Beirat der Akkreditierungsorganisation Education Quality Accreditation Agency (EQUAA) vertreten. Im Jahre 2019 wurde er als Mitglied in das International Academic Council der School of Management an der National Taiwan University of Science and Technology berufen. Neben seiner Lehrtätigkeit beschäftigt sich Thomas Cleff mit Forschungsprojekten aus den Bereichen des internationalen Marketing Research, der Wirtschaftskriminalität, der Markenforschung, der Innovationsforschung und mit Industriestudien. Einen Teil seiner Projekte führt er weiterhin als Research Associate am ZEW Mannheim durch. Er ist regelmäßig Visiting Professor an verschiedenen internationalen Hochschulen.

Prof. Dr. Harald Strotmann, Stellvertretender Dekan

Harald Strotmann ist seit Herbst 2007 Professor für Volkswirtschaftslehre an der Hochschule Pforzheim. Von 2009 bis 2014 fungierte er in der Selbstverwaltung der Hochschule als Fachgebietsleiter im Bereich Volkswirtschaftslehre, seit 2009 leitet er als Programmdirektor den englischsprachigen Studiengang MBA International Management. Im WS 2014 wurde Harald Strotmann zum Prodekan der Fakultät für Wirtschaft und Recht gewählt und vertritt als stellvertretender Dekan die Themenschwerpunkte Internationale Akkreditierung, Strategie und Master. Zuvor war er von 2001 bis 2007 wissenschaftlicher Geschäftsführer des Instituts für Angewandte Wirtschaftsforschung (IAW) in Tübingen. In seiner Zeit in Tübingen leitete er vielfältige Forschungsprojekte an der Schnittstelle zur Politik und im Bereich der Grundlagenforschung. Beispiele sind Projekte im Rahmen der Hartz-IV-Begleitforschung oder der Armuts- und Reichtumsberichterstattung für das Bundesministerium für Arbeit und Soziales oder auch DFG-Projekte im Rahmen von DFG-Schwerpunkten zur Gründungsforschung oder im Bereich der Arbeitsmarktforschung. Neben seiner Lehre beschäftigt sich Harald Strotmann aktuell insbesondere mit Forschungsprojekten in den Bereichen Mikrodatenanalyse und nachhaltige Entwicklung. Seit 2017 fungiert Harald Strotmann für die Akkreditierungsagentur AACSB als Mentor für internationale Universitäten.

Prof. Dr. Simone Huck-Sandhu, Prodekanin

Simone Huck-Sandhu ist seit Oktober 2011 Professorin für Public Relations im Studiengang Marketingkommunikation und Werbung an der Hochschule Pforzheim. Seit 2016 leitet sie den Masterstudiengang Corporate Communication Management (M.Sc.), den sie initiiert und aufgebaut hat. Im SS 2017 wurde sie zur Prodekanin der Fakultät für Wirtschaft und Recht gewählt und vertritt die Themenschwerpunkte Öffentlichkeitsarbeit, Marketing und Alumnimanagement. Die studierte Kommunikationswissenschaftlerin war von 2000 bis 2011 als Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Fachgebiet für Kommunikationswissenschaft der Universität Hohenheim tätig, wo sie promovierte und habilitierte. Lehr- und Forschungsaufenthalte führten sie u.a. in die USA, die Schweiz und nach Finnland. Parallel zum wissenschaftlichen Werdegang war sie als Freie Mitarbeiterin für eine Tageszeitung, später als PR-Beraterin und im Managementconsulting tätig. Sie war viele Jahre im Landesvorstand des Berufsverbands DPRG sowie zwei Amtszeiten in der Leitung der Fachgruppe Public Relations und Organisationskommunikation in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) aktiv. Im Jahr 2005 wurde Simone Huck-Sandhu in das Eliteprogramm der Baden-Württemberg Stiftung aufgenommen. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der strategischen Kommunikation, mit Schwerpunkten in interner Unternehmenskommunikation, Change Communication und internationale Kommunikation. Sie ist Mitglied in verschiedenen Branchenjurys und Beiräten.

Prof. Dr. Robert Nothhelfer, Studiendekan

Robert Nothhelfer ist seit März 2014 als Professor für allgemeine Betriebswirtschaftslehre an der Hochschule Pforzheim tätig. Im Fachgebiet Betriebswirtschaftslehre lehrt er mit Schwerpunkt Finanz- und Rechnungswesen. Von 2017 bis 2019 war er Mitglied des Fakultätsrats und von 2018 bis 2019 Leiter des Fachgebiets Betriebswirtschaftslehre. Robert Nothhelfer begann seine berufliche Laufbahn nach der Dienstzeit bei der Bundeswehr mit einer Ausbildung zum Bankkaufmann bei der Deutschen Bank in Freiburg. Danach studierte er Volkswirtschaftslehre in Freiburg und Bonn. Nach dem Studium arbeitete er von 1997 bis 2000 als Prüfer für die BDO Südwesttreuhand Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mbH und promovierte über das Thema „Lernprozesse in Organisationen“ an der Universität Freiburg. Im Anschluss arbeitete er in verschiedenen Fach- und Führungsfunktionen der Bertelsmann AG (2000 – 2004), Gütersloh, und Schwarz-Gruppe (2004 bis 2014), Neckarsulm. Tätigkeitsschwerpunkte waren dabei neben Konzernrechnungslegung und –controlling auch Compliance und Governance. Seit 2014 hat Robert Nothhelfer mehrere Lehrbücher (mit-)publiziert und forscht hauptsächlich in den Bereichen Finanz- und Rechnungswesen. Als Hochschulbetreuer ist er für die Auburn University tätig, an der er auch schon als Gastprofessor war. Neben seinen Hochschulaktivitäten ist Robert Nothhelfer als Überwachungstreuhänder in Kartellverfahren tätig.

Prof. Dr. Markus-Oliver Schwaab, Prodekan

Markus-Oliver Schwaab ist seit 2000 Professor für Personalmanagement im Studiengang Betriebswirtschaft/Personalmanagement (B.Sc.) und in verschiedenen Masterstudiengängen. Er ist Gründungsmitglied im Human Resources Competence Center, in dem die Aktivitäten in Lehre und Forschung im Bereich Personalmanagement gebündelt werden. Seit 2014 engagiert er sich als Prodekan in der Fakultät Wirtschaft und Recht. Er verantwortet die Finanzen und koordiniert die Events unserer Business School. Daneben steuert er den Ausbau des Career Centers der Hochschule. Markus-Oliver Schwaab betreut zudem die kanadischen Partneruniversitäten und die bei uns studierenden Bildungsausländer. Zu seinen Forschungsgebieten zählen Personalmarketing, Corporate Social Responsibility, Bildungscontrolling, Zeitarbeit und die Zukunft des Human Resources Managements. Parallel zum Studium der Wirtschaftswissenschaften an der Universität Hohenheim war Markus-Oliver Schwaab fünf Jahre lang am Lehrstuhl für Psychologie (Prof. Dr. Heinz Schuler) tätig, insbesondere in Projekten zu anforderungsbezogenen Personalauswahlverfahren. 1990 startete er bei der Dresdner Bank, die ihn 1992 in den Bereich Personalpolitik und Mitbestimmung des Konzernstabs Personal holte. 1994 wechselte er als Abteilungsleiter Personalentwicklung zur Kreissparkasse Ludwigsburg. Die Gesamtverantwortung Personal übernahm er dann 1997 als Personaldirektor in einem Tochterunternehmen der Groupe Danone. Neben Restrukturierungen verantwortete er dort internationale Projekte zur Managemententwicklung. Seit 2007 gehört Markus-Oliver Schwaab dem wissenschaftlichen Beirat des Münchener Bildungsforums an.

Auf einen Kaffee mit ...
...dem neu gewählten Dekanat

Bianca Höger-Klittich hat die Mitglieder des Dekanats bei einem Kaffee getroffen. Sie hat mit ihnen über die Bilanz der vergangenen Amtsperiode, die Vorhaben für die nächsten fünf Jahre und darüber, was sie als Team ausmacht, gesprochen.

Der Fakultätsrat hat Sie einstimmig (wieder) gewählt – ein tolles Ergebnis!

Cleff: Stimmt, ein sehr motivierendes Ergebnis. Das Wahlergebnis hat uns alle sehr gefreut und gibt uns natürlich Rückenwind. Wir verstehen es als klaren Auftrag, die Interessen unserer Fakultät und Hochschule mit entsprechendem Gewicht zu vertreten. Das Ergebnis ist ein toller Vertrauensvorschuss für unsere nächste Amtszeit – für das gesamte Team.

Was hat Sie vier, die Sie bislang schon im Dekanat waren, motiviert, sich für weitere fünf Jahre zu verpflichten?

Cleff: Fünf Jahre sind durchaus eine lange Zeit. Wir tragen Verantwortung für eine Fakultät mit rund 3.200 Studierenden, 98 Professorinnen und Professoren und 75 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Gegen Ende der Amtszeit geht man da schon mal in sich und fragt sich: Hast Du noch Ziele, Ideen und vor allem auch die Leidenschaft, die Fakultät auf diesem Weg mitzunehmen und für sie zu kämpfen? Wir haben uns im Team zusammengesetzt und relativ schnell festgestellt, dass wir jede Menge Ziele und Ideen haben. Und an Begeisterungsfähigkeit und Tatkraft, die Belange der Fakultät immer weiter voranzubringen, hat es uns noch nie gefehlt.

Strotmann: Tatsächlich muss die Entscheidung wohl überlegt sein. Mir war wichtig, dass wir weiter durchaus hohe Ambitionen haben und uns neue Ziele setzen, als Dekanat, aber auch als Business School insgesamt. Das ist der Fall. Ich habe das Gefühl, dass viele bei uns an der Business School Lust haben, gemeinsam die Qualität und Positionierung unserer Programme weiter zu verbessern und unsere Position im Wettbewerb mit anderen Universitäten und Hochschulen auszubauen. Darüber hinaus macht die Arbeit in unserem tollen Team auch menschlich viel Spaß. Wir arbeiten sehr vertrauensvoll zusammen und können auch dann viel lachen, wenn es manchmal gar nicht so viel zu lachen gibt...

Schwaab: Stimmt. Ohne ein gut funktionierendes, engagiertes Team helfen einem die besten Ziele und Ideen nichts. Ich schätze und wir brauchen auch weiterhin den konstruktiven, offenen Austausch in unserem Team, wenn wir gemeinsam etwas bewegen wollen.

Huck-Sandhu: Das gilt für das Fünferteam des Dekanats ebenso wie für das große Team der gesamten Fakultät. Als ich im Herbst 2011 neu an die Hochschule kam, war der Spirit der AACSB-Erstakkreditierung förmlich mit Händen zu greifen. Mich als neuberufene Kollegin hat das nachhaltig beeindruckt. Meine Motivation für die Arbeit im Dekanat ist, gemeinsam mit den Kollegen diesen Team-Spirit weiter zu stärken und unsere „Distinctiveness“ in Lehre, Forschung und Organisation den Stakeholdern zu vermitteln. Dass Robert Nothhelfer unser Team jetzt vervollständigt, freut uns ganz besonders.

Herr Nothhelfer, Sie sind der „Neue“ im Dekanat. Als Sie gefragt wurden, ob Sie das Amt des Studiendekans übernehmen möchten – haben Sie da lange überlegen müssen?

Nothhelfer: Nicht wirklich. Einerseits hatte ich und habe ich immer noch Respekt vor dem Amt: viele Verästelungen, rechtliche und organisatorische Feinheiten und Abhängigkeiten, die zu verstehen und dann zu organisieren sind. Andererseits bietet diese Aufgabe die

sehr spannende Möglichkeit, unsere Fakultät und unser Hauptaufgabenfeld, die Lehre, weiterzuentwickeln und an neue Herausforderungen anzupassen. Ich habe mich in meinem Werdegang immer wieder für Tätigkeiten entschieden, bei denen man etwas gestalten oder beeinflussen konnte – daher musste ich auch dieses Mal nicht lange überlegen.

Sie sind in ein Team gekommen, das schon manche Hürden gemeinsam genommen hat, Herr Nothhelfer. Welche Eigenschaft oder Fähigkeit können Sie neu miteinbringen?

Nothhelfer: Jetzt fühle ich mich wie beim Vorstellungsgespräch: „Was sind Ihre Stärken?“ Ich glaube, ich kann ganz gut organisieren, komplexe Sachverhalte durchdringen und – idealerweise – eine einfache Lösung finden. Außerdem sind mir ein respektvoller Umgang und eine offene direkte Kommunikation wichtig. Im Übrigen glaube ich an „Erst reden, dann rennen“ und „Erst die Hose, dann die Schuhe“.

Wer Sie fünf kennt und erlebt weiß, wie wichtig Ihnen die Arbeit als Team ist. Wenn Sie das Dekanatsteam mit einem Pendant aus Musik, Literatur oder Film vergleichen, welches fiele Ihnen ein?

Strotmann: Vielleicht etwas zu pathetisch: Enid Blyton „5 Freunde“, wobei noch zu klären wäre, wer der Hund ist... :=) Aber letztlich ist die besonders gute menschliche Basis und dass wir auch „nicht-fachlich“ gerne Zeit miteinander verbringen schon ein wichtiger Grund, warum die Arbeit im Dekanat derzeit viel Freude bereitet.

Nothhelfer: Ich bin da eher bei den „Drei Musketieren“ – einer für alle und alle für einen – allerdings passt da die Anzahl nur näherungsweise. Oder bei den Gefährten aus „Herr der Ringe“, das sind aber jetzt zu viele, und das Geschlechterverhältnis stimmt auch nicht.

Cleff: Raumschiff Enterprise. Die Trekkies wissen warum. Immer wenn ein rotes Hemd meinte, allein ginge es irgendwie besser, war das Problem vorprogrammiert.

Es heißt ja immer, Teams sollten möglichst heterogen zusammengesetzt sein. Ordnen Sie sich reihum die jeweils hervorstechendste Eigenschaft oder Fähigkeit zu!

Alle:

Thomas Cleff ist ein hervorragender Brückenbauer, der immer sehr authentisch ist und dem bei allen Ambitionen auch und gerade das gute und informelle Miteinander an der Hochschule besonders wichtig ist. Er hat das große Ganze im Blick und sieht dabei doch jede und jeden Einzelnen innerhalb der Business School.

Harald Strotmann ist ein exzellenter Stratege, der mit Hirn, Herz und Hand für die Weiterentwicklung der Business School arbeitet. Er behält die wichtigen Themen im Blick, stellt die richtigen Fragen und setzt die strategischen Ziele mit Weitblick und klarer Linie um.

Simone Huck-Sandhu ist eine sehr gute Kommunikatorin, die eine tolle strukturierte Arbeitsweise hat, sehr anpackend ist und dabei immer strategisch mit Blick auf unsere Weiterentwicklung unterwegs ist. Und sich dabei auch um die kleinen Dinge kümmert, wo nötig.

Oliver Schwaab ist ein hervorragender Teamplayer, dessen ausgleichende Persönlichkeit, aber auch dessen Hartnäckigkeit unserem Team sehr guttun. Er ist Moderator, Vermittler und Querdenker und hat die Gabe, Out-of-the-Box-Lösungen aus dem Hut zaubern zu können.

Robert Nothhelfer hat sich seit seinem ersten Tag an unserer Hochschule für die Belange in der Business School engagiert. Es ist und war toll zu sehen, mit welcher Ruhe, wie gerne und wie schnell er Verantwortung übernommen hat. In den wenigen Wochen, die er jetzt Mitglied im Dekanat ist, ist er zum festen Bestandteil unseres Teams geworden. Er vertritt das Thema Studium und Lehre mit Engagement und einer Begeisterung, die uns jede Menge Schwung gibt.

Herr Strotmann, bei Ihnen als Stellvertretendem Dekan liegt das Thema Strategie. Wenn Sie auf die letzte Amtszeit zurückblicken, wo steht die Business School gut da und wo können wir noch besser werden?

Strotmann: Sehr zufrieden können wir in den letzten Jahren damit sein, dass wir aufgrund der hervorragenden Arbeit aller Kolleginnen und Kollegen bei den Mitarbeitern und den Professoren und auch der Unterstützung durch die Verwaltung unsere Reputation und Positionierung weiter ausbauen konnten. Die Business School konnte sich über viele tolle Bestätigungen bei nationalen und internationalen Rankings freuen, die Ausdruck der guten Arbeit sind, die bei uns in Pforzheim geleistet wird! Toll ist auch, dass immer mehr Studierende von den Möglichkeiten Gebrauch gemacht haben, einen Teil ihres Studiums im Ausland zu verbringen, inzwischen sind es mehr als 40% eines Jahrgangs. Unsere hervorragenden Schnittstellen zur Praxis haben auch das Peer Review Team bei der Reakkreditierung beeindruckt, und es gelingt uns Schritt für Schritt finde ich ganz gut, die Marke „Business School Pforzheim“ weiter mit positivem Wert aufzuladen und dabei eine positive Identifikation der Studierenden und Mitarbeiter mit der Business School zu schaffen.

Welche Herausforderungen kommen in den nächsten Jahren auf die Business School in Lehre, Forschung und Transfer zu?

Strotmann: Besser werden kann und muss man immer und überall, das ist Bestandteil unserer Philosophie. In den kommenden fünf Jahren wollen wir uns neben der weiteren Vertiefung der Internationalisierung und der kontinuierlichen Weiterentwicklung der Qualität von Lehre und Forschung auch die Frage stellen und Maßnahmen ableiten, wie wir unser Curriculum und die Lehre weiter verbessern können, um unsere Studierenden noch besser auf die Anforderungen eines Arbeitsmarkts vorzubereiten, auf dem u.a. die Themen Digitalisierung und Interdisziplinarität eine immer wichtigere Rolle spielen.

Cleff: Tatsächlich müssen wir der Digitalisierung – und hier meine ich eben nicht allein die Digitalisierung der Lehre, sondern die Integration dieser Thematik in unsere Curricula – viel mehr Beachtung schenken. Hierzu benötigen wir ausreichend Geldmittel und diesbezüglich sind die durchsickernden Informationen aus der Politik nicht unbedingt ermutigend. Aber wir werden auch hier Mittel und Wege finden. Eine zweite Herausforderung ist, dass andere Hochschulen und Universitäten international nun ebenfalls aufholen. Hier müssen und werden wir unsere Position verteidigen und weiter verbessern. Last but not least müssen wir zu alter Stärke bei den Publikationen in der angewandten Forschung zurückfinden.

Herr Schwaab, wenn Sie diese Vorhaben hören, bilden sich bei Ihnen als Finanzverantwortlichem da Schweißperlen auf der Stirn?
Schwaab: Nein, warum auch? Wir haben in der Vergangenheit vernünftig gewirtschaftet und gleichzeitig in die Zukunft investiert, nicht nur die IT-Ausstattung, unsere Hörsäle und Labore sowie das Medienangebot konsequent modernisiert. Den Ausbau der studentischen Arbeitsplätze haben wir auf den Weg gebracht – hoffentlich können wir bis Ende dieses Wintersemesters dieses wichtige Projekt noch abschließen. Und ich bin zuversichtlich, dass wir auch die neuen Vorhaben finanziert bekommen.

Wie kommt es eigentlich, dass Sie als versierter Personaler für das Finanz-Thema und für Events verantwortlich sind? Zwei nicht unbedingt verwandte Thermenfelder.
Schwaab: Im Studium habe ich mir zwei Standbeine aufgebaut: Finanzen und Personalmanagement. Danach ging's zur Dresdner Bank, wo ich zunächst als klassischer Banker u. a. im Kreditgeschäft tätig war, bevor ich in den Konzernstab Personal gewechselt bin. Wenn man so will, ist die Aufgabe im Dekanat jetzt also ein „back to the roots". Events unterschiedlichster Art habe ich schon immer gerne organisiert. Als dann die Frage aufkam, wer sich seitens der Fakultätsleitung in das existierende „Orgateam" einbringen könnte, habe ich nicht lange gezögert und zugesagt. Eine gute Entscheidung, denn die enge Zusammenarbeit mit den zupackenden Kolleginnen und Kollegen macht viel Spaß, auch wenn wir immer neue Herausforderungen meistern dürfen.

Herr Nothhelfer, Studium und Lehre sind Dreh- und Angelpunkt für viele der Themen, die in den nächsten Jahren anstehen. Welche Aufgaben werfen da ihre Schatten voraus?.
Nothhelfer: Zentral wird meiner Meinung nach unsere Antwort auf die Digitalisierung sein. Unser ganzes Leben ist ja mittlerweile mehr oder weniger stark von digitalen Produkten, Prozessen und Medien durchzogen. Auch wenn wir schon sowohl in den Lehrformen als auch bei den Lehrinhalten Ansätze haben, wie die Digitalisierung integriert werden kann, können wir hier noch besser werden. Ein Leitbild könnte sein, dass wir unseren Studierenden Bildung für eine digitalisierte Arbeits- und Lebenswelt vermitteln. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist Interdisziplinarität – führend durch Perspektivenwechsel ist nicht nur ein Slogan. Auch hier haben wir schon einige Ansätze mit Leben gefüllt, können aber sicher noch mehr tun. Auf der anderen Seite sind unsere Curricula bereits jetzt voll – einfach noch mehr oben drauf zu packen wird nicht funktionieren. Gemeinsam mit allen Kolleginnen und Kollegen möchte ich erarbeiten, welche neuen Inhalte oder Formate sinnvoll sind und was dafür weichen muss.

Frau Huck-Sandhu, wie wichtig sind da Öffentlichkeitsarbeit und Marketing?.
Huck-Sandhu: In Zeiten sinkender Studierendenzahlen und im Kampf um „die Besten" – egal ob Studierende, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter oder Professorinnen und Professoren – ist die systematische, strategische Kommunikation auch künftig wichtig. Die Stichworte Digitalisierung und Medien sind schon gefallen, aber auch die Erwartungen unserer Stakeholder an die Form, an das Tempo und den Stil von Kommunikation verändern sich. Es gilt, unsere neuen Kanäle Video, Instagram und auch die Newsletter, die wir jetzt seit gut anderthalb Jahren in neuem Konzept herausgeben, weiter auszubauen. Wir werden aber auch die bewährten Medien und die Website kontinuierlich weiterentwickeln. Oliver Schwaab sagt immer so schön: Das eine tun, ohne das andere zu lassen.

Wenn Sie die Kommunikationsarbeit in drei Worten ausdrücken müssten, wie würden diese lauten?
Huck-Sandhu: Authentisch, strategisch, relevant. Kommunikation kann immer nur das sichtbar machen, was vorhanden ist. Sie kann Dinge nicht herbeireden, wenn die Substanz dahinter fehlt, und wir färben auch nichts schön. Es gibt so viele klasse Themen, die die Kolleginnen und Kollegen, Studierenden, Alumni oder Partner an uns herantragen, dass wir das auch gar nicht nötig haben. Besonders zufrieden sind wir im Kommunikationsteam immer dann, wenn andere über uns und für uns sprechen, die das mit größerer Glaubwürdigkeit tun können als wir selbst: Alumni, die von der Qualität und vom Renommee des Pforzheimer Abschlusses erzählen; Projektpartner aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft, die ihre Zufriedenheit mit Studien- oder Forschungsprojekten weitertragen; und natürlich unsere Studierenden, die von den Besonderheiten unserer praxisnahen Lehre, persönlicher Betreuung oder von ihren Erfahrungen aus dem Auslandssemester erzählen.

Stichwort Auslandssemester: Die Internationalisierung war eines der strategischen Leitthemen, mit denen Sie vor fünf Jahren in die erste Amtszeit gestartet sind. Wenn Sie zurückschauen, Herr Cleff, wo steht die Business School heute?
Cleff: Bei der Internationalisierung haben wir eine sehr gute Entwicklung hingelegt. Heute gehen rund 40 Prozent unserer Bachelorstudierenden für mindestens ein Semester ins Ausland. Damit liegen wir deutlich über dem Durchschnitt der wirtschaftswissenschaftlichen Studiengänge in Deutschland. Aber auch zu Hause in Pforzheim wird das Studium weiter international ausgerichtet. Wir haben jedes Semester internationale Gastprofessorinnen und -professoren zu Besuch, lesen einen festen Kanon an Lehrveranstaltungen auf Englisch und bieten in einigen Studiengängen auch die Möglichkeit eines Double Degree. Diese Entwicklungen gilt es in den nächsten Jahren zu verstetigen und auszubauen. Und ich würde mir wünschen, dass wir künftig auch die eine oder andere reguläre Professur mit internationalen Kolleginnen und Kollegen besetzen.

Sie und Herr Strotmann sind im AACSB-Kontext als Mentoren und in Akkreditierungsprozessen tätig und auf zahlreichen internationalen Konferenzen unterwegs. Müssen Sie da erklären, wo Pforzheim liegt?
Cleff: Wo Pforzheim geographisch ganz genau liegt, das müssen wir schon noch manchmal erklären. Aber die Business School Pforzheim mit ihren Programmen in BWL und Wirtschaftsrecht, die ist international durchaus ein Begriff. Vor ein paar Wochen war ich bei der Deans Conference in Kanada, bei der die Dekane der rund 600 führenden Wirtschaftsfakultäten und Business Schools aus 50 Ländern zusammenkamen. Wenn ich dort erzähle, dass ich aus Pforzheim komme, dann wird anerkennend bis beeindruckt genickt. Die Business School Pforzheim ist durch die AACSB-Akkreditierung, PRME, die sehr guten internationalen Ranking-Positionen und nicht zuletzt auch die Tatsache, dass unsere Partner die Qualität unserer Ausbildung schätzen und davon berichten, durchaus bekannt.

Als Dekanat sind Sie nicht mit einem Wahlprogramm angetreten, sondern werden neue Ziele und die damit verbundene Strategie für die nächsten fünf Jahre im Austausch mit den Gremien entwickeln.
Strotmann: Wir haben auf einer Dekanatsklausur einen Rahmen für eine Strategie 2025 erstellt, die wir im Laufe des Wintersemesters nun an unserer Business School in der Diskussion mit den Gremien, aber auch mit allen Kolleginnen und Kollegen z.B. auf Workshops am Tag der Business School präzisieren und vertiefen wollen. Was uns als Business School Pforzheim stark macht ist, dass wir tolle Kolleginnen und Kollegen haben, die als Mitarbeiter oder als Professoren Lust darauf haben, an einer Hochschule zu sein, die nicht nur „Business as usual" macht, sondern besonders sein will und sich Ziele setzt, die wir dann in den kommenden Jahren gemeinsam erreichen wollen.

Wenn eine „gute Fee" jedem von Ihnen einen Wunsch für Ihre Arbeit im Dekanat in den nächsten fünf Jahren gewähren würde, welcher wäre das?
Nothhelfer: Wir haben ja gerade eine neue Prüfungsordnung verabschiedet – nochmals besten Dank an Claudius Eisenberg, dass das alles zu meiner Amtsübernahme erledigt und eingearbeitet ist. Ich würde mir wünschen, dass der Kelch der erneuten Überarbeitung an mir vorüber geht.
Huck-Sandhu: Dass wir im Sommer 2024 zurückblicken auf das, was wir umgesetzt haben, und in der Fakultät alle zusammen stolz und zufrieden sein können.
Strotmann: Dass wir in fünf Jahren das Gefühl haben, dass wir uns alle gemeinsam in der Business School weiterentwickelt und verbessert haben. Ich bin aber bei dem Engagement unserer Kolleginnen und Kollegen an der Business School insgesamt und in der Verwaltung sehr zuversichtlich, dass wir dafür keine gute Fee brauchen...
Schwaab: Ich wünsche uns, dass wir alle fit bleiben und so gemeinsam viel bewegen können. Gesundheit ist zwar nicht alles, doch ohne Gesundheit ist alles nichts.
Cleff: Dem kann ich mich nur anschließen. Wenn uns dazu der Spaß erhalten bleibt, gemeinsam mit allen Kolleginnen und Kollegen Projekte nach vorne zu bringen, um die die Business School zu stärken und sie noch wettbewerbsfähiger zu machen, haben wir viel erreicht.

Vielen Dank für das Interview.

Über Stock und Stein. Wie Martin Frey Profisport und Studium erfolgreich verbindet

Martin Frey (links) mit Teamkollegen des Profi-Mountainbike-Teams „Bulls“

Martin Frey hat sein Leben nach dem Leistungssport ausgerichtet. Mittlerweile gehört er zu den besten Mountainbikern Deutschlands. Trotzdem hat sich der Radprofi entschieden, seine Zukunft mit einem Bachelorstudium in International Business abzusichern. Ohne die Unterstützung der Hochschule wäre der Spagat zwischen Sport und Studium kaum zu meistern gewesen.

Ein Portrait von Tim Kullmann*

Allzu häufig wird Martin Frey wohl nicht mehr in Pforzheim zugegen sein. Der Interviewtermin auf dem Campus der Hochschule war womöglich der letzte Besuch an jener Bildungseinrichtung, die ihn sechs Jahren lang begleitet hat. Bereits 2013 nahm Martin Frey das Bachelorstudium International Business an der Business School Pforzheim auf. In diesem Jahr reichte der 25-Jährige seine Bachelorarbeit ein und kam damit seinem Hochschulabschluss einen gewaltigen Schritt näher.

Martin Frey hatte gute Gründe, das Studium in die Länge zu ziehen. Am Fuße der Schwäbischen Alb aufgewachsen, hatte sich der Bad Uracher schon früh dem Sport verschrieben. Seine Leidenschaft: das Mountainbiken. Mit Fußball und Handball gestartet, fand er 2007 im Alter von 13 Jahren relativ spät zum Radfahren über Stock und Stein. Trotzdem verhalf ihm sein außerordentliches Talent bereits im Jahr darauf völlig überraschend zum Titel des deutschen Schülermeisters. „Mountainbiken war schon immer ein Hobby von mir. Ich mag es, in der Natur zu sein und meine Grenzen auszuloten. Als dann die Wettkampfkomponente und der schnelle Erfolg hinzukamen, war für mich klar, dass ich den richtigen Sport für mich gefunden habe“, erzählt Frey.

Im Cross Country, der einzigen olympischen Mountainbike-Disziplin, durchlief Frey sämtliche Auswahlmannschaften auf Bundesebene und gehörte ab der U19 dem Nationalkader an. Nachdem er die Gesamtwertung der Bundesliga im Nachwuchs gewonnen hatte, wurde er 2012 vom Kölner Profi-Mountainbike Team „Bulls“ entdeckt und in deren Nachwuchsteam berufen. Dort entwickelte sich der Senkrechtstarter prächtig und fuhr in der U23 beachtliche Ergebnisse heraus. Neben der Gesamtwertung der U23 Bundesliga entschied Frey auch die U23 Wertung der Trans Alp für sich und wurde zweimal deutscher Vizemeister.

Mit überzeugenden Leistungen stieß Frey dann die Tür zur Beförderung im „Bulls“-Team weit auf. Doch auf der Schwelle zum Profi hatte der Nachwuchsathlet eine richtungsweisende Entscheidung zu treffen: Um eine reelle Chance auf den ersten Profivertrag zu haben, kehrte Frey dem Cross Country 2017 den Rücken und stieg auf die bis dahin nicht erprobte Disziplin Mountainbike-Marathon um. „Bulls legt den Fokus klar auf den Marathon. In dieser Disziplin hat mir das Team die Chance gegeben, Profi zu werden. Die musste ich nutzen“, berichtet Frey, wie er sich seinen Traum vom Profi erfüllt hat. Im Vergleich zum Cross Country sind die Renndauer und -distanz beim Marathon länger. Zwischen 60 und 120 Kilometer gilt es auf Trails, Schotter oder Asphalt zu bewältigen. „Anfangs hatte ich echt Probleme mit der Umstellung. Ich musste mich erst an die größeren Trainingsumfänge gewöhnen“, gesteht Frey, den seine technische Versiertheit auf dem Bike auszeichnet. Dank bemerkenswerter Disziplin und einer gehörigen Portion Fleiß hat er sich mittlerweile als eine feste Größe im Marathonteam von „Bulls“ etabliert.

Pro Jahr absolviert der Quereinsteiger etwa 15.000 Kilometer auf dem Fahrrad und verbringt in manchen Wochen bis zu 30 Stunden mit Training. So kommen jährlich schätzungsweise 1.000 Trainings-Stunden zusammen. Umgerechnet in die „Studenten-Währung“ sind das über 30 Credits – also mehr als ein volles Semester. Parallel dazu musste Frey in den vergangenen Jahren sein Bachelorstudium managen. Ausdauer und Durchhaltevermögen waren gefragt – auf und neben dem Rad. „Studium und Sport zu vereinen, war zeitweise echt fordernd. Vor allem in den Prüfungsphasen musste ich Abstriche machen“, erinnert sich Frey. In Summe sei ihm der Spagat aber sehr gut gelungen, auch weil er mit der Hochschule Pforzheim einen verlässlichen Ausbildungspartner an seiner Seite wusste. Zu Beginn des Studiums haben der Student und die Hochschule einen individuellen Studienplan erstellt, der die Regelstudienzeit von sieben Semestern ausweitete. In der Regel belegte Frey im Winter Kurse im üblichen Umfang. Dafür reduzierte er den Aufwand im Sommersemester, um an den Rennen im In- und Ausland teilnehmen zu können. Im Einzelfall räumte die Business School dem Leistungssportler auch ein, Prüfungstermine zu verschieben oder alternative Prüfungsleistungen zu erbringen. „Die Fakultät ist mir mit der angebotenen Flexibilität sehr entgegengekommen“, resümiert Frey dankbar. Nur so und durch die Unterstützung seines Teams gelang es Frey, das Pensum zu bewältigen und den Weg hin zum Profi zu ebnen. An einen Abbruch des Studiums dachte er nie: „Kein Studium war nie eine Option. Das Sportler-Dasein ist kurzlebig und kann schnell vorbei sein. Außerdem gibt es auch ein Leben nach dem Sport und ich bin bestrebt, später etwas auszuüben, was mich erfüllt.“

Martin Frey hat es erfolgreich geschafft, seine Leidenschaft für den Leistungssport mit einem Studium zu vereinbaren. Mit der Abgabe der Bachelorarbeit in diesem Sommer ist er für Zukunft gerüstet und kann sich vorerst voll und ganz dem Profisport widmen. In diesem Jahr stehen noch die deutsche Meisterschaft und die Weltmeisterschaft an. Für beide Wettbewerbe hat sich der sympathische Sportler ehrgeizige Ziele gesteckt.

→ www.martinfrey.com
→ www.bulls.de/bulls-teams/bulls-racing-team/martin-frey.html

* Tim Kullmann studiert im Masterstudiengang Corporate Communication Management und ist studentischer Mitarbeiter in der Fakultätskommunikation. Er hat Martin Frey im Auftrag der Newsletter-Redaktion getroffen und mit ihm über Sport und Studium gesprochen.

Bildquellen: Sportograf

Einsatz in Südafrika:

Die Studentische Initiative InitiAID kämpft gegen Armut und schlechte Schulbildung

initiAID ist ein eingetragener Verein, der 2013 von Studierenden der Hochschule Pforzheim gegründet wurde und als studentische Initiative betrieben wird. Seine Mission ist die ganzheitliche Förderung und Unterstützung bedürftiger Menschen. Derzeit setzt InitiAID drei Projekte in Kapstadt und in Pforzheim um:

Das Vryground Computer Lab in Kapstadt

Das Vryground Community Lab (VCL) in Kapstadt wurde 2010 als Kooperationsprojekt zwischen der Universität von Kapstadt (UCT) und der Hochschule Pforzheim in Vryground, einem der ärmsten Townships Kapstadts, gegründet. Schulen in den Townships fehlen die Infrastruktur und die Ressourcen, um eine qualitativ hochwertige Schulbildung zu bieten. Laut Unicef haben 78% der Schulen weder eine Bibliothek noch einen Zugang zu Computern oder zum Internet. Nur 20% der Bewohner im Alter von über 20 Jahren haben die 12. Klasse der Highschool abgeschlossen. 75% der Haushalte haben ein monatliches Einkommen von weniger als R3.200 (200€). Das VCL bietet Hilfe zur Selbsthilfe. Es gibt den Bewohnern von Vryground die Möglichkeit gibt, sich durch umfassende Förderung und Unterstützung Wissen und Kompetenzen anzueignen. Ausgestattet mit 20 Computern, bietet das VCL IT-gestützte Trainings- und Bildungsangebote für alle Altersgruppen. Das Kursangebot reicht von grundlegenden Computer-Kenntnissen bis hin zu Bewerbungstrainings oder grundlegenden Kenntnissen der Buchführung. Während der „Open Hours“ ist jeder herzlich willkommen, der das VCL für Schulprojekte oder Bewerbungen nutzen möchte. Der Zugang zu den Computern und dem Internet ist kostenlos. Die Trainingsprogramme haben bislang 3.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer erreicht. Möglich ist das nur durch das Engagement von Studierenden der Hochschule Pforzheim, die sich als Volunteers vor Ort engagieren. Sie werden durch Studierende der UCT und Bewohner des Townships unterstützt, die Teil des Wandels in ihrer Community sein möchten. In der Zwischenzeit haben über 50 Studierende vor Ort sich engagiert und die „Perspektive“ gewechselt. Sie sehen nach ihrer Rückkehr viele Dinge mit anderen Augen. Durch den Aufenthalt wurde vielen bewusst, dass der materielle Wohlstand, den wir hier in Deutschland genießen, nicht selbstverständlich ist. So relativieren sich auch einige Probleme des alltäglichen Lebens in Deutschland, wenn man die Probleme der Menschen aus Vryground kennengelernt hat.

Das Stipendienprogramm Build up Kids für bedürftige Schüler

Build up Kids ist ein Stipendienprogramm, das die schulische Weiterbildung talentierter Kinder an besser ausgestatteten High Schools finanziert. Ziel ist es, die finanzielle Hürde für eine qualitativ hochwertige Schulbildung zu eliminieren. Da die Qualität von öffentlichen Schulen sehr stark variiert haben Kinder aus Familien mit niedrigem Einkommen nur geringe Erfolgschancen. Die Wahrscheinlichkeit einen Studienplatz zu erhalten ist bei Schülern, die ab Klasse 8 eine gebührenpflichtige Schule besuchen, viermal höher als bei Schülern, die eine gebührenfreie Schule besuchen. Build up Kids zielt darauf ab, den Kreislauf der Armut zu durchbrechen. Junge Menschen sollen einer schulischen Bildung an gut ausgestatteten Schulen nachgehen können, damit sie die Möglichkeit haben, eine Universität zu besuchen oder eine Ausbildung zu machen, um schließlich einen Arbeitsplatz zu finden. Build up Kids finanziert die Kosten für Schulgebühren, Schuluniform, Lernmaterialien und den täglichen Transport mit einem eigenen Schulbus zur Schule. Für eine ganzheitliche Persönlichkeitsentwicklung werden zudem eine umfassende Betreuung und individuelle Unterstützung angeboten. Durch Mentoring, Leadership Training und

Hausaufgabenhilfe wird sichergestellt, dass die Kinder die gesteckten Ziele erreichen und ihr volles Potential ausschöpfen können. Die Kinder erhalten so die Möglichkeit, in einem sicheren und stabilen Umfeld frei von Gewalt und Gangaktivitäten auf die Schule zu gehen. Derzeit erhalten 15 Kinder ein solches Highschool-Stipendium. Und die schulischen Leistungen sind bei allen Kindern sehr gut. Bald werden die ersten Teilnehmer des Studienprogramms die Highschool beenden und ihren Wünschen und Zielen einen Schritt näher sein. So wie Jamie, einer der Stipendiaten, es sich wünscht: "Eine bessere Highschool hilft mir, eine bessere Zukunft zu haben. Bildung ist wichtig für mich, da es mir helfen wird einen guten Job zu bekommen und für meine Mutter und Familie sorgen zu können."

Das Projekt PERSPEKTIVE für Geflüchtete

Das Projekt Perspektive wendet sich an potentielle Studienanwärter mit Fluchthintergrund. Ziel ist es, Geflüchtete frühzeitig mit Unterstützung von Studierenden der Hochschule Pforzheim in das Campusleben einzubeziehen und eine erste Orientierung und Informationsmöglichkeit in Bezug auf Angebote wie Sprachkurse, Orientierungskurse, Gasthörerschaft und langfristig ggf. auch einen Studienplatz zu erhalten. Dazu bietet InitiAID ein Welcome Café und ein Buddy Programm an.
„initiAID schafft eine Win-Win Situation für bedürftige Menschen in Vryground Südafrika und für unsere Studierenden“, betont Professor Dr. Joachim Schulder, der die studentische Initiative eng begleitet. „Den Studierenden ermöglicht initiAID, vor Ort zu helfen und dadurch prägende Erfahrungen zu sammeln. Genau diese Hilfe, z.B. ein Computerkurs im Vryground Community Lab, gibt den Menschen vor Ort eine Chance, der Armut zu entkommen. Ich hoffe, dass noch viele unserer Studierenden diese Chance erkennen und mitmachen. Alle, die bislang dort waren, kamen begeistert zurück und sind sich einig: Das würde ich jederzeit wieder machen.“

Gesucht: Volunteers für die Arbeit in Südafrika sowie finanzielle Förderer

Derzeit sammelt initiAID Spenden für die Schulbildung eines weiteren Kindes, das gefördert werden soll. Von den 40.000 Euro, die dafür erforderlich sind, konnten bislang 229 Euro zusammengetragen werden. Weitere private sowie institutionelle Spender werden dringend gesucht. Wer sich als Freiwillige oder Freiwilliger für ein Semester in Südafrika engagieren will, ist ebenfalls herzlich willkommen.

→ www.initiaid.de

Willkommen an der Business School!

225 Masterstudierende nehmen zum Wintersemester 2019/20 ein Studium in einem der zehn betriebswirtschaftlichen Master- und MBA-Programme auf. Im Rahmen einer allgemeinen Auftaktveranstaltung wurden die neuen Studierenden von Professor Dr. Harald Strotmann, dem Stellvertretenden Dekan der Fakultät für Wirtschaft und Recht, und den Studiendekaninnen und -dekanen ihrer Studiengänge offiziell begrüßt.

Die Masterstudiengänge der Business School konnten die Studienanfänger von ihrer Besonderheit im Vergleich zu den Programmen anderer Hochschulen überzeugen. Umgekehrt haben die Master-Erstsemester ihre Einzigartigkeit im Auswahlverfahren unter Beweis gestellt, wie der stellvertretende Dekan Prof. Dr. Harald Strotmann betonte: „Sie haben einen Studienplatz bei uns erhalten, und darauf können Sie stolz sein“, begrüßte er die neuen Studierenden. „Während die Bewerberzahlen für Masterstudiengänge an anderen Hochschulen rückläufig sind, ist die Nachfrage nach Studienplätzen bei uns ungebro-chen. Wir erhalten sehr viel mehr Bewerbungen als wir Studienplätze haben. Sie haben mit Ihren schriftlichen Unterlagen und im persönlichen Bewerbungsgespräch überzeugt."

Prof. Dr. Thomas Cleff zum Generalsekretär von NIBES gewählt

Professor Dr. Thomas Cleff ist zum neuen Generalsekretär von NIBES, dem Network of International Business and Economic Schools, gewählt worden. Der Dekan der Business School Pforzheim wurde bei der Jahreskonferenz des Verbands einstimmig in das Amt des Vorsitzenden berufen.

Er folgt auf Soren Askegaard von der University of Southern Denmark, der NIBES seit 2015 geleitet hat. „Es ist Wertschätzung und Auszeichnung für die internationale Ausrichtung unserer Business School Pforzheim, diesem renommierten Netzwerk mit 20 Business Schools aus 19 Ländern vorstehen zu dürfen“, betonte Thomas Cleff in seiner Dankesrede bei der Konferenz in Clermont-Ferrand (Frankreich). „Gleichzeitig sehen wir es als besonderen Auftrag, die Zusammenarbeit zwischen den Partnerhochschulen künftig weiter zu vertiefen.“ Gegründet 1996 in Tours, haben sich die Mitgliedshochschulen dem internationalen Austausch auf allen akademischen Ebenen verschrieben. Die Hochschule Pforzheim ist das einzige deutsche Mitglied. Die Amtszeit des Generalsekretärs beträgt zwei Jahre. Als Sitz des amtierenden Generalsekretärs wird die Hochschule Pforzheim in den nächsten zwei Jahren auch Sitz des NIBES Netzwerkes sein.

NIBES-Partner im Juli 2019

Business PF neu auf Instagram und YouTube

Seit Beginn des Wintersemesters ist die Business School auf Instagram und YouTube vertreten. Grundlage für die Entscheidung, einen eigenen Instagram-Kanal zu eröffnen und den bereits bestehenden, aber vergleichsweise wenig bespielten YouTube-Kanal komplett zu überarbeiten, war das veränderte Mediennutzungsverhalten von Schülern und Studierenden. Studien zeigen, dass soziale Netzwerke und Videoportale in der jungen Zielgruppe immer wichtiger werden. Facebook ist längst wieder out – Instagram, Snapchat und Videoportale in.

Instagram nutzen 62% der 14-19 Jährigen mindestens einmal wöchentlich

Die ARD/ZDF-Onlinestudien 2017-2018 zeigen, dass Instagram sowohl unter den 14-19 Jährigen als auch unter den 14-29 Jährigen zwischenzeitlich die am häufigste genutzte Onlinecommunity ist: 48% der 14-19 Jährigen nutzen Instagram täglich, 62% mindestens wöchentlich. Unter den 14-29 Jährigen sind es 36%, die Instagram täglich öffnen, und 50%, die es wöchentlich mindestens einmal nutzen.

Anteil der 14-19 Jährigen, die die Onlinecommunities nutzen	täglich	mindestens einmal wöchentlich		Anteil der 14-29 Jährigen, die die Onlinecommunities nutzen	täglich	mindestens einmal wöchentlich
Instagram	48%	62%		Instagram	36%	50%
Snapchat	44%	55%		Snapchat	26%	36%
Facebook	27%	50%		Facebook	36%	63%
Twitter	5%	9%		Twitter	3%	7%
Xing	3%	3%		Xing	2%	5%

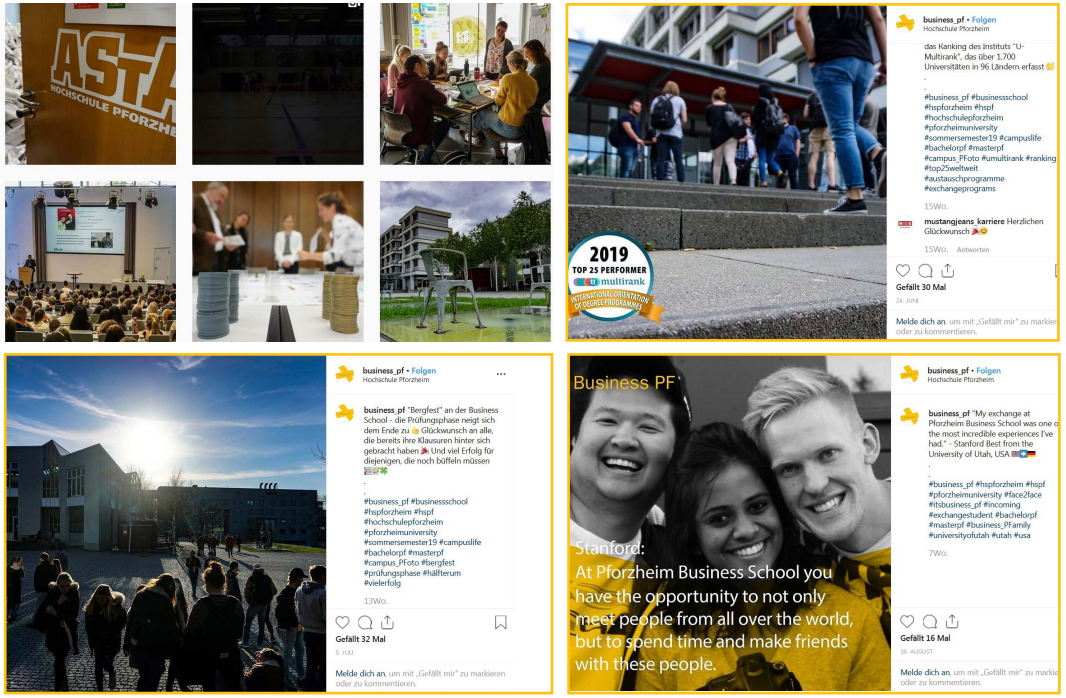
Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (2017: n=2.017; 2018: n=2.009).
Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudien 2017-2018.

Im Rahmen der Bewerber- und Studierendenansprache setzen immer mehr Hochschulen auf Instagram. Auch Studierende selbst betreiben Instagram-Accounts, etwa über das Studieren in Pforzheim, für spezifische Projekte oder studentische Initiativen. Die Hochschule Pforzheim sowie die Fakultäten für Gestaltung und für Technik verfügten bereits seit einiger Zeit über Instagram-Kanäle. Die Fakultät für Wirtschaft und Recht war bislang mit einzelnen Posts im Hochschulkanal vertreten, zieht nun aber nach und vervollständigt damit den kommunikativen Auftritt und das Kanal-Portfolio über alle drei Fakultäten hinweg.
Auf dem offiziellen Instagram-Kanal „Business_PF“ machen Fotos, Bildergalerien, Storys und Videos das Studium in Pforzheim, das Campus-Feeling und Studentische Leben drumherum erlebbar. Auch Forschungsthemen und Ergebnisse aus Kongressen, Symposien und Gastvorlesungen sollen vorgestellt werden. Hinzu kommen wechselnde Schwerpunktthemen wie z. B. Gesichter und Stimmen von ausländischen Studierenden, die für ein Gastsemester an der Hochschule Pforzheim studieren, oder von Pforzheimer Studierenden, die sich vom Auslandsaufenthalt an einer Partnerhochschule zu Wort melden.
„Unser neuer Instagram-Kanal richtet sich vor allem an Studierende und Studieninteressierte, aber auch Kolleginnen und Kollegen intern sowie Partner aus Wirtschaft und Gesellschaft sprechen wir an“, sagt Professorin Dr. Simone Huck-Sandhu, Prodekanin für Kommunikation an der Business School. „Mit der Content-Strategie wollen wir hautnah und authentisch vermitteln, was das Studieren, Lehren und Forschen bei uns in Pforzheim besonders macht.“ Der Social-Media-Kanal wird von zwei studentischen Social Media-Redakteuren, die nah am Studenten- und Campusleben dran sind, unter Leitung von Nadine Gloss, Fakultätskommunikation, betrieben. „Der Busines_PF-Account ergänzt unsere Newsrubrik auf der Website und unsere anderen Informations- und Kommunikationskanäle“, betont Nadine Gloss. „Instagram ist die perfekte Plattform, um unsere News, Infos und Hinweise auf Veranstaltungen schnell und in kleinen Häppchen zu streuen. Uns ist aber auch wichtig, die für uns als Business School wesentlichen Themen mit starken Bildern und spannenden Geschichten mit Leben zu füllen.“
Der Account BusinessPF war seit Ende Juni im Testbetrieb online. Noch vor dem offiziellen Launch zum Vorlesungsbeginn Anfang Oktober hatte er bereits 215 Follower.

Business PF

- Den Instagram-Kanal finden Sie unter: https://www.instagram.com/business_pf
- Wir freuen uns auf viele Follower und Likes und natürlich auch über Posts unter #businesspf.

Einige Impressionen zum Instagram-Kanal der Business School:



Videoplattformen wie YouTube nutzen 83% der 14-29 Jährigen mindestens wöchentlich

Im Sommersemester hat die Business School auch ihren YouTube-Account überarbeitet und neu aufgesetzt. In den vergangenen Semestern wurde das Videoportal v.a. zur Bereitstellung von Videos genutzt, um diese auf der Website einbinden zu können. Mit der Neugestaltung der Business PF-Seite steht die YouTube-Präsenz ab sofort auch konzeptionell auf eigenen Füssen. Immerhin nutzen 83% der 14-29 Jährigen Videoportale wie YouTube mindestens einmal wöchentlich, so die Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2017-2018.

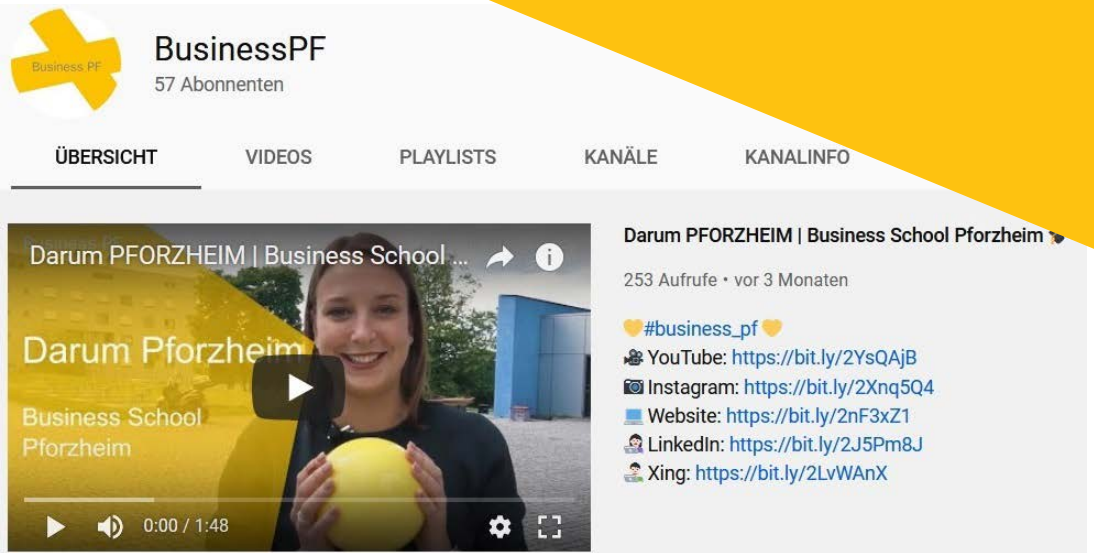
Anteil der 14-29 Jährigen, die die Onlinecommunities nutzen	mindestens einmal wöchentlich
Video online	96%
Videoportale, z. B. YouTube, MyVideo, Clipfish	83%
Videos auf Facebook	47%
Videos auf Instagram (nur Daten in 2018)	42%

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (2017: n=2.017; 2018: n=2.009).
Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudien 2017-2018.

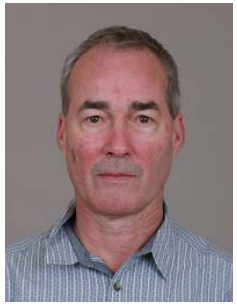
Instagram ist ein Onlinedienst zum Teilen von Fotos und Videos, in Form einer Mischung aus Microblog und audiovisueller Plattform. Im Jahr 2019 hat Instagram über 1,1 Milliarden monatlich aktive Nutzer weltweit, wovon 500 Millionen die Plattform täglich nutzen. Mehr aktive Nutzer hat lediglich Facebook, so dass Instagram auf Platz 2 der Sozialen Netzwerke gefolgt von Twitter, Pinterest und Tumblr steht. Ursprünglich v. a. von Teenagern und jungen Millenials genutzt, erreicht Instagram heute eine deutlich breitere, aber weiterhin eher junge Nutzergruppe – 75% der Nutzer sind 35 Jahre oder jünger. Sie verbringen im Durchschnitt 53 pro Tag auf Instagram (Basis: 2018; zum Vergleich: Facebook 58 Minuten).

YouTube ist ein Videoportal, auf dem Nutzer kostenlos Videoclips ansehen, bewerten, kommentieren und selbst hochladen können. Bei den Videos handelt es sich u. a. um Film- und Fernsehausschnitte, Musikvideos und Filmtrailer, aber auch Slideshows und Tutorials sowie selbstgedrehte Videos. In Europa ist YouTube die führende Video-Plattform.

Auf der Youtube-Seite der Business School werden Videos über das Studium und seine Besonderheiten, Events, Interviews sowie themenspezifische Filme bereitgestellt. „Laut Susan Wojcicki, CEO von YouTube, werden weltweit pro Minute 400 Stunden Videomaterial auf die Videoplattform YouTube hochgeladen. 'Video ist King' heißt es und so nutzen Online-User YouTube mittlerweile als zweitstärkste Suchmaschine. Da wäre es also eine verschwendete Chance, wenn wir unsere neuesten Informationen und unsere Events nicht auch dort präsentieren würden“, sagt Kira Hesselschwerdt, die als Videoingenieurin im Studiengang BW/Marketingkommunikation und Werbung tätig ist und mit einem Teil ihrer Stelle auch die Video-Produktionen der Fakultät erstellt und begleitet. „Mithilfe unseres YouTube-Channels wollen wir den Campus, die Hörsäle und natürlich auch „echte“ Studierende und Lehrende zeigen. Authentisch, ehrlich und ungestellt. Dort können wir unsere Zielgruppe in ihrer eigenen Sprache ansprechen und für unsere Fakultät begeistern.“ Ein Beispiel: Im Film „Darum Pforzheim“ erzählen fünf Studierende aus unterschiedlichen Bachelor- und Masterprogrammen erzählen, warum sie sich für ein in Pforzheim entschieden haben. Aber auch Videos zum Alumni-Event IMPULSE und zur LAUDATIO aus dem letzten Sommersemester stehen online.
„Auch hier geht es uns darum, Studiereninteressierten und Studierenden einen möglichst authentischen Blick auf das Studium bei uns zu vermitteln“, betont Professorin Dr. Simone Huck-Sandhu. Die Videos sollen Lust aufs Studieren in Pforzheim machen und Emotionen transportieren, die über Fotos und Texte nicht in gleicher Weise vermittelt werden können.



- Den YouTube-Channel von Business PF finden Sie unter: https://bit.ly/2YsQAjB
- Wir freuen uns über neue Abonnenten!



Grundgesetz and Ewigkeitsklausel – Guest professor of Law Robin Lister reveals his favorite German words

The University of Bradford is a public university located in Bradford, West Yorkshire, England. At the moment there are more than 10 000 students enrolled, 22 % of them are foreign and come from more than 100 different countries. The University of Bradford's School of Management has the Triple Crown Accreditation and a lot of international collaborations. The School of Law offers an extensive range of law programs and gives students the opportunity to tailor their studies in a particular aspect of law.

www.bradford.ac.uk

Robin Lister is a Senior Lecturer in Law at the University of Bradford's Faculty of Management, Law & Social Sciences. He visited Pforzheim University as a guest lecturer in May 2019 and lectured in the Bachelor's program Business Law (LL.B.) on the English legal system and aspects of company law. Mr. Lister spoke to student reporter Lia Sophie Wilmes about the characteristics of English law and Bradford University's "Law Clinic", which gives his Bradford students the chance to practice law and make a contribution to the local community at the same time.

Mr. Lister, welcome back to Pforzheim! What is the one thing you like most about the Northern Black Forest?
The surroundings of Pforzheim are spectacularly beautiful. I remember one day, during my first visit to Pforzheim, we went on the treetop walk in Bad Wildbad with the students, which was pretty glorious. And I do quite like Pforzheim itself, even though everyone who asks me seems to be a little bit negative about it. But I think the center is lovely, and that is where I spend most of my time, there and at the university. And I really like the atmosphere in the university, it is very friendly and everybody is really engaged.

You lecture in our Bachelor's program Business Law. From your point of view, what is the distinctiveness of this program?
I think it is very practical. My students have been here for the best part of three years, so they are nearly at the end of their course. Most of them speak excellent English, which is very impressive. I have been lecturing about what is distinctive about the English legal system and common law. We had some really good conversations comparing how different legal situations would be dealt with in Germany and in the United Kingdom. Our system has evolved over centuries and we do not have a formal constitution equivalent to the Grundgesetz. We also talked about recent political developments as they have an impact not only on society in general, but also on universities. The spectre of Brexit, whether or not we leave the EU and whether or not there is some sensible agreement if we do, has a significant impact on cooperation between universities, in particular on student exchange programs like the Erasmus scheme. But there are also effects on research collaborations, which have developed so much over the recent years. In my faculty in Bradford, I have colleagues from Greece, Finland, Germany, France, ... from all parts of Europe and the rest of the world. So we hope that whatever happens the outcome is sensible and all our partnerships and collaborations continue.

At your home university the law students have the chance to train in "The Law Clinic". Tell us something about this concept.
The Law Clinic is one of the most exciting innovations we have had in our law school. I am a trustee at Citizens Advice Bradford & Airedale (CAB) and Bradford Law Centre. Law Centres are charities initially established in the late 1960s and 1970s to provide free legal advice to people who could not afford it. To help cope with the funding cuts experienced by so many charities and third sector organizations in recent years the Law Centre amalgamated with the much larger Citizens Advice Bureau in 2015. We agreed with them that it would be a good idea to run a university law clinic, based at the CAB and Law Centre, offering free legal advice to everyone in the local community on matters that the CAB and Law Centre do not cover. So it is a good collaboration, which is excellent for our students. They can develop their practical legal skills with real clients and, at the same time, make a valuable contribution to our community. One of my colleagues, who is a barrister, is primarily responsible for running the clinic. It has been going for four years now and it really has been a great success. It is not mandatory for our students to work there, but roughly a third of final year students take advantage of the opportunity. At the moment we are expanding it, so that second year students can start to get involved, too. It is one of those areas where we have got big ambitions. I think it is good for universities to be involved with the local community on a personal level.

My research revealed that you worked as a children's book author before your career in law. How did that come about?
That is right, I have written a number of versions of the classics for children. But let me start at the very beginning of my career. My first degree was in English language and literature. After graduating in Oxford I worked in France for a year and a half teaching English as a foreign language. I then went back to Oxford and did some research and some undergraduate teaching. I then got involved in publishing and writing and in my early thirties I enrolled in the postgraduate conversion course for law.

You might have learned some German during your visits. Which is your favorite German word?
There are two: Grundgesetz and Ewigkeitsklausel. The eternity clause is of huge significance, because it means that certain articles of the Grundgesetz are permanent principles, which cannot be amended, not even by a super majority in parliament. Even though we do not have a formal, written constitution in the United Kingdom, there is a core rule of law value, which means that our constitutional democratic values must be observed. So if a government attempted to do something contrary to that the judges would have to break with the idea that the government is sovereign. However, this is rather vague and I think my students here in Pforzheim are right when they say that it is better to have something written down.

Thank you for the interview, Mr. Lister.

Preise und Auszeichnungen

Prof. Dr. Stephan Fischer einer von 40 führenden HR-Köpfen Deutschlands

Prof. Dr. Stephan Fischer

Dr. Stephan Fischer, Professor für Personalmanagement und Organisationsberatung an der Hochschule Pforzheim, gehört erneut zu den 40 führenden HR-Köpfen Deutschlands. Alle zwei Jahre zeichnet das Personalmagazin des Haufe-Verlags die wichtigsten Persönlichkeiten aus dem Personalwesen in den Kategorien Manager, Berater und Wissenschaftler aus. Zu den 40 führenden HR-Köpfen zählen Personen, die nach Ansicht des Verlags „ein Vorbild für andere sind, Einfluss auf die Meinungsbildung in der Öffentlichkeit nehmen, ein HR-Thema vorangebracht haben, ein Machtfaktor in der HR-Branche sind und aktiv im Berufsleben stehen“. In der Kategorie Wissenschaftler zählen insbesondere der Impact auf die Szene sowie die Wahrnehmbarkeit im Alltag. In dieser Kategorie wurde Stephan Fischer gemeinsam mit zehn weiteren Wissenschaftlern ausgezeichnet. Die Nominierungsliste für die 40 führenden HR-Köpfe setzt sich zunächst aus Vorschlägen der Leser des Personalmagazins sowie der Nutzer des Personal-Portals des Verlags zusammen. Die Redakteure des Personalmagazins entscheiden im Anschluss gemeinsam mit renommierten Experten aus der HR-Szene über die endgültige Aufnahme in den Kreis der führenden HR-Köpfe. In diesem Jahr wurden rund 200 Persönlichkeiten vorgeschlagen. Die 40 Preisträger wurden am 10. Juli 2019 in Frankfurt im Rahmen eines Netzwerkevents geehrt.

Prof. Dr. Simone Harriehausen als Sachverständige im Bundestag

Prof. Dr. Simone Harriehausen

Am Mittwoch, 26. Juni 2019, war der „Entwurf eines Gesetzes zur Änderung von Vorschriften über die außergerichtliche Streitbeilegung in Verbrauchersachen“ Thema einer öffentlichen Anhörung im Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz des Bundestages. Als eine von acht Sachverständigen war Dr. Simone Harriehausen, Professorin für Wirtschaftsprivatrecht und Mitglied des „Zentrums Verbraucherforschung und nachhaltigen Konsum an der Hochschule Pforzheim (vunk)“ geladen. Die Expertin für Verbraucherstreitbeilegung betonte in ihrer Stellungnahme, die geplante Erweiterung der Zuständigkeit der Universalschlichtungsstelle zur Bearbeitung von Streitig-keiten, zu denen nach einer Musterfeststellungsklage bindende Feststellungen getroffenen wurden, eröffne dem Verbraucher die Möglich-keit, mit Hilfe eines Schlichtungsverfahrens kostengünstig und schnell eine Lösung des Konflikts herbeizuführen. Diskussionsbedarf gibt es aber aus ihrer Sicht unter anderem bei der vorgesehenen Ablehnung eines Schlichtungsverfahrens bei Rechtshängigkeit einer Musterfeststellungsklage. Hintergrund des Gesetzentwurfes ist, dass die Zuständigkeiten von Universalschlichtungsstellen auf solche Streitigkeiten ausgeweitet werden sollen, zu welchen eine bindende Feststellung auf Grund einer Musterfeststellungsklage getroffen wurde.

→ Die Gesetzesvorlagen sowie die Stellungnahme von Professorin Dr. Simone Harriehausen sind online abrufbar: www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2019/kw26-pa-recht-streitbeilegung-647960

ISSIP Best Paper Award für Prof. Dr. Peter Weiß

Prof. Dr. Peter Weiß

Dr. Peter Weiß, Professor für Wirtschaftsinformatik an der Business School der Hochschule Pforzheim, wurde auf der internationalen Konferenz „The Naples Forum on Service“ mit dem ISSIP Best Paper Award ausgezeichnet. Den Preis erhielt er gemeinsam mit seinen Forschungspartnern und Co-Autoren Professor Dr. Markus Warg (Insitute of Service Design, Hamburg), Dr. Andreas Zolnowski (Universität Hamburg) und Markus Frosch (Projekt 3T) für den Konferenzbeitrag „From Product Organization to Platform Organization – Observations of Organizational Development in the Insurance Industry“. „Der ISSIP Best Paper Award ist für uns eine große Auszeichnung und gleichzeitig eine Würdigung unserer bisherigen Forschungsarbeiten zur Service Dominierten Architektur als Kern einer digitalen Transformation,“ freut sich Peter Weiß über die Auszeichnung. Der Berufsverband ISSIP (The International Society of Service Innovation Professionals) wurde von IBM, Cisco, HP und mehreren Universitäten gegründet mit dem Ziel, Service-Innovationen in einer mehr und mehr vernetzten, digitalen Welt zu fördern. Beim Naples Forum on Service, das dieses Jahr zehnjähriges Jubiläum feierte treffen, sich alle zwei Jahre Vertreter aus Wissenschaft und Praxis, um sich zu aktuellen und zukünftigen Entwicklungen im Bereich Service Science und Service Dominierte Logik auszutauschen.

Preiszeit 2019: Ehrung für die besten Studierenden und Alumni der Business School

Besondere Leistungen verdienen eine besondere Auszeichnung – so ehrte die Business School der Hochschule Pforzheim auch dieses Jahr wieder hervorragende Arbeiten ihrer Studierenden. Am 26. Juni übergaben im Walter-Witzenmann-Hörsaal Vertreter von zehn Unternehmen und Stiftungen 19 Förderpreise an 16 Studierende sowie drei studentische Gruppen. Ausgezeichnet wurden sowohl Projekt- als auch Abschlussarbeiten von Studierenden. Die Laudatoren aus den Unternehmen bescheinigten ihnen eine große Aktualität, hohe Relevanz und hervorragende Qualität. Im Rahmen der PREISZEIT wurden zudem die besten Bachelor- und Masterstudierenden in die akademische Ehrengesellschaft Beta Gamma Sigma (BGS) aufgenommen. Seit Mai 2014 hat die Hochschule das Recht, Mitglieder in die Ehrengesellschaft Beta Gamma Sigma aufzunehmen. Dabei handelt es sich um ein internationales Netzwerk der besten Studierenden und Alumni der weltweit führenden Business Schools. Die Einführungsansprache im Rahmen der feierlichen Aufnahme hielt Professor Dr. Dirk Wentzel, Chapter Advisor des BGS Chapter Pforzheim und Inhaber des Jean Monnet Lehrstuhls in European Economic Integration an der Hochschule Pforzheim.

Auszeichung	Studiengang	Preisstifter	Name
Herausragende Abschlussarbeit im Bereich Informations- und Kommunikationssysteme	Bachelor BW/ Einkauf und Logistik	AEB GmbH	Jonathan Dollinger
Herausragende Abschlussarbeit im Bereich Informations- und Kommunikationssysteme	Bachelor BW/ Einkauf und Logistik	AEB GmbH	Torge Wieling
Beste Abschlussarbeit	Bachelor BW/ Wirtschaftsinformatik – Management & IT	AKTIVBANK AG	Karl Nowak
Beste Studienleistung	Wahlpflichtfach BWL der Banken	AKTIVBANK AG	Johannes Benzing
Beste Studienleistung	Managementseminar zur Handelsbetriebslehre	AKTIVBANK AG	Verena Graf
Hervorragende Abschlussarbeit	Bachelor BW/ Personalmanagement	Connect Personal-Service GmbH	Jaclyn Grom
Hervorragende Abschlussarbeit	Master Human Resources Management	Connect Personal-Service GmbH	Laura Weik
Soziales Engagement	alle Studiengänge	ec4u expert consulting	Philipp Hahn
Beste Leistung im ersten Studienabschnitt	Bachelor BW/ Controlling, Finanz- und Rechnungswesen	Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	Myriam Siebert
Beste Leistung im ersten Studienabschnitt	Bachelor BW/ Steuern und Wirtschaftsprüfung	Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	Tobias Holzinger

Auszeichung	Studiengang	Preisstifter	Name
Beste Leistung zwischen dem 3. und 7. Semester	Bachelor BW/ International Business	Joachim Paul Stiftung	Lara Heizmann
Beste Leistung zwischen dem 3. und 7. Semester	Bachelor BW/ International Business	Joachim Paul Stiftung	Marius Gaißert
Herausragende Projektarbeit	Master Creative Communication & Brand Management	Jung von Matt	Gregor Freund, Greta Josten und Ivana Reinhard (alle MCM) Lisa Harbusch und Dennis Morgenroth (beide BMKWE)
Herausragende Abschlussarbeit	Bachelor Wirtschaftsrecht	Ladenburger Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB	Zina Al Wasash
Herausragende Abschlussarbeit	Master Information Systems	Robert Bosch GmbH	David Knizia
Herausragende Abschlussarbeit	Master Information Systems	Robert Bosch GmbH	Christian Lossos
Herausragende Abschlussarbeit	Bachelor BW/ Wirtschaftsinformatik – Management & IT	Robert Bosch GmbH	David Boss
Herausragende Abschlussarbeit	Bachelor BW/ Wirtschaftsinformatik – Management & IT	Robert Bosch GmbH	Jessica Carolina Alves de Almeida Nunes
Dean´s Award Studierende for Distinguished Academic Achievement and Exceptional International Accomplishments	Fakultät	Prof. Dr. K.-H. Rau	Carolin Lehmann und Dorothea Ruziczka

Preiszeit 2019 und Beta-Gamma-Sigma-Aufnahmezeremonie

Die Preisträgerinnen und Preisträger sowie Preisstifter der Preiszeit 2019 – herzlichen Glückwunsch!

Beta-Gamma-Sigma-Aufnahmezeremonie: Ein Teil der neu aufgenommenen studentischen Mitglieder der Ehrengesellschaft mit Chapter Advisor Prof. Dr. Dirk Wentzel

Die Preisträger Jonathan Dollinger und Torge Wieling erhielten für ihre herausragenden Abschlussarbeiten im Bereich Informations- und Kommunikationssysteme den Förderpreis der AEB GmbH

Preisträger Philipp Hahn erhielt für sein herausragendes soziales Engagement den Förderpreis von ec4u expert consulting

Die Preisträgerinnen Jaclyn Grom und Laura Weik erhielten für ihre hervorragenden Abschlussarbeiten den Förderpreis der Connect Personal-Service GmbH von Benjamin Weiler

BGS Chapter Pforzheim erneut mit Status „Honors" ausgezeichnet

Die Zentrale der Ehrengesellschaft Beta Gamma Sigma in Missouri (USA) hat das BGS Chapter Pforzheim erneut mit dem Label „Honors" versehen. Der Business School wurde somit für das akademische Jahr 2018/2019 attestiert, hervorragende akademische Leistungen wertzuschätzen und die Etablierung von Beta Gamma Sigma auf dem Campus kontinuierlich voranzutreiben.
Die Bestätigung des Status „Honors" ist für Chapter President Prof. Dr. Thomas Cleff, Dekan der Business School, ein Nachweis dafür, das die im Rahmen der erfolgreichen Reakkreditierung durch die Akkreditierungsorganisation AACSB International dokumentierte Qualität der akademischen Wirtschaftsausbildung in Pforzheim entsprechend gewürdigt wird: Herausragende Studierende erhalten durch die BGS-Mitgliedschaft Zugang zu einem weltweiten Netzwerk von aktuell mehr als 875.000 Business-Studierenden. „Die Attraktivität der Business School als Ausbildungsstätte für akademische Leistungsträger wird durch das Pforzheimer BGS Chapter deutlich gesteigert", so Chapter Advisor Prof. Dr. Dirk Wentzel, der in bisher sechs Aufnahmezeremonien seit der Gründung des Chapters im Jahr 2014 jeweils die besten 10% der Bachelor- und 20% der Master-Studierenden auf die BGS-Prinzipien „eingeschworen" hat: Honor (Ehre), Wisdom (Weisheit) und Earnestness (Ernsthaftigkeit).

→ www.hs-pforzheim.de/bgs

Chapter Advisor Prof. Dr. Dirk Wentzel (rechts) mit einem Teil der neuen Inductees bei der BGS Induction Ceremony 2019

MBA International Management unter den Top 10 MBA-Programmen in Deutschland

FINDMBA
MBA Programs Worldwide

Der MBA-Studiengang International Management gehört dem Ranking von FindMBA zufolge zu den zehn besten MBA-Programmen der 87 Studiengänge in Deutschland. FindMBA ist eine der führenden Online Global Communities und Informationsplattformen, auf der über 2.000 Business Schools gelistet sind. Interessierte können sich über den Zuschnitt und die Qualität von MBA-Programmen weltweit informieren, Kontakt mit den Business Schools aufnehmen oder sich von der Community beraten lassen. Im Ranking fällt auf: Die sechs führenden Programme in Deutschland sind allesamt AACSB-, EQUIS- und/oder AMBA-zertifiziert. In zwei weiteren Listen wird der Pforzheimer MBA geführt: „European Business Schools Off the Beaten Path" sowie „Top 10 Budget MBA Programs in Europe".

→ www.hs-pforzheim.de/mba

Praxisprojekt MHRM: Change-Berater bei der Init SE

Wie begleitet und berät man Unternehmen während eines Change-Prozesses? Studierende des Masterstudiengangs Human Resources Management erlebten dies im Rahmen eines Praxisprojekts mit der Init SE hautnah. Im Modul „Change Management“, das im zweiten Fachsemester des Studiums angesiedelt ist, entwickelten sie in vier Beratergruppen konkurrierende Karrierekonzepte, bei denen sie ihre Theoriekenntnisse aus dem Studium in die Praxis umsetzen konnten. Ihr Auftrag: „Konzeption und Implementierung eines agilen Karriere- und Entwicklungsmodells für die Init SE“, die Hard- und Software für den öffentlichen Nahverkehr betreibt mit Sitz in Karlsruhe. Im Mittelpunkt stand die Frage, wie Karrieremodelle aussehen könnten, die sowohl die Mitarbeiterbindung als auch die Zusammenarbeit von Teams fördern. Zu Beginn des Sommersemesters klärten die Studierenden anhand einer Kurzpräsentation von Jörg Munz, Director Human Resouces / Executive Director und Prokurist der Init Grup und einer anschließenden Fragerunde nach dem Fishbowl-Prinzip den genauen Auftrag. Zwei Beratergruppen fokussierten sich im weiteren Verlauf des Projektes auf innovative Ansätze, zwei auf disruptive Ansätze für Karrieremodelle. So konnten dem Auftraggeber Ende Juni, nach einer dreimonatigen intensiven Teamarbeit, vier unterschiedliche Karrierekonzepte präsentiert werden. Betreut wurde die Arbeit von Professor Dr. Stephan Fischer, dem Studiengangleiter des Human Resources Management-Programms, und Michael Terstesse, einem externen Berater von HR Pioneer. Die Auftraggeber der Init SE lobten die Studierenden nach dem Pitch.„Ich hatte sehr hohe qualitative Erwartungen, diese wurden aber sogar übertroffen,“ so Auftraggeber Jörg Munz. „Es waren viele Aspekte dabei, die wir für die Init nutzen können. Die disruptiven Ansätze sehe ich als Vision für uns, die innovativen für die nahe Zukunft“. Die Studierenden des Master HRM waren durchweg begeistert und sehen das Praxisprojekt als ein Highlight ihres Studiums.

hs-pforzheim.de/hrm

Studierende des Masterstudiengangs Human Resources Management mit Studiengangleiter Professor Dr. Stephan Fischer (4. v. r.) und Unternehmenspartnern

Praxisprojekt MKWE I: How to make Online Advertising great again - Studierende entwickeln Szenarien für Display-Ads

Werbung wird oft nachgesagt, dass sie manipuliert, verführt und täuscht – oder einfach nur nervt. Je mehr Technologie und Algorithmen Teil des Lebens werden, desto eher haben Unternehmen die Möglichkeit, Online-Werbung individuell auszuspielen. Anstatt des Prinzips der Gießkanne lassen sich relevante Werbeinhalte gezielt auf die Interessen des Nutzers zuschneiden. Wie kann trotz der weiter zunehmenden Technologisierung der Kommunikation und des Marketings der Angst vor Manipulation und vor geheimer Verführung entgegengewirkt werden? Studierende des Bachelorstudiengangs Marketingkommunikation und Werbung der Hochschule Pforzheim haben sich in einem Praxisprojekt mit dieser Thematik auseinandergesetzt. Unter dem Titel „Make Online Advertising Great Again“ nahmen sich die Studierenden unter Leitung von Professor Dr. Jörg Tropp dem Paradox von Relevanz und Manipulationsverdacht an und warfen einen kritischen Blick auf die Zukunft der Werbung. Wie gelingt es, dass User im Idealfall sagen: „Online Werbung – great to see“? Ausgehend von ihren Recherchen und einer Online-Befragung entwickelten sie ein Best Case-Szenario, wie im Jahr 2022 das Erleben von Display-Ads aus Sicht junger Erwachsener zwischen 20 und 25 Jahren sein könnte: Daraus leiteten sie konkrete Handlungsmaßnahmen ab, wie die Situation weiter verbessert werden könnte. „Wir sehen unsere Arbeit im Rahmen dieses Projektes als einen Schritt in diese richtige Richtung“, so die Projektteilnehmer. „Im Projekt haben wir gelernt, dass empirische, sozialwissenschaftliche Methoden wie z. B die Szenario-Analyse, eine wirklich große Hilfestellung im Rahmen von anwendungsorientierten Forschungsarbeiten sein können.“

hs-pforzheim.de/werbung

Das Projektteam des Studiengangs Marketingkommunikation und Werbung mit Studiengangleiter Professor Dr. Jörg Tropp (rechts im Bild)

Praxisprojekt MKWE II: Netze BW vs. Jung von Matt

Auftraggeber im Praxisprojekt des Bachelorstudiengangs BW/Marketingkommuikation und Werbung war im aktuellen Sommersemesters die Agentur Jung von Matt Neckar. Peter Waibel, Geschäftsführer Kreation und Alumnus der Hochschule Pforzheim, hatte als Kunden die Netze BW mitgebracht – vertreten durch Gerhard Heinrich, Leiter Ausbildung und netztechnische Trainings, und Sebastian Bauer, Social Media Manager EnBW. Unter Leitung von Professorin Dr. Brigitte Gaiser entwickelten die Studierenden im Lauf des Semesters eine Employer Branding-Kampagne für die Netze BW mit dem Ziel, die Bewerberzahlen für die Zielgruppe der Millennials zu steigern. Die Entscheidung, welche der Kampagnen am Ende gewonnen hat, fiel den drei Auftraggebern alles andere als leicht. Letztendlich entschieden sie sich für zwei Gewinnerteams, die mit ihren starken kreativen Ideen überzeugen konnten: das Team ENZ Friends bestehend aus Anna Schmitz, Viviane Kowsche, Lara Sterner, Henry Specht und Henrik Szavay, und das Team Mindbreakers um Lena Gehring, Rebeka Westram, Silas Bubser, Leonie Böhmer, Jonathan Bereswill und Chiara Wacker.

hs-pforzheim.de/werbung

Die vier Projektteams des Studiengangs Marketingkommunikation und Werbung mit ihrer Professorin Dr. Brigitte Gaiser (vordere Reihe, 2. v. r.)

Praxisprojekt MMWP: Wie finden Video-Anbieter und Kunden zueinander?

Der Bewegtbild-Markt ist in Bewegung: Dem Bedürfnis vieler Unternehmen, sich professionell für Kunden und Bewerber darzustellen, steht eine Vielzahl von kleinen und größeren Dienstleistern gegenüber. Vier Studentinnen im sechsten Semester des Studiengangs BW/Media Management und Werbepsychologie untersuchten in einem Semesterprojekt die Kundenakquise von „TV-BW Medienproduktionen“, einem Tochterunternehmen des Pforzheimer-Zeitung-Medienhauses. Unter der Leitung von Dr. Nadine Lindstädt-Dreusicke, Professorin für Mediamanagement und Marketing, untersuchten die Studentinnen Katharina Jackel, Annika Maar, Selina Mendel und Svenja Szillat die Stärken und Schwächen des Unternehmens. In der Präsentation ihrer Ergebnisse Mitte Juli vor Thomas Satinsky, dem Geschäftsführenden Verleger des PZ-Medienhauses, Jürgen Th. Müller, dem Geschäftsführer von TV-BW sowie Stefanie Reinhardt, der Stellvertretende Geschäftsführerin der TV-BW, präsentierten sie ihre Ergebnisse und stellten ein Konzept vor, das es TV-BW ermöglichen soll, Kunden mit den unterschiedlichsten Bedürfnissen und Vorstellungen gezielt anzusprechen: vom aufwendigen Imagefilm bis zum kurzen Clip zur Bespielung der sozialen Medien. Am konkreten Beispiel unterschiedlicher Branchen zeigten sie die sehr unterschiedlichen Bedürfnisse der möglichen Kundschaft auf. Defizite wie Fachkräftemangel oder starker Wettbewerb verlangen nach entsprechend angepassten Darstellungsformen. Speziell konzipierte Produktpakete, passend auf Branchen und Kunden zugeschnitten, sollen zusammen mit entsprechend hochwertiger Beratungsleistung einen maximalen Mehrwert generieren. Aber wie kommt das Angebot jetzt zum Kunden? Auch hier zeigte das Team eine Vielzahl von Wegen und Maßnahmen auf, um abseits klassischer Akquise-Wege Kontakt zum Interessenten herzustellen – von der klassischen Telefonakquise über Social Media bis zum Referenzmarketing. Die Vertreter des PZ-Medienhauses zeigten sich von der Arbeit der Studentinnen angetan. Man werde die Vorschläge sehr genau prüfen, so Satinsky. Viele Vorschläge würden sich auch als Blaupause für andere Bereiche des Hauses eignen.

hs-pforzheim.de/bmmwp

Vorstellung der Ergebnisse (v. l. n. r.): Jürgen Th. Müller (Geschäftsführer TV-BW), Katharina Jackel, Prof. Dr. Nadine Lindstädt-Dreusicke, Annika Maar, Selina Mendel, Svenja Zillat und Thomas Satinsky (Geschäftsführender Verleger PZ-Medien)

Ausgezeichnet mit Erfindertrophäe: Logistikstudent bringt seine Idee zur Patentanmeldung bei Daimler

Denis Jesser

Denis Jesser, Student im Bachelorstudiengang Einkauf und Logistik, konnte zusammen mit weiteren Kollegen eine im Praxissemester entwickelte Idee im Rahmen seiner Bachelor-Arbeit zur Patentanmeldung bei der Daimler AG in Sindelfingen bringen. Unter der Patentnummer DE102018009265.9 ist Denis Jesser neben weiteren sechs Personen als Erfinder der „Anschlussvorrichtung zum Anbringen an einem Endrohr an einer Abgasanlage“ aufgeführt.

Die Idee zu dieser Anschlussvorrichtung kam Denis Jesser beim Besuch im Emissionslabor der Daimler AG in Untertürkheim während seines Pflichtpraktikums im Wintersemester 2017/18. Zusammen mit seinem Betreuer Fabian Lehnen entstand der Plan, sich die Fahrzeugadaption einmal näher anzuschauen. Das Forschungsobjekt der beiden kann im Prüflabor von Automobilherstellern zum Einsatz kommen, wo die Abgaswerte neuer Fahrzeugmodelle vor der Marktzulassung gemessen werden: Die Anschlussvorrichtung verbindet das Auspuffrohr eines Prüffahrzeugs mit dem Emissionsmessgerät und stellt hierbei einen verlustfreien Transfer der Abgase vom Fahrzeug zum Messgerät sicher.

Ziel des Entwicklerteams: eine möglichst platzsparende, praktikable Lösung

Alle Fahrzeuge müssen sich für die Typengenehmigung einem EU-weit einheitlichen Vorgehen für die Emissionsmessung unterziehen. In den Prüflaboren der Daimler AG in Sindelfingen und Untertürkheim werden jährlich mehrere tausend dieser Messungen durchgeführt. Diesen Prozess hinsichtlich Zeit und Kosten effizienter zu gestalten, jedoch gleichzeitig die Qualität des Endergebnisses zu steigern, ist ein Ziel der Daimler AG, dessen Thematik sich Denis Jesser und Fabian Lehnen angenommen haben. Die entwickelte Anschlussvorrichtung ist daher durch das KISS-Prinzip (Keep it simple, stupid) geprägt und stellte das Entwicklerteam vor die Herausforderung, eine möglichst praktikable Lösung angesichts stark begrenzten Montageplatzes, thermischer Einflüsse, sehr unterschiedlich aufgebauter Auspuffrohrtypen und Endrohrgeometrien sowie einer hoch getakteten Auslastung der Labore zu finden. Zudem hatte Denis Jesser den Anspruch, einen zukunftsorientierten Prototyp zu konzipieren, der auf lange Sicht auch für kommende Baureihen der Daimler AG verwendet werden kann.

Konzeption und Bau des Protoyps: Projekte mit dem Studiengang Einkauf und Logistik

Nach der Analyse der technischen Aspekte des Messprozesses machten sich Denis Jesser und Fabian Lehnen in ihrer Freizeit daran, erste Konzepte auszuarbeiten. Am Ende des Praktikums wurden diese Untersuchungen in einem Projekt zusammen mit dem Studiengang Einkauf und Logistik und in Zusammenarbeit mit Professor Reinhard Schottmüller weitergeführt. Unter der Leitung von Denis Jesser erfolgte anschließend die technische Umsetzung der studentischen Projektarbeit. CAD-Zeichnungen der konzipierten Anschlussvorrichtung wurden erstellt und im Kleinmaschinenpark der Daimler AG entstand in der Inhouse-Fertigung der erste Prototyp. Die Fertigstellung der Adaption erfolgte eine Woche nach Projektende.
„Bei der Entwicklung der Anschlussvorrichtung dachte ich unzählige Male, den richtigen Weg gegangen zu sein - bis neue Erkenntnisse, Gesetzesänderungen oder schlichtweg die Physik mir einen Strich durch die Rechnung gemacht hatten, wodurch sich immer wieder Schleifen ergeben haben“, so Jesser. Die interne und externe Kommunikation mit über 100 Ansprechpartnern in drei Werken der Daimler AG sowie zahlreichen externen Dienstleistern für CNC-Fertigung und Materiallieferanten stellte eine weitere Herausforderung im Entwicklungsprozess dar.
In einem weiteren Projekt zusammen mit dem Studiengang Einkauf und Logistik wurden im Anschluss die betriebswirtschaftlichen Aspekte untersucht und Recherchen nach Alternativmaterial für die aktuellen Adaptionen vorangetrieben. Im Rahmen einer Werkstudententätigkeit betreute Denis Jesser auch diese Thematik, um letztlich während seiner Bachelor-Thesis den Prozess von der Erfindung bis zur Patentanmeldung in all seinen Schritten, Analysen und Ergebnissen darzulegen. Die Abschlussarbeit deckte alle Prozessphasen von der Problemstellung über Zielsetzung, Ist-Analyse und Soll-Konzept bis zur Implementierung mit Testphase ab. Auch die Phase der Einführung wurde beleuchtet, eine Make-Or-Buy-Analyse erstellt, das Logistiknetz für Adapter und Zubehör untersucht sowie eine Wirtschaftlichkeitsanalyse und eine Handlungsempfehlung für die Daimler AG erstellt.

Feintuning in der Freizeit: mit Motivationskicks die Rückschläge gemeistert

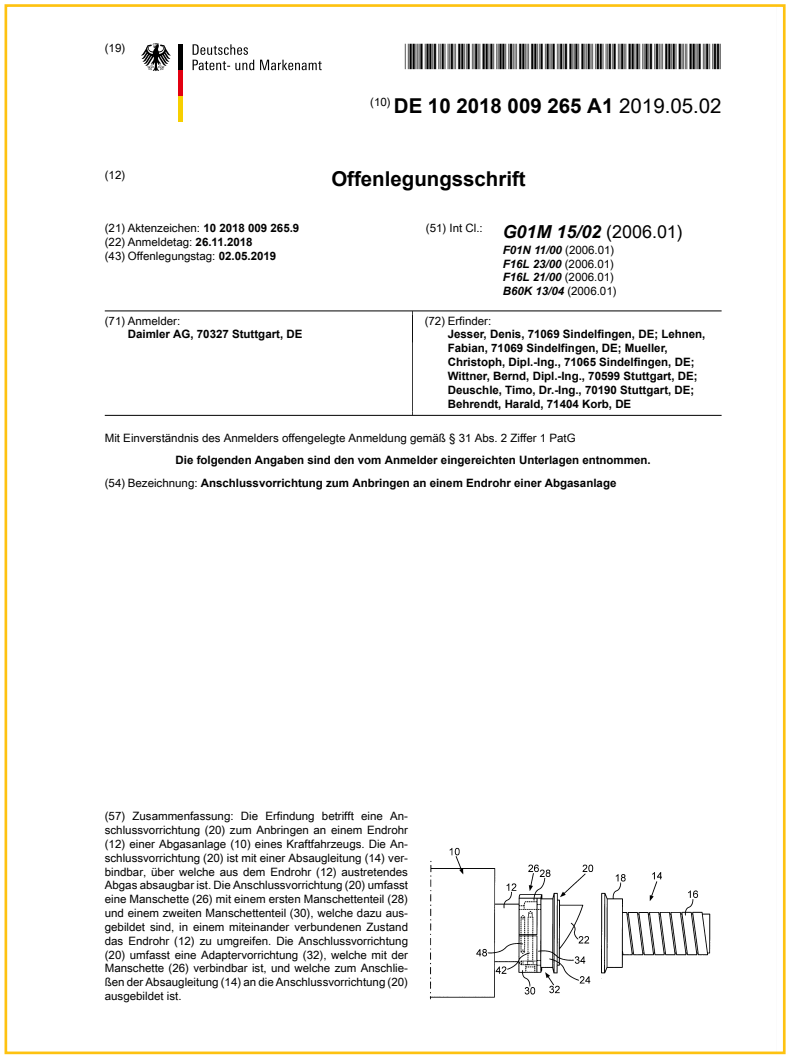
Auch bei einem solchen Erfolgsprojekt, das in einer Patentanmeldung mündete, gab es zwischendurch Rückschläge: „Nach der IST-Analyse, als ich die vorliegenden Fakten mit meiner bestehenden Idee verglichen hatte, merkte ich, dass das nicht so ganz passt“, so Jesser, „In der Testphase mit der Hardware wurden meine Befürchtungen wahr: Der Prototyp fiel durch

mein Testszenario.“ An diesem Punkt warf der engagierte Logistiker aber nicht die Flinte ins Korn, sondern tauschte Bleistift und Notebook gegen Handschuhe und Feile. Durch die praktische Erprobung gelangte Jesser zu der Erkenntnis, dass man nicht alle Einflüsse steuern, berechnen oder ableiten kann – manches taucht unvorhergesehen im Prozessverlauf auf und will erfahren werden. Hilfreich für Jesser war dabei die Unterstützung der „Daimler-Familie“, insbesondere durch seinen Betreuer und Freund Fabian Lehnen: „Wir haben viele Abende damit verbracht, neue Ideen durchzusprechen und zu bewerten. Dies steigerte die Motivation automatisch, weil man Synergien entwickelte.“ Neue Motivationskicks fand Denis Jesser auch im Privaten: „In Phasen des Projekts, wo sich die Gedanken anfingen, im Kreis zu drehen, verbrachte ich noch mehr Zeit mit meinem Sohn, der es immer schafft, mich zu erden. Natürlich kam auch der Gedanke hinzu, dass er später bestimmt stolz wäre, wenn sein Papa ein Erfinder ist.“ Dass dieser Traum wahr werden könnte, wurde Jesser bewusst, als er die Dichtheitsprüfung für seinen Prototypen gemacht und der Werkstattverantwortliche für Zertifizierungsfahrzeuge die Anschlussvorrichtung abgenommen hatte.

Erfolgreich zum Patent: Denis Jesser erhält Erfindertrophäe der Daimler AG

Am 26.11.2018 erfolgte die Anmeldung der Erfindung „Anschlussvorrichtung zum Anbringen an einem Endrohr an einer Abgasanlage“ beim Deutschen Patent- und Markenamt, am 02.05.2019 schließlich die Offenlegung. Im März 2019 erhielt Denis Jesser für seine Erfindung die Erfindertrophäe der Daimler AG. Die Freude darüber, etwas geschafft zu haben, das vielen unmöglich vorkam, und einigen seiner Mitstreiter das Gefühl gegeben zu haben, ein Teil des Erfolgsprojekts zu sein, hält immer noch an – auch wenn Jesser sein Aufgabengebiet innerhalb der Daimler AG inzwischen komplett gewechselt hat, um andere Bereiche zu entdecken. Aktuell ist er Teilprojektleiter der Planung für Prototypen in der so genannten Anlauffabrik, dem Bindeglied zwischen Entwicklung und Serienproduktion. „Was ich aus der Entwicklung der Anschlussvorrichtung definitiv mitnehmen werde, ist die Erfahrung, wie man ein Projekt in einem Großkonzern aufbaut und trotz komplexer Problemstellung strukturiert zu einem erfolgreichen Ergebnis kommt.“, resümiert Jesser, „Das möchte ich meinen Studenten, die ich in Praktika, Werkstudententätigkeiten oder Abschlussarbeiten betreuen werde, weitervermitteln, damit Leidenschaft im Arbeitsleben wieder stärker Fuß fasst. Es muss wieder cool werden, zusammen die Extrameile zu gehen!“

hs-pforzheim.de/el



(19) Deutsches Patent- und Markenamt

(10) **DE 10 2018 009 265 A1** 2019.05.02

(12) **Offenlegungsschrift**

(21) Aktenzeichen: **10 2018 009 265.9**
(22) Anmeldetag: **26.11.2018**
(43) Offenlegungstag: **02.05.2019**

(51) Int Cl.: ***G01M 15/02*** (2006.01)
F01N 11/00 (2006.01)
F16L 23/00 (2006.01)
F16L 21/00 (2006.01)
B60K 13/04 (2006.01)

(71) Anmelder:
Daimler AG, 70327 Stuttgart, DE

(72) Erfinder:
Jesser, Denis, 71069 Sindelfingen, DE; Lehnen, Fabian, 71069 Sindelfingen, DE; Mueller, Christoph, Dipl.-Ing., 71065 Sindelfingen, DE; Wittner, Bernd, Dipl.-Ing., 70599 Stuttgart, DE; Deuschle, Timo, Dr.-Ing., 70190 Stuttgart, DE; Behrendt, Harald, 71404 Korb, DE

Mit Einverständnis des Anmelders offengelegte Anmeldung gemäß § 31 Abs. 2 Ziffer 1 PatG

Die folgenden Angaben sind den vom Anmelder eingereichten Unterlagen entnommen.

(54) Bezeichnung: **Anschlussvorrichtung zum Anbringen an einem Endrohr einer Abgasanlage**

(57) Zusammenfassung: Die Erfindung betrifft eine Anschlussvorrichtung (20) zum Anbringen an einem Endrohr (12) einer Abgasanlage (10) eines Kraftfahrzeugs. Die Anschlussvorrichtung (20) ist mit einer Absaugleitung (14) verbindbar, über welche aus dem Endrohr (12) austretendes Abgas absaugbar ist. Die Anschlussvorrichtung (20) umfasst eine Manschette (26) mit einem ersten Manschettenteil (28) und einem zweiten Manschettenteil (30), welche dazu ausgebildet sind, in einem miteinander verbundenen Zustand das Endrohr (12) zu umgreifen. Die Anschlussvorrichtung (20) umfasst eine Adaptervorrichtung (32), welche mit der Manschette (26) verbindbar ist, und welche zum Anschließen der Absaugleitung (14) an die Anschlussvorrichtung (20) ausgebildet ist.

Pforzheimer Projekte als Blaupause für Indien

Ressourceneffizienz in Unternehmen stand auf dem Programm beim Besuch einer Delegation von Vertretern kleiner und mittlerer Unternehmen und Hochschulen aus Indien beim Pforzheimer Institut für Industrial Ecology (INEC). Die etwa ein Dutzend Besucher aus dem indischen Bundesstaat Maharashtra waren sehr beeindruckt von den Forschungsaktivitäten an der Hochschule Pforzheim.

Das baden-württembergische Leuchtturmprojekt „100 Betriebe für Ressourceneffizienz“ regte die indischen Vertreter genauso an wie ein Projekt zur betrieblichen Weiterbildung, bei dem Planspiele und Simulationen zum spielerischen Lernen komplexer Zusammenhänge eingesetzt werden, und auch ein Projekt zur Berechnung der Kosten- und CO2-Einsparung durch die Vermeidung von Abfällen in Betrieben. Munish Sharma, Generaldirektor am Marathwada Institute of Technology (MIT) in Aurangabad, kann sich vorstellen, ähnliche Institute wie das INEC in Indien einzurichten.

Die indische Delegation besucht eine Woche lang Unternehmen und Institutionen in Baden-Württemberg, darunter Firmen wie Daimler, Siemens und Lapp oder Fraunhofer-Institute. Die Delegation wird angeführt von Iris Becker, der baden-württembergischen Repräsentantin in Pune (Poona). Zwischen dem Bundesstaat Maharashtra und Baden-Württemberg gibt es seit vielen Jahren eine Partnerschaft. Professor Mario Schmidt und Institutsgeschäftsführer Dr. Christian Haubach vom INEC zeigten sich offen für Kooperationen mit Indien, die zu einem Erfahrungsaustausch zwischen beiden Ländern führen können. Bereits im vergangenen September untersuchten INEC-Mitarbeiterinnen vier Unternehmensfallbeispiele in Indien – mit großem Erfolg. „Für unsere Mitarbeiter und Studenten ist es eine Bereicherung, ein anderes kulturelles und wirtschaftliches Umfeld kennenzulernen. Indien ist als Land hochinteressant, weil die Lebensverhältnisse so verschieden von den unseren sind. Umgekehrt helfen unsere Erfahrungen in Deutschland unseren indischen Freunden und erleichtern einiges auf dem Weg zu einer effizienteren und umweltfreundlicheren Produktion,“ fasste Professor Schmidt den Austausch zusammen.

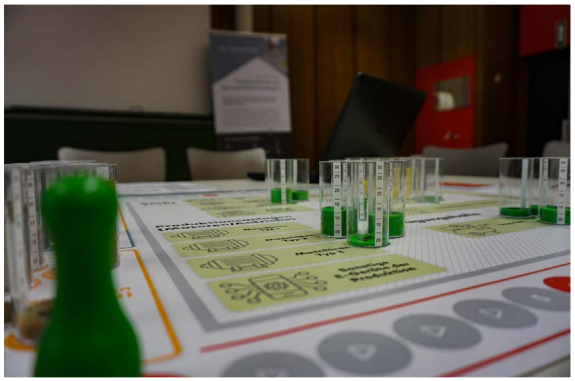
→ hs-pforzheim.de/inec

Eine indische Delegation besuchte das Institut für Industrial Ecology (INEC) an der Hochschule Pforzheim. In der Mitte Iris Becker, die Delegationsleiterin und baden-württembergische Repräsentantin im Bundesstaat Maharashtra, mit Professor Dr. Mario Schmidt, Direktor des INEC, und Dr. Christian Haubach, Insititusgeschäftsführer.

Ressourceneffizienz spielerisch erlernen:
RE:PLAN-Projekt stellt Planspiele für Beschäftigte vor

Die Wissenschaftler des Instituts für Industrial Ecology (INEC) haben Lob von allen Seiten erhalten, als sie im September ihre Planspielreihe RE:PLAN vorstellten. Zu der Tagung an der Hochschule Pforzheim kamen interessierte Fachleute aus Wirtschaft und Wissenschaft. In dem vom Bundesumweltministerium über drei Jahre geförderten Projekt entwickelte das RE:PLAN-Team ein innovatives betriebliches Weiterbildungsangebot, mit dessen Hilfe Beschäftigte aus produzierenden Unternehmen spielerisch lernen, Ressourcen effizient einzusetzen und damit das Klima durch die Einsparung von Treibhausgas-Emissionen zu schonen.

von Tim Kullmann



RE:PLAN: Spielerisch Mitarbeiterpotential ausschöpfen

Gemeinsam mit den Projektpartnern der Umwelttechnik BW GmbH und der RKW Projekt GmbH erarbeitete das INEC Planspiele in sechs Anwendungsbereichen. Die Wissenschaftler beschritten bewusst neue Wege, indem sie sich dem Thema Energie- und Ressourceneffizienz aus einer spielerischen, interaktiven und praxisnahen Perspektive annahmen. „Planspiele sind eine effiziente und einprägsame Methode, um komplexe Sachverhalte spielerisch zu behandeln und zu erproben. Sie ermöglichen eine unterhaltsame, mit Spiel und Spaß verbundene Art des Lernens“, erläuterte Professor Dr. Mario Schmidt, Institutsdirektor des INEC und Projektleiter von RE:PLAN. Es gehe darum, die Beschäftigten in den Unternehmen mit Hilfe der Planspiele zu befähigen, selbst Ideen und kreative Lösungsansätze zu entwickeln und diese dann in ihr Arbeitsumfeld einzubringen. Auf diese Weise könne bisher ungenutztes Mitarbeiterpotential und -wissen mobilisiert werden. Schmidt und sein Team verstehen Planspiele als vielversprechendes betriebliches Weiterbildungsangebot zur Umsetzung von ressourceneffizientem Handeln. „Durch die Zusammenarbeit mit Weiterbildungsträgern möchten wir erreichen, dass sie die Planspiele als Instrument einsetzen, um Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich der betrieblichen Energie- und Ressourceneffizienz zu schulen“, betonte Professor Dr. Frank Bertagnolli, der als stellvertretender Projektleiter ebenso wie Kerstin Anstätt, Julia Schindler und Nadja Wisniewski dem RE:PLAN-Team des INEC angehört. Die Planspiele geben den Mitarbeitenden nicht nur fachliche Methoden zur Umsetzung von Material- und Energieeinsparungen an die Hand, sondern stärken auch ihre Problemlösungs-, Entscheidungs- und Handlungskompetenz. Die spielerischen Elemente, der Spaßfaktor und die soziale Interaktion können sich positiv auf die Motivation der Mitarbeitenden auswirken. Dass Planspiele tatsächlich ein geeignetes Werkzeug für die spielerische Vermittlung von Fach- und Sozialkompetenzen zur Umsetzung von ressourceneffizientem Handeln darstellen, zeigen die bisherigen Spielerfahrungen und die positive Resonanz der Unternehmen und ihrer

Teilnehmer der RE:PLAN-Tagung mit Projektleiter Professor Dr. Mario Schmidt (3. v. r.)

Beschäftigten. Bislang nahmen rund 270 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus 35 Unternehmen an den am INEC entwickelten Planspielen teil. Des Weiteren wurden mehr als 200 Multiplikatoren erreicht. Bis zum Projektabschluss Ende des Jahres werden diese Zahlen weiter steigen. Die bundesweite Nachfrage von Unternehmen sei groß, zeigt sich Projektleiter Mario Schmidt zufrieden. „Wir haben mit diesem anwendungs- und umsetzungsorientierten Projekt bereits heute schon sehr viel erreicht. Ich bin sehr angetan von dem Echo, das wir bekommen haben.“

„Das Projekt hat sich bis zum jetzigen Status gut entwickelt“, bestätigte auch Dr. Adrian Saupe, Referent im Bundesumweltministerium und Vertreter der Nationalen Klimaschutzinitiative. „Das Projektteam hat Beachtliches geleistet, indem es sechs lehrreiche Planspiele entwickelt und erfolgreich in der Praxis getestet hat“, lobte Dr. Saupe und erklärte: „Die Anwendung der Planspiele in der täglichen Praxis ist das, was wir mit solchen Projekten bewirken wollen. Ich bin überzeugt davon, dass die Planspiele dazu beitragen, dass sich die Klimaschutzeffekte in den Unternehmen langfristig einstellen.“ Bis zum Ende des Jahres werden die Planspiele weiter im Praxiseinsatz in Unternehmen getestet und optimiert. Anschließend werden sie inklusive Anleitungen für interessierte Unternehmen und Berater kostenfrei zugänglich gemacht. Außerdem hat das Projektteam ein Konzept zur Schulung von Trainern entwickelt, um die weitere Verbreitung der Planspiele zu gewährleisten. „Das Projekt kann einen großen Impact haben. Es wird nicht in der Schublade verschwinden“, ist sich Mario Schmidt sicher.

→ www.replan-spiele.de

VIA IMPULSE mit Henrik M. Lingenhölin: „Bleiben Sie sich selbst treu“

Zum Auftakt des Wintersemesters 2019/20 war Henrik M. Lingenhölin zu Gast an der Hochschule Pforzheim. Im Rahmen von VIA IMPULSE, der Begrüßungsveranstaltung für die rund 600 Erstsemesterstudierenden der Business School, erzählte der Alumnus von seinen Studienzeiten, berichtete über seinen Karriereweg und gab den Studierenden Tipps für Studium und Beruf. Henrik M. Lingenhölin schloss 1991 sein Studium im Studiengang Absatzwirtschaft ab. Heute ist der gebürtige Stuttgarter Hofkammerpräsident des Hauses Württemberg und seiner Alma Mater als Präsidiumsmitglied des Beirats der Business School weiterhin eng verbunden. Von Lia Sophie Wilmes*

„Sie haben einen Studienplatz, das ist das Wichtigste, und Sie sind an der richtigen Hochschule gelandet.“ Mit diesen Worten begrüßte Henrik Lingenhölin die anwesenden Studienanfängerinnen und -anfänger zu seinem Vortrag. Er erinnere sich noch gut, wie er „auf der Seite, auf der Sie heute sitzen“, saß und der Vorlesung folgte. Vor 28 Jahren schloss er den Diplomstudiengang Absatzwirtschaft ab.

Nach beruflichen Stationen bei verschiedenen Banken traf er die Entscheidung, sich vom klassischen Bankengeschäft zu verabschieden und das Angebot, Hofkammerdirektor des Hauses Württemberg zu werden, anzunehmen. Seit zehn Jahren ist er nun für die herzogliche Familie tätig, zwischenzeitlich als Hofkammerpräsident. Die Studienanfängerinnen und -anfänger konnten zunächst nicht viel mit dieser Berufsbezeichnung anfangen.

Nachdem Henrik Lingenhölin dann aber genauer von seinen Aufgaben berichtet hatte, sprach der Moderator der Veranstaltung, Prodekan Professor Dr. Markus-Oliver Schwaab, das aus, was wahrscheinlich die meisten dachten: „Herr Lingenhölin hat einen Traum-Job: er arbeitet auf einem Schloss! Mit ihm würde ich gern mal tauschen.“

Henrik M. Lingenhölin bei „VIA Impulse“ zum Auftakt des Wintersemesters 2019/20

Als Hofkammerpräsident des Hauses Württemberg ist Lingenhölin für die private Vermögensverwaltung der herzoglichen Familie Württemberg verantwortlich. Zu seinen Aufgaben gehören unter anderem die Vermögensverwaltung in den Geschäftsfeldern Forstwirtschaft, Landwirtschaft und Weinbau, aber auch die Verwaltung zahlreicher Immobilien sowie Beteiligungen an mittelständischen Unternehmen im In- und Ausland. Diese Bandbreite an Verantwortungsbereichen mache seine Arbeit sehr spannend und abwechslungsreich, so Lingenhölin. In seinem Vortrag nahm der Alumnus die Zuhörerinnen und Zuhörer mit auf eine Reise in seine Vergangenheit.

Nach einer erfolgreich abgeschlossenen Ausbildung zum Bankkaufmann entschied sich Lingenhölin für ein Studium an der Hochschule Pforzheim. Denn nach dem Hineinschnuppern in den Lehrbetrieb an anderen Hochschulen und Universitäten merkte er schnell, dass ihm dort die Großgruppen-Atmosphäre zu anonym und die Vorlesungen „für meinen Geschmack einfach zu voll“ waren. Was er suchte und in Pforzheim fand, waren kleine Lerngruppen, intensive Diskussionsrunden und der persönliche Austausch mit den Lehrenden. Auch beeinflusste seine Entscheidung, dass die Hochschule Pforzheim schon damals auf den vorderen Plätzen anerkannter Rankings zu finden war. Nützlich war zudem, dass Henrik Lingenhölins Großvater damals in Pforzheim wohnte. Da in seinem Häuschen noch ein Zimmer frei war, stand auch eine kostenlose Unterkunft zur Verfügung.

Während seiner Studienzeit wurde Henrik Lingenhölin schnell klar, dass es die richtige Entscheidung gewesen war, ein Studium in Pforzheim aufzunehmen. Er war vor allem über den direkten Praxisbezug der Veranstaltungen froh, den er auch in seiner Ausbildung geschätzt hatte. Studieren in Pforzheim hatte für ihn einen hohen Wohlfühlfaktor. „Die Lernatmosphäre an der Hochschule ist wahnsinnig toll. Sie haben einen Campus mit Blick ins Tal hinunter – hier in Pforzheim lernt man einfach gern.“ Henrik Lingenhölin hofft nun, dass die nächste Generation Studierender es genauso sehr wie er schätzt, wie viel die Hochschule dafür tut, dass die Studierenden sich wohlfühlen. Dazu beigetragen, dass Lingenhölin gern in Pforzheim studierte, hat auch die Mensa. „Die Mensa war damals herausragend. Ich erinnere mich heute noch an die Linsen und Spätzle.“ Das müsse man als Schwabe einfach erwähnen, so Lingenhölin. Auch heute noch steht das typisch schwäbische Gericht alle paar Wochen auf dem Plan, darauf können die Erstsemester sich also schon jetzt freuen. Auch die Stadt Pforzheim empfand Lingenhölin immer als eine lebenswerte Stadt und legte den heutigen Studierenden ans Herz, offen zu sein und Pforzheim trotz oftmals schlechtem Ruf eine Chance zu geben. „Die wahrscheinlich wichtigste und beste Entscheidung während meiner Studienzeit war, dass ich im Studium für acht Monate ins Ausland gegangen bin.“ Im Wintersemester 1989/90 legte Henrik Lingenhölin ein Urlaubssemester ein und absolvierte ein Praktikum bei der German American Chamber of Commerce in New York. Die Suche nach einem Praktikumsplatz und einer Unterkunft im Ausland war zu Lingenhölins Studienzeiten, ohne Internet, noch ziemlich mühsam. Das lag vor allem daran, dass die internationale Ausrichtung der Hochschule zu der Zeit noch nicht so ausgeprägt war. Heute haben die Studierenden der Business School die Möglichkeit, studienintegriert ein Semester an einer von knapp 100 Partnerhochschulen im inner- und außereuropäischen Ausland zu verbringen. Henrik Lingenhölin fand klare Worte für die Studierenden von heute: „Ich möchte, dass in Zukunft kein Studierender die Hochschule Pforzheim verlässt, ohne Auslandserfahrung gesammelt zu haben.“ Prodekan Markus-Oliver Schwaab bekräftige in seinem Schlusswort diesen Wunsch auch von Seiten der Fakultät. „Wir unterstützen jede und jeden von Ihnen, der ein Semester im Ausland studieren möchte. Wir können in der Fakultät allen Studierenden, die ein Auslandssemester absolvieren wollen, einen Platz an einer Partnerhochschule garantieren.“

Zum Abschluss seines Vortrages richtete sich Lingenhölin mit einer Bitte an die Studienanfängerinnen und -anfänger. Da er sich der Hochschule Pforzheim sehr verbunden fühle, liege ihm viel daran, dass er jetzt, 28 Jahre nach seinem Abschluss, der Hochschule etwas zurückgeben kann, durch die Arbeit im Beirat der Business School oder Vorträge wie diesen. Dazu

möchte er auch die Studierenden ermutigen. „Denken Sie nach Abschluss Ihres Studiums bitte daran, der Hochschule etwas zurückzugeben. Halten Sie den Kontakt, werden Sie Mitglied im Alumni-Netzwerk, setzen Sie sich für Ihre Fakultät ein. Wir Pforzheimer halten zusammen und können die Hochschule nur gemeinsam noch weiter nach vorne bringen. Dazu tragen Sie nach Ihrem Studium mit Ihrer aktiven Teilnahme bei“, so Lingenhölin.
Natürlich hatte Henrik Lingenhölin auch wertvolle Tipps, die er den StudenanfängerInnen gern mit auf den Weg geben wollte. Einschlägiges Fachwissen sei eine wesentliche Voraussetzung für die spätere Karriere. Aber vor allem sollten die angehenden Studierenden an ihrer Sozialkompetenz arbeiten, die laut Lingenhölin bei manchem Absolventen zu wünschen übrigließe. Daher riet er den Studienanfängerinnen und -anfängern, das Angebot der Fakultät wahrzunehmen und am SIK-Programm intensiv teilzunehmen. Zu Beginn des Studiums werden zwei Wochen lang die sozialen und interkulturellen, aber auch die methodischen Kompetenzen gefördert. Dies geschieht im Rahmen von Trainingsseminaren zu Themen wie Kommunikation und Teamarbeit sowie einem Unternehmensplanspiel, durch das die Studierenden die Zusammenhänge betriebswirtschaftlicher Entscheidungsprozesse kennenlernen. Während ihres Studiums haben die Studierenden außerdem die Möglichkeit, sich in den zahlreichen Studierendeninitiativen der Hochschule zu engagieren. Auch bei dieser Arbeit werden die sogenannten Soft Skills gefördert, die heute bei der Personalauswahl so ausschlaggebend sind.
Eine weitere wichtige Botschaft, die Lingenhölin den Studierenden mit auf den Weg gab, war, dass man sich selbst immer treu bleiben müsse. Man solle stets hinterfragen, ob man in dem jeweiligen Moment das Richtige tut, und wenn man merkt, dass es nicht das Richtige ist, sollte man konsequent sein und sich trauen, einen Schritt in eine andere Richtung zu gehen. Ständiges Reflektieren sei eine enorm wichtige Voraussetzung dafür, im Berufsleben erfolgreich sein zu können. Man sollte sich nicht nur auf die Fakultät konzentrieren, an der man studiert, sondern auch den Austausch mit den anderen Fachbereichen suchen, so Lingenhölin. Er betonte in seinem Vortrag, dass er es bereue, zu seiner Studienzeit das Angebot zum interdisziplinären Austausch nicht wahrgenommen zu haben. Die Studierenden im Design- und Technik-Bereich tickten ein wenig anders, daher kämen mit Sicherheit viele interessante Begegnungen zustande, sofern man offen sei und auch die Angebote der anderen Fakultäten nutze.
Im Anschluss an seinen Vortrag beantwortete Lingenhölin zahlreiche Fragen der interessierten Studierenden. Ein Studienanfänger fragte, ob auch Studierende Führungskräfte sein könnten. „Warum nicht?“, war Lingenhölins Antwort. Nicht alleine das Studium qualifiziere jemanden, Führungskraft zu sein, sondern es läge vor allem an den Studierenden selbst. Werte wie Zuverlässigkeit, Verantwortung, Verlässlichkeit und Vertrauen spielten eine große Rolle. Auf die Frage, wie er es geschafft habe, so schnell Karriere zu machen, antwortete er, dass er einige Jahre gebraucht habe, um eine Führungsposition zu bekommen. Man könne die Karriereleiter schließlich nur Schritt für Schritt hochklettern. Aber was man vor allem brauche, sei Mut. Und „Mut gehörte auch dazu, als der Hofkammerpräsident des Hauses Württemberg zu uns nach Baden zu kommen“, scherzte Prodekan Professor Dr. Markus-Oliver Schwaab zum Abschluss dieser gelungenen VIA Impulse Veranstaltung.

* Lia Sophie Wilmes studiert im Masterstudiengang Corporate Communication Management und berichtet hier über die Auftaktveranstaltung.

Im Dialog mit den Erstsemestern: Hofkammerpräsident Henrik M. Lingenhölin, Alumnus des Studiengangs Absatzwirtschaft (Marketing)

14. Wissenschaftlicher Kongress des DDV an der Hochschule Pforzheim

Neueste Erkenntnisse auf dem Gebiet der Forschung für Dialogmarketing

DDV-Kongress: Expertenaustausch zum Dialogmarketing

Einmal im Jahr treffen sich Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler unterschiedlicher Disziplinen sowie Praktikerinnen und Praktiker, um sich zu den neuesten Erkenntnissen auf dem Gebiet der Forschung für Dialogmarketing auszutauschen.
Der wissenschaftliche interdisziplinäre Kongress für Dialogmarketing des Deutschen Dialogmarketing Verbands (DDV) ist deutschlandweit das einzige Symposium seiner Art und fand in diesem Jahr am 24. September an der Hochschule Pforzheim statt. „Es existiert kein anderes Veranstaltungsformat, das die Vielfältigkeit der Forschungsansätze aus den unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen mit Dialogmarketingbezug aufzeigt und gleichzeitig den intensiven Austausch zwischen Wissenschaftlern und Praktikern fördert“, sagte DDV-Präsident Martin Nitsche im Rahmen seiner Begrüßung.
Nach den Grußworten von DDV-Präsident Nitsche und vom Rektor der Hochschule Pforzheim, Prof. Dr. Ulrich Jautz, erwartete die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ein Tag voller neuer Erkenntnisse, Anregungen und spannender Diskussionen zu einem breiten Themenangebot. Insgesamt standen sechs Vorträge zu den Themen Innovationsmanagement, Daten und Artificial Intelligence im Marketing, Datenschutz, Maschinelle Lernverfahren, User Experience und Voice Commerce auf dem Programm. Die Referentinnen und Referenten waren Wissenschaftler und Dozenten von verschiedenen Hochschulen aus ganz Deutschland. Als eigenständiger Programmpunkt wurde im Rahmen des Kongresses auch der Alfred Gerardi Gedächtnispreis an den wissenschaftlichen Nachwuchs verliehen. Die ausgezeichneten Dissertationen und Abschlussarbeiten wurden dabei in Kurzpräsentationen vorgestellt.

Reihe Ressourceneffizienz und Nachhaltigkeit: Gemeinwohl-Ökonomie

Am Mittwoch, den 14. November 2019 findet der nächste Vortrag im Rahmen der Ringvorlesung Ressourceneffizienz und Nachhaltigkeit statt. Ulrike Häußler spricht zum Thema „Gemeinwohl-Ökonomie – ein alternatives Wirtschaftsmodell? Theorie und Praxis“.
Die Gemeinwohl-Ökonomie möchte in einem demokratischen, partizipativen und ergebnisoffenen Prozess ein Wirtschaftssystem etablieren, in dem das Gemeinwohl an oberster Stelle steht. Auf wirtschaftlicher Ebene präsentiert sie eine umsetzbare Alternative für Unternehmen verschiedener Größen und Rechtsformen. Den Zweck des Wirtschaftens und die Bewertung von Unternehmenserfolg definiert sie anhand gemeinwohlorientierter Werte. Auf politischer Ebene will die Bewegung rechtliche Veränderung bewirken, um ein „gutes Leben" für alle Lebewesen und den Planeten, unterstützt durch ein gemeinwohlorientiertes Wirtschaftssystem, zu sichern. Wesentliche Elemente sind dabei Menschenwürde, globale Fairness und Solidarität, ökologische Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit und demokratische Mitbestimmung. Auf gesellschaftlicher Ebene steht die Initiative für einen Systemwandel, der auf dem gemeinsamen, wertschätzenden Tun möglichst vieler Menschen beruht.
Ulrike Häußler ist Verfahrenstechnik- und Wirtschaftsingenieurin und war bis 2010 für das Produktmanagement und die Geschäftsentwicklung internationaler Konzerne tätig. 2010 gründete sie die Organisations- und Personalberatung TeamWeitblick, um den Schwerpunkt ihres Wirkens auf nachhaltiges, ganzheitliches Wirtschaften zu verlagern. Sie ist Mitbegründerin der Gemeinwohl-Ökonomie-Regionalgruppe Rhein-Neckar und war zweieinhalb Jahre Mitglied im Internationalen Koordinationsteam der Gemeinwohl-Ökonomie, dessen Aufbau sie maßgeblich mitgestaltet hat.

→ businesspf.hs-pforzheim.de/studium/studierende/bachelor/bw_ressourceneffizienz_management/bewerber/ringvorlesung

Personal Forum: „Kein Führen ohne Folgen: Autorität und Leadership im 21. Jahrhundert“

In unseren Unternehmen heißt es immer seltener: Wem müssen wir folgen? Die Frage ist: Wem wollen wir folgen? Warum das so ist, welche Auswirkungen das auf Führung und die Personalarbeit hat und wie Mitarbeiter und Führungskräfte heute zu Autorität stehen, diskutiert dieser Vortrag des Personal Forums am 24. Oktober 2019 – auch vor dem Hintergrund einer Bevölkerungsbefragung aus dem Jahre 2018 – von Randolf Jessl, einem absoluten Insider der Personalmanagementszene.

→ Nähere Informationen und Anmeldung unter: businesspf.hs-pforzheim.de/unternehmen/wissenstransfer/personal_forum

In den Medien

→ Prof. Dr. Tobias Brönneke zum Thema „Datenschutz ist Verbraucherschutz“ in Badische Neueste Nachrichten / Pforzheimer Kurier vom 27.09.2019
→ Prof. Dr. Tobias Brönneke zum Thema „Wie Elektrogeräte länger leben“ in der Pforzheimer Zeitung vom 11.09.2019
→ Prof. Dr. Felix Krebber zum Thema „Deutsche Top-Manager zwitschern selten" in Badische Neueste Nachrichten vom 22.07.2019

Oktober

24.
PersonalForum – „Kein Führen ohne Folgen: Autorität und Leadership im 21. Jahrhundert“
(Randolf Jessl)

November

5.
HR-Trends der Zukunft – Business meets Science

6.
Studium Generale – „Europa ohne Wenn und Aber? Grundgesetz und Europa in der Rechtsprechung“
(Dr. Sibylle Kessal-Wulf)

8.
Absolventenverabschiedung LAUDATIO

13.
ExploreExpo – Messe zum Auslandssemester

13.
Studium Generale – „Sport: Über das Fassungsvermögen eines Jungbrunnens.“
(Prof. Dr. med. Dr. rer. nat. Perikles Simon)

14.
PersonalForum – „New Leadership: Führung?! Brauchen wir das noch oder kann das weg?“
(Dr. Bernd Blessin)

14.
Ringvorlesung Ressourceneffizienz und Nachhaltigkeit – „Gemeinwohl-Ökonomie – ein alternatives Wirtschaftsmodell? Theorie und Praxis"
(Ulrike Häußler)

21.
DIes Academicus

28.
Ringvorlesung Ressourceneffizienz und Nachhaltigkeit – „Der EnBW-Nachhaltigkeits-ansatz im Kontext der Energiewende"
(Reinhold Repple)

Dezember

3.
Firmenkontaktmesse – 33. X-Day

4.
Studium Generale – „Revolution und Mauerfall. 30 Jahre danach“
(Marianne Birthler)

Januar '20

9.
Ringvorlesung Ressourceneffizienz und Nachhaltigkeit – „Kritische Rohstoffe für E-Mobilität – Herausforderungen und Lösungsansätze"
(Aline Hendrich)

16.
Ringvorlesung Ressourceneffizienz und Nachhaltigkeit – „Blockchain – Die Basis einer nachhaltigen Zukunft?"
(Nicklas Urban)

31.
PersonalForum – „Unser beliebter Klassiker: Neuerungen im Arbeitsrecht“
(Axel J. Klasen)

#nachhaltig: Vier Fragen an ...

Alumni Philipp Schäfer und Matthias Stratmann

Matthias Stratmann (links) und Philipp Schäfer haben von 2015 bis 2016 im Studiengang Life Cycle & Sustainability studiert. Beide promovieren derzeit und verraten im Alumni-Interview, welche Kompetenzen am wichtigsten im Doktoranden-Alltag sind.

Ich beginne meinen Tag...
Schäfer: ...sehr gewöhnlich, wie vermutlich die meisten anderen auch – Aufstehen, Duschen, Kaffee und danach ins Büro.
Stratmann: ...indem ich mir bei einem Kaffee überlege, was heute zu tun ist. Der größte Unterschied zwischen Promotion und Studium ist wohl, dass man sich selbst überlegen muss, ob etwas wichtig ist oder nicht.

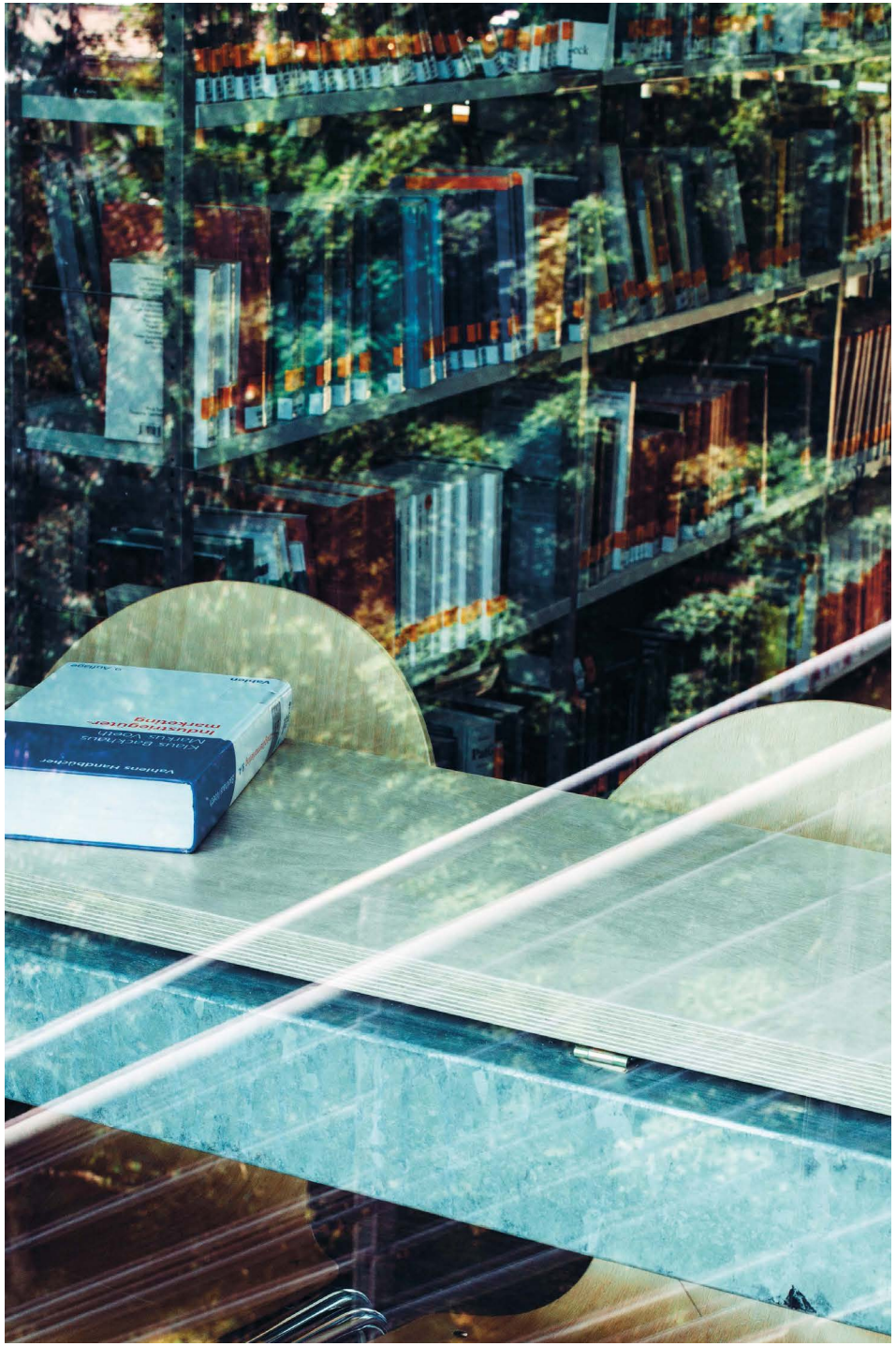
Die drei wichtigsten Kompetenzen in meinem Arbeitsalltag sind...
Schäfer: ...ich denke die wohl wichtigste Kompetenz ist Durchhaltevermögen. Bei einer Promotion gibt es immer wieder Höhen und Tiefen, Erfolge und Rückschläge. Dabei die Motivation aufrecht zu erhalten ist nicht immer einfach. Das klassische Handwerkszeug ist natürlich ebenfalls von entscheidender Bedeutung: sauberes wissenschaftliches Arbeiten und analytisches Denken.
Stratmann: ...Selbstorganisation, Selbstmotivation und ein bisschen Fachkenntnis.

Mit der Hochschule Pforzheim verbinde ich...
Schäfer: ...im Grunde nur positive Dinge. Neben der praxisnahen Ausbildung habe ich die gute Betreuung durch die Professoren – insbesondere bei Abschlussarbeiten – immer sehr geschätzt. Das hat vermutlich auch dazu beigetragen, dass ich mich nach meiner Masterarbeit dazu entschlossen habe, noch weitere drei Jahre an der Hochschule zu verbringen, um in Kooperation mit dem KIT zu promovieren.
Stratmann: ...ein spannendes und forderndes Studium und eine sehr intensive Zeit der Promotion. Aber immer mit netten und kompetenten Ansprechpartnern und in recht familiärer Atmosphäre. Zudem erinnere ich mich gern an den abendlichen Blick aus der Bib über Pforzheim.

Mein Lieblingsessen in der Mensa war damals...
Stratmann: ...die Currywurst vor der Mensa. Da kann ich als gebürtiger Dortmunder nicht anders. Meistens hat mich die Vernunft dann aber doch auf die Gut-und-Günstig-Seite der Mensa getrieben. Die besten Tage dort waren mittwochs – mit Eintopf oder Chili.

Mein Tipp für Studierende:
Schäfer: Praxiserfahrung sammeln! Einblicke in die Praxis – ob durch Praktika, Werkstudententätigkeiten oder Abschlussarbeiten – helfen nicht nur der eigenen Orientierung und polieren den Lebenslauf auf, sondern können auch eine willkommene Finanzspritze sein.

businesspf.hs-pforzheim.de/mlics



Die nächste Ausgabe des Newsletters erscheint im Februar 2020. Erfahren Sie, welche Projekte und Veranstaltungen in den Studiengängen, Fachgebieten und Forschungseinrichtungen im ausgehenden Wintersemester umgesetzt wurden. Lesen Sie von der LAUDATIO, die im November 2019 stattfindet, und von den neu eingerichteten Karrierefrühstücken des Career Centers. Zudem lernen Sie Gastprofessor André Richelieu von der Université du Québec à Montreal kennen. Er sagt: „Teaching is like nurturing the minds, but also touching the hearts of your students.“ Zudem stellen wir Ihnen ein Alumni-Paar vor, das an der Hochschule nicht nur die Liebe zu Marktforschung und Controlling entdeckte.

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