

ALUMNI news

I/2006

ALUMNI
HOHENHEIM e.V.

ALUMNI

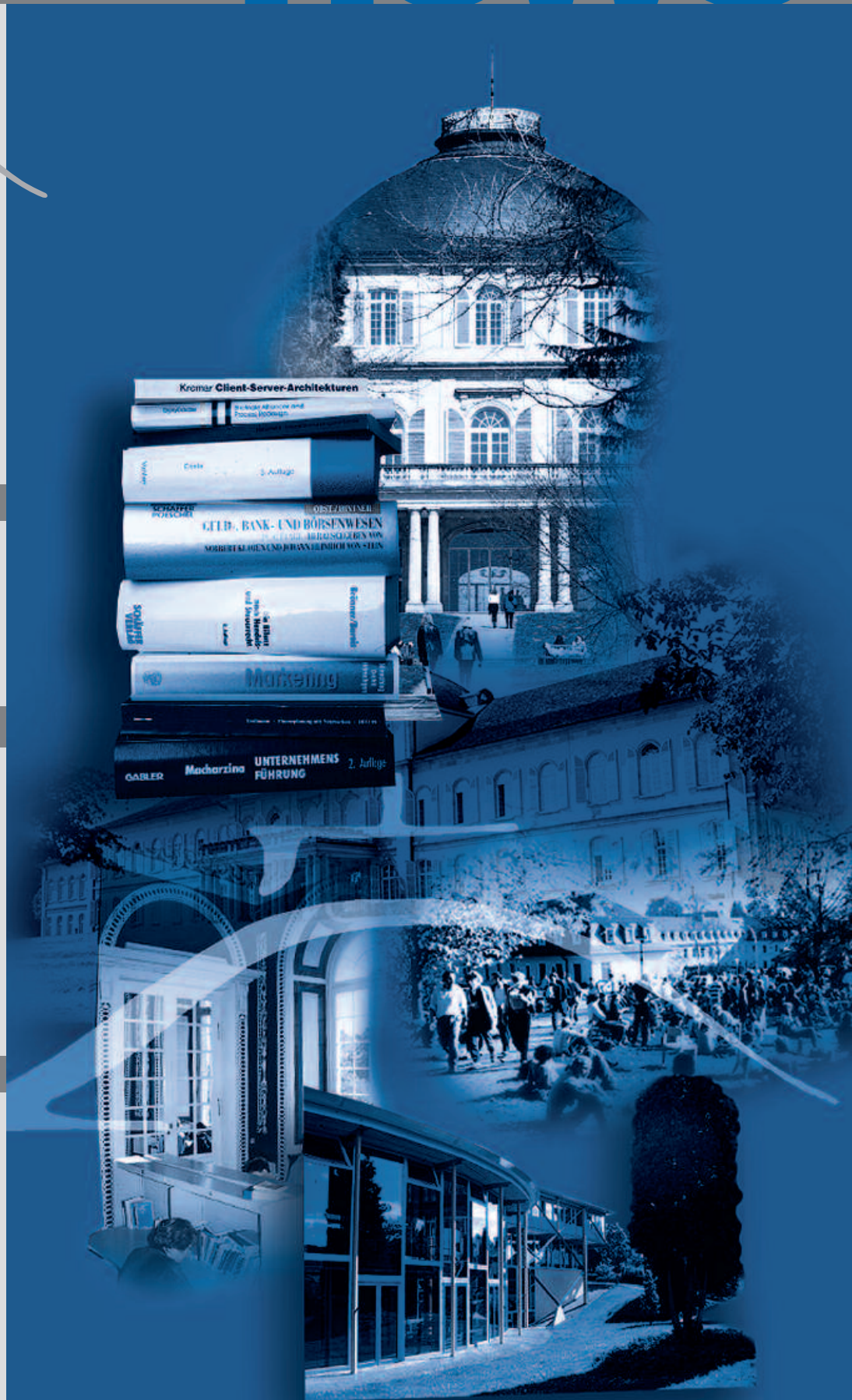
Editorial
Das ALUMNI-Team
Neues aus der Bibliothek
Gerhard-Fürst-Preis
Dies academicus 2006

FAKULTÄT/UNI

Kurznews
Portrait Prof. Dr. Ruth Stock-Homburg
Portrait Prof. Dr. Thomas Beißinger
Mitgliedsantrag
Portrait Prof. Dr. Holger Kahle
Portrait Prof. Dr. Christian Ernst
Aktuelle Veröffentlichungen
Studenten helfen
Forschungskolloquium
Weiterbildung an der Universität Hohenheim

UP TO DATE

Interview mit Stefan Held
Mezzanine Kapital
Internationale PR
Impressum



Mehr Persönlichkeit. Mehr Erfolg.

Sie können mit
einem perfekten
Lebenslauf
glänzen. Aber
was ist mit
eigenen Ideen?



Steigen Sie ein als

Hochschulabsolvent (m/w) in den Bereichen Audit, Tax oder Advisory

Wir suchen Absolventen der Studienrichtungen:

- Wirtschaftswissenschaften mit den Schwerpunkten Prüfungswesen, Rechnungswesen, Steuern, Finanzierung oder Controlling
- Rechtswissenschaften
- (Wirtschafts-) Informatik
- (Wirtschafts-) Mathematik
- Wirtschaftsingenieurwesen
- Physik

Im Zentrum eines Unternehmens wird das Fundament für den Erfolg gelegt. Deshalb bringen wir beim Kunden vor Ort wertvolles Know-how in den Bereichen Audit, Tax und Advisory ein.

Hervorragende Fachkenntnisse sind bei uns daher unerlässlich. Mindestens genauso wichtig sind jedoch auch Teamfähigkeit und Eigeninitiative. Weil wir viel von unseren neuen Mitarbeitern erwarten, bieten wir Ihnen auch viel: Einblick in spannende Branchen sowie berufliche und persönliche Entwicklungsmöglichkeiten.

Wenn Sie bei uns an neuen Herausforderungen wachsen möchten, freuen wir uns über Ihre Bewerbung. Bewerben Sie sich online auf www.kpmg.de/careers oder senden Sie Ihre Bewerbung unter Angabe des von Ihnen präferierten Standortes und Geschäftsbereiches an das Recruiting Team, KPMG, Klingelhöferstr. 18, 10785 Berlin, eMail: recruiting@kpmg.com. Bei Rückfragen steht Ihnen das HR Service Phone unter 0800 5764 562 zur Verfügung.



ALUMNI

Editorial	2
Das ALUMNI-Team	3
Neues aus der Bibliothek	4
Gerhard-Fürst-Preis	5
Dies academicus 2006	6



FAKULTÄT/UNI

Kurznews	7
Portrait Prof. Dr. Ruth Stock-Homburg	9
Portrait Prof. Dr. Thomas Beißinger	10
Mitgliedsantrag	11
Portrait Prof. Dr. Holger Kahle	13
Portrait Prof. Dr. Christian Ernst	14
Aktuelle Veröffentlichungen	15
Studenten helfen	18
Forschungskolloquium	19
Weiterbildung an der Universität Hohenheim	20



UP TO DATE

Interview mit Stefan Held	21
Mezzanine Kapital	24
Internationale PR	26
Impressum	28



ALUMNI
HOHENHEIM e.V.



Editorial

**Liebe ALUMNI-Mitglieder,
liebe interessierte Leserinnen und Leser,**

ALUMNI HOHENHEIM e. V. feiert in diesem Jahr sein 10-jähriges Vereinsjubiläum. Dieses Jubiläum wollen wir am 14. Oktober 2006 mit einer festlichen Veranstaltung im Schloss Hohenheim begehen.

Begonnen haben wir das Jubiläumsjahr mit einer neuen Form der webbasierten Mitgliederdatenbank, über die alle Mitglieder jederzeit mit aktuellen Kontaktdaten zu finden sind. Jedes Mitglied kann den eigenen Datensatz selbst pflegen und so immer für aktuelle Daten sorgen. Wir wünschen uns, dass damit die Kontaktaufnahme untereinander weiter erleichtert wird. Als neues Projekt haben wir in diesem Jahr außerdem das Mentoring-Projekt gestartet. Viele Ehemalige wollen ihr Wissen und ihre Erfahrungen gerne an die Studierenden weitergeben und sie in ihrem Werdegang unterstützen. Ziel des Projekts ist neben der Unterstützung der Studierenden auch der Aufbau generationenübergreifender Kontakte unter Hohenheimern. Ausführlicher werden wir über das Mentoring-Projekt im nächsten Mitgliedermagazin berichten.

Die nächste Ausgabe der ALUMNI News wollen zu einer Jubiläumsausgabe machen, in der wir auf die zehn erfolgreichen Jahre des Vereins zurückblicken und Projekte vorstellen. Wir freuen uns über Artikel und Ideen dazu.

Weiterhin sehr am Herzen liegt uns im Vorstand die Kooperation mit der Bibliothek, über die wir in der letzten Ausgabe der ALUMNI News berichtet haben. Wir wollen der Bereichsbibliothek in Zeiten knapper Kassen finanziell unter die Arme greifen und rufen alle ALUMNI-Mitglieder und Leser der ALUMNI News auf, uns mit Spenden zu unterstützen. Die Bibliothek in Hohenheim ist vergleichsweise gut ausgestattet und bietet mit ihren langen Öffnungszeiten den Studierenden und Mitarbeitern sehr gute Rahmenbedingungen für wissenschaftliches Arbeiten. Wir wollen, dass das so bleibt! Wir haben daher unseren Spendenaufruf in dieser Ausgabe in der Rubrik „ALUMNI“ noch einmal abgedruckt. Außerdem berichten wir über die Verleihung des bundesweit bedeutenden Gerhard-Fürst-Preis an unser ALUMNI-Mitglied Stephan Bechtel sowie über den Dies academicus 2006.

In der Rubrik „Fakultät/Uni“ fassen wir mit den Kurznews die aktuellen Entwicklungen in der Uni und in der Fakultät zusammen. Mit dem Beginn des Wintersemesters 2005/06 haben mit Frau Prof. Dr. Ruth Stock-Homburg, Herrn Prof. Dr. Thomas Beißinger, Herrn Prof. Dr. Christian Ernst und Herrn Prof. Dr. Holger Kahle vier neue Professoren ihre Tätigkeit an der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Uni Hohenheim begonnen. Wir stellen alle vier in Portraits vor. Die aktuellen Veröffentlichungen informieren wie immer über neues von den Lehrstühlen. Die Initiative STUDENTEN HELFEN will Gutes tun und anderen Menschen helfen. In ihrem Artikel berichten die Aktiven von ihrer Motivation und ihren Projekten. Außerdem enthält diese Rubrik einen Bericht über das erste

Forschungskolloquium des Competence Centers Corporate Finance and Risk Management sowie einen Bericht über die Weiterbildungsaktivitäten an der Universität Hohenheim.

In der Rubrik „Up to date“ setzen wir die Serie von Interviews mit ehemaligen Hohenheimern fort. Stefan Held, Regionalvorstand der KPMG, stand uns in einem sehr interessanten Gespräch Rede und Antwort. Die Artikel zu den aktuellen Themen „Mezzanine Kapital“ und „Internationale PR“ haben unsere Fördermitglieder KPMG und Sympra beigetragen.

Wir wünschen unseren Mitgliedern und den interessierten Leserinnen und Lesern viel Vergnügen beim Lesen der ALUMNI News I/2006 und freuen uns auf Anregungen und Feedback.

Der Vorstand



Das ALUMNI-Team

Der Vorstand



Stephanie Fleischmann:
Vorstand Finanzen



Wolf Dieter Heinbach:
Vorstand Veranstaltungen
und Projekte



Jürgen Hengster:
Vorstand Betreuung der
Fördermitglieder und des Beirats



Michael Knittel:
Vorstand Öffentlichkeitsarbeit
und Schriftführung



Christine Kutschera:
Vorstand Betreuung der
ordentlichen Mitglieder

Betreuung der Geschäftsstelle



Anke Charisius

Der Beirat

Dr. Bernd Blessin
Dr. Stefan Eberhardt
Prof. Dr. Dirk Hachmeister
Prof. Dr. Harald Hagemann
Stefanie Lang
Carsten Schmickler
Prof. Dr. Werner F. Schulz



Neues aus der Bibliothek ...

In der letzten Ausgabe der ALUMNI News berichteten wir von der finanziellen Situation der Universitätsbibliothek verbunden mit der Bitte an euch, die Bibliothek finanziell zu unterstützen. Der erste Aufruf hat bereits einen Spendenbetrag von EUR 500,- eingebracht, dafür sei den Spendern an dieser Stelle sehr herzlich gedankt.

Die Übergabe der Spenden soll im Rahmen unseres Jubiläumsjahrs stattfinden.

Es bleibt also noch ein wenig Zeit, den Betrag in die Höhe zu treiben. Deshalb drucken wir den Aufruf, für die Bibliothek zu spenden, nochmals ab.

Spendenaufruf

ALUMNI HOHENHEIM e.V. möchte sich zukünftig für den Erhalt des bestehenden Bücher und Zeitschriftenbestands der Universitätsbibliothek finanziell engagieren, damit die sehr gute Ausstattung auch für zukünftige Generationen von Studierenden gewährleistet werden kann.

Wir möchten alle Mitglieder von ALUMNI HOHENHEIM e.V. bitten, durch einen persönlichen finanziellen Beitrag unser Engagement für die Universitätsbibliothek zu unterstützen. Bitte überweist Eure Spende an ALUMNI HOHENHEIM e.V. Stichwort: Bücherspende Konto-Nr. 2079259 bei der BW-Bank (BLZ 60050101).

Wir sammeln die Spenden und werden sie zweckgebunden an die Universitätsbibliothek weiterleiten. Über den Erfolg der Aktion berichten wir erneut in der nächsten Ausgabe der ALUMNI NEWS.

Wer mit dem Gedanken an einen größeren Spendenbetrag spielt, sollte sich dieses Schmankerl nicht entgehen lassen. Werdet Zeitschriftenpate und übernehmt die finanzielle Patenschaft für eine wichtige elektronische oder gedruckte Zeitschrift. Bei einem Einsatz von EUR 100,- und mehr bedankt sich die Universitätsbibliothek Hohenheim, das Einverständnis des Spenders vorausgesetzt, durch Veröffentlichung des Namens des Spenders und des Titels der gespendeten Zeitschrift auf der Homepage der Universitätsbibliothek.

WH

Gerhard-Fürst-Preis für Hohenheimer Alumnus



Verleihung des Gerhard-Fürst-Preises 2005 (von links): Dr. Dubravko Radic (Preisträger Kategorie Dissertationen), Johann Hahlen (Präsident des Statistischen Bundesamtes), Julia Schroedter (Preisträgerin Kategorie Diplom- und Magisterarbeiten), Prof. Dr. Hans Wolfgang Brachinger (Vorsitzender Gutachter), Dr. Hannes Spengler (Preisträger Kategorie Dissertationen), Stephan Bechtel (Preisträger Kategorie Diplom- und Magisterarbeiten). Bild: destatis

Der Gerhard-Fürst-Preis 2005 in der Kategorie „Diplom und Magisterarbeiten“ ging an den Hohenheimer Alumnus Stephan Bechtel, der sich in seiner Diplomarbeit mit der empirischen Untersuchung von Verdienststrukturen in Baden-Württemberg auseinandersetzte. In Zusammenarbeit mit dem Institut für Angewandte Wirtschaftsforschung (IAW), Tübingen und dem Statistischen Landesamt Baden-Württemberg konnte er Individualdaten der amtlichen Gehalts- und Lohnstatistik hierfür nutzen. Die Arbeit entstand bei Professor Dr. Gerhard Wagenhals an der Universität Hohenheim.

Mit dem jährlich ausgelobten Gerhard-Fürst-Preis zeichnet das Statistische Bundesamt in Wiesbaden wissenschaftliche Arbeiten aus, die das breite Angebot der Daten aus der amtlichen Statistik für Forschungszwecke unter neuen oder ergänzten Fragestellungen auswerten und damit einen direkten Bezug zu den Arbeitsfeldern der amtlichen Statistik aufweisen.

In der prämierten Arbeit von Stephan Bechtel wurden erstmals unter Verwendung von amtlichen Mikrodaten die Verdienststrukturen in Baden-Württemberg untersucht. Mit Hilfe der empirischen Daten konnte der Zusammenhang von individuellen und betriebs-spezifischen Eigenschaften und der Höhe des Bruttolohnes von Arbeitern und Angestellten untersucht werden, wobei Lohnunterschiede auch nach der Art der Tarifbindung (Flächen-, Haustarif oder individuelle Lohnvereinbarung) kontrolliert wurden. Unter anderem zeigte die empirische Untersuchung den positiven Zusammenhang zwischen Lohnhöhe und Größe des Unternehmens auf.

WH



Dies academicus 2006



Traditionell war auch ALUMNI HOHENHEIM e.V. mit einem Stand am Dies academicus am 23. Juni 2006 vertreten. Wieder einmal zeigte sich das Wetter von seiner besten Seite, so dass am Stand viel Zeit für Gespräche mit Ehemaligen unter freiem Himmel blieb. Etwa 30 Mitglieder haben ihren Besuch auf dem Dies mit einem Begrüßungsdrink am ALUMNI-Stand verbunden.

Das Fußballspiel, das um 16:30 Uhr auf dem Rasen des Hohenheimer Stadions angepfiffen wurde, konnte in diesem Jahr ein kleines Jubiläum begehen. Bereits zum zehnten Mal trafen Ehemalige und Professoren sowie Mitarbeiter der Fakultät WISO aufeinander, um im sportlichen Wettstreit den Sieger auszumachen. Auf Seiten der Fakultät konnten unter anderen Professor Ansgar Belke vom Lehrstuhl für Außenwirtschaft, Professor Hans-Peter Burghof vom Lehrstuhl für Bankwirtschaft und Finanzdienstleistungen und Professor Holger Kahle vom Lehrstuhl für Steuerlehre und Prüfungslehre aufgeboden werden.

Sportlich überzeugte in diesem Jahr aber die Mannschaft der Alumni. Nach der 9:3 Niederlage im Jahr 2005, konnte Ralph Setzer in der ersten Halbzeit das 1:0 erzielen. Die offensive Aufstellung der Ehemaligen führte in Halbzeit Nummer zwei zu weiteren 3 Treffern, so dass am Ende die Partie mit 4:0 für die Alumni abgepfiffen wurde. Die Partie wurde wie auch schon in den Vorjahren souverän von Schiedsrichter Heinz Wolf geleitet.

Erfreulich war zudem die sehr gute Besetzung der Zuschauerränge im Hohenheimer Fußballstadion, die die schönen Spielzüge mit tosendem Applaus honorierten. Allen Mitspielern sei an dieser Stelle nochmals gedankt – verbunden mit dem Wunsch, dass auch im nächsten Jahr um den Hohenheimer Wanderpokal fair gespielt werden wird.

Der Sieg wurde dann am ALUMNI-Stand zu späterer Stunde noch ausgiebig gefeiert und dabei die Gelegenheit genutzt, ehemalige Kommilitonen wiederzusehen, in alten Erinnerungen zu schwelgen und Anekdoten aus gemeinsamen Hohenheimer Zeiten auszutauschen, bis weit nach Mitternacht die gesellige Runde auseinander ging.

WH

Kurznews

Am 24. Januar 2006 fand im Gewölbekeller des Hohenheimer Schlosses für ALUMNI-Mitglieder eine **Weinprobe** statt. In gemütlicher Runde konnten auch dieses Jahr zahlreiche interessierte Alumni die Besonderheiten des universitären Weinbaus erfahren. Unter fachkundiger Leitung stellte **Herr Professor Blaich** vom Fachgebiet Weinbau die Charakteristika der Hohenheimer Weiß- und Rotweine dar und gab interessante wissenschaftliche Einblicke in die Weinkunde. Der Abend klang in stimmungsvoller Runde bei Bretzeln und Wein aus.

WH

Um dem gegenwärtig stattfindenden Umbruch in ein neues Wirtschaftszeitalter gerecht zu werden, wird an der Universität Hohenheim ein Forschungs- und Dienstleistungszentrum **„Innovation & Dienstleistung“** geschaffen. Die formelle Gründung des neuen Forschungszentrums erfolgte im Rahmen einer der letzten Sitzungen durch den Hochschulrat der Universität Hohenheim. Der Arbeitsbeginn ist für das Frühjahr dieses Jahres vorgesehen. Ein Arbeitsschwerpunkt wird die Innovationsforschung inklusive Risk Management und Corporate Finance sein. Daneben wird der Fokus auf innovative, durch neue Techniken ermöglichte Dienstleistungen gelegt, die gegebenenfalls auch für etablierte Anbieter einen Rollenwechsel auf dem Markt zur Folge haben können. Durch das neue Forschungszentrum erfolgt eine Vernetzung der Kompetenzen von mehr als 20 Lehrstühlen in einem Forschungsverbund. Unternehmen messen dem neuen Forschungszentrum hohe Bedeutung bei.

CK

Das **Fachgebiet Wirtschaftsinformatik II** der Universität Hohenheim hat im Rahmen des Projekts HoPIX (Hohenheimer Prozess Integrator eXtended) ein **Simulationsprogramm zur Lösung von Logistikprozessen** entwickelt, mit dem Ziel, durch Verringerung der Lagerhaltung Kosten zu sparen. Die Vorstellung der Projektergebnisse erfolgte auf der Computermesse CeBIT in Hannover. Die Anwendung kann überall dort erfolgen, wo Lagerung von Waren aber auch von Akten stattfindet, d. h. beispielsweise auch in Krankenhäusern oder in der Verwaltung.

CK

Zum 1. April dieses Jahres hat bei der Innovation und Bildung Hohenheim (IBH) GmbH ein Führungswechsel stattgefunden. Neuer Geschäftsführer ist **Dr. Stefan Wiedmann**, der bisher als Leiter der Arbeitsstelle Hochschuldidaktik der Universität Hohenheim sowie als Geschäftsführer der Hohenheimer Akademie für Weiterbildung Hohenheim / NET e.V. tätig war. Das neue Tätigkeitsfeld des 30jährigen Ökonomen umfasst schwerpunktmäßig Existenzgründungen aus der Hochschule. Daneben erbringt die IBH Dienstleistungen wie Messesupport, Projekt- und Finanzmanagement sowie Erfinderberatung.

CK

Auch im Sommersemester 2006 werden an fünf Abenden jeweils montags ab 19.00 Uhr im Euroforum Vorträge im Rahmen des **Studium Generale** angeboten. Die Vortragsthemen umfassen ein breites Spektrum von der Unternehmenssteuerreform über Fußball bis hin zur Kunst. Das detaillierte Programm befindet sich auf der Homepage der Universität. Nähere Informationen sind unter wisoge.uni-hohenheim.de erhältlich.

CK

Im Rahmen der Studie **„Glaubwürdigkeit – Schlüssel zum Vertrauen“**, die vom **Fachgebiet für Kommunikationswissenschaft und Journalistik** der Universität Hohenheim durchgeführt wird, wird erstmals anhand einer gezielten Befragung untersucht, was von den Kommunikationsverantwortlichen in Unternehmen, PR-Agenturen und Non-Profit-Organisationen unter Glaubwürdigkeit verstanden wird und wie die Umsetzung im Rahmen der jeweiligen Kommunikation erfolgt. Als besonders wichtige Kriterien einer glaubhaften Kommunikation kristallisieren sich Wahrheit, Transparenz und die Konformität von Reden und Handlungen heraus, besonders negativ wirkt sich bewusstes öffentliches Lügen aus. Inwiefern durch glaubwürdige Kommunikation ein gewünschtes Image aufgebaut werden kann, soll im Rahmen einer weiteren Befragung herausgearbeitet werden.

CK



Im Rahmen eines Vertiefenseminars im **Fachbereich Wirtschaftsinformatik** haben Studentinnen und Studenten an einer Verbesserung des **lokalen elektronischen Aufsatzliefersdienstprogramms LEA** gearbeitet, mit dem erfolgreichen Ergebnis, dass ihre neu programmierte Version LEA 2 zu einer wesentlichen Verkürzung der Zeit zwischen Bestellung und Lieferung führt. Außerdem wird in der neuen Version auf fehlerhafte Bestellungen hingewiesen. In der Hohenheimer Universitätsbibliothek kommt LEA 2 derzeit probeweise zum Einsatz. Neben der erfolgreichen Umsetzung sehen die Lehrstuhlinhaberin **Frau Professorin Schoop** und die beteiligten Studentinnen und Studenten die längerfristige Teamarbeit als weitere Erfolgskomponente. Für viele Teilnehmer war dies das erste längerfristige im Team bearbeitete Projekt.

CK

Entsprechend einem Ranking der Zeitschrift **„Junge Karriere“** erzielen Hohenheimer Absolventinnen und Absolventen der Wirtschaftswissenschaften die höchsten Einstiegsgehälter aller Wirtschaftsabsolventen an staatlichen Hochschulen. Erstreckt sich der Vergleich zusätzlich auf die Absolventen privater Business Schools, nehmen die Hohenheimer Absolventen Platz 5 ein. Das Ranking basiert auf der Auswertung von Angaben, die mehr als 1.000 Unternehmen und mehr als 50.000 Absolventen diesbezüglich gemacht haben.

CK

Der Fakultätsrat hat einen **neuen Fakultätsvorstand** für die Zeit ab dem 1. Oktober 2006 gewählt: **Herrn Prof. Dr. Christoph Müller** als Dekan, **Herrn Prof. Dr. Hans-Peter Burghof** als 1. Prodekan, **Herrn Prof. Dr. Jochen Streb** als 2. Prodekan und **Herrn Prof. Dr. Ansgar Belke** als Studiendekan.

SF

Beim 1. Hohenheimer Verhandlungswettbewerb **„Battle of the Sexes“** sind 120 Studentinnen und Studenten als Firmenvertreter entweder als Einzelpersonen oder als Teams angetreten. Der Verhandlungswettbewerb ist ein wissenschaftliches Experiment des Lehrstuhls für Marketing von **Herrn Prof. Dr. Markus Voeth**. Danach sind Männer die besseren Firmenvertreter. Der Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik I von **Frau Prof. Dr. Mareike Schoop** führt zu diesem Experiment eine Begleitstudie, bei der statt des monetären Gewinns die subjektive Qualität der Verhandlung gemessen wird. Danach gehen Frauen diplomatischer mit ihren Geschäftspartnern um und schaffen so die bessere Grundlage, wenn einen langfristige, auf Sympathie und Vertrauen basierende Geschäftsbeziehung angestrebt wird.

SF

Thomas Dold, Wiwi-Student im 4. Semester, gewann mit 10 Minuten und 19 Sekunden den **Treppenlauf** über 1576 Stufen auf das Empire State Building in New York.

SF

Preisträger des Südwestbank-Preises 2006 mit einem Preisgeld von jeweils 5.000 Euro sind **Dr. Ralph Setzer** und **Dr. Axel Gawantka**. Ralph Setzer promovierte am Institut für Volkswirtschaftslehre der Universität Hohenheim unter der Leitung von **Herrn Prof. Dr. Ansgar Belke** zum Thema „Political Cycles and Domestic Institutions: Explaining the Politics of Exchange Rates in Developing Countries“. Axel Gawantka schrieb seine Dissertation „Anbieterzufriedenheit in industriellen Geschäftsbeziehungen – Das Beispiel Automobilindustrie“ am Institut für Betriebswirtschaftslehre und wurde von **Frau Prof. Dr. Mareike Schoop** und **Herrn Prof. Dr. Markus Voeth** betreut.

SF

In einer **Untersuchung über Ehe- und Familienbilder** unter den Absolventinnen und Absolventen der Universität Hohenheim bekennen sich diese zum klassischen Familienbild, sie wünschen sich im Schnitt 2,4 Kinder (Ökonomen im Durchschnitt 2,2, die Nicht-Ökonomen 2,7 Kinder) und sie messen Ehe und Familie nach wie vor eine hohe Bedeutung zu. Herr Prof. Dr. Eugen Buß, vom Lehrstuhl für Soziologie, der die Untersuchung initiiert hat, fasst zusammen: „Die Pluralisierung der Lebensweisen und die Auflösung traditioneller Familien- und Ehebilder hat die Köpfe und Herzen der Menschen in Deutschland noch nicht erreicht. Leitbild und soziale Wirklichkeit passen derzeit nicht zusammen.“

SF

Univ.-Prof. Dr. Ruth Stock-Homburg

Lehrstuhl für Unternehmensführung, Organisation und Personalwesen



A) Kurzlebenslauf

Geburtsort:

Hadamar

Familienstand:

verheiratet

Kinder:

zwei

Studium:

Betriebswirtschaftslehre und Psychologie

Promotion:

2000, Universität Mannheim, Fakultät für

Betriebswirtschaftslehre, Titel: „Der Zusammenhang zwischen Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit“

Habilitation:

2003, Universität der Bundeswehr, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften, Titel:

„Teams an der Schnittstelle zwischen

Anbieter- und Kunden-Unternehmen:

Eine integrative Betrachtung“

Frühere Tätigkeiten:

mehrjährige Erfahrung als Unternehmensberaterin

In Hohenheim tätig seit:

WS 2005/06

Aktuelle Publikationen (Auswahl):

1. Interorganizational Teams as Boundary Spanners between Supplier and Customer Companies, in: Journal of the Academy of Marketing Science (JAMS), 2006 (in Druck).

2. An Attitude-Behavior Model of Salespeople's Customer Orientation, Journal of the Academy of Marketing Science (JAMS), 2005, Vol. 33, Nr. 4, S. 536-553 (mit W. Hoyer).

3. Kann Teamführung zu intensiv sein? Theoretische Überlegungen und empirische Untersuchung nicht-linearer Wirkungsbeziehungen, Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (zfbf), 2005, 57. Jg., Februar, S. 33-52.

B) Forschung/Lehre an der Universität Hohenheim

Welche Schwerpunkte wollen Sie in der Lehre an der Universität Hohenheim setzen?

- Unternehmensführung
- Personalführung
- Führung von Mitarbeitern und Teams
- Personalmanagement
- Organisationsgestaltung
- Marktorientierte Unternehmensführung

Wo liegen Ihre Forschungsinteressen?

- Change Management
- Marktorientierte Unternehmensführung
- Vergütungssysteme
- Teamorganisation
- Innovationsorientierte Unternehmensführung
- Persönlichkeit und Verhalten von Top Managern

Betreuen Sie zur Zeit Projekte oder planen Sie solche?

Derzeit behandelte oder geplante Forschungsprojekte:

- Work-Life-Balance
- Change Management
- Interkulturelle Führung
- Innovationsorientierte Unternehmensführung
- Vergütungssysteme

Wo sehen Sie Möglichkeiten einer interdisziplinären Zusammenarbeit bzw. allgemein benachbarte Gebiete?

z. B. Psychologie, Ingenieurwissenschaft

Wie sehen Sie die künftige Entwicklung des Fachbereichs Unternehmensführung?

Es findet eine zunehmend internationale Ausrichtung der Forschung im Bereich Unternehmensführung statt. Dies ist nur zu begrüßen.

C) Persönliche Eindrücke von Stuttgart/Hohenheim:

Wann haben Sie zum ersten Mal den Hohenheimer Campus betreten und welchen Eindruck hat dies bei Ihnen hinterlassen?

Hat sich Ihr Bild seither geändert?

Im Dezember 2000 habe ich zum ersten Mal den Campus betreten und war beeindruckt vom Schloss und dem schönen Ambiente.

An diesem Bild hat sich seither nichts geändert



Prof. Dr. Thomas Beißinger, Lehrstuhl für Dienstleistungs- und Arbeitsmarktökonomik



A) Kurzlebenslauf

Geburtsort:

Wolfratshausen

Familienstand:

verheiratet

Kinder:

Jonathan (19.04.99) und Maria (15.11.2001)

Studium:

Volkswirtschaftslehre in Regensburg

Promotion:

Dr. rer. pol. an der Universität Regensburg 1996. Dissertation über „Inflation und Arbeitslosigkeit in der Bundesrepublik Deutschland - Eine Analyse anhand von Modellen mit unvollkommenem Wettbewerb“.

Habilitation:

Universität Regensburg 2002. Habilitationsschrift über „Unemployment Compensation, Real Wages and Unemployment“.

Frühere Tätigkeiten:

- Wissenschaftlicher Assistent, Universität Regensburg 1992 - 2002

- Privatdozent, Universität Regensburg 2002 - 2005

- Lehrstuhlvertretung an der Technischen Universität Kaiserslautern SS 2003 - WS 2004/05

- Lehrstuhlvertretung an der Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder) SS 2005

In Hohenheim tätig seit:

1. Oktober 2005

Aktuelle Publikation(en):

1. Neue Anforderungen an eine gesamtwirtschaftliche Stabilisierung, erscheint in: Die Perspektiven der Sozialen Marktwirtschaft, Metropolis 2006.

2. Downward Nominal Wage Rigidity in Europe: An Analysis of European Micro Data from the ECHP 1994-2001, IZA Discussion Paper No. 1492, Bonn, 2005 (mit Christoph Knoppik).

3. Sind Nominallöhne starr? Neuere Evidenz und wirtschaftspolitische Implikationen, Perspektiven der Wirtschaftspolitik, 6(2), 2005, 171-188 (mit Christoph Knoppik)

B) Forschung/Lehre an der Universität Hohenheim

Welche Schwerpunkte wollen Sie in der Lehre an der Universität Hohenheim setzen?

- Arbeitsmarktökonomik

- Dienstleistungsökonomik

- Mikroökonomik (für Kommunikationswissenschaftler)

- Makroökonomik (für Kommunikationswissenschaftler)

Wo liegen Ihre Forschungsinteressen?

Makroökonomische Analysen zu den Ursachen der Arbeitslosigkeit, Arbeitsmarktökonomik, Dienstleistungsökonomik

Betreuen Sie zurzeit Projekte oder planen Sie solche?

Im Moment betreue ich keine Projekte, da ich noch mit dem Aufbau des Lehrstuhls

beschäftigt bin. Geplant sind Projekte zum Ausmaß der Abwärtsnominallohnstarrheit in Europa und den Konsequenzen von Offshoring für den Arbeitsmarkt.

Wo sehen Sie Möglichkeiten einer interdisziplinären Zusammenarbeit bzw. allgemein benachbarte Gebiete?

Für die Arbeitsmarktökonomik sind Erkenntnisse aus der Ökonometrie und Statistik, Psychologie, Soziologie, Politologie sowie dem Personalwesen von Relevanz.

C) Persönliche Eindrücke von Stuttgart/Hohenheim

Wann haben Sie zum ersten Mal den Hohenheimer Campus betreten und welchen Eindruck hat dies bei Ihnen hinterlassen? Hat sich Ihr Bild seither geändert?

Das war im Juni 2004 anlässlich meines Vorstellungsvortrags. Ich war von dem wunderbaren Campus mit den im Frühling besonders schönen Parkanlagen sofort sehr angetan. Ich vermutete, dass sich diese herrliche Umgebung positiv auf den Umgang der Universitätsangehörigen untereinander auswirken müsse und zu einer entspannten Arbeitsatmosphäre beitragen würde. Dieser Eindruck hat sich in der Zwischenzeit bestätigt.

D) Statement

Ich stelle mit Genugtuung fest, dass die einzelnen Teilgebiete der Volkswirtschaftslehre an der Universität Hohenheim im Gegensatz zu anderen kleinen Universitäten personell vollständig abgedeckt werden. Dies ermöglicht zum einen das Angebot einer Vielzahl attraktiver Lehrveranstaltungen und schafft zum anderen ein hervorragendes Umfeld für die Forschung. Ich freue mich daher sehr, an dieser Universität tätig werden zu dürfen.



Antrag auf Mitgliedschaft

Als Absolvent, als Studierender, als Doktorand, als Professor der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Universität Hohenheim beantrage ich die ordentliche Mitgliedschaft bei ALUMNI HOHENHEIM e. V.

Ich erkläre mich damit einverstanden, dass die hier von mir gemachten Angaben in die Datenbank von ALUMNI HOHENHEIM e. V. aufgenommen werden und im Rahmen des Netzwerkes – insbesondere in einem regelmäßig aktualisierten Mitgliederverzeichnis – veröffentlicht werden. Um zu einem funktionierenden Netzwerk beizutragen, werde ich Änderungen meiner hier angegebenen Daten ALUMNI HOHENHEIM e. V. unverzüglich mitteilen.

Ich verpflichte mich, die mir von ALUMNI HOHENHEIM e. V.

zur Verfügung gestellten (Mitglieder-)Daten streng vertraulich zu behandeln, sie nicht an Dritte weiterzugeben oder in sonstiger, nicht den Vereinszwecken entsprechender Weise zu verwenden. Diese Verpflichtung behält auch nach Beendigung einer Mitgliedschaft ihre Gültigkeit. Es ist mir bekannt, dass Zuwiderhandlungen satzungsmäßig zu einem Ausschluss aus ALUMNI HOHENHEIM e. V. führen und strafrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen können.

Ort, Datum

Unterschrift

Für den Aufbau einer aussagefähigen Datenbank ist es unbedingt erforderlich, die folgenden Felder vollständig und leserlich (!) auszufüllen. Werden zu den mit * markierten Feldern keine Angaben gemacht, so kann der Mitgliedsantrag nicht berücksichtigt werden.

Name*: Titel:

Vorname(n)*:

Geburtsname*:

Geburtsdatum*:

Staatsangehörigkeit:

Familienstand:

Foto

(bitte Namen auf der Rückseite des Fotos vermerken)

PERSÖNLICH

Erste Adresse

Zweite Adresse

Straße*:

Straße:

Postleitzahl, Ort*:

Postleitzahl, Ort:

Telefon*:

Telefon:

Mobiltelefon:

Telefax:

Telefax:

E-Mail:

PRIVAT

Position/Aufgabe:

Unternehmen/Branche:

Anschrift:

Telefon: Telefon alternativ:

Telefax: E-Mail:

Berufliche Interessenschwerpunkte:

.....

Studiengang*:

Studienbeginn: WS SS (voraus.) Abschlusssemester*: WS SS

Vertiefungen: 1. 2.

3.

Diplomarbeitsthema:

Promotion/Habilitation Themengebiet:

Universität/Betreuer:

Alumnipost-Anschrift

Alumnipost künftig an folgende Adresse senden:

meine Erstadresse, meine Zweitadresse, die Firmenadresse

Möchten Sie aktuelle Informationen per E-Mail erhalten („E-Mail-Newsletter“)?

ja nein

Einzugsermächtigung

Hiermit ermächtige ich ALUMNI HOHENHEIM e. V. widerruflich, die zu entrichtenden Beitragszahlungen zu Lasten meines Kontos (nebenstehende Bankverbindung) durch Lastschrift einzuziehen.

Wenn mein Konto die erforderliche Deckung nicht aufweist, besteht seitens des Konto führenden Kreditinstituts keine Verpflichtung zur Einlösung.

Ort, Datum

Unterschrift des Kontoinhabers

Sollte keine Einzugsermächtigung erteilt werden, wird eine Verwaltungsgebühr von EUR 2,50 erhoben.

Primäres Interesse an der Mitgliedschaft

Ausschlaggebend für meinen Beitritt bei ALUMNI HOHENHEIM e. V. ist in erster Linie... (z. B. Aufrechterhaltung privater Kontakte, vorwiegend berufliche Interessen, Verbindung zur Uni...).

Bankverbindung

Kontoinhaber:

Kontonummer:

Bankleitzahl:

Kreditinstitut:

Primäres Interesse

Prof. Dr. Holger Kahle, Lehrstuhl für Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Prüfungswesen



A) Kurzlebenslauf

Geburtsort:
Hannover
Familienstand:
verheiratet
Kinder:
zwei
Studium:
Wirtschaftswissenschaften in Braunschweig und Hannover
Promotion:
1996, Universität Hannover, Titel: „Die Ertragsbesteuerung der Beteiligung an einer US-Limited-Partnership“
Habilitation:
2002, Universität Mannheim, Titel: „Internationale Rechnungslegung und ihre Auswirkungen auf die Handels- und Steuerbilanz“
Frühere Tätigkeiten:
1992 - 1997 wissenschaftlicher Mitarbeiter Universität Hannover
1997 - 1999 Hochschulassistent Universität Hannover

1999 - 2002 Hochschulassistent Universität Mannheim
2002 - 2004 Lehrstuhlvertretung Betriebswirtschaftliche Steuerlehre Universität Düsseldorf
2004-2005 Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftliche Steuerlehre an der AKAD Wissenschaftliche Hochschule Lahr In Hohenheim tätig
seit: 01.10.2005

Aktuelle Publikationen:

1. Steuergestaltung bei international tätigen Personengesellschaften, in: Steuer und Wirtschaft 2005, S. 61 - 70.
2. Ausländische Personengesellschaften im Internationalen Ertragsteuerrecht, in: Steuern und Bilanzen, 2005, S. 666 - 672 und 702 - 708.
3. Unternehmensbesteuerung und Rechtsform: Besteuerung der Umwandlungen, Stuttgart/Lahr, 2006.

B) Forschung/Lehre an der Universität Hohenheim

Welche Schwerpunkte wollen Sie in der Lehre an der Universität Hohenheim setzen?

Ich möchte in der Lehre zwei Themengebiete betonen: Erstens die Steuerwirkungsanalyse, die den Einfluss der Besteuerung auf betriebliche Entscheidungen untersucht, und zweitens die Internationale Unternehmensbesteuerung, also die Besteuerung grenzüberschreitender Unternehmenstätigkeiten.

Wo liegen Ihre Forschungsinteressen?

Meine Forschungsinteressen liegen primär in der Internationalen Unternehmensbesteuerung, zur Zeit vor allem in der sogenannten „Europäisierung der Besteuerung“. Mein Fokus liegt derzeit auf der Entwicklung eines europäischen Steuerrechts für EU-Unternehmen.

Betreuen Sie zur Zeit Projekte oder planen Sie solche?

Derzeit planen wir ein Projekt zur Weiterentwicklung des deutschen Gesellschafts-, Bilanz- und Steuerrechts, das durch die Internationalisierung in diesen Bereichen motiviert ist. Das Projekt werden wir gemeinschaftlich über das Competence Center bearbeiten.

Wo sehen Sie Möglichkeiten einer interdisziplinären Zusammenarbeit bzw. allgemein benachbarte Gebiete?

Hohenheim bietet hervorragende Möglichkeiten einer Zusammenarbeit, z. B. in den Bereichen Finanzierung - Rechnungslegung - Besteuerung. Durch die Gründung des Competence Center: Corporate Finance and Risk Management sollen die entsprechenden Forschungsaktivitäten gebündelt werden.

C) Persönliche Eindrücke von Stuttgart/Hohenheim:

Wann haben Sie zum ersten Mal den Hohenheimer Campus betreten und welchen Eindruck hat dies bei Ihnen hinterlassen? Hat sich Ihr Bild seither geändert?

Den Hohenheimer Campus habe ich zum ersten Mal im Januar 2004 betreten, anlässlich meines Berufungsvortrages. Ich war sofort beeindruckt von dem Schloss und der herrlichen Parkanlage. In diesem Umfeld lehren zu dürfen, ist eine Ehre.

An diesem Bild hat sich seither nichts geändert.



Prof. Dr. rer. pol. Dipl.-Kfm. Christian Matthias Ernst, Lehrstuhl für Ökonomik und Management sozialer Dienstleistungen



A) Kurzlebenslauf

Geburtsort:

Schwäbisch Gmünd/Ostalb

Familienstand:

ledig

Kinder:

keine

Studium:

Universität Tübingen, Romanistik, Politik, BWL, Abschluss Diplom-Kaufmann

Promotion:

1999, Goethe-Universität Frankfurt

Habilitation:

2005, Goethe-Universität Frankfurt

Frühere Tätigkeiten:

1994 - 1999 Wissenschaftlicher Mitarbeiter Universität Frankfurt

1999 - 2005 Hochschulassistent Universität Frankfurt

2001 - 2002 Abteilungsleiter Comed-X AG (Health Care Startup)

ab 2001 Studienleiter MBA Programm Hessische VWA

In Hohenheim tätig seit:

01.08.2005

Aktuelle Publikationen:

1. Kalkulation der Anästhesiekosten eines Klinikums der Maximalversorgung und Einführung der DRG, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 2004, Vol. 74, S. 1217 - 1247 (zusammen mit V. Lischke, P. Kessler und V. Kvesic).

2. Cost accounting implications of surgical learning in the DRG era - data evidence from a German hospital, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaftliche Forschung/Schmalenbach Business Review, 2005, Vol. 57, S. 127 - 166 (zusammen mit A. Szczesny).

3. How did German hospitals react to increased economic Incentives? An empirical analysis based on agency-theory, derzeit im Begutachtungsverfahren (zusammen mit A. Szczesny).

4. Precise medical standards, vague practice guidelines and physician malpractice liability in the era of managed care – some insights from game theory, derzeit im Begutachtungsverfahren (zusammen mit R. Ewert).

B) Forschung/Lehre an der Universität Hohenheim

Welche Schwerpunkte wollen Sie in der Lehre an der Universität Hohenheim setzen?

Optimales Ausnutzen kleiner Gruppen, Einsatz neuer Medien und Techniken in der Lehre, Case Study Seminare mit der Praxis.

Wo liegen Ihre Forschungsinteressen?

- Informations- und Anreizsysteme im Gesundheitswesen
- Vergütungssysteme für Gesundheitsleistungen
- Controllinginstrumente Health Care und Public Sector

Betreuen Sie zur Zeit Projekte oder planen Sie solche?

- Umfrage OP-Management in Zusammenarbeit mit den Fachgesellschaften für Anästhesie und Intensivmedizin
- Integrierte Versorgung „Inkontinenz“ in Zusammenarbeit mit Robert-Bosch-Krankenhaus (in Vorbereitung)

Wo sehen Sie Möglichkeiten einer interdisziplinären Zusammenarbeit bzw. allgemein benachbarte Gebiete?

- Medizin und Medizincontrolling
- Kommunikationswissenschaften

Wo sehen Sie in Ihrem Forschungsgebiet Handlungsbedarf in der Zukunft?

Kernaufgabe für die nächsten Jahre: Soziale Sicherungssysteme so effizient wie möglich gestalten, damit sie in möglichst großem Umfang erhalten werden können.

C) Persönliche Eindrücke von Stuttgart/Hohenheim:

Wann haben Sie zum ersten Mal den Hohenheimer Campus betreten und welchen Eindruck hat dies bei Ihnen hinterlassen? Hat sich Ihr Bild seither geändert?

1986: Habe die Hohenheimer Bibliothek während meines Studiums in Tübingen gerne genutzt. Vom Student zum Hochschul-lehrer ist doch eine „Veränderung“.

Aktuelle Veröffentlichungen

Diese Rubrik mit den aktuellen Publikationen eurer ehemaligen Vertiefungsfächer hat sich mittlerweile als fester Bestandteil der ALUMNI News etabliert. Auch für diese Ausgabe haben wir auf unseren Aufruf hin wieder zahlreiche Meldungen der Lehrstühle erhalten. Wir hoffen, dass diese Veröffentlichungen nicht nur euer Interesse wecken, sondern euch auch in eurem beruflichen Umfeld Anregungen oder gar Hilfestellungen sein können. Wir freuen uns über jede Art von konstruktiver Kritik hierzu und zum Magazin als Ganzem unter alumni@alumni-hohenheim.de. Auf der ALUMNI-Homepage (www.alumni-hohenheim.de) findet ihr diese Veröffentlichungen auch in elektronischer Form sowie weitere interessante Seiten.

Lehrstuhl für Industriebetriebslehre (510A)

Habenicht, W./ Geiger, M. J. (2006). Nachbarschaftssuche bei mehrkriteriellen Flow Shop Problemen. In: Martin Morlock, Christoph Schwindt, Norbert Trautmann und Jürgen Zimmermann (Hrsg.), *Perspectives on Operations Research*, Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden, 2006, ISBN 3-8350-0234-1, S. 47-67.

Wenger, W./ Geiger, M. J. (2006). Praxis der Vergabe von Seminarthemen - Ergebnisse einer empirischen Analyse. Arbeitspapier Nr. 38, Lehrstuhl für Industriebetriebslehre, Universität Hohenheim, Stuttgart, Germany, ISSN 1436-4506, Februar 2006.

Foschiani, S./ Habenicht, W./ Wäscher, G. (Hrsg.) (2005), *Strategisches Wertschöpfungsmanagement in dynamischer Umwelt*. Peter Lang, Frankfurt am Main.

Geiger, M. J. (2006), Ein System zur Lösung multikriterieller Probleme der Ablaufplanung.

Erscheint in: *Operations Research Proceedings 2005*, Springer Verlag, Berlin, Heidelberg, New York.

Lehrstuhl für Rechnungswesen und Finanzierung (510C)

Eisele, W. (2004): Latente Steuern bei Kapitalkonsolidierung nach IFRS, HGB und DRS (zus. mit M. Mühlberger), in: *Spezialisierung und Internationalisierung - Entwicklungstendenzen der deutschen Betriebswirtschaftslehre*, Festschrift für Günter Wöhe (hrsg. von U. Döring und H. Kußmaul), München 2004, S. 401 - 426.

Eisele, W. (2005): Rechnungswesen, in: *Allgemeine Betriebswirtschaftslehre*, Band 2: Führung, hrsg. von Bea/Friedl/Schweitzer, 9. neubearb. und erw. Auflage, Stuttgart 2005, S. 450 - 667.

Eisele, W. (2005): Quellentheorie, Zuflussprinzip und verzinsliche Finanzinstrumente - Zur Besteuerung eines Cashflow im deutschen Steuerrecht (zus. mit A. P. Knobloch), in: *Steuertheorie, Steuerpolitik und Steuerpraxis*, Festschrift für Peter Bareis, (hrsg. von Th. Siegel, P. Kirchhof, D. Schneeloch und U. Schramm), Berlin 2005, S. 51 - 86

Lehrstuhl für Marketing (510D)

Voeth, M./Gawantka, A./Chatzopoulou, G. (2006), Impact auf die deutschsprachige Marketingforschung - Ergebnisse einer Zitationsanalyse der deutschsprachigen Marketing ZFP-Jahrgänge 1979 bis 2004, zur Veröffentlichung angenommen in: *Marketing ZFP*, 2006, Nr. 1.

Voeth, M./ Herbst, U. (2006), Supply-chain pricing - A new perspective on pricing in indu-

ustrial markets, in: *Industrial Marketing Management*, Vol. 35, Issue 1, S. 83-90.

Voeth, M./Rabe, C. (2005), Internationale Joint Ventures - Grundsatzentscheidung, Ausgestaltung und Erfolgsfaktoren, in: Zentes, J./Swoboda, B./Morschett, D. (Hrsg.): *Kooperationen, Allianzen und Netzwerke*, Wiesbaden 2005, S. 647-672.

Voeth, M./Brinkmann, J. (2006), Der Planungsprozess des Direktmarketings auf Industriegütermärkten, in: Burmann, C./Wirtz, B. (Hrsg.), *Handbuch Direkt Marketing*, Wiesbaden 2006 (im Druck).

Lehrstuhl für Unternehmensführung, Organisation und Personalwesen (510E)

Stock, R./ Gaitanides, M. (2006): Interorganisationale Teams – Aktueller Überblick und Forschungshypothesen, *Die Unternehmung (DU)*, 60. Jg., Nr. 1, S. 43-60.

Stock, R. /Hoyer, W. (2005): An Attitude-Behavior Model of Salespeople's Customer Orientation, *Journal of the Academy of Marketing Science (JAMS)*, Vol. 33, No. 4, pp. 536-553.

Stock, R. (2005): Erfolgsfaktoren von Teams: Eine Analyse direkter und indirekter Effekte, *Zeitschrift für Betriebswirtschaft (ZFB)*, 75. Jg., Nr. 10, S. 971-1004.

Homburg, C. /Stock, R. /Kühlborn, S. (2005): Die Vermarktung von Systemen: Informationsökonomische Betrachtung und empirische Befunde, *Die Betriebswirtschaft (DBW)*, 65. Jg., Nr. 6, S. 537-562.

Macharzina, K. (2005): *Unternehmensführung - Das internationale Managementwissen*, 5. Auflage, Wiesbaden 2005. (zusammen mit Joachim Wolf)

Macharzina, K. (2006): Europäische Union und Unternehmung, in: *Handwörterbuch der*



Betriebswirtschaftslehre, 6. Auflage, Stuttgart 2006. (zusammen mit Johann Engelhard)

Macharzina, K. (2006): Joint Venture, in: Enzyklopädie der Betriebswirtschaftslehre, Sonderausgabe, Stuttgart 2006.

Macharzina, K. (2006): Globalisierung, in: Enzyklopädie der Betriebswirtschaftslehre, Sonderausgabe, Stuttgart 2006. (zusammen mit Jan Hendrick Fisch)

Lehrstuhl für betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Prüfungswesen (510G)

Kahle, H. (2005): Steuergestaltung bei international tätigen Personengesellschaften, in: Steuer und Wirtschaft, Heft 1/2005, S. 61-70.

Kahle, H. (2005): Ausländische Personengesellschaften im internationalen Ertragsteuerrecht, Teil A und B, in: Steuern und Bilanzen 2005, S. 666-672 u. 702-708.

Kahle, H. (2006): Unternehmensbesteuerung und Rechtsform - Besteuerung der Mischformen, Stuttgart/Lahr 2006.

Kahle, H./Dahlke, A. (2006) Unternehmensbesteuerung und Rechtsform: Besteuerung von Umwandlungen, Stuttgart/Lahr 2006.

Lehrstuhl für Controlling (510L)

Ilg, M. (2005): Wissensmanagement mit elektronischen internen Wissensmärkten. Köln 2005.

Werkmeister, C. (2005): Investitionsbudgetierung mit leistungsorientierter Managemententlohnung. Wiesbaden 2005.

Troßmann, E./ Baumeister, A./ Werkmeister, C. (2003): Management-Fallstudien im Controlling. München 2003.

Troßmann, E./ Baumeister, A. (2006): Risikocontrolling bei Auftragsfertigung. Ergebnisse eines Forschungsprojekts zum Risikocontrolling im Klein- und Mittelbetrieb. Berlin 2006.

Stiftungslehrstuhl Entrepreneurship (510N)

Müller, C./ Tomaselli, H./ Freiland, D. (2006): Dienstleistungsansätze bei Unternehmenstransaktionen und Unternehmensfinanzierungen im Mittelstand am Beispiel Baden-Württemberg, 2006, 142 Seiten, Stuttgart FP

Müller, C./ Mühlenbeck, F./ Dreesmann, L./ Werner, M./ Otto, R. (2005): Einführung in die kommerzielle Biotechnologie, 3. Auflage von, Biotechnologie für Wirtschaftswissenschaftler, 2005, 113 Seiten, Stuttgart

Müller, C. (2005): Regulierungsdichte- und Bürokratieindex (ReBiX) - Konzept zur Zusammenführung von Verfahren und Methoden zur Messung und Bewertung von Regulierungsdichte und Bürokratiebelastung für die Wirtschaft, Expertise für die Bertelsmann Stiftung / Gütersloh, 2005, 155 Seiten, Stuttgart / Gütersloh FP, erschienen in: Emptner, S./ Frick, F./ Vehrkamp, R. (Hrsg.): Auf dem Weg zu moderner Regulierung – eine kritische Bestandsaufnahme, S. 79 - 201, Gütersloh

Fueglistaller, U./ Müller, C./ Volery, T. (2004 / 2005): Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven, mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, 2004, 462 Seiten, Wiesbaden, mittlerweile Nachdruck 2005

Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik II (510O)

Hafner, M. (2005): The Akogrimo Business Modelling Framework, Arbeitsbericht des Fachgebiets Wirtschaftsinformatik II, Universität Hohenheim, Stuttgart, 2005.

Jacob, A. / Kirn, S.(2005): Die SoftWEAR-Methodik - Ein Vorgehensmodell für die Entwicklung von Wearable Computing Anwendungen, Arbeitsbericht des Fachgebiets Wirtschaftsinformatik II, Universität Hohenheim, Stuttgart, 2005.

Loos, C. / Wesner, S. / Jähner, J. (2005): Specific Challenges of Mobile Dynamic Virtual Organizations. In: Cunningham, P. / Cunningham, M. (Hrsg.): Innovation and the Knowledge Economy: Issues, Applications, Case Studies, IOS Press, Amsterdam, 2005, S. 1209-1216.

Lehrstuhl für Wirtschaftspolitik (520A)

Spahn, H.-P. (2006): Geldpolitik – Finanzmärkte, neue Makroökonomie und zinspolitische Strategien; München 2006, Vahlen

Lehrstuhl für Statistik und Ökonometrie (520B)

Buck, J. (2006): Datenfusion und Simulation. Theorie und Empirie im Rahmen des Mikrosimulationsmodells GMOD. Shaker Verlag, Aachen.

Heinbach, W. D. (2005): Ausmaß und Grad der tarifvertraglichen Öffnung. In: IAW-Report 2/2005, S. 51-70.

Hölsch, K./Kraus, M. (2006): European Schemes of Social Assistance: An Empirical Analysis of Setups and Distributive Impacts, in: International Journal of Social Welfare 15, S. 50-62.

Piesch, W. (2006): Disparitätsmessung nach Gini und Lorenz. In: Brachinger, H. W./Hamerle, A./Münnich, R./Schweitzer, W. (Hrsg.): Wirtschaftsstatistik. Festschrift zum 65. Geburtstag von Professor Dr. Dr. h.c. mult. Eberhard Schaich, München, 2006, S. 215-226

Scheurle, U./ Wagenhals, G. (2006): Einkommensbasierte Armutsindikatoren und ihre Eignung zur Beurteilung von Maßnahmen zur Armutsbekämpfung. In: Brachinger, H. W./Hamerle, A./Münnich, R./Schweitzer, W. (Hrsg.): Wirtschaftsstatistik. Festschrift zum 65. Geburtstag von Professor Dr. Dr. h.c. mult. Eberhard Schaich, München, 2006, S. 263-281.

Lehrstuhl für Finanzwissenschaft (520D)

Caesar, R./Kösters, W.(2005): Europäische Wirtschafts- und Währungsunion: Europäische Verfassung versus Maastrichter Vertrag, in: Jopp, M./Matl., S.(Hrsg.): Der Vertrag über eine Verfassung für Europa, Baden-Baden 2005, S. 259-274.

Lehrstuhl für Außenwirtschaft (520E)

Belke, A./Göcke, M. (2005): Real Options Effects on Employment: Does Exchange Rate Uncertainty Matter for Aggregation?, in: German Economic Review, Vol. 6(2), pp. 185-203.

Belke, A./Göcke, M./Hebler, M. (2005): Institutional Uncertainty and European Social Union: Impacts on Job Creation and Destruction in the CEECs, in: Journal of Policy Modeling, Vol. 27(3), pp. 345-354.

Belke, A. (2005): Turkey in Transition to EU Membership: Pros and Cons of Integrating a Dynamic Economy, in: Perceptions - Journal of International Affairs (A Publication of the Foreign Ministry of Turkey), Vol. 9.

Belke, A./Fehn, R./, Forster, N. (2006): Does Venture Capital Investment Spur Employment Growth?, in: Finance India, Vol. 20, No. 1, March.

Lehrstuhl für Wirtschaftstheorie I (520H)

Hagemann, H. (2005): The New Economy in a Growth Crisis, in: K. Hübner (Hrsg.), The Regional Divide. Promises and Realities of the New Economy in a Transatlantic Perspective, London 2005 (mit G. Erber).

Hagemann, H. (2005): Dismissal, Expulsion, and Emigration of German-speaking Economists after 1933, Journal of the History of Economic Thought, Band 27, 2005, S. 405-420.

Hagemann, H. (2005): German Economists in Parliament 1848-1918, in: M. Augello / M.

Guidi (Hrsg.), Economists in Parliament in the Liberal Age (1848-1920), Aldershot 2005, S. 163-189 (mit M. Rösch).

Hagemann, H. (2006): Wachstums- und Entwicklungstheorien. Vom Beginn der 1960er Jahre bis Ende der 1980er Jahre, in: K. Acham / K.W. Nörr / B. Schefold (Hrsg.), Der Gestaltungsanspruch der Wissenschaft: Gegenstände, Methoden und Ziele - Annäherungen an die Zeit zwischen 1965 und 1985. Zur Geschichte der Rechts-, Sozial- und Wirtschaftswissenschaften des 20. Jahrhunderts im deutschen Sprachraum, Stuttgart 2006, S. 187-212.

Seiter, Stephan (Hrsg.) (2005): Neuere Entwicklungen in der Wachstumstheorie und der Wachstumspolitik, Marburg, Metropolis 2005.

Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft und Journalistik (540B)

Mast, C./ Huck, S./ Güllner, K. (2005): Kundenkommunikation. Ein Leitfaden. Stuttgart 2005, Lucius & Lucius (UTB Taschenbücher Nr. 2492), 413 Seiten.

Mast, C. (2006): Unternehmenskommunikation. 2. Auflage, Stuttgart 2006, Lucius & Lucius (UTB 2308), 474 Seiten

Huck, S. (2005): Glaubwürdigkeit - Erfolgsfaktor für die Unternehmenskommunikation. Ergebnisse einer qualitativen Befragung von Kommunikationsverantwortlichen. 2005, Band 6. Reihe Kommunikation & Management. Hohenheim.

Lehrstuhl für Evangelische Theologie und ihre Didaktik (570B)

Mell, U. (2004): „Unkraut vergeht nicht!“ - Bemerkungen zum Gleichnis Mt 13,24-30, in: U. Mell (Hrsg.), Pflanzen und Pflanzensprache der Bibel. Erträge des Hohenheimer Symposiums vom 26. Mai 2004, Frankfurt a.M. 2006, S. 107-133.

Mell, U. (Hrsg.) (2006): Pflanzen und Pflanzensprache der Bibel. Erträge des Hohenheimer Symposiums vom 26. Mai 2004, Frankfurt a.M. 2006 (172 S.).

Lehrstuhl für Katholische Theologie und ihre Didaktik (570C)

Schramm, M./ Große Kracht, H.-J. / Kostka, U. (2006) (Hrsg.): Der fraglich gewordene Sozialstaat. Aktuelle Streitfelder - ethische Grundlagenprobleme, Paderborn / München / Wien / Zürich: Schöningh.

Schramm, M. (2005): Moral im Dilemma? Das Korruptionsproblem und die Relevanz moralischer Interessen im unternehmensethischen Integritätsmanagement, in: Aufderheide, Detlef / Dabrowski, Martin (Hrsg., in Verbindung mit Karl Homann / Christian Kirchner / Michael Schramm / Jochen Schumann / Viktor Vanberg / Josef Wieland): Corporate Governance und Korruption. Wirtschaftsethische und moralökonomische Perspektiven der Bestechung und ihrer Bekämpfung (Volkswirtschaftliche Schriften, Heft 544), Berlin: Duncker & Humblot, S. 83 - 110.

Schramm, M.(2005): 'Begreifen, was ich - auf der Straße fand'. Karl Marx - (k)ein Klassiker der Wirtschaftsethik, in: Pies, Ingo / Leschke, Martin (Hg.): Karl Marx' kommunistischer Individualismus (Konzepte der Gesellschaftstheorie, Bd. 11), Tübingen: Mohr Siebeck, S. 159 - 185.

Schramm, M. (2005): Was bedeutet Unternehmensethik? Erklärung und Definition, in: Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e.V. (Hg.): B.A.U.M. Jahrbuch 2005, Hamburg, S. 56 - 58.

MK



STUDENTEN HELFEN

von der Marketing-Abteilung von STUDENTEN HELFEN

**„Der wahre Reichtum eines Menschen ist das, was er anderen Gutes getan hat:“
(Mahatma Gandhi).**

Wir, die Mitglieder von STUDENTEN HELFEN, wollen uns zwar nicht mit Mahatma Gandhi vergleichen, aber auch wir versuchen, „Gutes zu tun“, indem wir uns sozial engagieren und anderen Menschen helfen. Viele Studenten würden sich gerne ehrenamtlich engagieren, allerdings fehlt ihnen oft zwischen Prüfungsstress und Praktika die nötige Flexibilität und Zeit für eine langfristige Tätigkeit im sozialen Bereich. Der Verein soll Studenten nun die Möglichkeit geben, flexibel und spontan, je nach Fähigkeit und Engagement gemeinnützig tätig zu sein, ohne den Druck, sich langfristig zu binden.

Aus diesem Grund haben wir uns als Gruppe von Studenten aller Fachrichtungen zusammengeschlossen und mehrere verschiedene soziale Projekte konzipiert, an denen wir arbeiten. Wichtig ist uns dabei, dass sie „studentenfreundlich“ sind, d.h. sie erstrecken sich über einen überschaubaren Zeitraum und finden nicht in den prüfungsintensiven Zeiten statt. Außerdem kann jedes Mitglied selbst entscheiden, wie intensiv sein Engagement ausfallen soll.

Nach dem ersten Semester unseres Bestehens haben wir die ersten Projekte erfolgreich auf den Weg gebracht bzw. schon vollendet.

Als Beispiel kann unsere Weihnachtssammelaktion genannt werden: „Platz schaffen für Weihnachtsgeschenke“ lautete das Motto einer dreitägigen Sammelaktion, mit der wir ein Flüchtlingsheim in Stuttgart Heslach unterstützt haben. Die Sammlung war ein großer Erfolg. Wir waren positiv überrascht

über die zahlreichen und großzügigen Geschenke, so dass wir vielleicht eine ähnliche Sammlung nächstes Jahr wiederholen werden. Des Weiteren haben wir in Zusammenarbeit mit der Stadt Stuttgart ein Nachhilfe-Projekt gestartet, indem Studenten Kindern aus finanziell schwächer gestellten Familien umsonst Nachhilfe geben. Auch dieses Projekt wurde mit großer Begeisterung aufgenommen.

Weitere Projekte sind in Planung: Beispielsweise wollen wir einen Einkaufsdienst für ältere Menschen anbieten. Außerdem haben wir vor, uns auch im Umweltschutz zu engagieren.

Wie ihr seht, haben wir große Pläne. Dazu können wir natürlich noch weitere Helfer brauchen. Wenn auch du Lust hast, einen wertvollen Beitrag zur Gestaltung unseres sozialen Umfeldes zu leisten, neue Kontakte zu knüpfen und jede Menge Spaß zu haben, indem du „was für dich und andere tust“, dann meld dich einfach mal bei uns oder schau bei einem unserer Treffen vorbei. Vielleicht hast du ja auch Anregungen für weitere Projekte. Wir freuen uns auf dich.

Forschungskolloquium des Competence Centers for Corporate Finance and Risk Management im Geno-Haus am 27.01.2006

von Prof. Dr. Hans-Peter Burghof



Zum ersten Mal hat das neu gegründete Competence Center for Corporate Finance and Risk Management der Universität Hohenheim ein Forschungskolloquium abgehalten. Sehr gerne ist das Competence Center, in dem sich sieben Lehrstühle der Universität Hohenheim zusammengeschlossen haben, der Einladung des Geno-Verbandes gefolgt und hat dieses Forschungskolloquium im Geno-Haus in Stuttgart durchgeführt. Dort fanden sich nicht nur ideale äußere Rahmenbedingungen, sondern auch ein offenes Diskussionsklima für einen angeregten Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis.

Dem Vortrag des Leiters der Abteilung Statistik und Analyse des Geno-Verbandes, Herrn Dr. Ralph Würthwein, einem Performance Vergleich zur Schätzung von Ausfallwahrscheinlichkeiten für Handelsforderungen, schlossen sich mehrere Fachvorträge von Doktoranden und Professoren der verschiedenen Lehrstühle an, die ver-

deutlichten welches Potential in der gegenseitigen Befruchtung der Wissenschaft und Praxis ruht. Die von universitärer Seite geleisteten Beiträge, so Untersuchungen zur Effizienzsteigerung von Bankenverbänden durch Fusionen, zur Bepreisungen von Liquiditätsrisiken oder der Erhebung von Wertbeitragskennzahlen, Gewinnermittlungsregeln und IFRS befassten fanden bei auch bei den Praktikern des Genossenschaftsverbandes reges Interesse.

Mit dieser Veranstaltung ist es gelungen, ein erstes Fundament für den künftigen Ausbau der Beziehungen zwischen dem Competence Center Corporate Finance and Risk Management der Universität Hohenheim und dem Württembergischen Genossenschaftsverband zu legen.



Weiterbildung an der Universität Hohenheim

von Sandra Ulitze

Für jeden von uns wird Weiterbildung mehr denn je zur *Conditio sine qua non*. Damit steigt unmittelbar die Verantwortung derer, die Weiterbildung als zentralen Baustein dieses lebenslangen Lernprozesses anbieten. Wer könnte dieser Verantwortung eher gerecht werden als Hochschulen, welche die Möglichkeit haben, auf dem Fundament der grundständigen Erstausbildung nahtlos ein konsistentes Gesamtkonzept aufzubauen.

Durch die theoriegestützte Praxisorientierung ist es auch der Weiterbildung an der Universität Hohenheim gelungen, eine tragfähige Brücke zwischen Forschung und Unternehmertum zu schaffen. Dort werden die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse und Methoden, die für den persönlichen und beruflichen Erfolg relevant sind, allen Interessierten praxisnah vermittelt. Damit wird an der Universität Hohenheim entwickeltes und gebündeltes Know-how als berufsrelevantes Wissen einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht.

Das Geschäftsfeld der Weiterbildung an der Universität Hohenheim wird in enger Abstimmung mit universitären und universitätsnahen Einrichtungen gestaltet. Die Attraktivität des Hohenheimer Weiterbildungsangebots wird daher deutlich durch die stringente Kundenorientierung bestimmt, die einen Dialog zwischen und innerhalb einzelner Zielgruppen unterstützt.

Weiterbildung für universitätsnahe Personen:

- Seminare Existenzgründung (Basiskurse und vertiefende Seminare)
- Vortragsreihe für Ehemalige Hohenheimer
- Weiterbildung der Lehrenden (Seminare, Praxisberatung, Lehrhospitation)

Weiterbildung für externe Personen und Einrichtungen

- Offene Seminare
- Inhouse-Schulungen
- Weiterbildung für Kapitalanleger (Unternehmenspräsentationen, Lehrgang „Fit For Finance“)

Im II. Quartal 2006 steht der Umzug der Akademie für Weiterbildung Hohenheim und der Koordinierungsstelle für wissenschaftliche Weiterbildung Hohenheim zur Innovation und Bildung Hohenheim GmbH bevor. Durch diese Bündelung der Einrichtungen werden folgende Ziele verfolgt:

- Verzahnung universitärer Einrichtungen mit der Unternehmenspraxis,
- Herausstellen der Kernkompetenzen der Universität,
- Schnittstelle von Wissen und Technologie zu praxisbezogenen Bedürfnissen,
- Präsenz der Serviceleistungen der Universität

Kontaktadresse:

Koordinierungsstelle für wissenschaftliche Weiterbildung der Universität Hohenheim

Geschäftsführerin: Sandra Ulitze

Wollgrasweg 49

70599 Stuttgart

Tel.: 0711/451017-204

E-Mail: kw@uni-hohenheim.de

Interview mit Stefan Held, Regionalvorstand Südwest bei der KPMG



Am 29. März 2006 hatten wir die Gelegenheit, mit unserem ALUMNI-Mitglied Stefan Held ein Interview zu führen. Er studierte von 1981 bis 1986 Wirtschaftswissenschaften in Hohenheim.

Herr Held, mit welchen Gefühlen denken Sie heute an Ihre Zeit an der Uni Hohenheim zurück?

Mit absolut guten Gefühlen. An einer Uni zu studieren, die Charme hat - was kann einem Besseres passieren. Außerdem denke ich gerne an die guten Kontakte zu den Professoren, unter anderem zu Professor Wagner und Professor Eisele, und seit seinem Ausscheiden auch zu seinem Nachfolger Professor Hachmeister, zurück. Auch heute noch ist mir der Kontakt zur Universität und den Professoren wichtig.

Welche Motive haben Sie damals veranlasst, in Hohenheim zu studieren?

Ich bin in Stuttgart geboren. Zu Hohenheim hatte ich bereits als Kind eine besondere Beziehung, da mein Vater in Hohenheim Agrarwissenschaften studiert hat und Mitglied in einer Burschenschaft war. So war ich in meiner Kindheit immer wieder in Hohenheim. Als für mich selbst 1981 die Entscheidung zum Studium anstand, haben mich der noch sehr kleine neue Studiengang, der damit überschaubare Kreis der Studierenden und die jungen Professoren gereizt. Da ich mein Studium mit dem Ziel begonnen habe, die Steuerberater-Sozietät meiner Eltern zu übernehmen, war insbesondere Professor Wagner ein wichtiger Grund für meine Entscheidung. Von Bedeutung war auch der Charme des Hohenheimer Campus. Eine landschaftlich so schön gelegene Universität findet man selten.

Treffen die Gründe heute noch auf die Uni zu?

Die Universität hat sich seit der damaligen Zeit natürlich sehr verändert. Insgesamt habe ich weiterhin ein sehr positives Bild. In Rankings, auch im KPMG-internen Ranking, steht die Uni Hohenheim gut da. Allerdings sind andere Universitäten in der Entwicklung zu den Bachelor- und Master-Studiengängen bereits um einiges weiter fortgeschritten. Hier ist es wichtig, dass Hohenheim sich gut positioniert. Was unseren Berufsstand der Wirtschaftsprüfer betrifft, so hat z. B. Mannheim sehr früh erkannt, dass der Kontakt zu den Wirtschaftsprüfungsgesellschaften bei der Ausrichtung des Bachelor-Studienganges

sehr wichtig ist. Sehr gut gefällt mir, dass die Professorinnen und Professoren in Hohenheim den Kontakt zu Unternehmen suchen und eine aktive Zusammenarbeit anstreben.

Wie sind Sie persönlich heute noch mit der Uni Hohenheim verbunden?

Der Kontakt zur Uni Hohenheim ist weiterhin eng. Im Juni wurde ich in den Verwaltungsrat des Universitätsbundes Hohenheim e. V. gewählt. Da ich im Vorstand zuständig für Baden-Württemberg bin, engagiere ich mich auch an anderen Universitäten - aber Hohenheim wird immer etwas Besonderes bleiben. Hohenheim ist auch die Universität mit der wir Experimente wagen. Mit Hohenheim haben wir zum Beispiel die University@KPMG ausprobiert, die aus einer Podiumsdiskussion mit Studierenden im Hauptstudium sowie Fallbeispielen besteht. Diese Art der Veranstaltung wird jetzt mit weiteren Universitäten durchgeführt.

Was hat Sie dazu veranlasst, den Beruf des Wirtschaftsprüfers zu wählen?

Wir vorhin schon erwähnt, war mein ursprüngliches Ziel, Steuerberater zu werden. Um aber vor der Übernahme der elterlichen Sozietät etwas Anderes kennen zu lernen, habe ich meinen Berufsweg bei der KPMG begonnen. Professor Eisele hatte sehr gute Beziehungen zu dem Niederlassungsleiter in Stuttgart und hat mich dort empfohlen. Derartige Professorenempfehlungen können auch heute noch entscheidend für die Einstellung bei KPMG sein, kommen aber leider viel zu selten vor. Ich war der elfte Mitarbeiter der KPMG in Stuttgart. Nachdem ich dann das Steuerberater-Examen abgelegt hatte, habe ich von meinem ursprünglichen Plan Abstand genommen und bin bei der KPMG geblieben. Diese Alternative war für mich sehr viel attraktiver:



ich hatte Gefallen an der Organisation der KPMG gefunden, war fasziniert von den Kunden – der Möglichkeit, mit großen und bekannten Unternehmen zusammen zu arbeiten. Die Faszination hat mit immer neuen Aufgaben bis heute angehalten. Die KPMG hat sich in der Zeit verändert – es ist schön bei einer solchen Entwicklung dabei zu sein. Heute im Vorstand kann ich die Veränderungen mitgestalten.

Was sind die Schwerpunkte Ihrer Tätigkeit als Vorstandsmitglied der KPMG?

Als Regionalvorstand bin ich bereichsübergreifend für die Region Südwest zuständig. Meine Schwerpunkte liegen in den Bereichen Geschäftsentwicklung sowie Kundenbetreuung und -zufriedenheit. Deutschlandweit gibt es dann wiederum Vorstände, die die Geschäftsbereiche Audit, Tax und Advisory leiten.

Neben den bekannten Bereichen Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung bietet die KPMG auch Dienstleistungen im Geschäftsbereich Advisory an. In welchen Themen sind Sie dort tätig?

Der Advisory-Bereich ist ein relativ neu selbstständiger Geschäftsbereich der KPMG. Ziel dieser Beratungsaktivitäten ist es, Prozesse zu optimieren sowie Risiken eher zu erkennen und damit insgesamt die Performance des Unternehmens zu verbessern. Bei den Studierenden sowie Absolventinnen und Absolventen ist der Bekanntheitsgrad dieses Bereichs noch gering. Dort ist auch eine Karriere ohne Steuerberater- und Wirtschaftsprüfer-Examen möglich – diese Veränderungen müssen wir erst einmal transportieren.

Dabei ist diese Art der Dienstleistung, die u. a. Beratung bei der Implementierung von IRFS, Due Dilligence, Corporate Gover-

nance und Sarbanes-Oxley 404, Performance Management und Controlling beinhaltet, schon immer Bestandteil der Tätigkeit eines Wirtschaftsprüfungsunternehmens gewesen. Aufgrund der Erwartung unserer Kunden und steigender Komplexität war allerdings eine Spezialisierung und damit eine Aufteilung in die Bereiche Audit und Advisory notwendig. Diese strategische Entscheidung wurde gefällt bevor die Diskussion um die Trennung von Wirtschaftsprüfung und Unternehmensberatung begonnen hatte.

Wie beurteilen Sie die Umstellung der Rechnungslegung-Standards von HGB auf IFRS?

Als positiv ist in jedem Fall die internationale Vergleichbarkeit der Abschlüsse zu nennen. Dadurch wird die Qualität der Informationen für die Jahresabschlussadressaten erhöht. Nachteilig ist allerdings der derzeit enorm hohe Aufwand, mit dem die Erstellung eines IFRS-Abschlusses verbunden ist. Unternehmen, die eine Wahlmöglichkeit bezüglich der Erstellung haben, müssen daher abwägen: Wenn sie die Zielsetzung einer Kapitalkostenreduktion verfolgen, ist die Jahresabschlusserstellung nach IFRS sinnvoll, da damit ein besserer Zugang zum Kapitalmarkt verbunden ist und aufgrund des erhöhten Wettbewerbs dann die Kapitalkosten sinken können.

Allerdings stellt die Erstellung eines IFRS-Abschlusses hohe Anforderungen an die Unternehmen. Notwendig sind Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die die entsprechenden Qualifikationen besitzen und aufrecht erhalten, was bei der enormen Veränderungsgeschwindigkeit der internationalen Rechnungslegung äußerst anspruchsvoll und kostenintensiv ist und laufender Personalschulungen bedarf. Denn die Umstellung auf IFRS ist nur der erste Schritt, wichtig ist, dass die Prozesse im Unternehmen entsprechend verändert werden. Auch innerhalb

der KPMG ist hier ständiger Schulungsbedarf für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gegeben. Ein Einzelner ist mit IFRS schnell überfordert. Notwendig ist die Lösung dieses Problems in Teams. Zusätzlicher Aufwand entsteht außerdem dadurch, dass unabhängig vom IFRS-Abschluss ein steuerliches Ergebnis entsprechend den bisherigen Regelungen und auch ein handelsrechtliches Ergebnis für Ausschüttungszwecke zu ermitteln ist. Für die KPMG ist in diesem Zusammenhang wichtig, dass die Universitäten bereits eine Grundlagenausbildung leisten.

Viele deutsche Unternehmen, die an der NYSE gelistet sind, müssen ab diesem Jahr den Sarbanes-Oxley-Act 404 erfüllen. Wie beurteilen Sie die Wirksamkeit dieser Regelung?

Zunächst ist kein Nachteil aus dieser Regelung erkennbar: Das Wissen über die Prozesse im finanziellen Bereich und die Risiken in diesem Bereich wird geschärft. Die aufkommende Transparenz wird von vielen Unternehmen genutzt, um besser und wirtschaftlicher zu werden und ihre Prozesse umzugestalten. Defizite werden aufgezeigt. Allerdings ist das Projekt am Anfang mit hohen Kosten verbunden. Für die Zukunft kann das Projekt durchaus vorteilhaft sein, wenn die Unternehmen die Potenziale der Verbesserung von Prozessen, der Erhöhung der Transparenz im Unternehmen etc. nutzen.

KPMG ist Fördermitglied bei ALUMNI HOHENHEIM e. V. Was sind die Gründe für ein solches Engagement für Ihr Unternehmen?

Im Vordergrund steht der Netzwerkgedanke. Netzwerke als solche sind wichtig. KPMG besitzt ein eigenes Alumni-Netzwerk und fördert aufgrund der hohen Bedeutung, die solchen Verbindungen zukommt, auch diejenigen von Universitäten. Netzwerke können etwa gute Dienste im Rahmen der

Mitarbeitersuche leisten. Sie sind ein direkterer Zugang als Zeitungsanzeigen, deshalb ist für uns das Absolventenbuch, das ALUMNI HOHENHEIM e. V. herausgibt, wichtig. Ich war selbst einmal am Dies oeconomicus mit dem ernüchternden Ergebnis, dass ich kaum jemanden gekannt habe. Nach Jahren ist es ohne ein Netzwerk problematisch, ehemalige Kommilitonen wiederzufinden. Drei meiner alten Kommilitonen habe ich inzwischen per Zufall gefunden, ein Netzwerk, das es zum Ende meines Studiums noch nicht gab, hätte die Sache wesentlich erleichtert.

Welche weiteren sozialen Engagements sind Ihrem Unternehmen wichtig?

Generell werden soziale Engagements bei KPMG als gesellschaftliche Aufgabe gesehen. Unternehmen haben eine Rolle in der Community. KPMG befasst sich unter anderem mit der Förderung junger Menschen. Beispielsweise unterstützen wir die Popakademie in Mannheim, nicht nur in finanzieller Hinsicht: Die Studierenden lernen auch Management. KPMG-Mitarbeiter unterrichten sie z. B. in Controlling und Finanzplanung. Auch das Kunstmuseum in Stuttgart wird von uns unterstützt: Hier geben wir jungen Künstlern die Chance einer Ausstellung, was hohe Bedeutung in deren Lebenslauf hat. Entscheidend ist, dass alle Engagements nachhaltig betrieben werden und mit einer Einflussnahme bzw. Mitgestaltung verbunden sind, so wollen wir z. B. verstehen, warum bestimmte Künstler für die Ausstellung im Kunstmuseum ausgewählt werden. Wichtig ist auch, dass das Engagement nicht nur von dem Unternehmen KPMG kommt, sondern von den einzelnen Mitarbeitern, d. h. persönliche Beiträge sind wichtig. So haben sich beispielsweise KPMG-Mitarbeiter an der Weihnachtsaktion Kids for Kids, die in Stuttgart stattgefunden hat, beteiligt.

Was war Ihre persönliche Motivation, ALUMNI-Mitglied zu werden?

Netzwerke unterstützen und sie persönlich nutzen.

Sehr geehrter Herr Held, wir danken Ihnen für das interessante Gespräch.

Das Interview führten Stephanie Fleischmann und Christine Kutschera am 29. März 2006.



Mezzanine Kapital

von Edith Weymayr, Manager Corporate Finance, KPMG Deutsche Treuhand Gesellschaft AG

Im Zuge der Einführung von Basel II und der Veränderungen im Bankenmarkt ist die Finanzierung mittelständischer Unternehmen wieder in das Zentrum der öffentlichen Aufmerksamkeit gerückt. Immer häufiger fällt in diesem Zusammenhang der Begriff Mezzanine-Finanzierung bzw. Mezzanine-Kapital, mit Hilfe dessen die Finanzierung von Unternehmen gestärkt werden soll. Der vorliegende Artikel soll dem Leser einen Überblick über Mezzanine Finanzierungsformen, ihre Einsatzmöglichkeiten für mittelständische Unternehmen sowie über ihre Vorteile und Limitationen vermitteln.

Der Begriff Mezzanine stammt aus der Architektur und bezeichnet ein „Zwischengeschoss“. Übertragen auf den Finanzierungsbereich bedeutet dies, dass Mezzanine-Kapital eine Zwischenfunktion zwischen Eigen- und Fremdkapital einnimmt. Je nach Ausgestaltungsform lässt es sich bilanziell eher dem Eigenkapital oder dem Fremdkapital zuordnen.

Im Wesentlichen lässt sich Mezzanine-Kapital in fünf Finanzierungsarten / -instrumente gruppieren:

- Nachrangdarlehen
- Partiarisches Darlehen
- Typische stille Beteiligung
- Genussscheine
- Atypische stille Beteiligung

Diese Finanzierungsformen unterscheiden sich hinsichtlich verschiedener Kriterien, insbesondere der Gewinn- bzw. Verlustteilnahme, des Rangs gegenüber anderen Fremdfinanzierungen, der Verzinsung sowie der eingeräumten Kontroll- und Mitspracherechte.

Nachrangdarlehen und partiarische Darlehen gleichen am ehesten der klassischen Fremdkapitalfinanzierung. Im Gegensatz zum Bankkredit wird jedoch für den Insolvenzfall ein sog. Rangrücktritt gegenüber anderen Fremdkapitalgläubigern vereinbart. Während Nachrangdarlehen fest oder variabel verzinst werden, erfolgt die Vergütung beim partiarischen Darlehen über eine Gewinnbeteiligung, ggfs. mit einer Mindestverzinsung. Beide Finanzierungsformen werden in der Bilanz als Fremdkapital ausgewiesen. I. d. R. wird jedoch insbesondere von Banken diese Finanzierungsform den sog. Eigenmitteln, dem – nachrangig – haftenden Kapital, zugerechnet. Damit verbessert sich die sog. Eigenmittelquote.

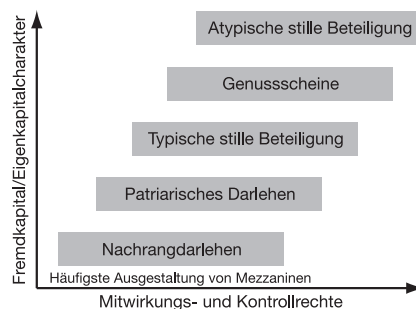
Die stille Beteiligung an einem Unternehmen ist in §§ 230-236 HGB geregelt. Der Kapitalgeber leistet seine Einlage in das Vermögen des Unternehmens: nach außen hin bleibt jedoch allein das Unternehmen aus seinem Geschäftsbetrieb berechtigt und verpflichtet. Der stille Gesellschafter ist i. d. R. am Gewinn des Unternehmens beteiligt (ggfs. mit einer Mindestverzinsung), eine Verlustbeteiligung kann, muss aber nicht vereinbart werden. Eine Haftung gegenüber den Gläubigern besteht nicht, außer wenn eine Rangrücktrittsvereinbarung geschlossen wurde. Im Gegensatz zu Nachrang- und partiarischem Darlehen werden dem stillen Gesellschafter Kontrollrechte eingeräumt, er ist insbesondere zur Prüfung des Jahresabschlusses

und zur Einsichtnahme in die Bücher berechtigt (§ 223 HGB). In der Bilanz werden stille Beteiligungen i. d. R. unter den sonstigen Verbindlichkeiten ausgewiesen.

Im Rahmen von Genussscheinen erhält der Kapitalgeber im Gegenzug zu seiner Kapitaleinlage einen schuldrechtlichen Anspruch, der oft aus einer (Mindest-)verzinsung und einem erfolgsabhängigen Anteil besteht. Eine Verlustbeteiligung kann vereinbart werden. Genussscheine sind verbrieft und damit handelbar. Genussscheinkapital wird in der Bilanz als Eigenkapital ausgewiesen, allerdings erhält der Inhaber kein Stimmrecht auf der Hauptversammlung. Dafür übersteigt die Erfolgsbeteiligung i. d. R. die Rendite festverzinslicher Wertpapiere.

Während ein typischer stiller Gesellschafter nur am Gewinn des Unternehmens beteiligt ist und nach außen nicht in Erscheinung tritt, werden dem Kapitalgeber im Rahmen der atypischen stillen Beteiligung wegen seiner Beteiligung am Vermögen und damit an den stillen Reserven des Unternehmens in der Regel auch weitgehende Kontroll- und Mitspracherechte eingeräumt. Durch die Verlustteilnahme des Kapitals erfolgt der Bilanzausweis i. d. R. unter dem Eigenkapital.

Die Kosten für Mezzanine-Kapital liegen naturgemäß in der Regel über reinen Fremdkapital- jedoch unter reinen Eigenkapitalkosten. Insgesamt gilt für die Mezzanine-Finanzierungsformen: Je höher das (Ausfall)-Risiko für den Kapitalgeber ist, desto höher werden seine Anforderungen bezüglich Vergütung sowie Informations- und Mitspracherechten sein.



Ausgestaltungs-kriterien:

- Festverzinsung (57% p.a. Marge)
- Variable Verzinsung als Anteil am
 - Gewinn
 - Unternehmenswertzuwachs
- Vereinbarung von Verlustteilnahme
- Nachrangigkeit gegenüber
 - ausschließlich Banken
 - weiteren Verbindlichkeiten
- Gesonderter Ausweis als Eigenmittel in der Bilanz

Abb 1: Mezzanine-Arten

Mezzanine-Kapital wird im Rahmen von reinen Mezzanine-Programmen und – in letzter Zeit verstärkt – auch von Hedgefonds angeboten. Während die reinen Mezzanine-Programme in der Regel den Handel des gezeichneten Mezzanine-Kapitals meiden, also reine buy-and-hold-Strategien fahren, ist bei Hedgefonds der Handel mit dem Mezzanine-Kapital nicht ausgeschlossen und zunehmend üblich. Die reinen Mezzanine-Programme lassen sich je nach Anbieter in drei Gruppen unterteilen: Neben bank-nahen Private Equity-Ausgründungen mit indirektem Bankbezug kann Mezzanine-Kapital auch über Fonds- und Special Purpose Vehicle (SPV)-Strukturen ohne direkten Bankbezug bezogen werden.

Das verstärkte Angebot von Mezzanine-Kapital kann gerade mittelständischen Unternehmen viele Vorteile bieten. Da die Laufzeit der Mezzanine-Formen i. d. R. zwischen 5 und 10 Jahren liegt, steht den nachfragenden Unternehmen relativ langfristiges Kapital zur Verfügung. Bei der Ausgestaltung der Finanzierungsform sowie der Konditionen besteht große Flexibilität, was eine Anpassung an die Bedürfnisse des nachfragenden Unternehmens erlaubt. Je nach Ausgestaltung der Finanzierungsform lässt sich durch Mezzanine-Kapital zudem die Bilanzierungsstruktur durch einen erhöhten Ausweis von Eigenmitteln oder sogar Eigenkapital verbessern, was gerade in den Zeiten von Basel II nicht unerheblichen Einfluss auf die Bonität/das Rating und somit auf den Kreditzugang eines Unternehmens hat. Eine Erhöhung des Eigenkapitalausweises bei Mezzanine-Kapital geht dabei nicht wie bei der traditionellen Eigenkapitalfinanzierung mit einer Verwässerung der Anteilsstruktur einher, wodurch auch der Familiencharakter eines Unternehmens gewahrt werden kann. Die Abgabe von Kontroll- und Mitspracherechten kann, muss aber keinesfalls vereinbart werden. Außerdem ist beim Einstieg keine geson-

dernte Unternehmensbewertung zur Verteilung der Anteile erforderlich. Darüber hinaus müssen bei Mezzanine-Finanzierung keine Sicherheiten bereitgestellt werden, wodurch eine Einengung des Liquiditätsspielraumes vermieden werden kann.

Die Entscheidung für Mezzanine-Kapital sollte jedoch nicht nur im Bewusstsein der Vorteile sondern auch der Nachteile und Limitationen dieser Finanzierungsform getroffen werden.

In vielen Fällen bestehen Zugangsbeschränkungen in Form von Branchenlimitationen oder Mindestanforderungen an Bonität und Eigenkapital, die nicht erfüllt werden können.

Wie bereits erwähnt, bietet Mezzanine große Flexibilität bei der Konditionsgestaltung. Für ein Unternehmen ist die Zusammensetzung dieser Vergütung, z. B. fix und variabel, von erheblicher Bedeutung, da sie beeinflusst, wie viel Liquidität auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten abfließt. Zudem sollte sich das Unternehmen bewusst sein, dass neben der eigentlichen Vergütung, Nebenkosten z. B. für Due Diligence,

juristische Beratung und evtl. extern zu erstellende Ratings entstehen. Durch Mezzanine-Kapital ändern sich die Risiken der einzelnen Kapitalgeber, jedoch nicht das Gesamtrisiko des Unternehmens. Deshalb ist es wichtig, darauf zu achten, dass, soweit möglich, kein höheres Entgelt für alte Risiken bezahlt wird (z. B. im Rahmen von Umqualifizierungen bereits bestehender Bankfinanzierungen).

Die Aufnahme von Mezzanine Kapital stellt einen beträchtlichen Arbeitsaufwand dar und dies gerade auch nach der Entscheidungs- und Implementierungsphase, da mit einem Vertragsabschluss häufig umfangreiche Berichts- und Informationspflichten einhergehen.

Bevor sich ein Unternehmen deshalb für den Einsatz von Mezzanine entscheidet, sollte es deshalb genau prüfen, welchen Zweck es mit dieser Finanzierungsform verbindet, ob die Eingangsvoraussetzungen erfüllt werden können und ob die angebotenen Ausgestaltungsformen und Vergütungsmodalitäten den Zielen und Vorstellungen des Unternehmens entsprechen.

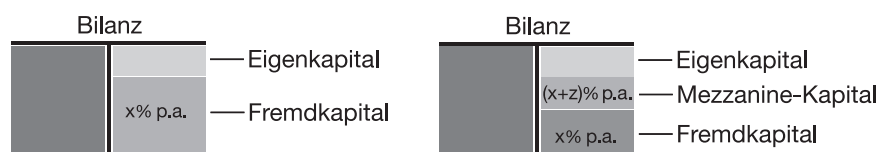


Abb 2: Mezzanine-Kapital in der Bilanz



Internationale PR Globale Nachrichten und lokale Unterschiede

von Veit Mathauer, Sympra GmbH (GPRA)



Täglich rückt die Welt näher zusammen: Egal wo wir sind, was wir gerade tun, wir können jede Distanz überbrücken und mit Personen rund um den Globus kommunizieren. Die moderne Kommunikationstechnik macht es möglich. Aber kommunizieren wir wirklich? Allzu oft wird bei internationaler PR Klasse mit Masse verwechselt – der Erfolg ist deshalb meist nur mäßig.

Internationale Unternehmen – eine Bezeichnung, die noch vor wenigen Jahren großen Konzernen vorbehalten war – können heute bereits mittelständische Firmen sein, mit Kunden auf der ganzen Welt. Was liegt da näher, als auch der ganzen Welt von seinem Glück zu berichten, neue Märkte zu erschließen und damit die Position international zu stärken? Gerade die Einfachheit der technischen Mittel verlockt dazu, eine Pressemitteilung nicht nur deutschen Medien zukommen zu lassen, sondern sie gleich auch

noch per Fax oder E-Mail nach Indien, Frankreich und in die USA zu schicken. Doch in den seltensten Fällen führt dies zum Erfolg. Zwar sind die globalen Kommunikationsmittel einfacher geworden – die Kommunikation selbst und das „Kommunizieren miteinander“ jedoch nicht. Internationale PR ist immer auch lokale PR. Sie verlangt Kenntnis, Feingefühl und Verständnis für die Eigenheiten der verschiedenen Länder. Häufig wird dies jedoch selbst von großen Unternehmen vernachlässigt.

Oft kopiert – doch niemanden erreicht

International gelten in der Öffentlichkeitsarbeit praktisch die gleichen Regeln wie national: Mit der Gießkannen-Methode verteilte Presseinformationen erreichen selten ihr Ziel. Nur wer gezielt das richtige Magazin wählt und den Redakteur direkt anspricht, hat gute Chancen, auf Interesse zu stoßen. Liefert man zudem wirkliche Informationen und professionelle Texte, die zum Stil des Mediums passen, steigt die Wahrscheinlichkeit einer Veröffentlichung erheblich. Dazu müssen jedoch erfahrene Redakteure vor Ort die Texte an den Stil und die Umgangsformen des jeweiligen Landes anpassen. Mit einer rein technischen Übersetzung ist es nicht getan. Außerdem ist die Kenntnis der Medienlandschaft vor Ort unerlässlich. Bei rund 1.200 Zeitungen und über 15.000 Zeitschriften in Deutschland lässt sich die Zahl der Medien in einem Land wie Indien nur erahnen. Um entscheiden zu können, welches die richtige Zeitschrift mit den richtigen Lesern ist, braucht man sehr viel Erfahrung.

Grundsätze internationaler PR

Erfolgreiche PR im Ausland ist aber sehr wohl möglich. Allerdings müssen dafür einige Grundsätze beachtet werden:

Erstens: Internationale Pressearbeit kostet Geld. So schmerzlich es ist, aber allein der zeitliche Aufwand ist enorm und ohne die entsprechende Qualifizierung gar nicht zu leisten.

Zweitens: Der Kontakt mit Redaktionen und Pressevertretern sollte immer in der Landessprache erfolgen, am besten durch einen Muttersprachler. Einerseits um Missverständnissen vorzubeugen, andererseits ist es eine Form der gegenseitigen Wertschätzung: Texte in Englisch sind weder in Deutschland noch in Italien gefragt.

Drittens: Presseinformationen müssen landesspezifisch angepasst werden, denn der Sprachstil und die Umgangsformen unterscheiden sich von Land zu Land und erst recht von Kontinent zu Kontinent. So bestehen beispielsweise große Unterschiede bei britischen und amerikanischen Presstexten, was Form und Informationsaufbau angeht.

Viertens: Technische Hilfsmittel unterstützen die Kommunikation, aber sie ersetzen sie nicht. Das persönliche Gespräch, die persönliche Beziehung ist auch im internationalen Bereich notwendig.

Erfolgreiche internationale PR ist daher nicht ganz einfach zu bewerkstelligen. Sie erfordert eine ausführliche Recherche, Kontaktaufnahme und Abstimmung mit den Redaktionen im jeweiligen Land. Die Presseabteilung eines mittelständischen Unternehmens ist deshalb schon aus zeitlichen Gründen häufig überfordert.

Internationale PR-Netzwerke: global und lokal

Hilfe bieten internationale PR-Netzwerke. Über Partneragenturen in den jeweiligen Ländern verfügen sie über Kontakte und den direkten Draht zu Medien im Ausland. Die PR-Profis vor Ort kennen deren Eigenheiten und können Texte entsprechend adaptieren. Darüber hinaus stehen sie mit vielen Redakteuren in regelmäßigem Kontakt und pflegen seit Jahren persönliche Beziehungen. Dies ist die sicherste und günstigste Möglichkeit, internationale PR zu betreiben. An dem Funktionsprinzip der PR-Netzwerke wird ebenfalls deutlich, dass internationale PR auf Länderebene fußt. Wer global agiert, muss seinen Blick trotzdem auf die einzelnen Länder richten - denn nur wer sich auf sein Gegenüber einlässt, kann erfolgreich mit ihm kommunizieren.

Ein Netzwerk aus spezialisierten PR-Agenturen, die sich im jeweiligen Land befinden, bietet Unternehmen die Möglichkeit, international zu agieren. Der Vorteil: Ein Unternehmen hat lediglich eine Agentur im Heimatland als Ansprechpartner und kann je nach Anforderung eine PR-Kampagne auf weitere Länder ausdehnen. Das Public Relations Network (PRN) deckt beispielsweise 18 Länder in Europa, Amerika und Asien ab. Für eine einzige Agentur wäre dies unmöglich. Dafür muss keine kostspielige Infrastruktur vorgehalten werden – die Partner sind eigenständig in ihren Ländern tätig und setzen bei Bedarf die Aufträge um. Die Koordination und Abstimmung übernimmt jeweils die Heimatagentur. Netzwerke dieser Art sind flexibel und sehr effektiv. Die einzelnen Partner bringen jeder für sich das umfangreiche Know-how einer national erfolgreichen Agentur mit ein. So können lokal die gewünschten Effekte erzielt werden, die in der Summe zum internationalen Erfolg einer Kampagne führen.



Veit Mathauer ist Geschäftsführer der Stuttgarter PR-Agentur Sympra, die als Gründungsmitglied des Public Relations Network (PRN) für verschiedene Unternehmen internationale PR betreibt.



ALUMNI News
Mitgliedermagazin

ALUMNI HOHENHEIM e. V.
Netzwerk ehemaliger Studierender der
Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Anschrift:

Universität Hohenheim (520 G)
70593 Stuttgart
Telefon: (0172) 7 338 922
Telefax: (0711) 4 593 952
E-Mail: alumni@alumni-hohenheim.de
Web: www.alumni-hohenheim.de

Chefredaktion:

Christine Kutschera (CK)

Redaktionelle Mitarbeit:

Stephanie Fleischmann (SF)
Wolf Dieter Heinbach (WH)
Jürgen Hengster (JH)
Michael Knittel (MK)

Layout, Satz:

hieber.com, Korb

Druck:

Greß Druck oHG, Fellbach

Auflage:

1000

Vervielfältigung jeder Art nur mit Genehmigung der Redaktion. Jeder Autor trägt die volle Verantwortung für die von ihm publizierten Artikel. Die Redaktion oder ALUMNI HOHENHEIM e. V. übernehmen keinerlei Gewähr für die Aktualität, Korrektheit, Vollständigkeit oder Qualität der bereitgestellten Informationen.



h j
h j k l ö ä y x
p ü a s d f g h j
w e t z u i
g h j k l ö ä y
z u i o p ü a s d f
b n m q w e r t z u
ä y x c v b n m q w
g h j k l ö ä y x c v b
f y x c v b n m q w e r t u i

**Meinungen bilden.
Image machen.
Märkte bewegen.**

Mehr zu Öffentlichkeitsarbeit für Technologie,
Wissenschaft, Mobilität, Telekommunikation,
IT und Gebäudetechnik:
www.sympra.de oder 07 11/94 76 70

sympra...

Wollen Sie nur von A nach B?

*Oder das ganze
Alphabet kennen lernen?*

Haben Sie schon einmal festgestellt, dass die Lebensläufe vieler Führungspersönlichkeiten alles andere als geradlinig verlaufen sind? Bei Deloitte kommt das auch öfter vor. Beispielsweise kann bei uns aus einem Wirtschaftsprüfer durchaus ein erfolgreicher Consultant werden. Denn in den interdisziplinären Teams, die wir für unsere Kunden bilden, haben alle immer wieder die Möglichkeit, einen Blick über den Tellerrand zu werfen. Das hat viele Pluspunkte: Jeder lernt von jedem und einige finden dabei sogar in einem ganz anderen Metier ihre wirkliche Passion. Und das Beste daran: Man kann dann auch in diesen Bereich wechseln und dort Karriere machen.

Denn als eine der führenden Prüfungs- und Beratungsgesellschaften lassen wir unseren Mitarbeitern gerne alle Türen offen. Davon profitieren auch unsere Kunden. Von Mitarbeitern, die geradeaus denken können. Aber auch um die Ecke.

Wenn Sie mehr über uns und Ihre Karrieremöglichkeiten bei Deloitte wissen möchten, finden Sie die wichtigsten Infos auf unserer Website: www.deloitte.com/careers

Und wann kommen Sie auf den Punkt?



Deloitte.

Wirtschaftsprüfung • Steuerberatung • Consulting • Corporate Finance •