

ALUMNI news

1/2003

ALUMNI
Hohenheim e.V.

ALUMNI

Editorial

Das ALUMNI-Team
Absolventenfeier 2002
Dies Academicus 2002
Stammtisch Frankfurt
Mitgliederbefragung

FAKULTÄT

Kurznews

Dozentenportraits

Professor Dr. Markus Voeth
Professor Dr. Hans Hörschgen
Privatdozent Dr. Andreas Kleine
Dr. Jan Hendrik Fisch

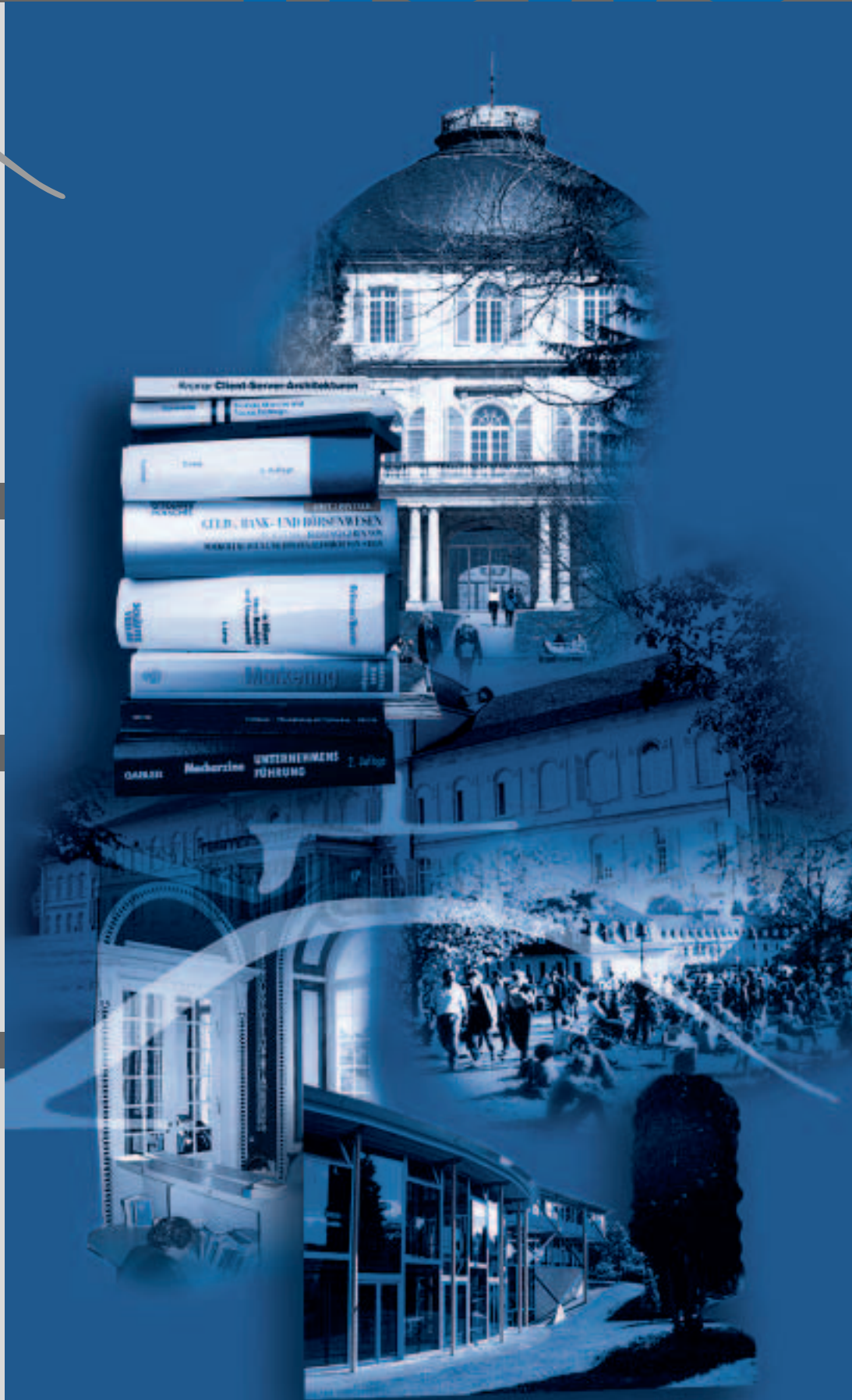
Aktuelle Veröffentlichungen aus
der Fakultät WISO

Neue Uni-Struktur

UP TO DATE

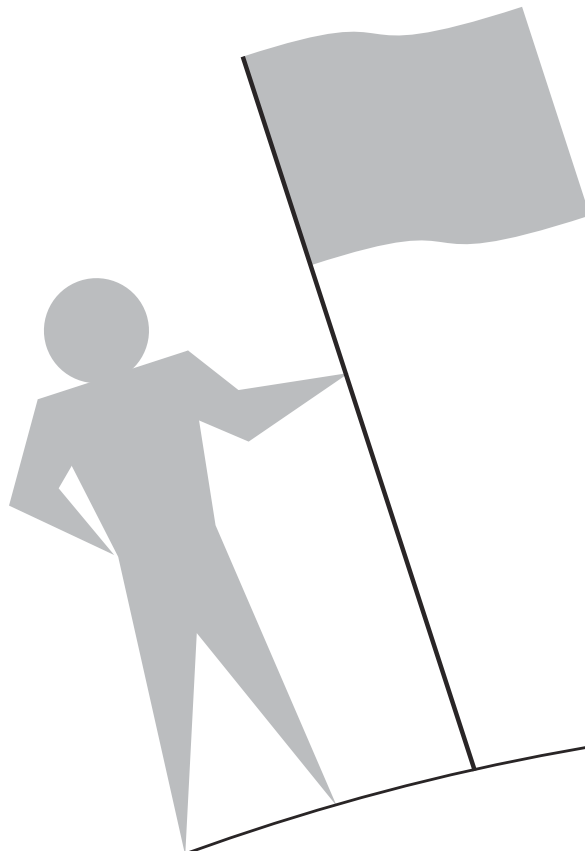
Club of Hohenheim

Ernst & Young: Die neue Größe auf dem
Prüfungs- und Beratungsmarkt
sympra: Networking – Verbindungen auf
der B-Basis



Die neue Ernst & Young: Ziele definieren, die das Gewohnte übersteigen, Pläne realisieren, die Sie und sich vom Gewöhnlichen entfernen, ankommen, wo nur wenige landen – dazu lädt die neue Ernst & Young ein. Um in Assurance & Advisory, Tax, Corporate Finance sowie Real Estate Consulting Flagge zu zeigen. Im neuen gemeinsamen Team aus Ernst & Young und Arthur Andersen finden Sie eine Welt mit weiter Sicht. Mehr über Start und Chancen unter www.de.ey.com/karriere

Die Aufbruchgesellschaft.



Assurance & Advisory · Tax · Corporate Finance

ERNST & YOUNG

Quality In Everything We Do



ALUMNI

Editorial	2
Das ALUMNI-Team	3
Absolventenfeier 2002	4
Dies academicus 2002	6
Stammtisch Frankfurt	9
Mitgliederbefragung	10



FAKULTÄT

Kurznews	12
Dozentenportraits	
Professor Dr. Markus Voeth	13
Professor Dr. Hans Hörschgen	14
Privatdozent Dr. Andreas Kleine	15
Dr. Jan Hendrik Fisch	16
Aktuelle Veröffentlichungen aus der Fakultät WISO	17
Neue Uni-Struktur	19



UP TO DATE

Club of Hohenheim	23
Ernst & Young: Die neue Größe auf dem Prüfungs- und Beratungsmarkt	25
sympra: Networking – Verbindungen auf der B-Basis	26



ALUMNI
Hohenheim e.V.



Editorial

Liebe ALUMNI-Mitglieder,
 liebe interessierte Leserinnen und Leser,

innerhalb von ALUMNI HOHENHEIM e. V., dem Netzwerk ehemaliger Studierender der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, hat sich seit der letzten Ausgabe der „ALUMNI News“ im Frühjahr 2002 einiges verändert.

Im Rahmen der Hauptversammlung im November 2002 standen sowohl Vorstandswahlen als auch Beiratswahlen auf der Tagesordnung. Frank Baumgärtner, Rainer Berger und Stephanie Fleischmann wurden wieder in den Vorstand gewählt. Ausgeschieden sind auf eigenen Wunsch Albert Seiz und Thomas Müller. An ihre Stelle treten Jürgen Hengster und Dr. Jürgen M. Schechler. Auch im Beirat gab es Veränderungen. Nicole Eisenbraun und Andreas Knoll stellten ihre Positionen zur Verfügung. Für sie wurden Carsten Schmickler und Dr. Bernd Blessin gewählt. Dr. Stefan Eberhardt, Frank Stohler, Prof. Dr. Alexander Gerybadze, Prof. Dr. Harald Hagemann und Prof. Dr. Kuhnle wurden für weitere zwei Jahre in ihren Ämtern bestätigt. An dieser Stelle ein herzliches Dankeschön an die ausgeschiedenen Beiräte und Vorstände Nicole Eisenbraun, Andreas Knoll, Thomas Müller und Albert Seiz für ihr Engagement für ALUMNI HOHENHEIM e. V.

Zwei Ziele des letzten Jahres waren die Verbesserung des Angebots für ALUMNI-Mitglieder und die Erhöhung des Bekanntheitsgrades von ALUMNI HOHENHEIM e. V. an der Universität. Hinsichtlich beider Ziele wurden erste Schritte unternommen, die wir im Jahr 2003 konsequent fortführen wollen.

Die Mitglieder wurden zu ihrer Meinung über die ALUMNI-Aktivitäten befragt. Die Ergebnisse der Befragung werden in dieser Ausgabe der „ALUMNI News“ vorgestellt. Als erste neue Veranstaltung wurde daraufhin eine Weinprobe mit Hohenheimer Weinen ins Programm aufgenommen. Diese Weinprobe war eine willkommene Gelegenheit für viele Alumni einmal wieder an die Uni zurück zu kehren. Weitere neue Projekte sind in der Planung. Unter anderem wollen wir den Stuttgarter Stammtisch in neuer Form wiederbeleben – in Frankfurt hat dies dank des Engagements von Stefanie Lang erfolgreich geklappt. Wir hoffen, dass dieses erfolgreiche Beispiel auch in anderen Städten Nachahmer findet.

Zum Bekanntheitsgrad von ALUMNI HOHENHEIM e. V. unter den Absolventinnen und Absolventen, aber auch innerhalb der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, tragen in erheblichem Maße das Absolventenbuch und die Absolventenfeier bei. Das Absolventenbuch, im Rahmen des Hohenheim Career Service von uns herausgegeben, hat vielen Absolventinnen und Absolventen der letzten Jahre den Einstieg ins Berufsleben erheblich erleichtert. Die Absolventenfeier war auch 2002 ein großer Erfolg und gab den Absolventinnen und Absolventen die Möglichkeit, den Abschluss ihres Studiums in festlichem Rahmen mit Eltern und Freunden sowie Professoren und Mitarbeitern zu feiern. Für das Jahr 2003 haben wir uns das Ziel gesetzt, ALUMNI HOHENHEIM e. V. besonders in jüngeren Semestern besser bekannt zu machen.

Sehr viele Veränderungen hat es auf Ebene der Universitätsverwaltung und innerhalb der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften gegeben. Die Universität wird seit dem Ende der Amtszeit von Prof. Dr. Klaus Macharzina nicht mehr von einem Präsidenten, sondern von einem Rektorat geleitet. Neuer Rektor ist Prof. Dr. Hans-Peter Liebig. Des Weiteren wurde die Zahl der Fakultäten von fünf auf drei reduziert. Für die Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften hat sich dabei jedoch wenig verändert. Innerhalb der Fakultät sind einige Professoren in den Ruhestand getreten bzw. haben Rufe an andere Universitäten erhalten. Die frei werdenden Lehrstühle wurden größtenteils bereits wieder neu besetzt. Prof. Dr. Harald Hagemann ist neuer Dekan der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, da Prof. Dr. Helmut Krcmar einen Ruf an die TU München angenommen hat.

Über die angesprochenen ALUMNI-Aktivitäten und alle Veränderungen berichten wir in dieser Ausgabe der „ALUMNI News“ ausführlich. Wir wünschen viel Vergnügen beim Lesen und freuen uns auf ein erfolgreiches und kreatives Jahr 2003.

Der Vorstand



Das ALUMNI-Team

Der Vorstand



Frank Baumgärtner:
Vorstand Veranstaltungen und Projekte



Rainer Berger:
Vorstand Koordination der Beziehungen
Mitglieder - Universität/Fakultät WISO



Stephanie Fleischmann:
Vorstand Öffentlichkeitsarbeit und
Schriftführung



Jürgen Hengster:
Vorstand Betreuung der Fördermitglieder



Dr. Jürgen M. Schechler:
Vorstand Finanzen

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter



Anke Charisius



Heiko Füllemann

Der Beirat

Dr. Bernd Blessin
Dr. Stefan Eberhardt
Prof. Dr. Alexander Gerybadze
Prof. Dr. Harald Hagemann
Prof. Dr. Helmut Kuhnle
Carsten Schmickler
Frank Stohler



250 Studierende feiern den Abschluss ihres Studiums

Absolventenfeier der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften an der Universität Hohenheim

Am Freitag, den 5. Juli war es für die Absolventinnen und Absolventen der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften an der Universität Hohenheim endlich wieder soweit: Sie bekamen im Rahmen der feierlichen Absolventenfeier 2001/2002 ihre Zeugnisse und Diplommurkunden überreicht. Die Absolventenfeier, die in dieser Form zum zweiten Mal stattfand, wurde von den Absolventinnen und Absolventen begeistert angenommen.

Der Katharinasaal des Euroforums war gut gefüllt, als die Veranstaltung mit dem offiziellen Teil um 18 Uhr begann. Von den eingeladenen 250 Absolventinnen und Absolventen waren 120 zum Teil extra aus Frankfurt und München angereist. Die Absolventinnen und Absolventen mit ihren Gästen sowie die Professorinnen, Professoren und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften wurden zunächst von den Eigenkompositionen des Pianisten Guido Birkle empfangen.

Die 2. Vizepräsidentin der Universität Hohenheim, Prof. Dr. Ute Mackenstedt, begrüßte die Absolventinnen und Absolventen im Namen der Universität und beglückwünschte sie zum Abschluss ihres Studiums. Sie äußerte den Wunsch, dass die Beziehung zwischen der Universität und ihren Ehemaligen sich weiter vertieft und dass die Absolventinnen und Absolventen immer wieder gerne an die Uni zurückkehren.

Der Studiendekan der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Prof. Dr. Helmut Kuhnle, beglückwünschte die Absolventinnen und Absolventen in seiner Rede und forderte sie auf, mit Mut und Schwung, die von Ihnen erworbenen theoretischen Grundlagen einzusetzen und anzuwenden. Er dankte den Sponsoren der Veranstaltung – Deloitte & Touche, Ernst & Young, Kreissparkasse Ludwigsburg und KPMG – für die großzügige finanzielle Unterstützung, ohne die die Absolventenfeier in dieser Form nicht möglich gewesen wäre. Ganz besonders dankte er

den Organisatoren, Stephanie Fleischmann, Rainer Berger und Frank Baumgärtner von ALUMNI HOHENHEIM e. V. sowie Nadin Sindelar, Mirjam Rohland und Jürgen Hengster von den Fachschaften, die diese Feier mit viel Engagement vorbereitet hatten.

Anschließend wurde zum ersten Mal der Preis für die Lehrstühle vergeben, die sich in den Bereichen Lehre und Betreuung besonders ausgezeichnet haben. Die beiden Preisträger – der Lehrstuhl für Statistik und Ökonometrie von Prof. Dr. Gerhard Wagenhals und das Fachgebiet Didaktik der Betriebswirtschaftslehre von Prof. Dr. Helmut Kuhnle – wurden von den Absolventinnen und Absolventen gewählt. Herr Dr. Hans-Rudolf Röhm von Deloitte & Touche überreichte den beiden Preisträgern eine Urkunde.

Zum zweiten Mal wurde in diesem Jahr der Preis für ehrenamtliches studentisches Engagement an der Universität Hohenheim verliehen. Dieser Preis, der von Ernst & Young gestiftet wurde, soll diejenigen Studierenden ehren, die sich während ihrer Studienzeit für die Studierenden und die Universität in besonderem Maße eingesetzt haben. Hierzu bestehen an der Universität Hohenheim viel-



fältige Möglichkeiten – sei es in den Fachschaften, in studentischen Vereinen oder in der ökumenischen Hochschulgemeinde. Der Preis wurde auf drei Preisträger aufgeteilt. Die Preisträger sind Diplom-Ökonomin Katja Fiedler, Diplom-Kommunikationswissenschaftlerin Alexandra Mahnkopf und Diplom-Ökonom Jürgen Banzhaf.

Katja Fiedler hat sich während ihrer Studienzeit insbesondere bei der Betreuung ausländischer Studierender an der Universität Hohenheim in hohem Maße engagiert.

Das Engagement von Alexandra Mahnkopf zeichnete sich durch ein breites Spektrum aus. Sie war sowohl in der ASTA-Filmgruppe als auch in der Fachschaft Kommunikationswissenschaften sehr aktiv. Darüber hinaus war sie am Aufbau der Online-Community „winfobase“ beteiligt, die mit einem Preis beim Campusaward 2000 ausgezeichnet wurde.

Das Engagement von Jürgen Banzhaf ist sehr eng mit der Fachschaft Wirtschaftswissenschaften verbunden, für die er in verschiedenen Gremien tätig war. Besonders intensiv hat er sich in seinen aktiven Zeiten in der Fachschaft im Prüfungsausschuss und in der Nachwuchsarbeit engagiert.

Peter Glück von Ernst & Young hielt eine Laudatio auf die Preisträger und überreichte ihnen ihre Urkunden und das Preisgeld. Er nutzte die Möglichkeit, nochmals herauszustellen, dass es für sein Unternehmen sehr wichtig ist, dass die Bewerber nicht nur über sehr gutes Fachwissen verfügen, sondern auch ein hohes Maß an Sozialkompetenz mitbringen, das sich unter anderem im Engagement in studentischen Vereinen, der Fachschaft oder ähnlichem zeigt.

Den Höhepunkt der Feier bildete die persönliche Zeugnisübergabe an die Absolventinnen und Absolventen durch einen Professor oder eine Professorin ihrer Wahl. Zum Abschluss richteten Stephanie Fleischmann und Jürgen Hengster im Namen der Organisatoren nochmals den Dank an die Sponsoren, das Dekanat, die Verwaltung der Universität und alle, die die Feier unterstützt haben.

Der gemütliche Teil des Abends folgte anschließend in der Säulenhalle und unter dem Balkon des Hohenheimer Schlosses. Dort wurden die Absolventinnen und Absolventen mit ihren Eltern und Freunden mit einem Glas Sekt empfangen, bevor sie sich am Büffet stärken konnten. Nun war es für die ehemaligen Studierenden auch möglich, mit ihren Professoren das eine oder andere Wort außerhalb der Lehre zu wechseln und so das Ende des Studiums zu einem ganz besonderen Erlebnis werden zu lassen.

Doch der Abend war noch lange nicht zu Ende. Im Rahmen des Abendprogramms trat die A-cappella-Gruppe „Die Horrmonists“ auf. Nach solch zahlreichen Genüssen für die Ohren gab es nach Einbruch der Dunkelheit noch einen Leckerbissen für die Augen. Gegen 22.30 Uhr erleuchtete ein Feuerwerk über dem Schlosspark den Abendhimmel.

Für viele Studierende, die bereits mitten im Berufsleben stehen, war dieser Abend die Gelegenheit, feierlich Abschied von ihrer Universität zu nehmen. So wie auch in der Zeit des Studiums war an diesem Abend das Schloss der Mittelpunkt, an dem sich Lehrende und ehemalige Zuhörer trafen.



Dies academicus 2002

Auch im letzten Jahr fand wieder ein Dies academicus statt. Allerdings versprachen schon am Vormittag dunkle Wolken nichts Gutes. Wagemutig bauten einige Helfer dennoch erstmals ein größeres und stabileres Zelt für den ALUMNI-Cocktailstand im Hohenheimer Schlosshof auf und füllten es mit allen notwendigen Utensilien, um die beliebten Cocktails mixen zu können.

Bereits am Mittag strömten viele Fußballbegeisterte wegen des Fußball-WM-Viertelfinalspiels Deutschland – USA vor die aufgestellte Leinwand im Festzelt und bejubelten den 1:0-Endstand des deutschen Teams. Am Nachmittag folgte mit dem nunmehr 6. Fußballspiel Fakultät gegen Alumni der zweite sportliche Höhepunkt des Tages – bei inzwischen einsetzendem Regen. Die Hohenheimer „Profis“ ließen sich jedoch von den widrigen Wetterverhältnissen kaum beeindrucken. Nach der regulären Spielzeit (3:3) musste ein Elfmeterschießen die Entscheidung bringen. Schließlich ging das ALUMNI-Team verdientermaßen als Sieger vom Platz. Herzlichen Glückwunsch an das Gewinnerteam und vielen Dank an alle Mitwirkende! Wir freuen uns schon jetzt auf das „Rückspiel“ am Dies academicus 2003 – bei hoffentlich besserem Wetter.

Das ALUMNI-Zelt im Schlosshof trotzte – im Gegensatz zu manch anderem Stand – inzwischen einem Wolkenbruch mit starken Windböen. Die Entscheidung für ein stabiles Zelt zahlte sich aus. Der Cocktailstand war dann am Abend (wie jedes Mal) trotz kühler Temperaturen zentrale Anlaufstelle für Alumni und solche, die es noch werden wollen. Bereits am frühen Abend waren die

wenigen freiwilligen Helfer hinter der Theke umringt von „durstigen Kehlen“. Die Mixer waren allerdings angesichts des Andrangs hoffnungslos überlastet, obwohl sie in schier übermenschlicher Rekordzeit schaufelten, stößelten und schüttelten. Enttäuschend war, dass sich nur Wenige bereit fanden, am Stand mitzuhelfen. Aufgrund des Personal mangels konnten viele Vorräte nicht verarbeitet und verkauft werden, obwohl die Nachfrage nach Cocktails vorhanden war. Die Folge waren ein Verlustgeschäft und frustrierte Helfer, denen wir hier nochmals für ihren Einsatz herzlich danken! Falls sich zum nächsten Dies erneut so wenige Alumni zum Helfen melden, müssen wir wohl das Konzept überdenken und Konsequenzen ziehen, wie z.B. die Beschränkung des Angebots auf Caipirinha oder das Einstellen von bezahlten Helfern. Aus diesen Gründen würden wir uns freuen, wenn wir das nächste Mal mit mehr Helfern ans Werk gehen könnten.

Der Brunch am darauffolgenden Samstag Mittag im MASH fand leider zum zweiten Mal in Folge nur minimale Resonanz.



**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...

Navigation zwischen Wandel und Werten

asscon ist fokussiert auf die Top 50 Versicherungsunternehmen im deutschsprachigen Raum und spezialisiert auf Fragestellungen, die gleichermaßen Finanz- und Technologie-Know how erfordern.

Wir beraten Assekuranzunternehmen in den Gebieten Strategie, Prozesse (z.B. In-/Exkasso, Rechnungswesen), Technologie (z.B. SAP) sowie bei Systemimplementierungen, Migration und Fusionen.

Wir begleiten unsere Klienten von der Strategie bis zur Umsetzung.

Unser Beratungskonzept ist geprägt von der praktischen Erfahrung unserer Berater.

Wir verstehen uns als Berater, die ein Unternehmen unter Respektierung der bewährten Strukturen durch Veränderungs- und Entwicklungsprozesse führen.

Die Unternehmen der CONTEXT-Gruppe:

Context Management Consulting Unternehmensberatungsgesellschaft mbH

FINTEC Financial Technology Unternehmensberatungsgesellschaft mbH

asscon Management Consulting GmbH

extractive Aktiengesellschaft

ITS InformationsTechnologieServices Unternehmensberatungsgesellschaft mbH

Im Zuge unseres weiteren erfolgreichen Wachstums suchen wir

Berater/-innen

Ihre Aufgabe

- Mitarbeit an der Durchführung und Koordination von Projekten mit strategischer, organisatorischer oder IT-getriebener Relevanz mit der entsprechenden Ergebnisverantwortung

Ihr Profil

- Abgeschlossenes Hochschulstudium im Bereich Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaftsinformatik, Informatik, Wirtschaftsingenieurwesen
- Erfahrungen oder Kenntnisse in den Bereichen Finanzdienstleistungen oder Rechnungswesen
- Kenntnisse im Bereich SAP R/3 sind von Vorteil
- analytische Fähigkeiten
- Freude an der Erarbeitung und Umsetzung von Lösungen in Zusammenarbeit mit den Kunden
- Gute Englischkenntnisse
- Mobilität und hohe Teamfähigkeit
- Hohe Leistungsbereitschaft

Unser Angebot

- Spannende und anspruchsvolle Projekte in Deutschland und dem europäischen Ausland
- Selbständiges Arbeiten in hochmotivierten Teams gemeinsam mit Mitarbeitern unserer Kunden
- Überdurchschnittliche Bezahlung mit leistungsorientiertem Bonussystem bis hin zur Unternehmensbeteiligung

Kontakt:

CONTEXT Management Consulting Unternehmensberatungsgesellschaft mbH
z.Hd. Frau Regina Frangen, Hessenring 89, 61348 Bad Homburg v. d. Höhe
Tel. 06172/18 23 01, Fax: 06172/18 25 25, E-Mail: rfrangen@context-consulting.de
www.context-consulting.de

Weiterbildung an der Universität Hohenheim

Die Koordinierungsstelle für Wissenschaftliche Weiterbildung (KWW) bündelt die Weiterbildungsveranstaltungen in Hohenheim und überführt sie in eine abgestimmte Programmstruktur.

Die Schwerpunkte der Weiterbildungsveranstaltungen ergeben sich aus den Kernkompetenzen der Universität Hohenheim. Namentlich orientiert sich das Weiterbildungsangebot der KWW an den drei Säulen der Universität, den Agrarwissenschaften, den angewandten Naturwissenschaften sowie den Wirtschaftswissenschaften. Darüber hinaus bilden die Bereiche Ökologie, Biotechnologie, Lebensmittel und Ernährung sowie Entrepreneurship zusätzliche, interdisziplinär ausgerichtete Schwerpunkte.

Das Ziel der KWW ist es, vor allem neuere Entwicklungen in den jeweiligen Fachgebieten in ihren Weiterbildungsangeboten zu kommunizieren. Dadurch sollen der Wissenstransfer über die Universitätsgrenzen hinaus forciert und neue wissenschaftliche Erkenntnisse der praktischen Umsetzung und Anwendung zugänglich gemacht werden. Das Angebot richtet sich in erster Linie an Postgraduierte, aber auch an Berufspraktiker ohne Hochschulabschluss sowie die interessierte Öffentlichkeit.

Die KWW arbeitet mit Partnern zusammen, um ihren Kunden ein noch attraktiveres Angebot anzubieten. Ein Teil des Weiterbildungsprogramms wird von der Akademie für Weiterbildung Hohenheim durchgeführt. Die Weiterbildungsakademie ist ein privat-rechtlicher Träger, der die Realisierung von bestimmten Veranstaltungen übernimmt. Dabei handelt es sich vorwiegend um Angebote für Fach- und Führungskräfte aus allen Bereichen der Wirtschaft und Verwaltung. Die Weiterbildungsakademie ist unter dem Dach des gemeinnützigen Netzwerks Innovation und Bildung Hohenheim angesiedelt.

Seit dem Wintersemester 2001/2002 übernimmt die KWW die Aufgaben der lokalen Didaktikeinheit. Sie arbeitet aufgrund der Kooperationsvereinbarungen der Universitäten Hohenheim, Stuttgart, Tübingen und Ulm in einem Regionalverbund für die hochschuldidaktische Qualifizierung ihres Lehrpersonals mit der regionalen Koordinierungsstelle für Hochschuldidaktik an der Universität Stuttgart eng zusammen. Die lokale Didaktikeinheit an der Universität Hohenheim fördert eine hochschuldidaktische Aus- und Weiterbildung für Lehrende und Nachwuchswissenschaftler/-innen.

Für Fragen steht Ihnen Geschäftsführerin Sandra Ulitzte unter folgender Kontaktadresse zur Verfügung:



Our sweet new HOME in Frankfurt-Town

von Stefanie Lang



Nach nunmehr fast drei Jahren hessisch Gebabbel war meine Sehnsucht nach neuen Kontakten zu anderen „Exil-Hohenheimern“ kaum noch zu bremsen. Also, was tun in dieser Not? Na klar, ein Alumni-Stammtisch Frankfurt muss her!

Offensichtlich teilen viele Alumni fern der Heimat meine Sehnsucht. Die Resonanz auf meine über den ALUMNI-Newsletter verbreitete Idee, war von Beginn an groß. Es entwickelte sich fast ein (Mail-) Selbstläufer, sodass ich mich über 20 feste Zusagen für den ersten Stammtisch am 27. November 2002 im Eppsteiner-Eck des Frankfurter West-Ends freuen konnte.

Ab 20 Uhr warteten drei reservierte Tische auf uns, die sich auch nach und nach standesgemäß mit insgesamt 12 Viertele füllten. Der neue „Hohenheimer Mittwochs Event (HOME)“ war geboren und die Diskussion zwischen Bankern und Beratern ging in die erste Runde.



Neben der tief greifenden Erörterung einer heraufbeschwörten Weltwirtschaftskrise, dem Austausch politischer Argumente sowie zugehöriger Anlagestrategien, war das neue Preissystem der Deutschen Bahn sicher eines der am meisten diskutierten Highlights des Abends. Mit geballter Fachkompetenz überzeugte „Mehdorns anwesende Marketingbeauftragte“ auch unsere hartnäckigsten Kritiker. Doch bei allen intensiven Diskussionen stand wie immer der Spaß im Vordergrund. Wir haben viel gelacht und auch das ein oder andere Viertele nachbestellt. Abschließend fanden dann die Banker auch noch versöhnliche Worte für uns Berater, denn (Zitat) „...die armen Berater können ja auch nichts dafür“.

Für den nächsten HOME am 26. März 2003 ab 20 Uhr im Eppstein-Eck, Eppsteiner Straße 26 (im West-End Süd von Frankfurt) haben wir uns viel vorgenommen: Neben der Lösung der Weltwirtschaftskrise und der Erstellung eines neuen Regierungskonzeptes, werden wir sicher auch unsere ersten Erfahrungen mit den neuen Bahn-Preisen wieder heiß diskutieren. Mal schau'n, wie viele der mittlerweile über 50 interessierten Frankfurter Alumni diesmal mitdiskutieren.

Falls jemand noch in den Mailverteiler aufgenommen werden möchte, schreibt bitte eine kurze Nachricht an:

Stefanie_Lang@hotmail.com.



Wie bewerten die ALUMNI-Mitglieder die Leistungen des Vereins und was wünschen sie sich für die Zukunft?

Die Verbesserung und die Ausweitung des Leistungsangebots für ALUMNI-Mitglieder sind erklärte Ziele des Vorstands.

Gleich zu Beginn der Vereinstätigkeit im Jahr 1996 wurden das Mitgliederbuch, das Mitgliedermagazin „ALUMNI News“, der Brunch jeweils nach Dies academicus und Dies oeconomicus, das Fußballspiel am Dies academicus und die Stammtische in Stuttgart und einigen anderen Städten als Leistungen für die Mitglieder konzipiert. Seither hat es keine weit reichenden Veränderungen gegeben, denn insbesondere in der Anfangsphase des Vereins war der Vorstand mit der Umsetzung aller Projekte mehr als ausgelastet. Zudem hat der Aufbau der Projekte für Studierende und Absolventen – der Hohenheim Career Service mit Absolventenbuch und Job-Info-Abend sowie die Absolventenfeier – Zeit und Kreativität in Anspruch genommen.

Etwa sechs Jahre nach der Gründung des Vereins sind wir mit dem Erfolg der bestehenden Aktivitäten sehr zufrieden, fanden es im Frühjahr 2002 aber dennoch an der Zeit, die Aktivitäten für die ALUMNI-Mitglieder einer Überprüfung zu unterziehen und die Mitglieder nach ihrer Meinung zu fragen. Des Weiteren wollten wir neue Aktivitäten ins „Programm“ aufnehmen und vorher deren Akzeptanz erfragen. Zu diesem Zweck wurde ein Fragebogen an alle Mitglieder verschickt. Diesen Fragebogen haben 102 Mitglieder – etwa ein Sechstel der Mitglieder – ausgefüllt an uns zurückgeschickt.

Frage 1: Welche Aktivitäten wünscht ihr euch als Alumni von eurem Verein in der Zukunft und welche bestehenden Aktivitäten sollten wir weiterhin anbieten?

Die bestehenden Aktivitäten finden sehr unterschiedliche Zustimmung bei den Mitgliedern.

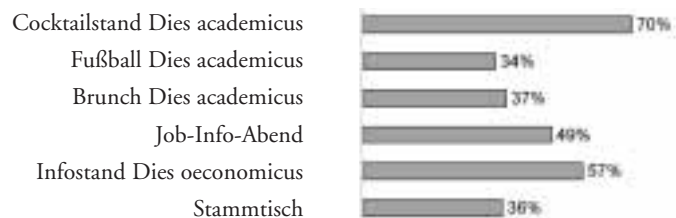
- Mehr als zwei Drittel der Antwortenden sind für die Beibehaltung des Cocktailstandes am Dies academicus. Die beiden anderen Aktivitäten am Dies academicus – das Fußballspiel gegen die Professoren und Mitarbeiter der Fakultät und den Brunch bzw. das Frühstück am nächsten Samstagmorgen – befürworten dagegen nur etwas mehr als ein Drittel der Antwortenden. Grundsätzlich wollen wir alle drei Aktivitäten beibehalten – werden uns jedoch zumindest für das Frühstück neue Alternativen überlegen, da die Teilnahme in den letzten Jahren erheblich nachgelassen hat.
- Der Job-Info-Abend als Kontaktforum für Alumni und Studierende wird von der Hälfte der Antwortenden positiv gesehen. Diese Veranstaltung steht zwar in Konkur-

renz zu einigen anderen Veranstaltungen zum Thema Berufsfelder und Berufseinstieg an der Uni, wir sehen aber für das Konzept in jedem Fall eine Zukunft und wollen es um ein Mentoring-Konzept erweitern, das wir in den nächsten Monaten erarbeiten werden.

- Der Infostand am Dies oeconomicus ist eine wichtige Form der Präsentation für den Verein – auch im Jahr 2002 haben wir so den Dialog mit den Mitgliedern gesucht und einige neue Mitglieder am Dies oeconomicus geworben.

- Stammtische werden von einem Drittel der Antwortenden gewünscht. Insbesondere in Stuttgart, München und im Raum Frankfurt ist Bedarf vorhanden. Weitere Orte, in denen ein Stammtisch angeregt wird, sind: Berlin, der Raum Köln/Düsseldorf, Karlsruhe und Ulm. In Frankfurt findet seit Ende November 2002 aufgrund der Initiative von Stefanie Lang wieder ein Stammtisch – genannt HOME (Hohenheimer Mittwochs Event) – statt. Stefanie berichtet in einem Artikel in dieser Ausgabe der „ALUMNI News“ über das erste Treffen. Wir freuen uns über diese Initiative und wünschen HOME viel Erfolg. Für Stuttgart arbeiten wir gerade an einem neuen Konzept – einer Kombination von Fachvortrag und gemütlichem Zusammensitzen. Das erste Treffen wird im Frühjahr stattfinden.

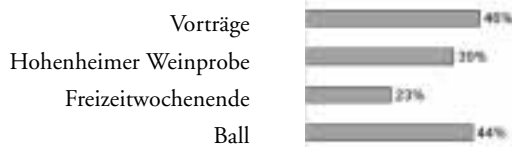
Abbildung 1: Zustimmung zu den bestehenden Aktivitäten



Auch die neuen angedachten Projekte und Aktivitäten fanden unterschiedlich starke Zustimmung:

- Vorträge an der Uni finden bei beinahe der Hälfte der Antwortenden Zustimmung. Im Zusammenhang mit der Neuausrichtung des Stammtischs in Stuttgart werden wir diesen Wunsch aufgreifen. Darüber hinaus wollen wir noch konsequenter per E-Mail-Newsletter auf die zahlreichen Vorträge hinweisen, die an der Uni stattfinden.

Abbildung 2: Zustimmung zu neuen Aktivitäten



- Nach der sehr positiven Bewertung einer Hohenheimer Weinprobe, wurde dieser Vorschlag im Oktober bereits in die Tat umgesetzt. Etwa 20 interessierte Alumni trafen sich im Schlosskeller und probierten zunächst verschiedene Hohenheimer Rotweine, später die Weißweine. Dr. Nikolaus Merkt vom Fachgebiet Weinbau der Uni Hohenheim versorgte die Anwesenden mit ausführlichen, hoch interessanten, wissenschaftlichen Ausführungen zum Weinbau allgemein sowie zu den einzelnen Weinen im Speziellen. Als kulinarische Umrahmung (und zur Neutralisierung des Alkohols) gab es leckere Schinkenhörnchen und Butterbrezeln.

- Ein Freizeitwochenende wird lediglich von 23 % der Antwortenden gewünscht. Dies ist unserer Meinung nach eine zu geringe Zustimmung, um eine Veranstaltung für ein ganzes Wochenende zu organisieren. Wir planen eine oder zwei Freizeitaktivitäten (z. B. eine Wanderung) für einen Tag in diesem Jahr.

- Ein Ball ist auf recht große Zustimmung gestoßen – ist aber für uns im Moment aus Zeit- und Personalgründen nicht umsetzbar.

Frage 2:

Neugestaltung des Mitgliederbuchs

Die zweite Frage hatte ausschließlich die Neugestaltung des Mitgliederbuchs zum Inhalt. Da die bisherige Form des Mitgliederbuches an seine druck- und bindetechnischen Grenzen stößt, ist eine neue Konzeption in jedem Fall erforderlich. Zur Wahl standen zwei Alternativen: entweder wird das Mitgliederbuch wie bisher in Papierform herausgebracht, allerdings mit einem neuen Layout, oder wir stellen auf eine digitale Lösung – Datenbank auf CD-ROM – um. Das Ergebnis zu dieser Frage ergab eine klare Mehrheit für die digitale Lösung (63 %). Jedoch sind immer noch ein Drittel der Antwortenden für die gedruckte Version – von einigen Mitgliedern kam die Bitte, in jedem Fall an der gedruckten Version festzuhalten. Das Mitgliederbuch 2003 wurde nun noch ein letztes Mal im bekannten Layout gedruckt – wir werden aber in den nächsten Monaten gemeinsam mit der Werbeagentur ein neues Konzept entwickeln, das beiden Anspruchsgruppen gerecht wird: eine Kom-

bination aus einer Datenbank auf CD-ROM mit einem gedruckten Buch, das möglicherweise nur einen Kurzauszug der Daten eines jeden Mitglieds enthält.

Abbildung 3: Gewünschte Form des Mitgliederverzeichnis



Die Fragebogenaktion hat Vorstand und Beirat wertvolle Informationen zur Weiterentwicklung des Leistungsangebots von ALUMNI HOHENHEIM e. V. gegeben. Einige neue Projekte wurden bereits umgesetzt bzw. sind in der Planung. Wir werden auch dieses Jahr intensiv an der Weiterentwicklung arbeiten.



Kurznews

Die Vertretung der Professur Unternehmensforschung erfolgt im WS 2002/2003 durch Herrn **PD Dr. Andreas Kleine** aus Saarbrücken. Herr **PD Dr. Knut Haase**, der zuvor die Lehrstuhlvertretung inne hatte, ist seit Oktober 2002 an der TU Dresden tätig.

Im WS 2002/2003 wird der Lehrstuhl für BWL, insbes. Bankwirtschaft und Finanzdienstleistungen von Herrn **PD Dr. Eric Nowak** aus Frankfurt am Main vertreten. Das Berufungsverfahren für die Nachfolge von Herrn **Prof. Dr. Johann Heinrich von Stein**, der im März 2002 in Ruhestand getreten ist, ist abgeschlossen. Der Berufungsvorschlag wurde Ende Januar vom Fakultätsrat verabschiedet.

Frau **Prof. Dr. Christina Escher-Weingart** (Fachgebiet für Bürgerliches Recht, Handels-, Wirtschafts- und Agrarrecht) hat einen Ruf an die Universität Halle-Wittenberg für Bürgerliches Recht, Handels-, Wirtschafts- und Agrarrecht abgelehnt und ist damit unbefristet zur Professorin ernannt worden.

Seit dem 1. Oktober 2002 ist Herr **Prof. Dr. Helmut Krcmar** Inhaber des Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik an der Fakultät Informatik der Technischen Universität München. Das Ausschreibungsverfahren für den Hohenheimer Lehrstuhl wird in Kürze freigegeben.

Herr **Prof. Dr. Wolfgang Burr** hat einen Ruf auf den Lehrstuhl „Innovationsökonomie mit den Schwerpunkten Internationales Innovationsmanagement und Innovation im Dienstleistungssektor“ an der Universität Erfurt zum SS 2002 angenommen.

Das Berufungsverfahren für **Wirtschaftsinformatik II** könnte in Kürze abgeschlossen sein.

Das Besetzungsverfahren für die Nachfolge von Herrn **Prof. Dr. Hans Hörschgen** (BWL, insbes. Absatzwirtschaft), der im September 2002 in Ruhestand getreten ist, ist abgeschlossen. Herr **Prof. Dr. Markus Voeth** trat am 1. Oktober 2002 die Nachfolge an.

Die Nachfolge von Herrn **Prof. Dr. Jürgen von Kruedener** (Fachgebiet Wirtschafts- und Sozialgeschichte mit Agrargeschichte) wird ab dem 1. April 2003 Herr **PD Dr. Jochen Streb** aus Heidelberg antreten.

Die Nachfolge von Herrn **Prof. Dr. Wolfgang Eisele** (BWL, insb. Rechnungswesen und Finanzierung) wird ab dem 1. April 2003 Herr **Prof. Dr. Dirk Hachmeister** aus Leipzig antreten.

Herr **Prof. Dr. Harald Hagemann** ist seit dem 14. Oktober 2002 neuer Dekan der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften und tritt damit die Nachfolge von Herrn Prof. Dr. Helmut Krcmar an. Neuer Prodekan ist Herr **Prof. Dr. Michael Schenk**.

Am 30. September 2002 endete die Amtszeit von **Prof. Dr. Klaus Macharzina** als Präsident der Universität Hohenheim. Seine Nachfolge trat am 1. Oktober 2002 **Prof. Dr. Hans-Peter Liebig** als Rektor der Universität Hohenheim an. Neuer Prorektor für den Bereich Struktur ist **Prof. Dr. Ernst Troßmann**.

Frau **Dr. Lucia Reich** (Institut für Haushalts- und Konsumökonomik) gehört seit Kurzem dem wissenschaftlichen Beirat für Verbraucher- und Ernährungspolitik an, welcher von der Bundesverbraucherministerin Renate Künast berufen wurde.

Herr **Prof. Dr. Klaus Macharzina** (Fachgebiet für Unternehmensführung, Organisation und Personalwesen) ist in das Editorial Board des „Journal of Services Research“ berufen worden.

Prof. Dr. Michael Schenk (Fachgebiet Kommunikationswissenschaft und Sozialforschung), wurde in die Medienwissenschaftliche Kontrollkommission (MWKK) der Schweiz berufen.

Den Preis des Universitätsbundes Hohenheim erhielt **Dr. Jürgen M. Schechler** für seine Dissertation „Sozialkapital und Netzwerkökonomik“, welche er im Fachgebiet Wirtschaftstheorie bei Prof. Dr. Harald Hagemann und Prof. Dr. Klaus Herdzina geschrieben hat.

Der **Lehrstuhl für Controlling** erhielt den deutschen Arbeitgeberpreis für Bildung 2002 in Anerkennung seiner beispielhaften Initiative zur Persönlichkeitsbildung und Werteerziehung.

Herr **Dr. Alexander Baumeister** erhielt den Südwestbankpreis 2002 für die Dissertation „Portfolioorientierte Preisgrenzenbestimmung bei Währungsrisiken“, die er im Fachgebiet Controlling bei Herrn Prof. Dr. Ernst Troßmann geschrieben hat.

Herr **Prof. Dr. Wolfgang Burr** hat den Preis des Verbands SüdwestMetall 2002 für seine Habilitationsschrift mit dem Thema „Service Engineering bei technischen Dienstleistungen“ erhalten.

Am 24. Juli 2002 wurde Herr **Dr. Claus Eiselstein** zum Honorarprofessor bestellt.

Die Dissertationspreise im Bereich FIRST (Finanz-, Rechnungs-, Steuer- und Treuhandwesen) für das Jahr 2002 erhielten Frau **Dr. Melanie Mühlberger** und Frau **Dr. Monika Neining** für Ihre Arbeiten „Informationsökonomische Analyse unbedingter Derivate in der US-amerikanischen und deutschen Rechnungslegung“ bzw. „Steuerplanung auf den Todesfall“, die unter der Betreuung von Herrn Prof. Dr. Eisele und Herrn Prof. Dr. Bareis entstanden.

Professor Dr. Markus Voeth



Kurzlebenslauf

Geburtsort:

Beckum (Westfalen)

Familienstand:

verheiratet

Kinder:

Valentin Maximilian (* 2002)

Studium:

1987 bis 1992 Betriebswirtschaftslehre an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster

Promotion:

Entmonopolisierung von Märkten – das Beispiel Telekommunikation (1996)

Habilitation:

Nutzenmessung in der Kaufverhaltensforschung – Die Hierarchische Individualisierte Limit Conjoint-Analyse (HILCA) (2000)

In Hohenheim tätig seit:

Oktober 2002

Aktuelle Publikation(en):

- a) Gruppengütermarketing, München 2003.
- b) Internationales Marketing, 5. Aufl., Stuttgart 2003 (gemeinsam mit K. Backhaus, J. Büschken) (in Vorbereitung)
- c) International Marketing, London 2003 (gemeinsam mit K. Backhaus, J. Büschken) (in Vorbereitung)
- d) Handbuch Industriegütermarketing, Wiesbaden 2003 (gemeinsam mit K. Backhaus) (in Vorbereitung)

Forschung/Lehre an der Universität Hohenheim

Welche Schwerpunkte setzen Sie in der Lehre?

Gruppengütermarketing
Industriegütermarketing
Internationales Marketing

Dienstleistungsmarketing

Wo liegen Ihre Forschungsinteressen?

Marktforschung(sverfahren)

Gruppengütermarketing

Internationales Marketing

Industriegütermarketing

Betreuen Sie zurzeit Projekte oder planen Sie solche?

DFG-Projekt: Modellgestützte Analyse der Nachfragerbündelung als Marketing-Instrument (2002-2005)

Einsatzmöglichkeiten der Hierarchischen

Individualisierten Limit Conjoint-Analyse

(HILCA) in der Marktforschungspraxis

(Gemeinschaftsprojekt mit McKinsey und

Gesellschaft für Konsumforschung (GfK))

Diverse Einzelprojekte mit Praxispartnern

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

Da sich das Marketing als eine Querschnittsfunktion im Unternehmen versteht, bestehen Möglichkeiten zur interdisziplinären Zusammenarbeit mit zahlreichen verwandten wissenschaftlichen Gebieten.

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?

Zum ersten Mal habe ich den Campus der Universität Hohenheim am Tag meines Berufungsvortrages im Dezember 2001 besucht. Wie aus heutiger Sicht nicht weiter überraschend, hat mich von Beginn an nicht nur das imposante Schloss, sondern vor allem auch die äußerst friedliche und ruhige Atmosphäre auf dem Campus beeindruckt. Dieser Eindruck hat sich auch nach mehrmonatiger Tätigkeit an der Universität Hohenheim nicht verändert. In Hohenheim findet ein Wissenschaftler nahezu ideale Arbeitsbedingungen vor.



Professor Dr. Hans Hörschgen



Kurzlebenslauf:

Geburtsort:

Mülheim an der Ruhr

Familienstand:

verheiratet

Kinder:

eine Tochter

Studium:

VWL (Marburg), BWL (München)

Promotion:

Dr. oec. publ. (München, 1968)

Frühere Tätigkeiten:

Lehrbeauftragter an der Universität München, Unternehmensberater

In Hohenheim tätig

von 1975 bis September 2002.

Aktuelle Publikation:

Nieschlag; Dichtl; Hörschgen (2002):
Marketing, 19. Aufl., Berlin.

Forschung/Lehre an der Universität Hohenheim:

*Welche Schwerpunkte haben Sie in der Lehre
an der Universität Hohenheim gesetzt?*

a) Inhaltlich: alle Bereiche des (Konsumgüter-)Marketing, da einziger Fachvertreter in Hohenheim

b) Formal: nach Möglichkeit Fallstudien- und Projektarbeit

Wo liegen Ihre Forschungsinteressen?

Marketing-Strategien

Distribution und Handel

Unternehmensführung v. a. bei KMU

Handlungskompetenz

Welche Pläne haben Sie für die Zukunft?

neben Intensivierung von Hobbys (Reisen, Kunst) Ausbildungskooperation mit russischen Universitäten; im Rahmen der von mir weiter betreuten Forschungsstelle für Angewandtes Marketing (FORAM) Projekte zu Handlungskompetenz sowie Marketing / Vertrieb

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?

An einem sonnigen Nachmittag im Herbst 1974. Starker positiver Eindruck. Naturgemäß konkretisiert man derartige Anmutungen im Laufe von 27 Jahren in der einen oder anderen Hinsicht. Aber alles in allem war es eine gute Zeit.

Welche Bilanz ziehen Sie von Ihrem

„Hohenheimer Aufenthalt“?

„voll im grünen Bereich!“



Privatdozent Dr. Andreas Kleine



Kurzlebenslauf:

Geburtsort:

Mönchengladbach

Familienstand:

verheiratet

Kinder:

3

Studium:

Diplom Kaufmann, 1989 (Universität des Saarlandes)

Promotion:

Dr. rer. oec., 1995 mit Dissertation zum Thema: „Entscheidungstheoretische Aspekte der Principal-Agent-Theorie“ (Universität des Saarlandes)

Habilitation:

Venia Legendi für Betriebswirtschaftslehre, 2001 mit Habilitationsschrift zum Thema: „Effiziente Alternativen, Produktionen und Organisationen“ (Universität des Saarlandes)

Frühere Tätigkeiten:

Ausbildung zum Industriekaufmann bei der Thyssen Edelstahlwerke AG; Wissenschaftlicher Mitarbeiter bzw. (Ober-)Assistent am Lehrstuhl für Unternehmensforschung, Universität des Saarlandes (Prof. Dr. W. Dinkelbach)

In Hohenheim tätig seit:

14.10.2002

Aktuelle Publikationen:

- a) DEA-Effizienz: Entscheidungs- und Produktionstheoretische Grundlagen der Data Envelopment Analysis, Wiesbaden 2002.
- b) Programmplanung bei Risiko. In: Handwörterbuch Unternehmensrechnung und Controlling, hrsg. von H.-U. Küpper und A. Wagenhofer, 4. Aufl., Stuttgart 2002, Sp. 1572-1581.B)

Forschung/Lehre an der Universität Hohenheim:

Welche Schwerpunkte setzen Sie in der Lehre?

Zum einen in der Modellierung von betriebswirtschaftlichen Problemstellungen und zum anderen in deren Lösung auf Grundlage quantitativer Methoden unter Verwendung entsprechender Software.

Wo liegen Ihre Forschungsinteressen?

Entscheidungstheorie

Performance-Messung

Value at Risk

Betreuen Sie zurzeit Projekte oder planen Sie solche?

Geplant ist ein Projekt zur Performance-Messung von Organisationen auf Grundlage quantitativer Methoden.

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

Da Methoden des Operations Research (Unternehmensforschung) generell zur Analyse und Lösung von Entscheidungsproblemen eingesetzt werden können, ergeben sich unterschiedliche Anwendungsgebiete, etwa in Produktion, Logistik, Finanzierung oder beispielsweise auch bei ökologischen Fragestellungen. Speziell im Hinblick auf die Entwicklung und den Einsatz von Methoden sehe ich enge Verknüpfungen zur Informatik.

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?

Aus Anlass einer Tagung habe ich 1997 zum ersten Mal die Hohenheimer Universität kennen gelernt. Besonders beeindruckt hat mich der großzügig angelegte Campus mit dem Schloss und der darin angesiedelten Bibliothek sowie den umliegenden botanischen Gärten. Dieser äußere positive Eindruck wurde in den vergangenen Monaten insbesondere durch die angenehme persönliche Aufnahme verstärkt.

Möchten Sie weitere Anmerkungen (z. B. zu aktuell diskutierten Themen) machen?

Bei der Diskussion um Dienstrechtsreform, Juniorprofessoren, Evaluation von Universitäten usw. sollten die damit verbundenen Ziele in Forschung und Lehre nicht aus den Augen verloren werden. Anderenfalls halte ich es nicht für ausgeschlossen, dass in Deutschland für wissenschaftliche Disziplinen ein nachhaltiger Schaden entstehen könnte.



Dr. Jan Hendrik Fisch



Kurzlebenslauf

Geburtsort:

Meerbusch bei Düsseldorf

Familienstand:

ledig

Kinder:

keine

Studium:

Dipl.-Wirtsch.-Ing., Fachrichtung Elektrotechnik, TU Darmstadt, 1991-1997

Promotion:

Dr. oec., Fakultät V, Universität Hohenheim, 2001

Habilitationsprojekt:

Erklärung von Internationalisierungsprozessen mit einem Differenzgleichungsmodell

In Hohenheim tätig seit:

2. Mai 1997

Zurzeit tätig als:

wissenschaftlicher Assistent mit vorübergehenden Sonderaufgaben in der Lehre sowie außerordentlicher Prüfer am Lehrstuhl von Herrn Professor Macharzina für die Zeit seines einjährigen Sabbaticals in den USA

Aktuelle Publikationen:

a) Optimal Dispersion of R&D Activities in Multinational Corporations with a Genetic Algorithm, in: Research Policy, zur Veröffentlichung angenommen.

b) Exploring the Globalization of German MNCs with the Complex Spread and Diversity Measure, in: Schmalenbach Business Review (Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung), zur Veröffentlichung angenommen (zusammen mit M.-J. Oesterle).

Forschung/Lehre an der Universität Hohenheim

Welche Schwerpunkte setzt Ihr Fachgebiet in der Lehre?

ich persönlich: Organisation, Personalführung
Lehrstuhl: Unternehmensführung, Organisation und Personalwesen

Wo liegen Ihre Forschungsinteressen?

Organisationstheorie
Internationales Management
Innovationsmanagement

Personalführung

Betreuen Sie zurzeit Projekte oder planen Sie solche?

Nein, das werde ich erst nach einer Berufung tun können.

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

Ich bemühe mich in einem Teil meiner Forschungsprojekte um den Transfer von quantitativen Methoden aus den Ingenieurwissenschaften in die Betriebswirtschaftslehre.

Persönliche Eindrücke von Stuttgart/Hohenheim:

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

Im Februar 1997 hatte ich einen sehr angenehmen Eindruck vom äußeren Erscheinungsbild der Universität; die historischen Gebäude und gepflegten Gärten wissen zu beeindrucken.

Hat sich Ihr Bild seither geändert?

Inzwischen haben sich zu diesen positiven auch negative Eindrücke über Bereiche gesellt, die weniger sichtbar sind, wie z. B. die Isolierung der Fenster, die Toiletten oder die Ausstattung der Hörsäle. Die Gründe hierfür sind vermutlich budgettechnischer Art.



Aktuelle Veröffentlichungen aus der Fakultät WISO

In dieser Ausgabe möchten wir nun zum zweiten Mal die Rubrik „Aktuelle Veröffentlichungen aus der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften“ mit Leben füllen. Wir stellen euch an dieser Stelle wieder aktuelle Literatur eurer ehemaligen Lehrstühle vor, die eventuell für euch von Interesse sein könnten. Falls ihr weitere Informationen benötigt, so werdet ihr meist auf den individuellen Websites der Lehrstühle fündig, die über die Homepage der Universität (www.uni-hohenheim.de) zu erreichen sind.

Lehrstuhl für Industriebetriebslehre 510 A

Foschiani, S.; Habenicht, W.; Schmid, U.; Wäscher, G. (Hrsg.) (2000): Strategisches Management im Zeichen von Umbruch und Wandel. Stuttgart.

Lehrstuhl für Rechnungswesen und Finanzierung 510 C

Eisele, W. (2002): Technik des betrieblichen Rechnungswesens: Buchführung und Bilanzierung – Kosten- und Leistungsrechnung – Sonderbilanzen, 7. Aufl. München.

Lehrstuhl für Absatzwirtschaft 510 D

Nieschlag, R.; Dichtl, E.; Hörschgen, H. (2002): Marketing, 19. überarbeitete und ergänzte Aufl., Berlin.

Lehrstuhl für Unternehmensführung, Organisation und Personalwesen 510 E

Macharzina, K.; Oesterle, M.-J. (Hrsg.) (2002): Handbuch Internationales Management. Grundlagen – Instrumente – Perspektiven, 2. überarbeitete und erweiterte Aufl. Wiesbaden.

Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik 510 H

Krcmar, H. (2003): Informationsmanagement, 3. Aufl. Berlin u. a.

Stiftungslehrstuhl Entrepreneurship 510 N

Müller, C. (2002): (De-)Regulierung und Unternehmertum, St. Gallen.

Lehrstuhl für Finanzwissenschaft 520 D

Caesar, R.; Scharrer, H.-E. (Hrsg.) (2002): European Economic and Monetary Union: An Initial Assessment. Baden-Baden.

Lehrstuhl für Außenwirtschaft 520 E

Belke, A.; Gros, D. (2002): Designing EU-US Monetary Relations: Exchange Rate Variability and Labour Markets, in: The World Economy, Vol. 25, No. 6, S. 789 – 813.

Belke, A.; Hebler, M. (2002): Towards a European Social Union: Impacts on Labor Markets in the Acceding CEECs, in: Constitutional Political Economy, Vol. 13, No. 4., S. 313 – 335.

Belke, A.; Gros, D. (2002): Monetary Integration in the Southern Cone, in: The North American Journal of Economics and Finance, Vol. 13, No. 3, S. 323 – 349.

Fachgebiet für Wirtschaftstheorie II 520 G

Herdzina, K.; Fleischmann, S.; Schechler, J. M. (2002): Das Südgart-Projekt. Lebensqualität, Wirtschaftsstandort und Nachhaltigkeit in den südlichen Stadtteilen Stuttgarts. Stuttgart-Hohenheim

Lehrstuhl für Wirtschaftstheorie I 520 H

Erber, G.; Hagemann, H.; Seiter, S. (2002): Wachstum und Beschäftigung in der Informationsgesellschaft. Berlin, Stuttgart.

Fachbereich Konsumtheorie und Verbraucherpolitik 530

Hoffmann, J.; Scherhorn, G. (2002): Saubere Gewinne. So legen Sie Ihr Geld ethisch-ökologisch an. Freiburg.

Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft und Journalistik 540 B

Mast, C. (2002): Unternehmenskommunikation. Ein Leitfaden. Stuttgart.

Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft, insbes. Medienpolitik 540 E

Pfetsch, B. (2002): Politische Kommunikationskultur. Eine vergleichende Untersuchung von politischen Sprechern und Journalisten in der Bundesrepublik und den USA. Opladen.

Esser, F.; Pfetsch, B. (Hrsg.) (2002): Politische Kommunikationsforschung im internationalen Vergleich. Opladen.

Lehrstuhl für Psychologie 540 F

Schuler, H. (Hrsg.) (2001): Lehrbuch der Personalpsychologie. Hogrefe, Göttingen.

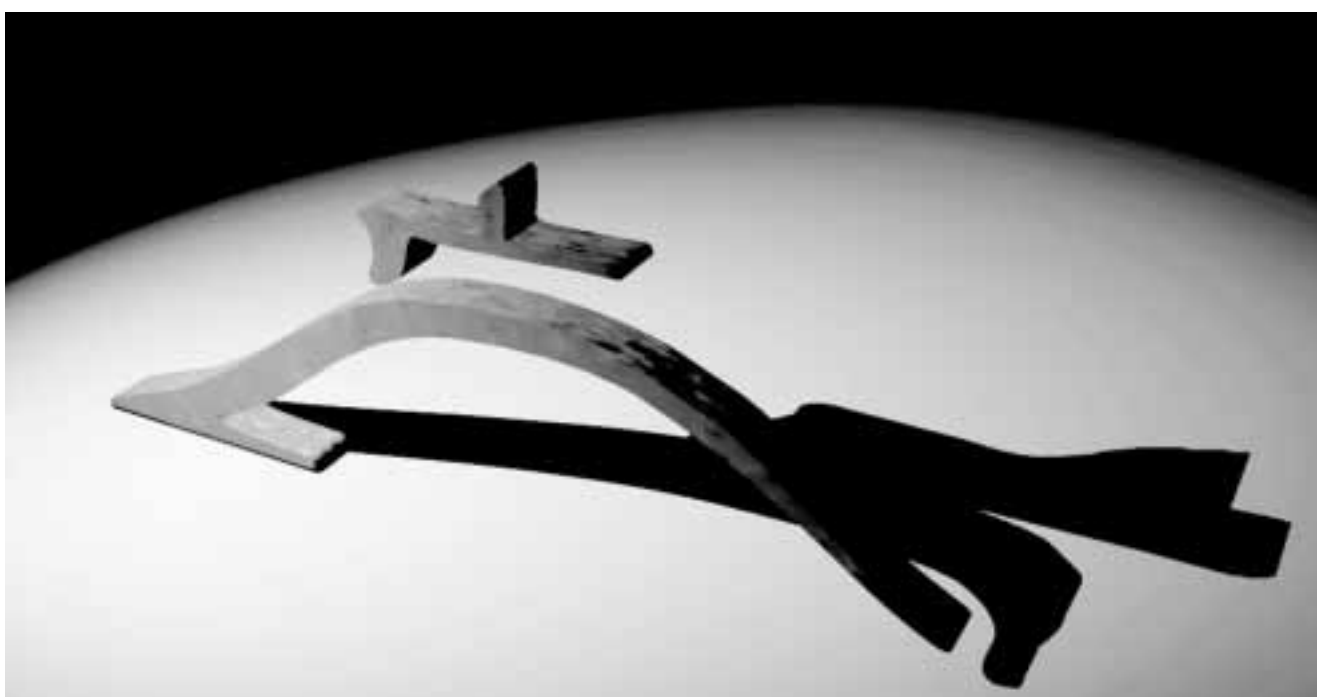
Schuler, H. (2002): Das Einstellungsinterview. Hogrefe, Göttingen.

Lehrstuhl für Katholische Theologie und ihre Didaktik 570 C

Schramm, M. (2002): Eröffnung der Kontingenz gesellschaftlicher Ordnungen. Die Kirchen als ordnende Potenz nach Walter Eucken, in: Pies, I.; Leschke, M. (Hrsg.): Walter Euckens Ordnungspolitik. Tübingen. S. 141 – 163.

Schramm, M. (2002): Sozialethisches Kontingenzmanagement. Das Gerechte in John Rawls' politischem Liberalismus, in: Rauscher, A. (Hrsg.): Soziale Gerechtigkeit. Köln. S. 111 – 138.

Schramm, M. (2002): Der Apfel und der Stamm. Moderne Wirtschaft und christliche Religion, in: Nutzinger, H. G. (Hrsg.): Religion, Werte und Wirtschaft. China und der Transformationsprozess. Marburg. S. 55 – 87.





Ein Kollegium und drei Fakultäten

Die Präsidialverfassung hat ausgedient – nun „regiert“ ein Kollegium die Uni

Mit dem Beschluss des Senats der Universität Hohenheim vom 12. Dezember 2001 verabschiedete sich die Universität Hohenheim als letzte in Baden-Württemberg von der Präsidialverfassung, die 1970 eingeführt worden war. Damit hat sich der Senat über das Votum des Hochschulrates hinweggesetzt, der für die Beibehaltung der alten Struktur plädiert hatte. Seit Ablauf der Amtszeit von Präsident Prof. Dr. Klaus Macharzina am 30. September 2002 gilt nun die Rektoratsverfassung.

An der Spitze der Universität steht nun ein Kollegium – das Rektorat – aus weitgehend gleichberechtigten Mitgliedern. Ihm gehören der Rektor, drei Prorektoren und der Kanzler an.

Der **Rektor** mit einer Amtszeit von 6 Jahren ist seit Oktober 2002 **Herr Prof. Dr. Hans-Peter Liebig**. Er leitet das Fachgebiet Gemüsebau im Institut für Sonderkulturen und Produktionsphysiologie.

Die drei Prorektoren sind für drei unterschiedliche Bereiche verantwortlich. Ihre Amtszeit beträgt drei Jahre. **Frau Prof. Dr. Ute Mackenstedt** ist **Prorektorin für Lehre** und ist im Fachgebiet Parasitologie am Institut für Zoologie tätig. **Prorektor für Forschung** ist **Herr Prof. Dr. Andreas Fangmeier** vom Fachgebiet Pflanzenökologie und Ökotoxikologie des Instituts für Landschafts- und Pflanzenökologie. **Herr Prof. Dr. Ernst Troßmann** ist Leiter des Fachgebiets Betriebswirtschaftslehre, insbe-

sondere Controlling im Institut für Betriebswirtschaftslehre und **Prorektor für Struktur**.

Der **Kanzler** der Universität wird für 8 Jahre gewählt. Derzeit wird diese Aufgabe von **Herrn Elgar Rödler** wahrgenommen. Die Funktion des Kanzlers wurde im Vergleich zur Präsidialverfassung aufgewertet, da er nun mit Stimmrecht ausgestattet ist.

Die Aufgaben des Rektorats sind z. B. Billigung des Entwurfs des Haushaltsvoranschlags und der Wirtschaftspläne, die Verteilung der vom Ministerium zugewiesenen Stellen sowie die Struktur- und Entwicklungsplanung einschließlich der Personalplanung.

Neben dem Rektorat tragen noch zwei weitere Organe Verantwortung für die Gesamtuniversität: der Senat und der Hochschulrat.

Der **Senat** entscheidet in Angelegenheiten der Universität in Forschung, Lehre und Studium, die von grundsätzlicher Bedeutung und nicht durch Gesetz einem anderen Organ, den Fakultäten oder den Universitäts-einrichtungen übertragen sind.

Der Senat ist insbesondere zuständig für:

- a) die Wahl des Rektors und der Prorektoren,
- b) die Beschlussfassung über die Grundordnung, die Beschlussfassung im Zusammenhang mit der Festsetzung von Zulassungszahlen, der Einrichtung, Änderung und Aufhebung von Studiengängen,
- c) Entscheidungen von grundsätzlicher Bedeutung in Fragen der Forschung und der Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses sowie des Technologietransfers,
- d) die Beschlussfassung über die Studien- und Prüfungsordnungen.

Mitglieder des Senats sind kraft Amtes der Rektor als Vorsitzender, die drei Prorektoren, der Kanzler, die Dekane der 3 Fakultäten und die Frauenbeauftragte der Universität sowie auf Grund von Wahlen 8 Professoren, 4 Vertreter des wissenschaftlichen Dienstes, 4 Studierende und 4 Vertreter der sonstigen Mitarbeiter.

Der **Hochschulrat** trägt Verantwortung für die Entwicklung der Universität und schlägt Maßnahmen vor, die der Profilbildung und der Erhöhung der Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit dienen. Er beaufsichtigt die Geschäftsführung des Rektorats. Zu den Aufgaben gehören insbesondere:

- a) *die Mitwirkung bei der Bestellung der Universitätsleitung,*
- b) *die Zustimmung zum Haushaltsvoranschlag und die Feststellung der Wirtschaftspläne und des Jahresabschlusses,*
- c) *die Beschlussfassung über Struktur- und Entwicklungspläne,*
- d) *die Festlegung von Grundsätzen für die Ausstattung und für den wirtschaftlichen und aufgabengerechten Einsatz der Mittel für Forschung und Lehre nach leistungs- und belastungsorientierten Kriterien und nach Evaluationsergebnissen,*
- e) *die Beschlussfassung über die Funktionsbeschreibung von Professorenstellen,*
- f) *die Entgegennahme des Jahresberichts des Rektors.*

Bei der Erfüllung seiner Aufgaben kann der Hochschulrat vom Rektor jederzeit Berichtserstattung verlangen und hat Zugang zu allen Unterlagen. Bei schwerwiegenden Beanstandungen unterrichtet er das Wissenschaftsministerium.

Dem Hochschulrat gehören 13 Mitglieder, davon 6 Personen, die keine Mitglieder der Universität sind, an. Bezüglich der externen Mitglieder erarbeiten ein Ausschuss des Senats und das Wissenschaftsministerium eine Liste mit geeigneten Kandidaten/-innen, die dem Senat zur Abstimmung vorgelegt wird. Die Mitglieder des Hochschulrats werden vom Wissenschaftsminister bestellt. Die Amtszeit beträgt drei Jahre.

Neuordnung der Fakultäten: Aus fünf wird drei.

Eine weitere substanzielle Veränderung der Universitätsstruktur betrifft die **Neuordnung der Fakultäten**. Nach § 21 Abs. 2 Universitätsgesetz 2000 dürfen Fakultäten nur in Ausnahmefällen weniger als 20 Planstellen für Professoren umfassen. Mit der Anpassung der Fakultätsstruktur erfüllt die Universität nun die Anforderung des Gesetzes. Seit Beginn des WS 2002/03 am 1. Oktober 2002 besteht die Universität nun aus drei Fakultäten:

Fakultät **Naturwissenschaften** (bestehend aus den bisherigen Fakultäten I und II Allgemeine und Angewandte Naturwissenschaften, Biologie)

Fakultät **Agrarwissenschaften** (bestehend aus den bisherigen Fakultäten III und IV Pflanzenproduktion und Landschaftsökologie, Agrarökonomie, Agrartechnik und Tierproduktion)

Fakultät **Wirtschafts- und Sozialwissenschaften** (bestehend aus der bisherigen Fakultät V Wirtschafts- und Sozialwissenschaften)

Diese Regelung soll jedoch nur eine Übergangslösung sein. In einem zweiten Schritt soll ein eher international ausgerichtetes System nach anglo-amerikanischem Vorbild etabliert werden, das etwa einem **College/Department-System** entspricht.



Möchten Sie Ihre Talente ins rechte Licht rücken?

Ja

Hervorragenden Hochschulabsolventen/innen
stehen bei Bosch alle Türen offen.

*Die besten Ideen für Ihre
berufliche Karriere finden
Sie im Internet unter:*

www.bosch.de/jobs

Bosch hat die Lösung



BOSCH



Focus Karriere – Starten Sie durch!

ratiopharm wird Ihnen gefallen. Wir sind der "shooting star" der pharmazeutischen Industrie: 29 Jahre jung, dynamisch, erfolgreich. Als Erste in Deutschland kamen wir mit preisgünstigen Generika auf den Markt. Heute sind wir nach wie vor die absolute Nr. 1 in diesem Bereich. Für den Ausbau unserer nationalen und internationalen Geschäftsaktivitäten suchen wir motivierte Berufseinsteiger für den Innendienst mit wirtschaftswissenschaftlichem oder naturwissenschaftlichem Studium. Wenn Sie diese Herausforderung reizt, sich in einem jungen Team mit Freiräumen zur persönlichen Entwicklung zu engagieren, dann nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Wir freuen uns auf Sie!

→ Interesse...?

ratiopharm GmbH
 Personalleitung Herr Hüffer
 Graf-Arco-Straße 3, 89079 Ulm
 Tel. (0731)402 - 72 21
 ralph.hueffer@ratiopharm.de

ratiopharm

Gute Preise. Gute Besserung.

→ www.ratiopharm.de



120
 Jahre
 Merckle
 Arznei-
 mittel



GEMEINSAM – FÜR EINE GESUNDE ZUKUNFT

Können Sie sich Ihre Zukunft bei einer der erfolgreichsten Unternehmensgruppen der pharmazeutischen Industrie vorstellen? Seit Generationen leisten unsere Wirkstoffforschung und Arzneimittelentwicklung einen wichtigen Beitrag für die Fortschritte der Medizin. Bei uns spüren Sie den Wind eines modernen, dynamischen Unternehmens, aber auch die Souveränität gewachsener Tradition. Unsere Unternehmenskultur bietet Ihnen die beste Voraussetzung für Ihre individuelle Leistung. Für den Ausbau unserer Geschäftsaktivitäten suchen wir motivierte Berufseinsteiger für den Innendienst mit wirtschaftswissenschaftlichem oder naturwissenschaftlichem Studium.

Wenn es Sie reizt durch Ihre Mitarbeit zu unserem gemeinsamen Erfolg beizutragen, dann nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Die Türen stehen Ihnen offen.



120
 Jahre
 Merckle
 Arznei-
 mittel

Merckle GmbH
 Personalabteilung
 Herr Hüffer
 Graf-Arco-Straße 3
 89079 Ulm
 Tel. (0731)402 - 72 21
 ralph.hueffer@merckle.de

→ www.merckle.de



Club of Hohenheim e. V. bei der National Model United Nations Conference in New York

vom Club of Hohenheim e. V.



Im März 2002 hat zum ersten Mal eine Delegation von Hohenheimer Studierenden am weltweit größten Planspiel zur Simulation der Vereinten Nationen teilgenommen. Die insgesamt 21 Studierenden vertraten engagiert die Republik Libanon und den karibischen Inselstaat Grenada in den verschiedenen Gremien der Vereinten Nationen und lernten somit die Welt der Konferenzdiplomatie unmittelbar kennen.

Das National Model United Nations (NMUN) wurde 1946 als Nachfolger des 1923 gegründeten Model League of Nations ins Leben gerufen. Dieses Programm wandte sich an Universitätsstudenten mit dem Ziel, durch eine möglichst authentische Simulation des Völkerbundes, bzw. nunmehr der Vereinten Nationen, den Studierenden die Arbeit und Funktionsweisen der Internationalen Organisationen näher zu bringen. Das National Model United Nations in New York ist die größte Simulation der Vereinten Nationen der Welt. Jährlich nehmen rund 2.700 Studierende aus Nordamerika, Kanada und Asien, aber auch aus Europa an der sechstägigen Konferenz teil. Veranstalter des NMUN ist die 1946 gegründete National Collegiate Conference Association, Inc., die eng mit den Vereinten Nationen zusammenarbeitet und seit 1995 als Nongovernmental Organization anerkannt ist.



Jede teilnehmende Hochschule vertritt auf der Konferenz einen zuvor ausgewählten Mitgliedstaat der Vereinten Nationen. Angelehnt an die Realität sind die Mitgliedstaaten in unterschiedlichen Gremien der Vereinten Nationen und Sonderorganisationen vertreten. Im Vorfeld der Konferenz besteht die Aufgabe der zukünftigen Delegierten darin, sich detailliert in die Politik und Geschichte „ihres“ Landes einzuarbeiten, um möglichst wirklichkeitsgetreu während der Konferenz auftreten zu können. Darüber hinaus ist die intensive Erarbeitung der „eigenen“ Position zu den in den Committees jeweils behandelten Themen notwendig. Während der fünftägigen Konferenz wird in den einzelnen Committees um die Ausarbeitung von Resolutionen und Berichten gerungen. Die Delegierten werden als aktive Diplomaten gefordert, die ihre Position darstellen und durchzusetzen versuchen, und natürlich auch Kompromissen zugänglich sein müssen, stets unter Wahrung der besonderen Interessen des vertretenen Staates.

Mit der Gründung des „Club of Hohenheim“, dem Verein für Internationale Politik, haben im Herbst 2001 mehrere Studierende der Universität Hohenheim einen Rahmen geschaffen, um die Teilnahme an der NMUN-Konferenz zu ermöglichen. Für den Club of Hohenheim, als neu gegründeten studentischen Verein, war die Unterstützung durch Herrn Prof. Belke, Herrn Prof. Hagemann und die Landeshauptstadt Stuttgart besonders wichtig. Schließlich ermöglichte auch die großzügige finanzielle Förderung durch die Robert-Bosch-Stiftung, das Wissenschaftsministerium und den Universitätsbund Hohenheim das kostspielige Projekt durchzuführen.

Die halbjährige Vorbereitungszeit konzentrierte sich auf die Beschäftigung mit der Geschichte, Politik, Wirtschaft und Kultur der beiden Länder einerseits und auf die Einführung in das System der Vereinten

Nationen andererseits. Der Hohenheimer Delegation stand dabei mit Lisa McDonald vom Deutsch-Amerikanischen Institut in Tübingen eine kompetente Ratgeberin zur Seite, die ihr Engagement für die Vereinten Nationen 1989 als youth ambassador begann. In Tübingen initiierte sie 1995 das NMUN Projekt und bereitet seither Tübinger und nun auch Hohenheimer Studierende in zahlreichen Workshopsitzungen intensiv auf die Konferenz in New York vor.

Gut vorbereitet erschien die Delegation in New York, hatte Gelegenheit zu Briefings durch UN-Diplomaten und besuchte die Ständigen Vertretungen Grenadas und Libanons bei den Vereinten Nationen. Über den Reichtum an professionellen Erfahrungen und viel versprechenden persönlichen Kontakten hinaus wird den Mitgliedern der Hohenheimer Delegation vieles im Gedächtnis bleiben: Die Eröffnungsrede von UN Secretary-General for Public Information Mr. Shashi Tharoor, die Gelegenheit, in der General Assembly Hall zu tagen, der Spontanbesuch Frau Annans, der Besuch beim Botschafter Grenadas bei den Vereinten Nationen Dr. Lamuel Stanislaus – und nicht zuletzt die einmalige Erfahrung einen Verein und ein Projekt aufzubauen und nach eigenen Vorstellungen zu gestalten. Dies spornt an, auch im nächsten Jahr wieder an der NMUN teilzunehmen. Die neue Delegation ist schon bereit.

Weitere Infos zum Club of Hohenheim e.V. sind auf der Webseite zu finden.

www.clubofhohenheim.de





Die neue Größe auf dem Prüfungs- und Beratungsmarkt

In Deutschland

Ernst & Young gehört zu den drei großen Prüfungs- und Beratungsunternehmen in Deutschland und ist die Nummer eins in der Steuerberatung. Nach dem Zusammenschluss mit Arthur Andersen am 1. September 2002 beschäftigt Ernst & Young mehr als 7.000 Mitarbeiter an 22 Standorten. Der Umsatz beträgt rund 900 Millionen Euro. Hauptsitz des Unternehmens ist Stuttgart. Ernst & Young Deutschland ist Mitglied von Ernst & Young International.

Ernst & Young betreut sowohl Start-ups und mittelständische Unternehmen als auch Global Player. Das Dienstleistungsangebot umfasst Wirtschaftsprüfung und prüfungsnaher Beratung sowie Steuer-, Corporate Finance- und Real Estate-Beratung.

In Europa

Um die Kunden auch grenzüberschreitend optimal betreuen zu können, haben sich die Ernst & Young-Mitgliedsländer in Europa zu drei „Areas“ zusammengeschlossen: Western Europe, Central Europe und Nordic. Die Ernst & Young-Praxen aus Deutschland, Österreich, Polen, Tschechien, Ungarn, Slowenien, Kroatien sowie der Slowakei und den Baltischen Staaten bilden die „Area Central Europe“. Sie sind über eine gemeinsame Infrastruktur miteinander vernetzt und stehen in engem gegenseitigen Wissensaustausch.

Weltweit

Mit über 110.000 Mitarbeitern in mehr als 130 Ländern und einem Umsatz von über 12 Mrd. US-\$ ist Ernst & Young weltweit die zweitgrößte Prüfungs- und Beratungsgesellschaft. Nach dem Zusammenschluss mit Arthur Andersen in 57 Ländern der Welt steigerte Ernst & Young International seinen Marktanteil von 20 auf 26 Prozent (Schätzung für 2001). Damit hat das Unternehmen beim weltweiten Umsatz seinen Abstand zum Branchenführer von vier auf zwei Mrd. US-\$ verringert.

Vision

„Quality in everything we do.“ Ziel des Unternehmens ist es, mit einem herausragenden Qualitäts- und Risikomanagement neue Standards in der Branche zu setzen. Nach dem Zusammenschluss mit Arthur Andersen in Deutschland will Ernst & Young seine traditionelle Stärke im Mittelstand noch weiter ausbauen und darüber hinaus den endgültigen Schritt in das Segment der DAX-Mandate machen.

Geschichte

Ernst & Young Deutschland geht zurück auf die 1919 gegründete Schitag (Schwäbische Treuhand-Aktiengesellschaft) sowie die im gleichen Jahr gegründete Datag (Deutsche Allgemeine Treuhand Aktiengesellschaft), die sich in den achtziger Jahren den internationalen Verbänden von Arthur Young bzw. Ernst & Whinney anschlossen. 1994 fusionierten die beiden Gesellschaften zu Ernst & Young, und seit 1999 firmieren auch die beiden deutschen Mitgliedsgesellschaften unter dem gemeinsamen Namen Ernst & Young.

Arthur Andersen wurde 1913 in den Vereinigten Staaten als Andersen, Delaney & Co. gegründet. In den 60er und 70er Jahren entwickelte sich Arthur Andersen zu einer der größten Beratungsfirmen der Welt. In Deutschland eröffnete das Unternehmen 1960 sein erstes Büro. 42 Jahre später, im Jahre 2002, hatte Arthur Andersen Deutschland 3.800 Mitarbeiter an zehn Standorten.

Im September 2002 haben sich Ernst & Young und Arthur Andersen in Deutschland zu Ernst & Young zusammengeschlossen.

www.de.ey.com



Networking – Verbindungen auf der B-Basis

Hinter neudeutsch „Networking“ verbirgt sich eigentlich altdeutsch „Vitamin B“. Damit wäre Netzwerken eigentlich eine alte Sache in neuen Kleidern. Doch es gibt gravierende Unterschiede: Beim Netzwerken sind sich alle Beteiligten des Vitaminbedarfs bewusst und versuchen, ihn aktiv zu decken. Deshalb hat Networking auch kein „Geschmäcke“: Während man Vitamin B in die Wiege gelegt bekommt, ist beim Werken am Netz jeder seines eigenen Glückes Schmied. Denn hier geht es um nichts anderes als darum, Leute kennen zu lernen, und zwar viele Leute, die wiederum Leute kennen, die ebenfalls Leute kennen...

Wir alle betreiben – sicherlich eher unbewusst – Networking in unserer engsten Umgebung, denn wir leben in Netzwerken, die sich aus Familie, Lebenspartner und Freunden zusammensetzen und entsprechend gepflegt sein wollen. Auch im beruflichen Alltag bewegen wir uns in einem Geflecht von Beziehungen, allerdings ist die Vernetzung dort von einer anderen Qualität. Im Berufsleben geht es um den Austausch von Wissen, um das Einholen von Informationen, das Anbahnen und Abwickeln von Geschäften. Entscheidend für diese Art der Vernetzung ist, dass jeder Marktakteur (s) ein Beziehungsgeflecht aus Experten und Partnern braucht, die das eigene Portfolio ergänzen, verfeinern, verfügbar machen und in den richtigen Kontext stellen. Das trifft für

Unternehmer, Forscher, IT-Fachleute, Versicherungsvertreter und für uns als PR-Agentur gleichermaßen zu. So unterschiedlich die einzelnen Netzwerke auch sein mögen, sie verfolgen alle den selben Zweck: die Bereitstellung der wichtigsten Ressource, der Information. Diese wird entweder durch die Verknüpfung von unterschiedlichem Know-how weitergegeben oder über ganz unterschiedliche Medien.

Netze sparen Kraft

Networking bedeutet also, an dem Netz zu arbeiten, das ein Unternehmen braucht, um seine Energien nicht für die deutlich kräftezehrendere, oft auch nicht annähernd so effektive Existenz bzw. Akquise als Einzelkämpfer in einer relativ ungeschützten, weil vom Wettbewerb ebenfalls umworbenen Umgebung zu vertun. Nicht zuletzt aus diesem Grund haben sich Verbände, Berufsvereinigungen und Communities gebildet. Wohlgemerkt: Beim Netzwerken geht es um den Austausch von Informationen, nicht um den Austausch von Gefälligkeiten, womöglich noch in Form klingender Münze. Diese Art der (Aus-)Nutzung persönlicher Kontakte fällt eher in den Bereich Seilschaften bzw. Vetternwirtschaft.

Plattformen für gemeinsame Interessen

Welche Namen diese Verbände auch immer tragen mögen, sie alle sind Interessenverbände bzw. Plattformen, die zweierlei grundlegende Aspekte der Netzarbeit er-

möglichen: Zusammenbringen und Austauschen. Zusammenbringen im Sinne von durch Menschen, die mich und meine bzw. die Leistungen meines Unternehmens kennen und schätzen, quasi mit Empfehlungsschreiben die richtigen Menschen kennen lernen zu können. Mit diesen kann ich mich dann im Kreis der Gleichgesinnten ohne den Druck der Wettbewerbssituation unverbindlich über Ideen, Projekte oder Anfragen austauschen und sehen, ob man nicht Mitstreiter bzw. Kapazitätsverstärker findet. Als Mitglied der GPRA (Gesellschaft Public Relations e.V.) kann Symptra sich beispielsweise während der regelmäßigen Mitglieder- versammlungen mit den anderen Vertretern der PR-Branche über neueste Branchentrends austauschen, neue Kooperationspartner gewinnen, nach dem Motto „Gemeinsam sind wir stärker“ in der Öffentlichkeit effektiver kollektive Interessen vertreten oder auch die verbandsinterne Infrastruktur in Sachen Aus- und Weiterbildung nutzen und so eigene, frei gewordene Ressourcen für andere Projekte einsetzen.

Informiert sein ist das A und O

Ein weiterer Grund dafür, dass solche Plattformen nicht nur für PR-Agenturen von unschätzbarem Wert sind, liegt in deren Dienstleistungsspektrum verborgen. So hat sich zum Beispiel die Agentur Sympra mit ihrem Portfolio unter anderem als Beraterin in Sachen Öffentlichkeitsarbeit bzw. als Pflegerin der Media Relations – also des Mediennetzwerks – und als Verfasserin von Texten positioniert, die Neues an Interessierte weitergeben sollen. Um dies alles qualitativ hochwertig leisten zu können, müssen ihre PR-Fachleute über einen großen Fundus an allen möglichen Informationen verfügen. Und zwar nicht nur auf fachlicher Ebene oder in dem Bereich, in denen ihre Kunde tätig sind, sondern auch in der Politik, Wirtschaft, Forschung und Kultur. Denn bei Public Relations geht es vor allem darum, Informationen aus dem Haus der Kunden stimmig in einem Gesamtrahmen zu platzieren bzw. PR-Aktionen so zu planen, dass Zeit und Stimmung reif für sie sind und sie die größtmögliche Öffentlichkeit erreichen.

Natürlich lässt sich dieses umfassende Wissen zu einem großen Teil aus den Medien zusammentragen, doch der ausschlaggebende Informationsvorsprung ergibt sich erst aus dem persönlichen Kontakt zu den Wissensträgern. Also betreibt Sympra Networking. Daneben kann natürlich auch eine PR-Agentur nur dann gut funktionieren, wenn sie einen entsprechenden Pool an Experten bzw. Partnern in Sachen Grafik, Fotografie oder neue Medien zur Seite hat, auf die sie bei Bedarf zugreifen kann. Das funktioniert ebenfalls nur auf der Basis von Networking. Und nicht zuletzt lebt die Agentur Sympra davon, dass ihr Name in die Welt getragen wird. Vor allem dieser Aspekt ist entscheidend und wird erst durch fleißige Netzarbeit möglich.

Martina Hönekopp, Sympra GmbH (GPRA)
Die Sympra GmbH (GPRA), gegründet 1992, ist eine Agentur für Öffentlichkeitsarbeit mit Sitz in Stuttgart. Schwerpunkt der Aktivitäten sind die Media Relations, vor allem zu technischen Themen. Wir verstehen uns als Berater in allen Fragen der Öffentlichkeitsarbeit. Für unsere Kunden sind wir Projektbetreuer, externe Presseabteilung mittelständischer Firmen und Kapazitätsverstärker bei großen Unternehmen. Sympra beschäftigt 16 Mitarbeiter.

Sympra ist Mitglied bei www.gpra.de, www.bwcon.de, www.dprg.de, www.kommunikationsverband.de, www.medien.region-stuttgart.de sowie www.djv.de.





ALUMNI news
Mitglieder-Magazin

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

Anschrift:
Universität Hohenheim (520 G)
70593 Stuttgart
Telefon: (0172) 733 89 22
Telefax: (0711) 459-3952
E-Mail: alumni@alumni-hohenheim.de

Chefredaktion:
Frank Baumgärtner

Redaktionelle Mitarbeit:
Rainer Berger
Stephanie Fleischmann
Jürgen Hengster

Layout, Satz:
SWA, Stuttgart
www.schoepe.com

Druck:
Sener Druck, Stuttgart

Auflage:
1600

Vervielfältigung jeder Art nur mit
Genehmigung der Redaktion.

Sie sind neugierig auf
interessante Aufgaben –
entfalten Sie sich bei uns...



Gefragt sind engagierte

Hochschulabsolventen/-innen

für die Bereiche

**Wirtschaftsprüfung · Corporate Finance-Beratung
Steuerberatung · Management-Beratung**

an unseren Standorten: Augsburg, Berlin, Dresden, Düsseldorf, Erfurt,
Frankfurt am Main, Freising, Halle an der Saale, Hamburg, Hannover, Leipzig,
Luxemburg, Magdeburg, Mannheim, München, Nürnberg und Stuttgart.

Sie sind interessiert?

Dann senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen unter Angabe der
Job-Nr. **AN.01.02.AA** und Ihres bevorzugten Standortes an: **Deloitte & Touche**,
Herr Dette, Wilhelmsplatz 8, 70128 Stuttgart, email: career-sued@deloitte.de

**Deloitte & Touche · Wirtschaftsprüfung · Corporate Finance-Beratung
Steuerberatung · Management-Beratung**

National: 2.800 Mitarbeiter, 17 Standorte · International: im weltweiten
Netzwerk von Deloitte Touche Tohmatsu 95.000 Mitarbeiter in 140 Ländern

**Weitere Informationen und unsere aktuellen Stellenangebote finden Sie
im Internet unter www.deloitte.de**

Entwickeln Sie Ihre Persönlichkeit.
Bestimmen Sie Ihre Karriere.



Eine gute Besatzung segelt ihr Boot bei jedem Wind.

Nicht immer erlauben äußere Umstände eine einfache Vorgehensweise. Besonders im Arbeitsleben sollte man sich an den gegebenen Zuständen orientieren und sie im Team so angehen, dass das bestmögliche Ergebnis erzielt wird. Auch wenn es mal stürmisch zugeht. Bei KPMG sind Flexibilität, Kreativität und Leistungsbereitschaft gefragt. Eigenschaften, die für ein effizientes und reibungsloses Teamwork unerlässlich sind. Damit es in die richtige Richtung geht, egal woher der Wind weht.

KPMG
Andrea Roth, Human Resources
Heßbrühlstraße 21, 70565 Stuttgart
Tel. (07 11) 90 60-11 44, Fax (07 11) 90 60-14 86
eMail andrearoth@kpmg.com

Bewerben Sie sich unter www.kpmg.de/careers

ASSURANCE
TAX
FINANCIAL ADVISORY SERVICES
BUSINESS SERVICES

