



**Hochschule
Augsburg** University of
Applied Sciences

gp BUSINESS

SOMMER 2020

gefragte Persönlichkeiten – Hochschule Augsburg

**Nachhaltigkeit an der
Hochschule Augsburg**

FACTS

Studierende

an der Fakultät für Wirtschaft (inkl. IWI und MVM):	1496
davon:	
BA Betriebswirtschaft (BW)	499
BA International Management (IM)	464
BA Internationales Wirtschaftsingenieurwesen (IWI)	268
MA International Business and Finance (IBF)	42
MA Personalmanagement (PMG)	52
MA Marketing/Vertrieb/Medien (MVM)	110
MA Steuern und Rechnungslegung (MSR)	47
Zertifikat Betriebswirt im Gesundheits- und Sozialbereich	8
Zertifikat Prozessentwickler/-in Logistik (Vertiefung B.Eng. Wirtschaftsingenieur, berufsbegleitend)	6

Vertiefende Studienmodule

BA Betriebswirtschaft im SoSe 2020

- Finanzmanagement
- Logistik
- Marketing Management International
- Personalmanagement
- Steuern

Vertiefende Studienmodule

BA International Management im SoSe 2020

- Corporate Finance
- European Business Studies
- International Marketing and Sales Management

Stand: 30. März 2020

ZUM TITELBILD

Theresa Lechner,
Senior CRM
Managerin bei
Joyn und Alumna
der Fakultät
für Wirtschaft



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

„Die Hochschulen dienen der Pflege und Entwicklung der Wissenschaften und der Künste durch Forschung, Lehre, Studium und Weiterbildung in einem freiheitlichen, demokratischen und sozialen Rechtsstaat. Sie bereiten auf eine berufliche Tätigkeit vor, welche die Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und wissenschaftlicher Methoden [...] erfordert.“ Aus diesen ersten beiden Sätzen des Artikels 2 „Aufgaben“ im Bayerischen Hochschulgesetz müssen wir eine besondere Verantwortung für unsere Gesellschaft ableiten. In den letzten Jahren lässt sich leider eine zunehmende Verrohung des gesellschaftlichen Lebens beobachten. Diffamierung Einzelner oder von Gruppen, Hetze, Hass und Bedrohung, Lügen und Verschwörungstheorien sind in vielen Bereichen des täglichen Lebens trauriger Alltag geworden. Und obwohl es sich bei den Akteuren stets um eine Minderheit handelt, erwecken sie durch Ausnutzung technologischer Möglichkeiten häufig den Eindruck, die Deutungshoheit über wesentliche Themen unseres Gemeinwesens gewonnen zu haben.

Was kann und muss eine Hochschule tun, um dieser Entwicklung entgegenzutreten? Meines Erachtens müssen wir auf zwei Ebenen agieren: akademisch-fachlich und in der Vermittlung der grundlegenden Werte unserer freiheitlich-demokratischen Grundordnung.

Akademisch ist es unsere Kernaufgabe, Studierende in die Lage zu versetzen, Informationen kritisch zu reflektieren. Dies tun wir in den Bachelorstudiengängen z. B. im Modul „Wissenschaftliche Methoden“. Studentinnen und Studenten lernen, vertrauenswürdige Datenquellen zu identifizieren, Daten vorsichtig zu interpretieren und routiniert mit Statistik umzugehen. Dabei ist es wichtig zu verstehen, welchen Trug-

schlüssen man durch den unbedachten Einsatz von Statistik aufsitzen kann. Der fast 30 Jahre alte Klassiker des Statistikers Walter Krämer „So lügt man mit Statistik“ und die von ihm gemeinsam mit dem Psychologen Gerd Gigerenzer veröffentlichte „Unstatistik des Monats“ helfen, das kritische Denken zu schärfen. Aber natürlich müssen wir auch grundlegende philosophische Ansätze der Wissenschaftstheorie vermitteln – worin unterscheidet sich z. B. der Erkenntnisgewinn im logischen Empirismus des mathematischen Philosophen Bertrand Russel vom kritischen Rationalismus nach Karl Popper? Und was bedeutet das ganz konkret für die abstrusen Verschwörungstheorien, mit denen wir täglich im Netz und manchmal sogar in der politischen Diskussion konfrontiert sind? Bildung, wenn sie zum kritischen Denken ertüchtigt, hält den modernen Rattenfängern den Spiegel vor.

Bildung muss aber nicht nur akademisch, sondern auch als Herzensbildung verstanden werden. Hochschulen agieren nicht in einem wertefreien Vakuum. Basis unseres Handelns ist die freiheitlich-demokratische Grundordnung der Bundesrepublik Deutschland und es muss unser Anspruch sein, den Studierenden für ihre zukünftige Führungsverantwortung auch ein tiefes Verständnis für die damit verbundenen Werte mitzugeben. Ein guter Ansatz können hier die Grundrechte sein, die nicht ohne Grund von den Vätern und Müttern des Grundgesetzes an dessen Anfang gestellt wurden:

- Artikel 1: „Die Würde des Menschen ist unantastbar. [...]“
- Artikel 2: „Jeder hat das Recht auf die freie Entfaltung seiner Persönlichkeit, soweit er nicht die Rechte anderer verletzt [...]“.



Prof. Dr. Michael Feucht, Dekan

- Artikel 3: „Alle Menschen sind vor dem Gesetz gleich. [...]“
- Artikel 4: „Die Freiheit des Glaubens, des Gewissens und die Freiheit des religiösen und weltanschaulichen Bekenntnisses sind unverletzlich. [...]“
- Artikel 5: „Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten [...]“.

Allein diese fünf Artikel bilden in ihrer Gesamtheit schon eine solide Basis für ein funktionierendes Gemeinwesen. Dabei darf natürlich kein Grundrecht gegen ein anderes ausgespielt werden. Ja, wir haben das Recht auf freie Meinungsäußerung und ja, jeder hat das Recht auf freie Entfaltung – aber diese Rechte dürfen nicht die Würde und die Rechte der anderen beschädigen. Es liegt an uns, den jungen Menschen, die sich uns anvertrauen, dieses Spannungsfeld täglich zu erläutern, und dabei aber auch das unselige Narrativ des „... das wird man doch noch sagen dürfen“ zur Rechtfertigung verbaler persönlicher und pauschaler Attacken zu entlarven. Und es liegt an uns allen, Werte auch „zu leben“ und als gutes Vorbild dazu beizutragen, dass sich unsere Studierenden tatsächlich zu den „gefragten Persönlichkeiten“ entwickeln können, so wie es sich die Hochschule Augsburg auf die Fahnen geschrieben hat.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß bei der Lektüre unseres Fakultätsmagazins. Falls Sie an der kostenlosen Zusendung des deutsch- oder englischsprachigen gP Business interessiert sind, teilen Sie uns bitte Ihre Adresse unter dekanat.wirtschaft@hs-augsburg.de mit.

Ihr Prof. Dr. Michael Feucht, Dekan

HOCHSCHULSKIMEISTER-SCHAFTEN: GLÜCKWUNSCH



Bei den diesjährigen Skimeisterschaften erreichte die Hochschule Augsburg den 2. Platz. Prof. Dr. Wolfram Schönfelder erreichte mit dem Snowboard den fabelhaften 1. Platz. Aber auch auf Ski RSL war er erfolgreich und fuhr auf den 8. Platz.

NACHHALTIGE HOCHSCHULE AUGSBURG

Nachhaltigkeit spielt an der Hochschule Augsburg bereits jetzt eine große Rolle. Zunächst wäre da der Forschungsfokus „Ressourceneffizienz“ zu nennen und auch eine ganze Reihe an Projekten und Lehrveranstaltungen sowie Aktivitäten aus der Verwaltung zur Verbesserung der Nachhaltigkeit an der Hochschule.

Nur konsequent ist da, dass die Hochschule Augsburg im Sommersemester 2020 dem „Netzwerk Hochschule und Nachhaltigkeit Bayern“ beitreten wird. Mit der Unterzeichnung eines Memorandum of Understanding (MoU) bekräftigt die HS Augsburg ihr Ziel, nachhaltiges Handeln in den Themenfeldern Lehre, Forschung, Transfer und Betrieb mit Hilfe der Studierenden und gestützt durch eine strategische Verankerung voranzutreiben.

Im MoU wird Nachhaltigkeit „als ein ethisches Ordnungs- und Handlungsprinzip verstanden, dem für die globale Suche nach einem zukunftsfähigen Gesellschaftsvertrag für das 21. Jahrhundert zentrale Bedeutung

IMPROVISATIONSTALENT: FAKULTÄT WEITGEHEND VIRTUALISIERT

Homo homini lupus – der Mensch ist dem Menschen ein Wolf? Diesen Eindruck kann man durchaus bekommen, wenn man Meldungen über Supermarktschlägereien um die letzten Rollen Toilettenpapier hört. Oder zeigt sich in der Krise vielleicht doch das Beste im Menschen?

Seit der Eskalation der Corona-Pandemie Anfang März haben sowohl der Krisenstab des Präsidiums als auch alle Mitarbeitende und Lehrende der Hochschule und ganz speziell auch die Fakultät für Wirtschaft hinter den Kulissen fleißig und vor allem ungewohnt pragmatisch und unbürokratisch Lösungen geschaffen, die selbst für den Fall einer längeren Schließung der „realen“ Hochschule einen weitreichenden virtuellen Betrieb ermöglichen. Die Herausforderungen insbesondere für das Rechenzentrum und das gerade erst vor wenigen Wochen neu geschaffene Didaktik- und Medienzentrums (DMZ) waren dabei enorm: Fieberhaft mussten Hardwarestrukturen für den zu erwartenden erhöhten Datenverkehr ertüchtigt werden, neue Kommunikationsstrukturen wurden geschaffen und Softwarelizenzen beschafft. Aber: Es hat geklappt! Dank einer großen Zahl kurzfristig angeschaffter Zoom educational licenses sind die meisten Lehrenden seit dem 23. März in der Lage, selbst Lehrveranstaltungen mit einer großen

Anzahl von Studierenden interaktiv von zuhause aus zu gestalten. Für die Professorinnen und Professoren ist das Neuland, aber alle sind eifrig dabei und die Lernkurve ist steil. Da in der augenblicklichen Situation natürlich auch Schulungen nur virtuell möglich sind, schulen wir uns gegenseitig in einem eigens für Lehrende eingerichteten Moodle-Kurs und in abendlichen Zoom-Meetings. Und wir entwickeln bereits Ideen, wie die gewonnenen Erfahrungen auch nach der Krise sinnvoll in den „Normalbetrieb“ der Hochschule einfließen können.

Auch die Fakultätsverwaltung befindet sich seit dem 23. März im Homeoffice. Dennoch erreichen Sie alle Ansprechpartner problemlos per Mail. Die Mitarbeiterinnen in den beratenden Schlüsselfunktionen sind auch zuhause unter ihrer Hochschuldurchwahl erreichbar. Alle wichtigen Antragsformulare sind online verfügbar. Und wir arbeiten gerade daran, für mögliche prüfungsrechtliche Schwierigkeiten pragmatische Lösungen im Sinne der Studierenden zu finden. Noch wissen wir nicht, wie es nach dem 20. April weitergehen wird. Aber: Wir sind gerüstet, die aktuelle Situation notfalls auch für eine längere Zeit durchzuhalten. Bleiben Sie gesund!

Infos: Prof. Dr. Feucht

zukommt. Sein Gegenstand ist die unteilbare Verantwortung für die dauerhafte Sicherung ökologischer Tragfähigkeit, sozialer Gerechtigkeit und wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit“. Ein Verständnis, dem die HS Augsburg vollumfänglich folgt.

Im „Netzwerk Hochschule und Nachhaltigkeit Bayern“ sind neben der Hochschule Augsburg 23 bayerische Hochschulen und Universitäten organisiert, die sich zu ihren Aktivitäten und Planungen im Themenfeld der Nachhaltigkeit austauschen. Die Realisierung der Ziele schreitet in den beteiligten Einrichtungen unterschiedlich voran.

Die Umsetzung einer nachhaltigen Entwicklung an der HS Augsburg wird seit 2018 auch durch das Projekt HSA_transfer unterstützt. Im Rahmen der Bund-Länder-Förderinitiative „Innovative Hochschule“ hat Prof. Dr.-Ing. Wolfgang Rommel von der Fakultät für Maschinenbau und Verfahrenstechnik bei HSA_transfer die „Experten für eine nachhaltige Entwicklung Augsburgs“ ins Leben gerufen. Dr. Franziska Sperling koordiniert als Referentin für Nachhaltigkeit bei HSA_transfer die entstehenden Projekte

und Aktivitäten, die die Hochschule gemeinsam mit den Foren der Lokalen Agenda 21 der Stadt Augsburg und dem Kooperationspartner Büro für Nachhaltigkeit der Stadt Augsburg gestaltet.

Um die Aktivitäten an der Hochschule Augsburg gemeinsam und abgestimmt voranzutreiben, wurde ein Nachhaltigkeitsrat ins Leben gerufen und im Präsidium bei Prof. Dr. Elisabeth Krön, Vizepräsidentin für Weiterbildung und Wissenstransfer, verankert. Zum aktiven Engagement in den verschiedensten Bereichen sind Hochschulmitglieder herzlich eingeladen. Die Fakultät für Wirtschaft ist hier durch Prof. Dr. Michael Krupp vertreten. Zur operativen Umsetzung werden nach Lockerung der durch COVID-19 bedingten Kontaktbeschränkungen Workshops durchgeführt, in denen es um die Ausgestaltung der oben genannten Handlungsfelder geht.

Infos: www.hs-augsburg.de/HSA-transfer/nachhaltige-Entwicklung.html
Ansprechpartner: HSA_transfer, Prof. Dr.-Ing. Wolfgang Rommel, Dr. Franziska Sperling, Prof. Dr. Krupp, Alexandra Kornacher M.A.

PROJEKT BEI EXPLEO: VOM PERSONALPLACEMENT BIS ZU ZUFRIEDENEN PROJEKTMITARBEITERN



Die Projektgruppe mit Henriette von Zastrow-Marcks und Elisabeth Huber von expleo sowie Prof. Dr. Sarah Hatfield (vorne von l.n.r.).

Drei Monate vergingen im Wintersemester von der Vermittlung von Grundlagen des Change Managements in Vorlesungsräumen und der Auftragsklärung mit dem Kunden bis zur Ergebnispräsentation am 8. Januar in der Deutschland-Zentrale von expleo. Die Firma beschäftigt weltweit mehr als 15.000 Mitarbeitende und bietet Ingenieurs- und Qualitätsdienstleistungen sowie Managementberatung an. Das professionelle Projektgeschäft für Kunden unterschiedlicher Branchen steht also im Vordergrund.

Das erste Teilprojekt der Change Management Vertiefung ging der Frage nach, wie eine geordnete Personaldisposition im agilen Umfeld erfolgen kann. Durch eine Befragung von sieben Stakeholder-Gruppen konnte die Diskrepanz zwischen dem aktuellen und einem zukünftig gewünschten Personalplacement ermittelt werden. Anhand eines kurzen Rollenspiels wurden die Diskrepanzen humoristisch dargestellt. Darauf folgten ernst gemeinte Umsetzungsvorschläge von elaborierten Tools, die sich in anderen befragten Unternehmen bereits bewährten bis hin zum spielerischen Ansatz anhand eines LEGO

Boards. Alle Anforderungen wurden dem Kunden in einem Lastenheft übergeben und können zur weiteren Verwendung, z.B. auch der Programmierung einer Placement-App, genutzt werden.

Den Möglichkeiten zur Mitarbeiterbindung anhand von Benefits widmete sich das zweite Projekt „New Work“. Spannend war nicht nur das Aufdecken von neuen Bedarfen anhand einer Online-Befragung, sondern auch die Erkenntnis, dass manches Angebot kaum genutzt wird und mehr Marketing in eigener Sache betrieben werden kann. Die Handlungsempfehlungen der Studierenden enthielten aktuelle Tipps und Informationen, wie z. B. neue Regelungen von Arbeitgeberzuschüssen in der betrieblichen Altersvorsorge oder wie digitale Essensmarken als Paket für Mitarbeitende bezogen werden können. Natürlich durfte der Vorschlag, Hunde am Arbeitsplatz zu erlauben, als mögliche Maßnahme nicht fehlen.

Im dritten Teilprojekt wurden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eines spezifischen Kundenprojekts hinsichtlich ihrer Zufriedenheit befragt. Aus dem ursprünglich als

kritisch gewerteten Projekt, sollten Ansatzpunkte zur Gestaltung weiterer Projekte gezogen werden. Detaillierte Maßnahmen zum Teambuilding, der verbesserten Kommunikation sowie Einarbeitungs- und Entwicklungsprogramme wurden in einem Katalog den Auftraggeberinnen überreicht. Damit eine etwaige Befragung regelmäßig stattfinden kann, wurden alle erforderlichen Templates expleo überlassen, damit künftige Trends sich schnell ablesen lassen.

Die Hochschule Augsburg dankt Elisabeth Huber und Henriette von Zastrow-Marcks stellvertretend für die expleo Group für das entgegengebrachte Vertrauen.

Infos: Prof. Dr. Hatfield

ZU GAST BEIM COST ENGINEERING SUMMIT



Der Vertiefungskurs Controlling von Prof. Dr. Nicolas Warkotsch ist einer Einladung zum Cost Engineering Summit nach Fulda gefolgt. Die Studierenden konnten eine Vielzahl von Praxisvorträgen zum gesamten Spektrum des Cost Engineering hören und Kongressluft schnuppern.

EXKURSION ZUR EZB

Im Laufe des Wintersemesters machte sich eine Gruppe Studierender der Vertiefung „European Business Studies“ mit Prof. Dr. Maria Lehner auf nach Frankfurt. Ziel war die Europäische Zentralbank. **Dr. Christian Fehlker** vom International Cooperation Office der EZB hatte sich bereit erklärt, mit den Studierenden über die Geldpolitik der Zentralbank zu diskutieren. Nach einem kurzen institutionellen Überblick erläuterte er die geldpolitischen Maßnahmen der EZB

seit Ausbruch der Finanzkrise und ging insbesondere auf relativ neue geldpolitische Maßnahmen wie LTROs und TLTROs oder das Asset Purchase Programm ein. Danach gab er einen Einblick in die europäische Bankenregulierung und machte deutlich, welche Schritte für eine vollständige Bankenunion in Europa noch notwendig wären. Während der anschließenden Diskussion wurden mit den Studierenden hochaktuelle Themen erörtert. So wurde beispielsweise über die Frage diskutiert, warum die Inflationsrate im Euroraum trotz der ausgedehnten

Quantitative Easing Politik der EZB nicht höher ausfällt als es derzeit der Fall ist. Auch auf die Frage, wie weit die Zinsen in Zukunft noch stärker in den negativen Bereich rutschen könnten, ging Christian Fehlker ein. Thema war nicht zuletzt auch die Ausrichtung der EZB unter der neuen Präsidentin Christine Lagarde, die nur zwei Wochen vor der Exkursion dieses Amt übernommen hatte.

Infos: Prof. Dr. Lehner



Die Studierendengruppe mit Prof. Dr. Maria Lehner (vorne rechts) bei der EZB in Frankfurt.



Das imposante Gebäude der Europäischen Zentralbank.

CONTENT MARKETING: BAYERISCH-SCHWÄBISCHE WIRTSCHAFT



Die IHK holte sich Unterstützung der Hochschule Augsburg ins Haus. V.l.n.r.: Sarah Bachthaler, IHK-Kommunikationschef Thomas Schörg, Rebecca Fuchs, Ercin Özlü (IHK), Katharina Marxreiter, Heike Ditzler (IHK) und Prof. Dr. Manfred Uhl.

Die monatlich erscheinende Mitgliederzeitschrift „Bayerisch-Schwäbische Wirtschaft“ ist für Unternehmer der Region eine beliebte Pflichtlektüre. Informationen, Hintergründe, Firmenporträts, Trends und viel Service bieten jeweils einen bunten Blumenstrauß an Inhalten für die Mitglieder der IHK Schwaben. Doch auch ein Magazin muss immer wieder auf den Prüfstand. Wie bei jedem anderen Produkt geht es darum, die Wünsche der Leserinnen und Leser möglichst optimal zu erfüllen.

Studierende des Masterstudiengangs Marketing/Vertrieb/Medien unterstützten im Kurs „Unternehmenskommunikation und Massenmedien“ von Prof. Dr. Manfred Uhl das Kommunikationsteam der IHK bei den Überlegungen zur Weiterentwicklung der BSW. Nach einem professionellen Briefing von **Thomas Schörg**, Kommunikationsleiter der IHK, sowie **Heike Ditzler** und **Ercin Özlü** analysierten **Sarah Bachthaler**, **Rebecca Fuchs** und **Katharina Marxreiter** systematisch die aktuelle Magazinkonzeption und verglichen sie mit ausgewählten Benchmarks aus dem Wirtschafts- und Verbändebereich. Sie überprüften ihre Erkenntnisse anhand einer Leserumfrage und erarbeiteten konkrete Ideen zur Weiterentwicklung der beliebten Zeitschrift. So entstanden passgenaue Empfehlungen für eine zeitgemäße Kombination aus Print- und Online-Formaten.

Infos: Prof. Dr. Uhl

STADT-LAND-SPORT: BUSINESS RESEARCH PROJEKT FÜR DEN SV BERGHEIM

Der SV Bergheim ist ein Augsburger Sportverein mit langer Tradition. Mittelfristig steht der Verein jedoch vor mehreren Herausforderungen: das veränderte Freizeitverhalten der Bürger, deren Wunsch nach flexiblen Angeboten, dem in die Jahre gekommenen Gebäudebestand sowie rückläufiger Bereitschaft zum ehrenamtlichen Engagement.

Vor diesem Hintergrund wurde ein Projekt mit Unterstützung durch **hsa_transfer** initiiert, mit dem Ziel, verschiedenste Vorschläge für mögliche Zukunftskonzepte des SV Bergheim zu erarbeiten. Diese sollten unter Berücksichtigung finanzieller und baulicher Aspekte, die langfristige Schaffung eines für die Bevölkerung attraktiven Angebotes ermöglichen. **Robert Kratzsch**, 1. Vorstand des SV Bergheim, unterstützte die Gruppe tatkräftig, beginnend mit einem ausführlichen Briefing am Gelände des Sportvereins, wo sich die Projektgruppe gleich ein Bild der Lage vor Ort machen konnte.

Unter der Leitung von Prof. Dr. Hariet Köstner wurde neben einer umfangreichen Sekundärforschung eine schriftliche Bevölkerungsbefragung konzipiert und durchgeführt. Die rund 500 zurückgesandten Fragebögen bildeten die Grundlage für die

studentischen Handlungsempfehlungen: Fokussierung auf Personen im höheren Alter und Aufbau eines entsprechenden Angebotes, gleichzeitig Integration der „jungen Erwachsenen“ durch eine e-Sports Gruppe. Weiterhin wurde angeregt, schrittweise die Digitalisierung des Vereins in verschiedenen Bereichen anzugehen, um dem Problem der fehlenden Ehrenamtlichen zu begegnen. Der Vorstand zeigte sich bei der Vorstellung der Projektergebnisse sehr angetan, wenngleich bei manchen Erkenntnissen – insbesondere was die Attraktivität von Sportgaststätten anbelangt – interner Diskussionsbedarf besteht. Dafür hat das Projekt eine valide Datengrundlage gelegt.

Infos: Prof. Dr. Köstner



Die Studierendengruppe mit Robert Kratzsch vom SV Bergheim (links) und Prof. Dr. Hariet Köstner (vorne rechts).

PRODUKTMANAGEMENT BEI KARDEX REMSTAR

Bereits zum zweiten Mal waren Studierende mit Studienschwerpunkt Produktmanagement bei der global agierenden Firma Kardex Germany GmbH eingeladen. Die ca. 400 Mitarbeitenden am Standort Neuburg sind auf Entwicklung, Herstellung und Vertrieb

hochautomatisierter und effizienter Lager-systeme spezialisiert. Junior Personalreferentin **Manuela Luther** organisierte für die Studierendengruppe einen interessanten Einblick in den gesamten Prozess der Neuproduktentwicklung – eine ideale Ergänzung zum Lehrprogramm.

Infos: Prof. Dr. habil. Kellner



Prof. Dr. habil. Klaus Kellner (links) und Junior Personalreferentin Manuela Luther (zweite von links) zusammen mit der Studierendengruppe.

NONPROFIT-MARKETING: IDEEN FÜR DEN SKF



Das Team des Nonprofit-Marketing-Projekts „SkF“.

Armut, Arbeitslosigkeit und besondere Notlagen treffen Frauen oft besonders hart. Bereits seit 1912 beraten und begleiten die mittlerweile rund 160 haupt- und 140 ehrenamtlichen Helferinnen und Helfer des Sozialdienstes katholischer Frauen (SkF) deshalb in Not geratene Menschen, und zwar unabhängig von Weltanschauung, Nationalität und Konfession. Der SkF betreibt zum Beispiel Beratungsstellen, Kindertagesstätten, Frauenhäuser und ein Seniorenheim. Er ist ein Verein mit Mitgliedern, Förderern, einem Vorstand und einer Geschäftsstelle.

Doch immer wieder fällt es schwer, bei vergleichsweise geringen finanziellen und personellen Mitteln, professionelle Kommunikationsarbeit zu leisten. Deshalb fragte die Geschäftsführerin **Martina Kobriger** bei Prof. Dr. Manfred Uhl um Unterstützung bei der Kommunikationsarbeit an. Dem Profil der Hochschule „gefragte Persönlich-

keiten“ folgend, fand sich schnell eine Gruppe aus sehr engagierten Studierenden der Studiengänge Betriebswirtschaft und International Management, um den SkF zu unterstützen und ein Konzept für die weitere Kommunikationsarbeit zu erarbeiten. Sie wendeten Know-how aus dem Marketing-Management an, erschlossen sich aber auch die Besonderheiten des Nonprofit-Bereichs. Systematisch analysierten sie das kommunikative Umfeld des SkF und die heute schon eingesetzten Mittel. Sie formulierten die Identität der Organisation und schnürten ein Paket mit für den SkF geeigneten Instrumenten. Zur Abschlusspräsentation kamen neben Martina Kobriger und Mitgliedern des Hauptamts auch die Vorstandsvorsitzende **Doris Hallermeier**, der Pressesprecher **Jochen Mack** sowie der Geschäftsführer der Agentur Symbiosys, **Peter Lütke-Wissing**.

Infos: Prof. Dr. Uhl

NEW WORK: FORSCHUNGSPROJEKT UND ERGEBNISBERICHT

Flexibles, ortsunabhängiges Arbeiten wird von Mitarbeitenden immer stärker nachgefragt. Aus Organisationssicht gewinnen Kooperation, internationale Zusammenarbeit und agiles Arbeiten an Bedeutung.



Wie also kann die New Work aussehen? Was wünschen Mitarbeitende, was benötigen Unternehmen? Mit diesen Fragen beschäftigte sich eine studentische Projektarbeit unter Leitung von Prof. Dr. Erika Regnet im Sommersemester 2019. Inzwischen liegt

ein erster Ergebnisbericht zum Projekt New Work vor – befragt wurden hierfür 264 Fach- und Führungskräfte. Der Bericht behandelt Erfahrungen bei neuen Kollaborationsformen und schließt mit konkreten Empfehlungen.

Die Studierenden **Laura Schwarz**, International Management, und **Mirjam Lange**, Betriebswirtschaftslehre, vertraten die Hochschule Augsburg beim Change Congress am 12./13.11.2019 in Berlin und präsentierten dort die Projektergebnisse.

Infos: Regnet, E. (Hrsg.). (2019). *New Work: Coworking und Open Space Erfahrungen, Befürchtungen und Empfehlungen*. DOI: <https://doi.org/10.23779/0007>.

DIE LESEINSEL RÄUBERT DURCH DIE HOCHSCHULE

Auch im Wintersemester 19/20 fand wieder das Projekt Leseinsel mit der benachbarten Grundschule Vor dem Roten Tor statt. Nach dem Buch über zwei römische Detektive im WS 18/19 sollte diesmal bewusst eine Heldin zum Zuge kommen: Die Wahl fiel auf „Ronja Räubertochter“ von Astrid Lindgren. Die Studierenden organisierten vier Termine für die Schulkinder, an denen vorgelesen, gebastelt, gedichtet, gesungen und musiziert wurde. Auch der Besuch der Hochschulbibliothek stand wieder auf dem Programm, ebenso wie eine „Vorlesung“ im Audimax. Den krönenden Abschluss bildete eine Schnitzeljagd am Campus am Roten Tor. Dabei galt es unter anderem, den „Oberräuber“, Dekan Prof. Dr. Michael Feucht zu besuchen und zur Wegfindung zu befragen.

Im Zentrum des Projekteseminars steht neben dem Spaß eine kreative Auseinandersetzung mit einem Lesestück. Die Studierenden lernen dabei Kreativprozesse, die auf eine bestimmte Zielgruppe ausgerichtet sind, vorzubereiten, in einem vorgegebenen Zeitraum umzusetzen und zu begleiten. Kompetenzen, die fächerübergreifend im Projektmanagement hilfreich sind. Zudem werden die eigene Lesehistorie und das eigene Leseverhalten reflektiert. Die Leseinsel wird auch im kommenden Wintersemester 20/21 als allgemeinwissenschaftliches Fach der Fakultät für angewandte Geistes- und Naturwissenschaften für alle Studierenden interdisziplinär angeboten. Die Leitung geht von Prof. Dr. Krupp auf **Sarah Herrmann**, M.A. der Medien- und Kulturwissenschaft, über.

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



Prof. Dr. Michael Feucht unterstützte die „Räuber“ der Grundschule Vor dem Roten Tor bei der Schnitzeljagd, den richtigen Weg zu finden.

DIGITALISIERUNG DES HISTORISCHEN HANDWERKS: GREIFENBERGER INSTITUT FÜR MUSIKINSTRUMENTENKUNDE – TEIL 3

Das Greifenberger Institut sieht seine Aufgaben in der Förderung der wissenschaftlichen Erforschung historischer Instrumente und deren Präsentation in der Öffentlichkeit. Hierzu werden hochpräzise Verfahren verwendet, um die denkmalgeschützten Instrumente zu analysieren. Im Ergebnis archivieren die Forscher des Greifenberger Instituts neben Messdaten, Bilder und CAD-Zeichnungen der jeweiligen Arbeitsschritte auch die Geschichten dahinter. Damit alle gewonnenen Informationen zu den einzelnen Analyseprozessen der historischen Instrumente jederzeit abrufbar sind, benötigt das Institut ein leistungsstarkes und zukunftssicheres System, welches auf ihre Bedürfnisse abgestimmt ist.

Die Zusammenarbeit mit der Hochschule begann bereits im Oktober 2017 im Rahmen des studentischen Projekts „Historische Produktion und Dokumentation (HisProDok)“. Hierbei führten 16 Studierende unter der Leitung von Prof. Dr. Richard ein geeignetes ERP-System ein und begleiteten das Institut bei der digitalen Transformation. Im Sommersemester 18/19 folgte dann aufgrund gewachsener Anforderungen an das System das zweite Projekt – HisProDok2. Innerhalb dieses Projekts wurden von zwei Studierenden des Master of Applied Research die neuen Anforderungen aufgenommen, analysiert und implementiert. Aufgrund eines Technologiewechsels seitens des ERP-

GÜNZBURGER STEIGTECHNIK GMBH: BESTANDSOPTIMIERUNG

Die Günzburger Steigtechnik GmbH ist ein führender Hersteller von Leitern, Rollgerüsten, Sonderkonstruktionen und Rettungstechnik. Das Familienunternehmen mit Sitz im schwäbischen Günzburg, das ausschließlich made in Germany produziert, beschäftigt derzeit über 350 Mitarbeitende und zählt mit seiner hohen Produktqualität und seinen stets innovativen Produkten zu den Vorreitern der Branche. Die positive Entwicklung des Unternehmens führte über die letzten Jahre auch zu einem stetig steigenden Auftragseingang. Durch dieses Wachstum und sich zunehmend verändernde Marktbedingungen wird das Unternehmen vor einige neue Herausforderungen gestellt.

Um im Bereich der Logistik und Produktionsplanung für die Zukunft gerüstet zu sein, setzte die Günzburger Steigtechnik in einem Praxisprojekt auf die Expertise der Forschungsgruppe für optimierte Wertschöpfung HSA_ops. Durchgeführt wurde das Projekt unter der Leitung von Prof.

Systemanbieters Mitte 2019 stand das Institut nun vor der Wahl, ihr aktuelles System zukunftssicher auf die Cloud-Variante umzustellen.

Im nun dritten Teil des Projekts erarbeiteten sieben Studierende der Studiengänge Betriebswirtschaft und International Management zunächst einen Business Case. Unter der Leitung von Prof. Dr. Waibel und **Alexander Hüther**, Masterstudent und wissenschaftlicher Mitarbeiter der Forschungsgruppe HSA_ops, stellten die Studierenden einen Vergleich der verschiedenen Handlungsoptionen auf und sprachen eine entsprechende



Die Werkstatt des Greifenberger Instituts für Musikinstrumentenkunde.

Dr. Michael Krupp und den beiden wissenschaftlichen Mitarbeitern **Matthias Bestle** und **Tobias Merkle**. Ziel des gemeinsamen Projekts war es, die Bestände zu analysieren und zu optimieren.

Im Fokus stand dabei zunächst die ausführliche Analyse der Logistik- und Produktionsprozesse. Dazu exportierte und analysierte das Team der Forschungsgruppe HSA_ops mithilfe einer Process Mining Software relevante Daten aus dem ERP-System, wodurch beispielsweise Störungen im Prozessfluss oder lange Liege- und Wartezeiten erkannt werden konnten. Zudem wurden ebenfalls anhand ausführlicher Datenanalysen die Bestände und Kennzahlen der jeweiligen Lager untersucht. Basierend auf den Ergebnissen der Analyse entwickelte das Projektteam zusammen mit der Geschäftsleitung und dem Führungskreis verschiedene Soll-Konzepte, welche zunächst auf Praxistauglichkeit und Umsetzbarkeit geprüft und dann weiter detailliert ausgearbeitet wurden. So konnte

Empfehlung an das Institut aus. Darüber hinaus wurden in der zweiten Projektphase die aktuellen Anforderungen an das ERP-System überprüft und in einem Lastenheft aufgenommen.

Die Ergebnisse des Projekts wurden im Rahmen einer Abschlusspräsentation am 9. Januar in Greifenberg vorgestellt und dem Institut übergeben. Auf Basis des erarbeiteten Lastenhefts wird nun die Umstellung auf das neue System vorgenommen.

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

zum Beispiel der Prototyp eines Planungsboards zur optimierten Auftragseinstellung in der Produktion durchgeführt und im Praxiseinsatz getestet werden.

Geschäftsleiter **Ferdinand Munk** und Projektleiterin **Franziska Munk** zeigten sich zufrieden mit den Ergebnissen. „Das Projekt hat für uns viele aufschlussreiche Informationen hervorgebracht, mit denen wir intern sehr gut weiterarbeiten können. Durch die stets konstruktive Zusammenarbeit und einen regen Austausch mit dem Team der Hochschule wurden Lösungen entwickelt, die auch wirklich für unser Unternehmen passen und sich in unsere Prozesse integrieren lassen.“ Wie auch in der Vergangenheit streben beide Seiten eine weitere erfolgreiche Zusammenarbeit an.

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

WELTWEIT KOMMT REINE LUFT AUS OFFINGEN

In Offingen produziert die **BWF Offermann, Waldenfels & Co. KG** Textilien und Kunststoffe für industrielle Anwendungen. Ein Kernprodukt sind Filtermedien für die Entstaubung von Abgasen aus Industrieanlagen. Weltweit wird ein sehr breites als auch tiefes Produktspektrum über regional agierende Töchter produziert und auch vertrieben. Über die Jahre ist ein komplexes Wertschöpfungsnetzwerk entstanden. Durch die dezentrale Produktions- und Vertriebsstruktur z. B. in Russland, der Türkei, Österreich oder den USA, können die regional organisierten Töchter auf typische Bedürfnisse der Kunden vor Ort reagieren. Die Berücksichtigung von Kundenwünschen mündet in einer hohen Produktvielfalt über die gesamte Gruppe hinweg. Was im Vertrieb eine Stärke ist, wird für die Logistik zur Herausforderung.



V.l.n.r.: Pascal Windeisen, Clemens Lewin, Mona Hegele, Philipp Gruber, Silke Scheu, Wolfgang Pfeifer und Dr. Philipp von Waldenfels.

Ziel ist zum einen, das beschriebene Distributionsnetz effektiv und effizient zu betreiben. Zum anderen soll eine hohe Flexibilität in Bezug auf Kundenwünsche erreicht werden. Um weiterhin beide Ziele parallel zu erfüllen, arbeitet die BWF Group aktuell mit der Forschungsgruppe für optimierte Wertschöpfung (HSA_ops) zusammen. Im Fokus der Zusammenarbeit liegt die Abstimmung von Beständen, Bedarfen und Prognosen im gesamten Wertschöpfungsnetzwerk. Lieferengpässe und logistische Aufschaukelungseffekte sollen reduziert bzw. gemildert werden. Gleichzeitig sollen individuelle Kundenwünsche durch eine hohe Variantenvielfalt ermöglicht werden. In einem komplexen Wertschöpfungsnetzwerk bedarf es dafür konkreter Leitplanken für die Kommunikation innerhalb und außerhalb des Netzwerks, bei der Bedarfsplanung und der Bestellung von Roh- und Halbfabrikaten. Dies sind klassische logistische Herausforderungen, die individuelle Lösungen benötigen, an denen die BWF Group gemeinsam mit der HSA_ops arbeitet.

Infos: *Prof. Dr. Krupp, Dr. Richard und Dr. Waibel*

EI™-STUDIERENDE BEIM WELTMARKTFÜHRER RATIONAL AG



Die Besuchergruppe zu Gast bei der Rational AG in Landsberg am Lech.

Im Rahmen der Vorlesungsreihe Entrepreneurship, Innovations- & Technologie-Management (EI™) hat die Rational AG, ein in der Region stark verankerter Hidden Champion, Weltmarktführer für Maschinen in der thermischen Speisenzubereitung, zu sich nach Landsberg am Lech geladen.

Sebastian Gaschler, EI™-Alumnus und mittlerweile im strategischen Einkauf bei der Rational AG tätig, führte die Studierenden durch einen überaus abwechslungsreichen Tag. Nach einer kurzen Firmenvorstellung durften die Teilnehmerinnen und Teilnehmer eine spannende Werksführung erleben, bevor sie selbst aktiv wurden und mit Hilfe des Business Model Canvas-Framework das Geschäftsmodell der Rational AG analysierten.

Im Anschluss erläuterte Sebastian Gaschler, was sich hinter dem von der Rational AG geschützten Begriff des "Unternehmer-im-Unternehmen" verbirgt und was aus seiner Sicht die Vor- und Nachteile sind, in einem Corporate Start-Up tätig zu sein.

Als kulinarisches Highlight des Tages wurde die gesamte Gruppe in das Betriebsrestaurant eingeladen und mit einem 3-Gänge-Menü verwöhnt. Alles in allem ein extrem spannender Ausflug mit vielen "lessons learned" und Beispielen aus der Praxis.

Infos: *Prof. Dr. Labbé und Manuel Schulze, Lehrbeauftragter*

DIGITAL MARKETING: INSIGHTS BEI KOMMDIREKT



Die Augsburger Agentur für digitales Marketing kommdirekt lud Studierende des Bachelorstudiengangs Betriebswirtschaft ein, um über aktuelle Kundenprojekte und Trends im Online-Marketing zu sprechen. Agenturchef Bernd Arnhold (rechts unten) und Digital Project Manager Katja Hopfes (2. v. r. hinten) waren inspirierende Gastgeber – und Agenturhund Lotta.



Gefragte Persönlichkeiten lernen ein Leben lang. Fachkräftesicherung und -bindung beschäftigen viele Arbeitgeber in der Region. Zur berufsbegleitenden Weiterbildung nach Abschluss des Studiums bietet die Fakultät für Wirtschaft zur Unterstützung mehrere Möglichkeiten.

Inhouse-Seminare

Das Inhouse-Weiterbildungsangebot umfasst Seminare zu allen betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Themen. Diese werden in Abstimmung mit den Kunden individuell geplant und durchgeführt – auch in englischer Sprache.

Seminare

Komprimierte Einzelseminare zu aktuellen Fragestellungen sind sehr gut geeignet, um neues Know-how und schnelle Updates bei Veränderungen zu erwerben. Diese Seminare finden am Technologiezentrum Westbayern (TCW), dem Hochschul-An-Institut in Nördlingen, statt.

Anmeldung und Infos unter <https://tcw-donau-ries.de/weiterbildung>.

Zertifikatsstudiengänge

Berufsbegleitende, komprimierte Zertifikatsstudiengänge zum vertieften Kompetenzaufbau in einem Themengebiet sind modular aufgebaut und flexibel buchbar. Sie erstrecken sich über ein Jahr. Es besteht die Möglichkeit, zusätzlich ein Hochschulzertifikat zu erwerben.

Controlling

Der Zertifikatskurs umfasst 14 Seminartage. Es ist auch möglich, nur einzelne Kurse zur Auffrischung von ausgewählten Themenbereichen zu besuchen. Durchführungsort ist das TCW in Nördlingen. Die Seminarleiter sind praxiserfahrene Professorinnen und Professoren der Hochschule Augsburg.

Zielgruppe: Fach- und Führungskräfte aus allen Unternehmensbereichen, die aufgrund ihrer gestiegenen Verantwort...

ung vertieftes Know-how in den Bereichen Controlling und Unternehmenssteuerung benötigen.

Anmeldung und Infos unter <https://tcw-donau-ries.de/weiterbildung/zertifikatskurse>.

Marketing, Vertrieb und Kundenmanagement

Kunden und Produkte stehen im Mittelpunkt jeder Geschäftsbeziehung. In einer globalisierten und medialisierten Welt erfordern Marketing und Vertrieb ein fundiertes und interdisziplinäres Wissen. Nur so können die richtigen Entscheidungen zum richtigen Zeitpunkt getroffen werden.

Zielgruppe: Fach- und Führungskräfte aus Vertrieb, Marketing, Produktmanagement und Unternehmenskommunikation sowie Forschung und Entwicklung.

Anmeldung und Infos unter <https://tcw-donau-ries.de/weiterbildung/zertifikatskurse>.

Betriebswirt(-in) im Gesundheits- und Sozialbereich

Betriebswirtschaftliches Know-how und Managementwissen sind für Leitungsfunktionen unverzichtbar. In Zeiten knapper Ressourcen bei zugleich steigenden fachlichen wie verwaltungstechnischen Anforderungen sind ökonomisches Denken und Handeln für den Gesundheitsbereich und für soziale Organisationen zur existenzsichernden Pflicht geworden. Zudem müssen neue Anforderungen proaktiv gemanagt werden.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erlernen im Kurs unternehmerisches Denken und betriebswirtschaftliches Methodenwissen für Kosten- und Preiskalkulationen, Wirtschaftlichkeitsrechnungen, Gestaltung effizienter Arbeitsprozesse und Mitarbeiterführung. Dies befähigt sie, Entscheidungen auf fundierter fachlicher und betriebswirtschaftlicher Basis zu fällen und konsequent umzusetzen.

Zentrale Inhalte sind:

- Personalmanagement, Recht, Marketing
- Rechnungswesen, Kostenmanagement, Controlling
- Managementmethoden – insbesondere Projekt-, Qualitäts- und Prozessmanagement
- individuelles Fachcoaching

Zielgruppe: Führungskräfte und Nachwuchskräfte aus dem Sozial- und Gesundheitsbereich, die im Rahmen ihrer gestiegenen Verantwortung zukünftig betriebswirtschaft-

liches Know-how und Managementkompetenz benötigen, da sie Leistungsaufgaben übernehmen sollen bzw. sich für verantwortliche Funktionen qualifizieren wollen.

Durchführungsort ist die Hochschule Augsburg.

Die weiteren Module umfassen 16 Präsenztage (Freitagnachmittage und Samstag).

Anmeldung und Infos unter weiterbildung.wirtschaft@hs-augsburg.de.



Ansprechpartnerinnen in Augsburg:
Prof. Dr. Erika Regnet
Weiterbildungskoordinatorin Fakultät Wirtschaft
Nadine Vila
Hochschule Augsburg
An der Hochschule 1
86161 Augsburg
Tel. 0821 5586-2921/2917
weiterbildung.wirtschaft@hs-augsburg.de

Ansprechpartnerin in Nördlingen:
Manuela Jenewein
Weiterbildungszentrum Donau-Ries
Technologie Centrum Westbayern GmbH
Emil-Eigner-Straße 1
86720 Nördlingen
Tel. 09081 8055-102
manuela.jenewein@tcw-donau-ries.de

Nähere Informationen zum Weiterbildungsangebot der Fakultät und die Broschüre zum Download erhalten Sie unter: www.hs-augsburg.de/Wirtschaft/Inhouse-Firmenseminare.html

WORKSHOP: DIGITALISIERUNG VON FINANZPROZESSEN

Peter Keefer, Partner bei 4C Group, eine auf finanzielle Unternehmensführung und Digitalisierung spezialisierte Unternehmens-

beratung, hielt im Rahmen des Projekts „Digitalisierung im Controlling“ der Professoren Erdmann und Warkotsch einen Workshop zur Digitalisierung von Finanzprozessen. Die Teilnehmenden diskutierten u. a. Herausforderungen bei der Umstellung

von analogen in digitale Geschäftsmodelle und Auswirkungen einer elektronischen Rechnungsstellung auf die Prozesse im Finanzbereich eines Unternehmens.

Infos: Profs. Dr. Erdmann und Dr. Warkotsch



Die Studierendengruppe mit Peter Keefer (rechts) und den Professoren Nicolas Warkotsch, Georg Erdmann und Michael Feucht (von links).

1. GFO REGIONALMEETING: DIGITALE TRANSFORMATION IN AUGSBURG

An der Hochschule Augsburg wurde es am 9. Oktober bunt. Insgesamt 30 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus regionalen Firmen, Beratungen und Forschungseinrichtungen kamen zusammen, um Erfahrungen aus ihren Digitalisierungsvorhaben miteinander zu teilen. gfo steht für **Gesellschaft für Organisation e. V.** und dieses Jahr ist Augsburg als offizielle Region unter Leitung von Prof. Dr. Sarah Hatfield zu einem bereits breiten, deutschlandweiten Netzwerk an Organisationsgestaltern hinzugekommen.

Nach einem kurzen Impuls zu Befragungsergebnissen Studierender der Hochschule Augsburg zum aktuellen Stand der Digitalisierung in der Region, ging es unter der Moderation von Prof. Dr. Sarah Hatfield auch gleich in die Interaktion. Ob die Perspektive mehr auf den Menschen, auf Teams oder der ganzen Organisation lag, in jeder Gruppe wurde intensiv über bisherige Herausforderungen, best-practices und

Wünsche für die Zukunft diskutiert. Hierbei wurde deutlich: Es geht mehr ums Kopieren, als ums Kopieren! Mit der blinden Übernahme von Konzepten wurden nur begrenzt gute Erfahrungen gemacht. Der Erfolg liegt vielmehr in der Anpassung von Vorgehensweisen auf die konkreten Anforderungen der Firmen.

Christian Stelmüller, Leiter der Personalentwicklung bei BSH in Dillingen, stellte den „Hardware +“ Ansatz der Firma vor, wobei das Plus natürlich für digitale Services steht. So halten Smart Home Applikationen, Remote Services und – am Beispiel des Kühlschranks – natürlich auch der automatische Nachschub von Nahrungsmitteln und Sprachsteuerung Einzug in Haushaltgeräte. Neue Geschäftsmodelle wie das Anmieten von Waschmaschinen in Studierendenwohnheimen per App weisen in eine Zukunft der „shared economy“. Wie rüsten sich die Mitarbeitenden intern für solche Änderungen?

Natürlich durch eine gesunde Portion Unternehmertum, dem Anwenden agiler Arbeitsweisen und viel Raum zum Experimentieren in kreativen Umgebungen.

Zum Abschluss des Abends bot **Peter Kobriger** von VISPIRON Systems einen humoristischen Blick auf das Thema und fragte: „Was müssten wir denn tun, damit Digitalisierung gar keine Chance bei uns hat?“ Beispiele, wie der ungehinderte Abfluss von persönlichen Daten, haben vor dem Hintergrund dieser witzig gemeinten Frage natürlich einen ersten Hintergrund und werden erst durch die Kopfstand-Technik artikuliert, wo sonst der Fokus auf die Chancen gerichtet ist.

Die Gespräche hielten noch lange über den offiziellen Abschluss der Veranstaltung hinaus an.

Infos: Prof. Dr. Hatfield

ALUMNI ZU GAST IN DER FACHGRUPPE MARKETING

Vor einigen Jahren waren sie selbst noch Studierende. Im Wintersemester 2019/20 kamen Alumni wieder zurück und berichteten aus ihren jeweiligen Berufsfeldern im Marketing-Management.



Theresa Lechner

Theresa Lechner hatte ihren Bachelor in International Management an der Hochschule Augsburg gemacht und einen Doppelmaster an der Universität Tübingen sowie an der Strasbourg Business School angeschlossen. Nach mehreren beruflichen Stationen, u. a. im Customer Relationship Management bei Hubert Burda Media, wurde sie Teil des jungen Teams bei Joyn, der neuen Streamingplattform von ProSiebenSat.1 Media und Discovery. Theresa Lechner berichtete den Studierenden des Masterstudiengangs Marketing/Vertrieb/Medien vom Aufbau der Plattform, erläuterte die Streamingprodukte und gewährte spannende Einblicke in ihre persönliche Arbeitswelt in einem digitalen Medienunternehmen.



Patrick Weiss

Patrick Weiss ist Marketingprofi im Konsumgüterbereich. Die Basis dafür legte er an der Hochschule Augsburg. Zunächst Bachelor in International Management und dann den Abschluss im Masterstudiengang Marketing/Vertrieb/Medien. An der Universität Abat Oliba CEU in Barcelona sammelte er Auslandserfahrungen. Schnell zog es ihn in die Welt der Markenführung. Seine beruflichen Stationen: BMW, Heinz, Babybel, Campari und Müller. Bei seinem Besuch im englischsprachigen Kurs „Corporate Communication“ zeigte er, wie er zusammen mit Agenturen eine Markenkampagne bei Campari entwickelt und umgesetzt hat. Die Studierenden aus zehn verschiedenen Ländern erhielten nicht nur Einblicke in das Brand Management, sondern auch persönliche Tipps zur Karriereplanung.



Stefan Rockinger

Stefan Rockinger arbeitet heute als E-Commerce-Spezialist bei check24 in München. Studierende der Marketing-Vertiefung „International Marketing- und Communication Management“ erhielten von ihm top-aktuelle Einblicke in „Predictive Marketing for Existing Customers“. Er stellte ein Modell vor, mit dem Wahrscheinlichkeiten für zukünftige Kundenanfragen zu bestimmten Produkten berechnet werden können. In der Praxis zeigte sich dann: Die Effektivität des Targeting stieg signifikant an. Predictive Marketing bedeutet nicht nur einen beträchtlichen Kostenvorteil für das Unternehmen, sondern leistet auch einen Beitrag zur Kundenzufriedenheit, da gezielt nur interessierte Personen angesprochen werden können.



Digitales Marketing: die Google Zukunftswerkstatt.



Oliver Weber

Oliver Weber und **Sonja Karmann** machten mit der Google Zukunftswerkstatt Station an der Fakultät für Wirtschaft. Bachelorstudierende der Studiengänge Betriebswirtschaft und International Management hatten innerhalb der einführenden Vorlesung ins Marketing-Management Gelegenheit, einen Detailbereich des digitalen Marketing bei Google schon mal etwas näher kennenzulernen. Die routinierten Trainer stellten Grundzüge und Funktionen von Google Analytics vor. Sie zeigten anhand von Live-Analysen, wie das Werkzeug des Suchmaschinen-giganten konkret genutzt werden kann.

ERFOLGSKOMPETENZEN

Shannon Ritvo ist Alumna der Hochschule Augsburg und arbeitet als selbständige Trainerin & Coach. In ihrem interaktiven Vortrag regte sie Studierende des internationalen Wirtschaftsingenieurwesens dazu an, Schlüsselkompetenzen zu erkennen und sie direkt umzusetzen. Sie griff dabei auf Ansätze des bekannten US-amerikanischen Kommunikations- und Motivationstrainers Dale Carnegie zurück. Die Studierenden waren begeistert und erkannten, dass Persönlichkeitsbildung ein Schlüssel für die erfolgreiche Anwendung von Fachkompetenz ist.

Infos: Prof. Dr. habil. Kellner



Shannon Ritvo

DIVERSITY ZWISCHEN CHANCENFAIRNESS UND MACHTERHALT

Am 4. Dezember 2019 durfte die Hochschule Augsburg **Thomas Sattelberger** wieder zu einem inspirierenden Vortrag begrüßen, der Einblick in Entscheidungsabläufe auf der Topebene internationaler Großkonzerne bot. Thomas Sattelberger war jahrelang einer der führenden Vertreter im HR-Bereich, wichtiger Gestalter und man darf ihn zu Recht Vordenker nennen: So hat er beispielsweise lange vor der entsprechenden rechtlichen Initiative – für die Deutsche Telekom als erstem DAX-Unternehmen –



Thomas Sattelberger, MdB

FLYTECH: NEW WORK OFFICES



Prof. Dr. habil. Klaus Kellner (links), Kai Blessing (2. von links) und Özcan Sahin (ganz rechts) von der Firma Flytech mit der Projektgruppe des MVM-Masterkurses.

Im MVM Masterkurs „Produktmanagement“ zeigten **Kai Blessing** und **Özcan Sahin** anhand professionellen Produktmanagements, wie digitale Transformation das moderne Office-Management verändern kann. Die Kunden von Flytech können sich Dank der

„Managed Service Solutions“ auf ihr Kerngeschäft konzentrieren und damit ihre Wertschöpfung steigern.

Infos: Prof. Dr. habil. Kellner

einen Frauenanteil von 30 Prozent im Management als Zielgröße verankert. Er war als Personalvorstand und Arbeitsdirektor von 2007 bis 2012 für die Deutsche Telekom tätig, von 2003 bis 2007 für den Automobilzulieferer Continental. Zuvor war er bei der Lufthansa, u. a. von 1999 bis 2003 als operativer Airline-Vorstand. Seit 2017 ist er Mitglied des Deutschen Bundestages und Sprecher seiner FDP-Fraktion für Innovation, Bildung und Forschung.

Der Teilnehmerkreis war bei der Veranstaltung bunt gemischt: Überwiegend weibliche Studierende des Vertiefungsmoduls Change Management, internationale Studierende des Moduls HR Management, Praktiker aus Unternehmen der Region sowie verschiedene Kolleginnen und Kollegen aus der Hochschule.

Der Gastreferent stellte zunächst aktuelle Forschungsergebnisse vor, die positive Auswirkungen verschiedener Diversitydimensionen auf die Innovationsfähigkeit von Unternehmen belegen. Für Veränderungen betonte er die Bedeutung einer „kritischen Masse“ – also mindestens 20 Prozent weibli-

che Führungskräfte – und dass Deutschland gerade beim Thema Frauen im Management und Vorstand international deutlich hinterherhinkt. Thomas Sattelberger kritisiert seit Jahren, dass gerade Wirtschaftsorganisationen einen Hang zur Uniformität haben – er nennt dies homosoziale Reproduktion und konservative Exklusion. Er gab aber auch zu bedenken, dass – wie aktuelle Studien belegen – soziale Medien wie Instagram, YouTube etc. stereotype Rollenbilder sogar wieder verfestigen. Er warnte zudem davor, eine aushäusige Betreuung von kleinen Kindern negativ zu bewerten und mit „wie in der DDR“ gleichzusetzen – in anderen Ländern schickt man Kinder nicht zur Verwahrung, sondern zur Förderung und zum Sozialkontakt in die Kita.

Leider fühlten sich Männer vom Thema weniger angesprochen. Doch diese sind ebenfalls gefragt, die Unternehmenskultur modern zu gestalten: „Kulturarbeit ist das Herz der Personalarbeit“, so Sattelberger, „das andere wie Recruiting, Gehalt etc. ist Handwerk.“

Infos: Prof. Dr. Regnet

RECRUITING MIT SAP SUCCESSFACTORS

Am 21. November kam **Sarah Reinhold** für einen Praxisvortrag in den Masterstudiengang Personalmanagement. Vor drei Jahren selbst Studentin im selbigen, ist sie nach einer Auslandsstation bei Henkel in Amsterdam seit mehr als einem Jahr als Consultant bei TalentChamp Consulting GmbH tätig und berät Kunden bei der Umstellung auf bzw. der Einführung von SuccessFactors, der SAP-Komplettlösung für HR-Anwendungen aus der Cloud, die auch mobiles Arbeiten erleichtert.

Die TalentChamp Consulting GmbH wurde in Österreich gegründet und ist einer der führenden SAP SuccessFactors Spezialisten im deutschsprachigen Raum. Die Beraterinnen und Berater sind alle zertifiziert und erfahren in Projekten im Mittelstand bis hin zu Global Playern. Seit 2019 gehört TalentChamp zur All for One Group.

Spannend war für die Masterstudierenden, zunächst einen Einblick in Arbeitsweisen und Erfahrungen im HR-IT Consultingbereich zu erhalten, einer Branche, an die Personalerinnen und Personaler beim Berufseinstieg zunächst weniger denken, die aber große Potentiale und persönliche Entwicklungsmöglichkeiten bietet. Inhaltlich ging es um den gesamten Prozess der Einführung einer Recruiting-Software. Die Dozentin erläuterte hier detailliert die Arbeitsweise vom Scoping und dem Angebot, über den Kick-off-Workshop zum Projektstart, vom Testing hin zum konkreten Projektverlauf, optionalen Kundentrainings und den Projektabschluss mit der Go-live-Phase sowie den Übergang in die Supportphase.

Besonders betonte sie, dass die Chancen von SF nicht nur in einem effizienten Bewerbermanagement liegen, sondern zudem Personalmarketing und Stellenposting mit der dazu nötigen Suchmaschinenoptimierung integriert werden sollten. Dies erleichtert Abläufe und erhöhe die Chance, dass potentielle Bewerberinnen und Bewerber wirklich erreicht werden. Auch der Einbezug von Testergebnissen oder von Video- bzw. automatisierten Interviews ist möglich.

Den Studierenden wurde ein spannender Einblick in die Praxis von Change- und Beratungsprojekten sowie in aktuelle technische HR-IT-Entwicklungen geboten.

Infos: Prof. Dr. Regnet

VORTRAGSREIHE IN EI™ – ENTREPRENEURSHIP, INNOVATIONS- & TECHNOLOGIE-MANAGEMENT



Prof. Dominik Bösl



Viktoria Lindermeier



Dr. Dirk Haft



Dr. Jörg Karas

Im vergangenen Wintersemester fanden im Rahmen der von Prof. Dr. Marcus Labbé verantworteten Vertiefung EI™ wieder zahlreiche spannende Gastvorträge statt.

Den Anfang machte **Prof. Dominik Bösl** von der Hochschule der Bayerischen Wirtschaft - Informatiker, Zukunftsforscher, Innovator und Top Manager im Bereich Robotics bei der Festo AG – mit dem Vortrag: „Künstliche Intelligenz und gesunder Menschenverstand: Von Versprechungen und Versprechern“. Der Gastreferent ist Techno-Optimist, möchte aber keinesfalls als Techno-Populist verkannt werden. Robotik und Künstliche Intelligenz werden alle Lebensbereiche durchdringen und bereichern. Dabei liegt es in aller Verantwortung, diesen Fortschritt nachhaltig und verantwortungsvoll zu gestalten. Dazu braucht es Governance Frameworks zur besseren Regulierung sowie einen öffentlichen Diskurs über den Einsatz von Technik.

Ein weiterer spannender Hochkaräter war **Dr. Dirk Haft**, der über „Insiderwissen: Vom Venture Entrepreneur zum Corporate Entrepreneur“ referierte. Dirk Haft ist sowohl promovierter Physiker als auch Executive MBA, er ist Mitglied im Vorstand der WITTENSTEIN SE, in zahlreichen Aufsichtsräten vertreten und u. a. Vorsitzender des Aufsichtsrats der in Augsburg ansässigen baramundi software AG. Sein Gastvortrag fokussierte auf seine Erlebnisse als Quantenphysiker, Querdenker, Innovations-treiber, Gestalter, Chancenverwerter und Teambildner. Seine erste Berufung war die selbständige Freiheit, seine jüngste Aufgabe die Neuorganisation und Digitalisierung eines gewachsenen Weltmarktführers im klassischen Maschinenbau.

Gastreferentin **Victoria Lindermeier** zählt seit Kurzem zu den Alumni der Hochschule Augsburg. Im Sommer dieses Jahres untersuchte sie die positive Konvergenz zwischen Biologie und Technik. Die ausgeklügelten und erprobten Optimierungsprozesse der belebten Natur lassen für die Technik einen nahezu unbegrenzten Ideenpool entstehen.

Insofern ist die Interdisziplinarität dieser beiden Wissenschaftsgebiete äußerst verheißungsvoll. Ihr Vortrag trug daher den Titel: „Vom Klettverschluss zur Gentechnik: Die BIONIK im Fokus“.

Im Januar begrüßte Prof. Dr. Marcus Labbé EI™-Alumnus **Maximilian Braun** mit dem Gastvortragstitel: „Wissenschaft, Technik, Gesellschaft – Wissen, Können, Dürfen und Sollen im 21. Jahrhundert.“ Im Vortrag ging es aber weniger um Antworten. Schon der Erkenntnisphilosoph Karl Popper meinte zu Recht: Die Frage kommt vor der Antwort. In diesem Sinne wurde untersucht, welche Fragen sich unsere wissenschaftsbasierten und technologisierten Gesellschaften im 21. Jahrhundert stellen müssten. Zentral ist hier die Frage der Verantwortung, die sich im Zusammenspiel von technischen Möglichkeiten, wissenschaftlicher Evidenz und gesellschaftlichen Werten oftmals nicht eindeutig beantworten lässt.

Den Abschluss machte **Dr. Jörg Karas** mit seinem Vortrag über Schönheit in einer sich digitalisierenden Gesellschaft. Er war u. a. Geschäftsführer bei Schwan STABILO Cosmetics GMBH & Co. KG, Innovationstreiber, Digitalisierer sowie Transformator. Jörg Karas ist sich sicher, dass Snapchat oder Instagram-Filter unser Selbst- und Fremdbild immer stärker definieren und die Trends immer weniger in den Händen der Beauty-Marken liegen werden. Eine Industrie, die auch in Zeiten von Customer Centricity noch immer nicht die echten Bedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten bedient, wird sich in den nächsten 10 Jahren stärker verändern als in den letzten 100 Jahren. Früher lernte man Schminken von Mama, heute (noch) via YouTube. In Zukunft wird dieses Wissen nicht mehr benötigt werden. Das Resultat wird im Fokus einer neuen Industrie stehen.

Infos: Prof. Dr. Labbé

IBF-ALUMNI: HOCHZEIT IN MEXIKO

Im Jahr 2018 absolvierten sie an der Hochschule Augsburg erfolgreich das Masterstudium International Business and Finance, nun haben **Eva Gomez Canto** und **Rafael Duarte Castro** in ihrer Heimat Mexiko geheiratet. Zu den Hochzeitsfeierlichkeiten waren einige ihrer ehemaligen Kommilitoninnen und Kommilitonen aus dem Augsburger Studiengang eingeladen. Herzlichen Glückwunsch!



Ruth Barrios Aviles, Christian Arciniega Martin, das Hochzeitspaar Rafael Duarte Castro und Evangelina Gomez Canto, sowie die Absolventen Benjamin Schellinger und Martin Vasquez-Ruiz (v.l.n.r.).

NEUES KONZEPT: MASTERSTUDIENGANG PERSONALMANAGEMENT

Seit 10 Jahren wird der Masterstudiengang mit großem Erfolg von der Hochschule Augsburg durchgeführt. Nun war es an der Zeit für eine grundsätzliche Überarbeitung des Konzeptes. Inhaltlich wie methodisch wird der Masterstudiengang damit den aktuellen Anforderungen angepasst.

Zentrale Änderungen:

- Kooperation der Hochschulen Augsburg und Kempten
- Die Vorlesungen finden an der Hochschule Augsburg und bei Blockveranstaltungen auf Schloss Illertissen statt
- Neue Module u. a.: HR-IT, Projekt- und

Prozessmanagement, Gesundheitsmanagement, alternde Belegschaften, Wissensmanagement und Innovation, Understanding Business, Sozialversicherungsrecht, Datenschutz

- Wahlfach/-fächer im 3. Semester zur individuellen Vertiefung
- Englische Lehrveranstaltung mit native speaker
- Blended Learning mit Online Learning

Ziel ist es, die Studierenden für anspruchsvolle Fach- und Führungspositionen im HR-Bereich zu qualifizieren. Ein Schwerpunkt liegt natürlich auf dem Umgang mit

den Mitarbeitenden. Darüber hinaus ist das kompetente Managen der betrieblichen Herausforderungen wichtig – hier geht es um die Gestaltung von Change-Prozessen, das HR-Controlling, Digitalisierung, aber auch um die Beratung von Fachabteilungen und Führungskräften. Und schließlich sind die gesellschaftlichen Herausforderungen proaktiv zu managen – man denke an gesellschaftliche Megatrends, aber auch an den rechtlichen Rahmen oder aktuelle Krisen.

Was ist gleich geblieben?

- 3 Semester Studiendauer
- Persönliches Gespräch vor Studienplatzzusage
- Generalistisch ausgerichtet zur Vorbereitung auf anspruchsvolle Personalfunktionen in Wirtschaft, Consulting und Gesundheitsbereich
- Auslandssemester (Studium, Praktikum) wird unterstützt, Partnerhochschulen der Hochschule Augsburg und Kempten stehen zur Verfügung, ein Auslandssemester führt aber zumeist zu einer Studienzeiterlängerung
- Masterarbeit in Zusammenhang mit Unternehmen oder als eigenständige empirische Studie
- Dozentinnen und Dozenten aus den beteiligten Hochschulen und aus der Praxis
- Praxisbeirat mit erfahrenen HR-Vertreterinnen und Vertretern aus der Region
- Exkursionen zu Firmen der Region

Infos: Prof. Dr. Erika Regnet, Studiengangleiterin
www.personalmanagement-master.de

Personalmanagement (M.A.)
Eine Kooperation der Hochschulen Augsburg und Kempten

NEUER MASTERSTUDIENGANG: MARKETING-MANAGEMENT DIGITAL

Die Fakultät für Wirtschaft wird zum Wintersemester 2020/21 einen neuen Masterstudiengang anbieten: Marketing-Management Digital, kurz MMD. Das neue Studienprogramm, das den bisherigen Studiengang Marketing/Vertrieb/Medien ersetzt, wird sich vertieft mit den Anforderungen im Marketing-Management von technologieorientierten Unternehmen beschäftigen und Kompetenzen für die digitale Transformation vermitteln.

- Studienstart: Wintersemester 2020/21
- Studienort: Hochschule Augsburg, Fakultät für Wirtschaft, Campus am Roten Tor
- Studiendauer und -form: fünf Semester und somit in Teilzeit studierbar; Individuell auf vier Semester verkürzbar.

- Studieninhalte: Business Profiling und Produktmanagement, Marketing-Kommunikation und Markenführung, Market Research, Industriegüter- und Dienstleistungsmarketing, Datenschutz, E-Commerce, Digital Business, Digital Communication Design, Data Science, u. a. sowie Wahlmodule mit Special Skills wie Business Planning und New Working
- Bewerbungsvoraussetzungen: Bachelorabschluss mit mind. der Note 2,0 (nur WS 21/22: mind. Note 2,5) aus einem wirtschafts- oder ingenieurwissenschaftlichen Studiengang; Bewerbung auch mit einem sozial- oder medienwissenschaftlichen BA-Abschluss möglich, aber Nachweis über mind. 5 ECTS aus betriebswirtschaftlichen Modulen erforderlich

- Bewerbungen: vom 2. Mai bis zum 15. Juni mit üblichen Bewerbungsunterlagen und Motivationsschreiben
- Auswahlverfahren: Eignungsverfahren mit Punktesystem; Zulassungsgespräche bei Bewerberinnen und Bewerbern mit einer BA-Abschlussnote von 2,0 bis 2,5 (nur zum WS 20/21); Zulassungen erfolgen nur jeweils zum Wintersemester
- Informationen und Besonderheiten des Bewerbungsverfahrens zum WS 20/21: www.hs-augsburg.de

Studiengangleiter und Ansprechpartner:
Prof. Dr. Manfred Uhl,
manfred.uhl@hs-augsburg.de

ALUMNI: TREFFEN DES ABSCHLUSSJAHRGANGS 2004

Nach mehr als 15 Jahren trafen sich Absolventinnen und Absolventen des Diplom-Studiengangs Betriebswirtschaft Mitte Februar 2020 wieder in Augsburg. Gemeinsam mit den Professoren Kellner und Riegl erlebten

sie einen wunderbaren Abend mit Anekdoten, tiefgründigen Gesprächen über die Entwicklung der Welt und des Universums und gegenseitig natürlich auch den einen oder anderen guten Tropfen. Fazit des Abends war, dass aus

allen „etwas geworden“ ist und viele die Welt bereist haben. Man war sich einig, auch zukünftig in Kontakt mit der Fakultät bleiben zu wollen. Das nächste Zusammentreffen ist bereits geplant.



Absolventinnen und Absolventen des Abschlussjahrgangs 2004 mit den Professoren Kellner und Riegl.

SONNTAG & PARTNER SPONSERT HÖRSAAL



Vertreter von Hochschule und Sonntag & Partner bei der Eröffnung des Sonntag & Partner-Hörsaals: Prof. Dr. Helmut Wieser, Vizepräsident der Hochschule Augsburg, Oliver Kanus, Partner, Wirtschaftsprüfer und Steuerberater bei Sonntag & Partner, Prof. Dr. Michael Feucht, Dekan der Fakultät für Wirtschaft der Hochschule Augsburg (v.l.n.r.).

Als weiteren Eckpfeiler des Engagements an der Hochschule Augsburg sponsert **Sonntag & Partner** über die Dauer von fünf Jahren den Hörsaal W 1.01 an der Fakultät für Wirtschaft. Bei einem Fototermin eröffneten Vertreter von Sonntag & Partner sowie der Hochschule den neu benannten „Sonntag & Partner-Hörsaal“ offiziell.

Die renommierte Wirtschaftskanzlei ist schon seit vielen Jahren mit der Hochschule Augsburg eng verbunden. Bisher bereichert die Kanzlei mit Gastvorträgen und Lehrbeauftragten das Lehrangebot der Hochschule und beteiligt sich mit der Entsendung eines Mitglieds für das Kuratorium an der Weiterentwicklung der Hochschule Augsburg. Mit dem Hörsaalsponsoring präsentiert sich Sonntag & Partner nun für mindestens fünf Jahre täglich sichtbar an der Fakultät für Wirtschaft.

„Wir freuen uns sehr, dass wir mit dem Sponsoring die Zusammenarbeit mit Sonntag & Partner weiter intensivieren konnten und so ein noch engerer Austausch stattfindet“, so der Dekan der Fakultät für Wirtschaft.

Oliver Kanus, Partner der Kanzlei Sonntag & Partner, sagte bei der Hörsaal-Eröffnung: „Mit den Studierenden und Absolventen der Hochschule Augsburg entsteht wichtiges Fachkräftpotenzial für uns und die Region. Durch das Hörsaalsponsoring ergeben sich neue Möglichkeiten, noch engeren Kontakt zu den Studierenden zu pflegen und gleichzeitig die Hochschule bei ihrer Arbeit zu unterstützen.“

Infos: Prof. Dr. Feucht

PROZESSENTWICKLER/-IN LOGISTIK: ZEUGNIS- UND ZERTIFIKATSVERLEIHUNG

Im Beisein des Vorstandsvorsitzenden des Logistik Cluster Schwabens René Mick feierten die ersten 11 Absolventinnen und Absolventen der berufsbegleitenden Weiterbildung Prozessentwickler/-in Logistik ihren Studienabschluss. Am Mittwochabend, 18. September 2019, nahmen sie im historischen Ambiente der Silbermann-Villa feierlich ihre Hochschulzertifikate und -zeugnisse entgegen.

Studiengangleiter Prof. Dr. Florian Waibel verabschiedete gemeinsam mit Studiengangskordinator **Benjamin Reichart** den ersten Jahrgang. Die Absolventinnen und Absolventen feierten gemeinsam mit Professoren, Dozentinnen und Dozenten und Mitarbeitern des Fachbereichs der Hochschule Augsburg.

Grußworte sprachen darüber hinaus die Vizepräsidentin für Weiterbildung und Wissenstransfer **Prof. Dr.-Ing. Elisabeth Krön**, der Vorstandsvorsitzende des Logistik Cluster Schwabens **René Mick** und der Dekan der Fakultät für Wirtschaft Prof. Dr. Michael Feucht. Eine Absolventenrede von **Michael Knoblauch** sowie die musikalische Begleitung der Feierlichkeiten von **Dennis Egger** rundeten die erfolgreiche Veranstaltung ab.

Das einjährige Zertifikatsstudium zum „Prozessentwickler/-in Logistik“ ist berufsbegleitend konzipiert und erweitert das wirtschaftswissenschaftliche Weiterbildungsangebot der Hochschule Augsburg. Professoren und Experten mit einschlägigen Branchenkenntnissen vermitteln den Teilnehmern über zwei Semester hinweg aktuelles Prozess-Fachwissen unter Berücksichtigung neuester Technologien, rechtlicher Rahmenbedingungen und Aspekte der Mitarbeiterführung. Dabei erworbene Leistungspunkte lassen sich auch auf das berufsbegleitende Bachelorstudium Wirtschaftsingenieurwesen anrechnen. Die Präsenztermine finden arbeitnehmerfreundlich vorrangig abends und am Wochenende statt. Die Weiterbildung zum Prozessentwickler Logistik hat das Ziel, vertieftes logistikspezifisches Prozessmanagement-Fachwissen zu vermitteln. Absolventen sollen nach erfolgreichem Abschluss des Studiums über die notwendigen Kenntnisse verfügen, um planerische, koordinierende und leitende Tätigkeiten im Bereich der Logistik zu übernehmen.

Infos: Prof. Dr. Waibel



Foto: Jonas Jeitzig

Absolventinnen und Absolventen des berufsbegleitenden Zertifikatsstudiums Prozessentwickler/-in Logistik samt Dozentinnen und Dozenten sowie Förderern.

BESUCH AN ONTARIOTECH UNIVERSITY, TORONTO, KANADA



Die OntarioTech University ist Partner der Hochschule Augsburg. An der dortigen Fakultät für Business and Information Technology am neu gebauten Campus in Oshawa, einem Vorort von Toronto, verbringen mittlerweile regelmäßig Studierende aus Augsburg ihr Auslandssemester.



Prof. Dr. Manfred Uhl (rechts) besuchte die OntarioTech University, um über vertiefte Kooperationsansätze im Marketing-Management zu sprechen. Auch auf dem Bild: Dr. Patrick Hung (3.v.r.), der bereits an der Hochschule Augsburg lehrte und auch im Sommer 2020 wieder an die Fakultät für Wirtschaft kommt.

BESUCH VOM PRESBYTERIAN COLLEGE, CLINTON/SOUTH CAROLINA, USA



Die Gäste aus den USA kamen an die Fakultät, um über den Aufbau einer Partnerschaft im Marketing-Management zu sprechen. V.r.n.l.: Caleb McGill und Prof. Dr. Kurt Gleichauf vom Presbyterian College, Prof. Dr. Michael Freiboth, Diana Wong und Prof. Dr. Manfred Uhl.

DOUBLE DEGREES



Die Urkunden für ein Double Degree erhielten **Sara Bertazzini** (Università degli Studi di Modena) sowie **Tim Lindner** und **Matthias Heiss-Rehm** (Edinburgh Napier University). Es gratulierten der Dekan, Prof. Dr. Michael Feucht (links) und Prof. Dr. Wolfram Schönfelder (rechts).

BESUCH VON DER UNIVERSITÄT SZEGED, UNGARN



Gabriella Maczko vom International Office der Universität Szeged war im Wintersemester 19/20 eine Woche zu Gast an der Fakultät für Wirtschaft. V.r.n.l.: Prof. Dr. Wolfram Schönfelder, Prof. Dr. Michael Feucht mit Gabrielle Maczko von der Universität Szeged und Diana Wong.

ERSTER DOUBLE DEGREE MIT DER UNIVERSITY OF THE SUNSHINE COAST



IWI-Student **Johannes Kellner** hat als erster Austauschstudent der Hochschule alle Voraussetzungen für das Double Degree mit der University of the Sunshine Coast in Queensland, Australien, erfolgreich erfüllt. Nach Abschluss seiner Bachelorarbeit wird er in Kürze auch bei uns graduieren. Herzlichen Glückwunsch!

MARKETING-MANAGEMENT:
KOMPETENZ, EMOTION, GESCHÄFT.

Prof. Dr. Hariet Köstner mit Prof. Dr. habil. Klaus Kellner (links unten) und Prof. Dr. Manfred Uhl im Hörsaal – ihrer liebsten Wirkungsstätte.

Worum geht es eigentlich im Marketing-Management?

Prof. Kellner: Marketing-Management steht im Kern eines jeden Geschäftes. Es beschäftigt sich damit, wie für die Unternehmen, seine Kunden und im Idealfall auch für die Gesellschaft ein gegenseitiger Nutzen geschaffen werden kann. Wenn ein Unternehmen keinen Nutzen schaffen und niemanden von seinen Angeboten überzeugen kann, wird es nicht überleben können. Unser Selbstverständnis ist es deshalb, Kompetenzen zu vermitteln, die in den zentralen Funktionen des Marketing-Managements benötigt werden. Dazu gehören marktorientierte Geschäfts- und Unternehmensentwicklung, Produktmanagement, Vertrieb, Markt- und Unternehmenskommunikation. Es geht sowohl um Fach- und Methodenkompetenzen, als auch um Anwendungs- und Sozialkompetenz. Diese Marketing-Philosophie trägt dazu bei, Persönlichkeiten zu entwickeln, die begeistern können, Verantwortung übernehmen und nachhaltigen Wert für Wirtschaft und Gesellschaft stiften.

In welchen Studiengängen ist Marketing-Management enthalten?

Prof. Uhl: Zunächst lehren wir in der Orientierungsphase der Bachelorstudiengänge Betriebswirtschaft, International

Management und Internationales Wirtschaftsingenieurwesen. Das Grundverständnis von Marketing und die allerwichtigsten Instrumente stehen hier im Mittelpunkt. Im sechsten und siebten Semester können sich die Studierenden dann vertieft mit Marketing-Management beschäftigen. Richtig in die Details geht es im Masterstudiengang Marketing/Vertrieb/Medien bzw. ab Wintersemester 2020/21 im neuen Master Marketing-Management Digital. Darüber hinaus sind wir in den berufsbegleitenden Studiengängen Wirtschaftsingenieurwesen und Technologiemanagement vertreten.

Welche Professorinnen und Professoren lehren das Fach? Welche beruflichen Erfahrungen bringen sie mit? Gibt es Themenschwerpunkte?

Prof. Köstner: Wir sind im Kern zu dritt. Die Kollegen Klaus Kellner, Manfred Uhl und ich. Wir dürfen aber nicht vergessen, dass wir auf die wertvolle Unterstützung von überaus erfahrenen Lehrbeauftragten bauen können. Unsere jeweiligen fachlichen und beruflichen Wege ergänzen sich nahezu perfekt. Prof. Kellner ist nicht nur habilitiert und lehrt zusätzlich an der Universität Augsburg. Er verfügt auch über langjährige Erfahrungen im Produktmanagement und im internationalen Vertrieb. Prof. Uhl ist unser Kommunikationsexperte. Er arbeitet

zum Beispiel medienwissenschaftlich an einer TU und war danach viele Jahre in verschiedenen Firmen verantwortlich für Marketing- und Unternehmenskommunikation. Ich selbst bin in der Marktforschung zuhause. Nach meiner Zeit an der Friedrich Alexander Universität Erlangen-Nürnberg begleitete ich in mehreren Marktforschungsinstituten Unternehmen in fast allen Facetten der Markt- und Konsumentenanalyse. Unsere Themenschwerpunkte sind somit: Marketingstrategie und Business Profiling, Marketing- und Unternehmenskommunikation sowie Customer Centered Research und statistische Auswertungsmethoden.

Theorie ist ja bekanntlich nicht alles. Welche Praxisprojekte bietet die Fachgruppe an?

Prof. Kellner: Die praktische Anwendung ist an einer Hochschule für angewandte Wissenschaften besonders wichtig. Wir integrieren die Realität deshalb nicht nur in die Lehrinhalte, sondern ergänzen sie regelmäßig durch Gastreferenten, Exkursionen und natürlich auch Projekte.

Prof. Köstner: Drei Details sind vielleicht noch interessant. Erstens bieten wir in jedem Semester mindestens ein Praxisprojekt an. Zweitens sind die Projekte immer wieder international angelegt. So arbeiteten wir beispielsweise schon für die europäische Kulturhauptstadt Riga oder für ein finnisches Unternehmen, das sich dem Upcycling von Textilien verschrieben hat. Und drittens entwickeln wir die Konzepte nicht nur für Firmen, sondern regelmäßig auch für Nonprofit-Organisationen.

Im kommenden Wintersemester soll es einen neuen Masterstudiengang im Marketing geben. Können Sie dazu schon etwas sagen?

Prof. Uhl: Ja, wir wechseln vom bisherigen Studiengang Marketing/Vertrieb/Medien, einem Kooperationsprogramm mit der TH Ingolstadt, hinein in den neuen Masterstudiengang Marketing-Management Digital, kurz MMD. Dieses brandneue Angebot basiert erstens auf vielen Impulsen, die wir aus der Wirtschaft erhalten haben. Zweitens haben wir Aspekte der digitalen Transformation im Marketing und den besonderen Anforderungen von Technologieunternehmen zu einem eigenen Masterprogramm zusammengeschnürt. Letztlich ist es ein Kompetenzpaket aus Marketing, Recht, IT und Skills, die man in einer sich stark verändernden Arbeitswelt gut gebrauchen kann. Der Studiengang startet zum Wintersemester 20/21. Informationen zu den genauen Studieninhalten und zu Bewerbungsmöglichkeiten gibt es auf unserer Website.

**BEI THERESA LECHNER,
SENIOR CRM MANAGERIN
BEI JOYN UND ALUMNA
DER FAKULTÄT FÜR WIRTSCHAFT**



Frau Lechner, Sie arbeiten als Senior Managerin im Bereich Customer Relationship Management bei der Streaming-Plattform Joyn. Beschreiben Sie uns Ihre Aufgabenfelder kurz? Was sind die täglichen Herausforderungen in einem digitalen Medienunternehmen?

Der Bereich Customer Relationship Management (CRM) befasst sich, wie der Name bereits sagt, mit den Kundenbeziehungen eines Unternehmens. Hierbei gestalten wir als Abteilung die Interaktion mit Kunden so, dass die jeweilige spezifische Kundengruppe zur richtigen Zeit die für sie relevanten Informationen und Angebote über den passenden Kommunikationskanal erhält. Um dies sicherzustellen, begleiten wir unsere Kunden kommunikativ entlang der individuellen Kundenlebenszyklen und stellen für jede Phase die passende Kommunikationsstrategie zusammen. Dazu zählen u. a. unterschiedlichste E-Mailings (z. B. Newsletter) für unsere User, die wir ganzheitlich steuern. Zu meinen Aufgaben zählen hierbei u. a., basierend auf ausführlichen Datenanalysen Kommunikationsstrategien auszuarbeiten, diese umzusetzen und Ergebnisse zu erheben. Des Weiteren bin ich für die Durchführung und Aufbereitung verschiedener Kundenbefragungen zuständig. Eine Herausforderung, aber gleichzeitig auch der Reiz, liegt sicherlich in der Dynamik, sowohl der Medienbranche als auch des Bereichs CRM. Das Kunden- und Konsumverhalten, technische Möglichkeiten aber auch die Branche an sich sind in einem stetigen Wandel. Dies erfordert Flexibilität, Schnelligkeit und die Bereitschaft zu kontinuierlicher Weiterentwicklung.

Sie haben an der Hochschule Augsburg den Bachelorstudiengang International Management 2013 erfolgreich abgeschlossen. Warum haben Sie sich für diesen Studiengang entschieden? Welche Schwerpunkte wählten Sie?

Bereits während meiner Schulzeit hatte ich mich für eine Vertiefung im Bereich Wirtschaft entschieden und mich gerne mit diesen Themen beschäftigt. Die Wahl eines wirtschaftswissenschaftlichen Studiengangs stand damit bereits fest. Ein weiteres, für mich wichtiges Kriterium war die internationale Ausrichtung des Studiengangs und die Möglichkeit problemlos einen Auslandsaufenthalt in den Studienablauf zu integrieren. Beides habe ich an der Hochschule Augsburg und im Studiengang International Management gefunden. Meine beiden Studienschwerpunkte belegte ich im erweiterten Bereich Marketing. Während meines Auslandsaufenthalts in Frankreich beschäftigte ich mich mit dem Thema "International Marketing Communication Strategy". Den zweiten Schwerpunkt "Corporate Communication und Business Profiling" absolvierte ich in Augsburg und habe auch hier meine Bachelorarbeit im Bereich Markenkommunikation verfasst.

Im Anschluss entschieden Sie sich für einen Doppelmaster im Bereich European Management an der Universität Tübingen sowie an der Strasbourg Business School. Inwieweit spielt Internationalität in Ihrem Berufsalltag eine Rolle?

Das Thema Internationalität spielt in meinem aktuellen Arbeitsalltag tatsächlich eine wesentliche Rolle, da bei Joyn insgesamt Kolleginnen und Kollegen mit 25 unterschiedlichen Nationalitäten beschäftigt sind. Unsere Kommunikation findet hauptsächlich auf Englisch statt, was in jedem Fall an meine Studienzeit erinnert. Auch die Zusammenarbeit in interkulturellen Teams

stand gerade im Doppelmaster in Tübingen und Strasbourg bei einer Vielzahl an Projekten und Studienarbeiten täglich auf dem Programm. Da der Aspekt „Internationalität“ bei der Wahl meiner beiden Studiengänge eine große Rolle spielte, ist es für mich umso schöner, diese nun auch in meinem Berufsalltag wiederzufinden.

Können Sie sich noch an den ersten Tag an der Hochschule Augsburg erinnern? Fällt Ihnen spontan etwas dazu ein? Wenn Sie heute auf Ihr Studium zurückblicken, was würden Sie den Erstsemestern mit auf den Weg geben?

An meinem ersten Tag an der Hochschule kann ich mich noch gut erinnern. Damals war der Bereich Wirtschaft noch in der Schillstraße untergebracht, was dazu führte, dass der von mir gesuchte Hörsaal – vermutet wurde ein Raum im Gebäude – in einen Container ausgelagert war. Eine interessante Überraschung am ersten Tag, an die sich sicherlich auch noch einige meiner Kommilitonen erinnern können. Allen Erstsemestern würde ich mit auf den Weg geben, sich während des Studiums im Rahmen von Praktika und Werkstudentenstellen unterschiedlichste Fachbereiche und Unternehmen anzusehen. Das macht Spaß und hilft aus meiner Sicht ungemein bei der eigenen Berufsfindung. Vor allen Dingen aber sollte man das Studium in vollen Zügen genießen. Neben all dem Wissens- und Erfahrungsgewinn bilden sich hier oftmals Freundschaften, welche die Studienzeit um ein vielfaches überdauern – eine ganz wunderbare Bereicherung.

ANSPRECHPARTNER

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

Prodekan: Prof. Dr. Georg Erdmann
E-Mail: prodekan.wirtschaft@hs-augsburg.de

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

Dekanat: Melanie Schopf-Schriefer, Dipl. Kulturwirtin
Ulrike Dichtl
E-Mail: dekanat.wirtschaft@hs-augsburg.de

Sekretariat: Anni Kaiser, Nadine Vila
E-Mail: sekretariat.wirtschaft@hs-augsburg.de

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

Internationale Angelegenheiten: Prof. Dr. Anton Frantzke,
Prof. Dr. Wolfram Schönfelder, Diana Wong
E-Mail: international.wirtschaft@hs-augsburg.de

Studiengangkoordination: Yvonne Berrens, MBA
Ulrike Tielemann, Dipl.-Päd., Julia Koch, M.A.
E-Mail: studiengang.wirtschaft@hs-augsburg.de

Fachstudienberater

BA Betriebswirtschaft/BA International Management:
Prof. Dr. Nicolas Warkotsch
E-Mail: studienberatung.wirtschaft@hs-augsburg.de

BA Internationales Wirtschaftsingenieurwesen:
Prof. Dr. Nicolas Warkotsch
E-Mail: studienberatung.wirtschaft@hs-augsburg.de

MA International Business and Finance:
Prof. Dr. Thorsten Feix
E-Mail: thorsten.feix@hs-augsburg.de

MA Personalmanagement:
Prof. Dr. Erika Regnet
E-Mail: erika.regnet@hs-augsburg.de

MA Steuern und Rechnungslegung:
Prof. Dr. Kalina Kafadar
E-Mail: kalina.kafadar@hs-augsburg.de

MA Marketing/Vertrieb/Medien:
Prof. Dr. Manfred Uhl
E-Mail: manfred.uhl@hs-augsburg.de

Studentische Vertretung

Denise Reitenbach und Florian Tinkhauser
E-Mail: svwirtschaft@hs-augsburg.de

www.hs-augsburg.de

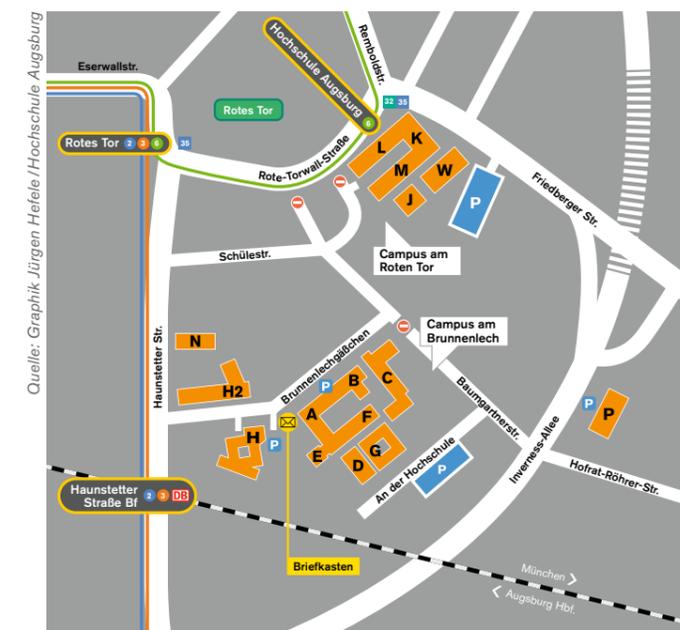
IMPRESSUM

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

Herausgeber und v.i.S.d.P.: Prof. Dr. Gordon Thomas Rohrmair,
Präsident der Hochschule Augsburg
Redaktion: Melanie Schopf-Schriefer, Fakultät für Wirtschaft
Anzeigenaquire: Ulrike Dichtl
Konzeption / Art-Direktion & Layout: wppt : kommunikation gmbh
Gesellschaft für visuelle Kultur, Treppenstraße 17-19
42115 Wuppertal, Rob Fähmann, Beatrix Göge,
Tel. +49 202 42966-0, Fax +49 202 42966-29,
direkt@wppt.de, www.wppt.de
Bildnachweis: Hochschule Augsburg, Matthias Leo (Titelfoto),
andere Bildrechte liegen bei den (genannten) Autoren und Urhebern.
Erscheinungsweise: einmal pro Semester
Auflagenhöhe: 2.500 Exemplare

© 2020 Hochschule Augsburg, Fakultät für Wirtschaft. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der Redaktion. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion oder des Herausgebers wieder. Die Redaktion behält sich die Überarbeitung und Kürzung vor.

LAGEPLAN





Hochschule
Augsburg University of
Applied Sciences

gP **20**
25

gefragte
Persönlichkeiten

**Gegen den
Fachkräftemangel
in der Region.
Hochschule Augsburg**

www.hs-augsburg.de/gP-2025