



DHBW IKOMPASS

Richtungsweisend: DHBW Kompass – die Zeitung für Förderer, Alumni und Studierende der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg

Fallenbrunnen wird Innovationszentrum

Ein Zentrum für Forschung, Weiterbildung sowie Wissens- und Technologietransfer

Das Innovationszentrum Fallenbrunnen wird künftig am Campus Friedrichshafen der Dualen Hochschule Ravensburg die Bereiche Forschung, Weiterbildung sowie Wissens- und Technologietransfer voranbringen. Zu Gute kommen soll dies auch den Firmen und deren Mitarbeitern in der Region. Die Zeppelin Stiftung leistet dafür eine Anschubfinanzierung in Höhe von 500.000 Euro.

Als 2009 aus der Berufsakademie die Duale Hochschule Baden-Württemberg wurde, hat sie damit auch den klaren Auftrag zur Ausweitung des Feldes Forschung erhalten. Es versteht sich von selbst, dass der DHBW dabei der Bezug zur Praxis genauso wichtig ist wie die Verbindung zur Region, für die sie wichtiger Partner in der Ausbildung von akademischem Nachwuchs ist.

Wie also können Unternehmen und Region noch stärker als bisher von der Dualen Hochschule Ravensburg und ihrem wissenschaftlichem Know-how profitieren? Diese Überlegung führte 2010 zur Gründung des Instituts für Weiterbildung, Wissens- und Technologietransfer (IWT). Alleiniger Gesellschafter des IWT ist der Förderverein der DHBW Ravensburg (VFA).

Stadt unterstützt das Projekt

Um das Thema Technik voranzubringen, wurde nun innerhalb des IWT mit Hilfe der Stadt Friedrichshafen das Innovationszentrum Fallenbrunnen gegründet. Folgenden drei Aufgaben möchte sich das Innovationszentrum widmen: der anwendungsorientierten Forschung und Technologieentwicklung, dem Wissens- und Technologietransfer sowie der Weiterbildung.

◆ Anwendungsorientierte Forschung und Technologieentwicklung



Im Labor für elektromagnetische Verträglichkeit wird überprüft, wie elektronische Geräte auf elektromagnetische Effekte reagieren.

lung: Das Innovationszentrum hat es sich zum Ziel gesetzt, eigene Forschungsarbeiten und Technologieentwicklungen voranzutreiben. Genutzt wird dabei die bereits vorhandene Infrastruktur wie der Motorenprüfstand, das Telematik-Labor und das Labor für elektromagnetische Verträglichkeit (EMV). Ein Beispiel ist die Entwicklung und Erprobung von Motoren. Als „Perle“ bezeichnet Campusleiter Prof. Dr. Martin Freitag das EMV-Labor. Dort wird überprüft, wie elektronische Geräte und deren Komponenten auf elektromagnetische Effekte reagieren. Schließlich sollen Elektrogeräte auch dann tadellos funktionieren, wenn Rundfunksender, Satelliten- oder GPS-Felder auf sie einwirken. Idealerweise können aber auch Unternehmen die Versuchseinrichtungen über Projekte mit dem Innovationszentrum für ei-

gene Forschung und Entwicklung nutzen.

◆ **Wissens- und Technologietransfer:** Kongresse, Workshops und Seminare sollen auch Gastwissenschaftler anziehen und den Campus in einem wissenschaftlich-technischen Dialog vernetzen, von dem sowohl die Unternehmen als auch der Technikstandort Friedrichshafen profitieren. Auch Beratungen aller Art sowie die Unterstützung von Unternehmensgründungen hat sich das Innovationszentrum auf die Fahnen geschrieben.

◆ **Weiterbildung:** Unternehmen, die ihre Mitarbeiter beruflich weiterbilden möchten, werden künftig am Innovationszentrum Fallenbrunnen fündig. Ob einzelne Module aus dem Bachelor- oder Masterstudium, Seminar oder gleich

ein komplettes Aufbaustudium Wirtschaftsmediation: Hier plant die DHBW, ihr bereits bestehendes Angebot weiter auszubauen. Was Friedrichshafens Oberbürgermeister Andreas Brand besonders freut, da es angesichts von Fachkräftemangel „für die ansässigen Unternehmen besonders wichtig ist, das vorhandene Personal kontinuierlich weiterzubilden“.

Der Startschuss für das Innovationszentrum Fallenbrunnen fiel am 1. Oktober, geleitet wird es vom IWT-Geschäftsführer Prof. Dr. Heinz-Leo Dudek. Dank der finanziellen Unterstützung der Zeppelin Stiftung ist die Finanzierung des Innovationszentrums für die kommenden drei Jahre gesichert, anschließend soll es sich selbst tragen.

**Weiteres zum Thema
Forschung auf Seite 16**

Aus dem Inhalt:

Master	2
Förderverein	2
Alumni	
Michael Biwer, Hubert Deutsch, Andreas Neiningner	3
Ausgezeichnet	
MARGA Planspiel Mediendesigner	4 5
Persönlich	6
Projekte	
Alpenüberquerung per E-Bike Formuala Student	7 7
Studierende	
Olympiaberichterstatteerin Svenja Krauß DHBW-Shop	9 10
Studiengang	
Ideen für den Eissportverband Wirtschaftsinformatiker ebnen den Weg für Ravensburg 2.0	11 12
Veröffentlichungen	15
Hochschule Wahl Hochschulrat	17



Am Campus Friedrichshafen haben 540 Erstsemester mit ihrem Ingenieursstudium begonnen.

Ein Rekordjahrgang

DHBW begrüßt 1450 Erstsemester

Mit 1450 Erstsemestern hat Rektor Prof. Karl Heinz Hänsler im Oktober einen Rekordjahrgang an der Dualen Hochschule Ravensburg begrüßt. Besonders stark angestiegen ist die Zahl der Erstsemester am Technikcampus Friedrichshafen, dort haben 540 angehende Ingenieure ihr Studium aufgenommen.

„Auch wenn die Zahl der Studienanfänger in diesem Jahr besonders hoch ist, ist uns doch jeder einzelne von ihnen sehr wichtig“, betonte Rektor Hänsler. 1450 Erstsemester sind ein Rekord für die Duale Hochschule Ravensburg – und das direkt nach dem Rekordjahr 2011 mit 1295 Studienanfängern. Ein Grund für die gestiegenen Zahlen ist sicherlich der doppelte Abiturjahrgang in Ba-

den-Württemberg. Da ein Student der Dualen Hochschule auch einen Arbeitsvertrag mit einem Unternehmen in der Tasche haben muss, haben die Zahlen aber auch etwas mit dem Bedarf der Firmen an Bacheloren der Marke DHBW zu tun.

1190 Technikstudenten

Besonders stark angestiegen ist die Zahl der Erstsemester in der Fakultät Technik, die am Campus Fallenbrunnen beheimatet ist. Dort haben 540 Studienanfänger begonnen (2011: 436). Erstmals wurde dort die 1000er-Grenze geknackt – aktuell studieren im Fallenbrunnen insgesamt 1190 DHBW-Studenten (2011: 933). Die Fakultät Wirtschaft verzeichnet rund 910 Erstsemester (2011: 859).



In Kontakt bleiben

Die DHBW Ravensburg bietet ehemaligen Studenten viele Gelegenheiten, nach einer dreijährigen, intensiven Zeit in Ravensburg und Friedrichshafen mit ihrem Netzwerk aus ehemaligen Kommilitonen, Professoren und Unternehmen in Verbindung zu bleiben.

XING

Gruppe DHBW Ravensburg
Mehr als 3000 Ehemalige und Studenten bleiben über XING in Verbindung und erfahren das Neueste von der DHBW Ravensburg.

Facebook

DHBW Ravensburg - Duale Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg

Newsletter

Anmeldung unter www.dhbw-ravensburg.de.

Förderverein

Der Verein Förderer und Alumni der DHBW Ravensburg e. V. pflegt die Kontakte zu Partnerunternehmen sowie zu Dozenten, Ehemaligen und Förderern der Hochschule. Mitglieder erhalten zwei Mal im Jahr den DHBW-Kompass zugeschickt.

Gründlich renoviert

Seminarhütte des DHBW-Fördervereins in Mellau



Die Dependance der DHBW Ravensburg im Vorarlberg: die Seminarhütte in Mellau.

Wer an der Dualen Hochschule Ravensburg studiert hat, der lernte in der Regel auch die Dependance der DHBW in Vorarlberg kennen und schätzen. In der Seminarhütte in Mellau verbinden sich für die Studenten seit jeher ernsthaftes Arbeiten und etwas weniger ernsthaftes Studentenleben auf das Beste. In diesem Jahr ist das Haus nun gründlich renoviert worden.

Betrieben wird die Seminarhütte in

Mellau vom Förderverein der Dualen Hochschule Ravensburg (VFA). Ein Spendenaufruf des Vereins zur dringend notwendigen Renovierung brachte 6000 Euro von Förderern und dazu noch 300 Euro von der Studierendenvertretung in die Kasse. Dieser Grundstock und viel Eigenleistung von DHBW-Mitarbeitern und Studenten ermöglichte nun die „Kosmetik“ am Haus.

DHBW-Mitarbeiter und Studenten machten sich ans Werk. Ein

neuer Anstrich außen und innen war der Abschluss. Davor galt es, neue Armaturen für das Bad zu besorgen, genauso wie neue Matratzen, Türgriffe, Gardinen und vieles mehr. Das Ergebnis kann sich sehen lassen!

Mehr zur Seminarhütte Mellau und zu den Buchungskonditionen unter www.dhbw-ravensburg.de

Abschied als Geschäftsführer

Prof. Dr. Joachim Sprink

Nach zwölf Jahren ist Prof. Dr. Joachim Sprink nun als Geschäftsführer des Vereins Förderer und Alumni der Dualen Hochschule Ravensburg (VFA) verabschiedet worden. Der Vorsitzende Heinz Pumpmeier bedankte sich für die langjährige Arbeit, die den Verein mit geprägt hat. Alleiniger Geschäftsführer ist nun Prof. Dr. Heinz-Leo Dudek, der seit 2010 gemeinsam mit Sprink als Geschäftsführer des VFA gewirkt hat.

Der VFA hat es sich zur Aufgabe gemacht, Absolventen, Partnerunternehmen sowie Förderern und Freunden der DHBW Ravensburg ein Netzwerk über das Studium hinaus anzubieten. Unter anderem informiert die Mitglieder zwei Mal im Jahr die Zeitung DHBW-Kompass über aktuelle Entwicklungen der Hochschule. Derzeit zählt der VFA rund 1600 Mitglieder.



VFA-Vorsitzender Heinz Pumpmeier (rechts) verabschiedet Prof. Dr. Joachim Sprink als VFA-Geschäftsführer.

„Virtueller Lehrstuhl“ bereitet den Master vor

Lörrach, Ravensburg und Stuttgart kooperieren beim Thema Personalmanagement

Im vergangenen Jahr wurde die Fachzeitschrift „Personal“ auf eine Besonderheit in der Hochschullandschaft aufmerksam. An der Dualen Hochschule war quasi ein standortübergreifender, virtueller Lehrstuhl entstanden. In der Konzeptionsphase der neuen Masterstudiengänge hatten sich die Verantwortlichen der DHBW-Standorte Lörrach, Ravensburg und Stuttgart dem Fachgebiet Human Resource Management gewidmet.

Für den damaligen Themenschwerpunkt „Wirtschaft und Hochschule“ stellte „Personal“ verschiedene Aktivitäten an deutschen Hochschulen vor. Für die Rubrik „Lehrstuhlportrait“ geriet dabei die DHBW ins Blickfeld. Mit einem Lehrstuhl traditioneller Prägung konnte man zwar nicht aufwarten, doch trotzdem überzeugten der Ansatz und das Konzept der DHBW die Fachredakteure. Denn bereits in der Konzeptionsphase der neuen Masterstudiengänge entwickelte sich das Fachgebiet Human Resource Management über verschiedene Standorte (Lörrach, Ravensburg und Stuttgart) hinweg.

„War for Talents“

Damit reagierte die DHBW auch auf die wachsende Bedeutung der betrieblichen Personalpolitik, denn die

Relevanz der Humanressourcen für den Unternehmenserfolg hat im Kontext des demografischen Wandels und des globalen „War for Talents“ erheblich an Bedeutung gewonnen. Ein standortübergreifender, virtueller Lehrstuhl entstand.

Erste Arbeitssitzung

Im Sommer 2012 traf sich der „virtuelle Lehrstuhl“ erstmals reell für eine Arbeitssitzung in Ravensburg. Gastgeber war Prof. Dr. Ernst Deuer, seit 2009 Professor für Personalmanagement und Mitarbeiterführung an der DHBW Ravensburg. Deuers inhaltliche Schwerpunkte: Ausbildungsabbrüche und Retention Management, Rekrutierungstrends, Ausbildungsmarketing sowie Work-Life-Balance in Ausbildung und Studium.

Aber auch die Gäste – die Professoren Uwe Schirmer und Stefan Huf aus Lörrach und Stuttgart – betraten in Ravensburg keineswegs Neuland. Prof. Dr. Schirmer war vor seiner Professorentätigkeit Personalleiter beim Ravensburger Buchverlag, seine Schwerpunkte liegen in den Bereichen Demographieorientiertes Personalmanagement, Retentionmanagement und Arbeitszufriedenheitsforschung.

Prof. Dr. Huf hatte dagegen zu Beginn des vergangenen Jahrzehnts eine Professur an der damaligen Be-

rufsakademie Ravensburg inne, bevor ihn weitere Stationen an die Berufsakademie Karlsruhe und schließlich an die Duale Hochschule Stuttgart führten. Seine Schwerpunkte liegen in den Bereichen Arbeitsverhältnis als psychologischer Vertrag, Strategisches Personalmanagement, Arbeitgeberattraktivität und Personalmarketing sowie Entgeltgestaltung.

Masterstudiengang mit dem Profil „Personalmanagement“

Das Arbeitstreffen befasste sich mit aktuellen Fragen des Masterstudiengangs „Master of Business Management“ mit dem Schwerpunkt Personalmanagement, der in Lörrach angeboten und von verschiedenen Dozenten aus Ravensburg unterstützt wird. Im Vordergrund standen Fragen der Prüfungsorganisation sowie die Einbindung und Nutzung virtueller Lernumgebungen. Da sich diese Fragen auch in Ravensburg und den hier angebotenen Masterprofilen stellen, fand auch ein Gedankenaustausch mit dem wissenschaftlichen Leiter der Ravensburger Masterstudiengänge, Prof. Dr. Carsten Brehm, statt. Auf diese Weise zeigte sich eindrucksvoll, welche Vorteile sich ergeben, wenn die Standorte der DHBW kooperieren und an einem Strang ziehen, so Prof. Dr. Ernst Deuer.

Master an der DHBW

Jetzt anmelden

DHBW-Master in Business Management

Profil Medien- und Kommunikationsmanagement

Seit Oktober 2011

Profil International Business

Seit Oktober 2011

Profil Tourismus-, Freizeit-, Hotel- und Gastronomiemanagement

Wahlmodule:

- Freizeitwirtschaft und Destinations- und Kurortemanagement
- Reiseverkehrsmanagement
- Hotel- und Gastronomiemanagement
- Lebensmittelkultur
- Lebensmittelmanagement

Start: Oktober 2012

Vier DHBW-Master in Technik, standortübergreifend

Maschinenbau

Wirtschaftsingenieurwesen

Automotive Systems Engineering/Green Technology

Informatik

Start: Oktober 2012

Weitere DHBW-Master siehe www.dhbw.de

Kooperationsmaster mit anderen Hochschulen

Master BWL, Produktion und Märkte

Seit Oktober 2011

Kooperationsmaster Hochschule Ravensburg-Weingarten/DHBW Ravensburg

Master Systems Engineering

Start: Oktober 2012

Kooperationsmaster Hochschule für Technik, Wirtschaft und Gestaltung Konstanz/DHBW Ravensburg

Näheres: www.dhbw-ravensburg.de

Studienberatung Master: Anja Fischer-Voigt

Telefon. +49.751.18999.2161
master@dhbw-ravensburg.de



Für die hochemotionalen Momente im Messeleben

Michael Biwer, Director der „prolight + sound“, weltweite Leitmesse für Veranstaltungen und Entertainment

„Ich hätte mir vorher nicht erträumen lassen, heute in dieser Position zu sein.“ Das sagt Michael Biwer, Director der „prolight + sound“, Internationale Messe der Technologien und Services für Veranstaltungen, Installation und Produktion bei der Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Vor zwölf Jahren hat er an der Dualen Hochschule Ravensburg Messe-, Kongress- und Eventmanagement studiert. Ein Studium, das sich für ihn in vielerlei Hinsicht als goldrichtig erwiesen hat.

„Das Duale Studium macht es möglich in seinem Unternehmen die verschiedensten Bereiche kennen zu lernen und zu erkunden, wo man sich später vielleicht mal sehen könnte“, sagt Michael Biwer. Eine Entscheidung, die ihm ganz leicht fiel. Mit der „prolight + sound“ war es quasi Liebe auf den ersten Blick. Bei der weltweiten Leitmesse für Veranstaltungen und Entertainment geht es darum, dass im Hintergrund von Veranstaltungen wie etwa Konzerten technisch alles wie am Schnürchen läuft – Licht und Sound sind da nur die dicksten Brocken. Bei aller Technik ist dies für den ehemaligen DHBW-Studenten Michael Biwer vor allem in der Durchführung aber

„An der Dualen Hochschule Ravensburg und meinem Studiengang schätze ich auch das unglaubliche Netzwerk an Kontakten. Die DHBW ist mit ihren Studenten an allen wichtigen und großen Messeplätzen vertreten.“

Michael Biwer

eine „hochemotionale Angelegenheit“. Jede Veranstaltung lebt eben von ihrer ganz eigenen Magie.

Die Messe Frankfurt hat allein im Jahr 2011 insgesamt 100 Messen, davon 63 im Ausland organisiert. Zur „prolight+sound“ führte Biwer

so mancher Umweg – Stationen, die sich allesamt als lohnend erwiesen haben. Angefangen bei der Teamasistenz Technische Messen weltweit mit Hauptressort Asien über die Tätigkeit als Salesmanager bei der Light + Building (weltgrößte Messe für Licht und Gebäudetechnik) bis hin zur IFFA (Internationale Fleischerfachausstellung), bei der Knochenbrecher, Entborster und sonstige Raffinessen an den Mann gebracht werden.

Die „prolight + sound“ lockt

2008 lockte dann die „prolight + sound“, auf den Job als Salesmanager folgte 2010 der Direktor-Posten. Da war sie also, die Position, die er sich als 20-jähriger Student in Ravensburg nicht hätte erträumen lassen. Mit 32 Jahren arbeitet Michael Biwer nun seit zwölf Jahren beim größten deutschen Messeunternehmen.

Dass er auch heute noch auf die Studieninhalte zurückgreifen würde, hätte er sich sicher auch nicht gedacht. „Aber es gibt eine Fülle von Tools aus dem Studium, die man erst nicht nutzt und die mir jetzt sehr wohl helfen.“ Sei es Nützliches zu Organisationsstrukturen oder Konzeptentwicklung.

Und noch etwas verbindet den gebürtigen Frankfurter auch heute eng mit Ravensburg und der DHBW: „Das ist das unglaubliche Netzwerk an Kontakten. Die DHBW ist mit ihren Studenten an allen wichtigen und großen Messeplätzen vertreten.“ Über das gemeinsame Studium entsteht ein hilfreiches und kommunikatives Netzwerk.

Und übrigens hinterlassen auch die veranstaltungsfreudigen Messe- und Kongressstudenten in Ravensburg beständig ihre Spuren. Der Jahrgang von Michael Biwer etwa rief das Maifest und die Academy Night ins Leben. Es geht eben nichts darüber, die Theorie sofort in die Praxis umzusetzen.



Michael Biwer.
Foto: Messe Frankfurt Exhibition GmbH / Sutera

Auf einen Blick

Michael Biwer

Alumni BWL-Messe-, Kongress- und Eventmanagement

Director der „prolight + sound“ bei der Messe Frankfurt Exhibition GmbH

„Keine halben Sachen“

Er ist kaufmännischer Geschäftsführer des Liebherr-Werks in Pamplona

Halbe Sachen macht er nicht. Ist Hubert Deutsch von etwas überzeugt, dann setzt er sich dafür mit Ehrgeiz und Herz ein. Zwei dieser Herzengangehenheiten: Liebherr, sein Arbeitgeber, und die Duale Hochschule Ravensburg.

„Bei Liebherr spricht man vom gelben Blut“, stellt Hubert Deutsch fest. Dieses fließt nach elf Jahren in der Firmengruppe wohl auch in seinen Adern. 2001, nach Abschluss des Studienganges BWL-Bank an der Berufsakademie Ravensburg, startete Deutsch ins Berufsleben. Er begann als kaufmännische Nachwuchskraft bei der damaligen Liebherr-Holding GmbH in Biberach an der Riss. Seither hat er verschiedene Positionen für Liebherr bekleidet.

Erfolgsrezept Liebherr

Innovativ, unabhängig und qualitätsorientiert: Das sind einige der Attribute, die Deutsch dem Familienunternehmen zuschreibt. Und die er mit für die Zutaten des Erfolgsrezeptes von Liebherr hält. Vor über 60 Jahren hatte alles mit der Erfindung des ersten mobilen Turmdrehkrans durch Firmengründer Hans Liebherr begonnen. Seitdem hat sich das Unternehmen zu einer stark diversifizierten Firmengruppe entwickelt, die über 35.000 Mitarbeiter in mehr als 130 Gesellschaften weltweit beschäftigt. Stark auf den internationalen Märkten, mit Wurzeln in Oberschwaben.

Zunächst arbeitete der gebürtige Biberacher Deutsch im zentralen Bereich Revision und Konzernrechnungslegung der Firmengruppe und betreute Liebherr-Gesellschaften innerhalb und außerhalb Europas. Später wechselte er in die damalige Produktparte Erdbewegung und Mining. Hier war seine Aufgabe das Beteiligungscontrolling samt kaufmännischer Leitung an Liebherr-Standorten in Ru-



Hubert Deutsch.

„Ich wollte der Hochschule einfach etwas zurück geben.“

Hubert Deutsch blieb der DHBW lange Jahre als Dozent verbunden.

mänien, Polen, Finnland und Schweden. Seit 2007 war er mitverantwortlich für den Aufbau einer neuen Produktionsstätte in Russland, zu deren Finanzdirektor er bestellt wurde. „Das war eine aufregende Zeit, es ging immer auch darum, die andere Kultur und die oftmals andere Arbeitsweise in Russland mit unserer Unternehmenskultur und unserem Arbeitsstil in Einklang zu bringen“, sagt Deutsch. Wieder ging es auch um die besonderen Werte, die ein familiengeführtes Unternehmen ausmachen.

Und die spielen auch in seiner jetzigen Position als kaufmännischer und Vertriebsgeschäftsführer der Liebherr Industrias Metálicas, S.A.

im spanischen Pamplona eine wichtige Rolle. Das dortige Liebherr-Werk beschäftigt rund 250 Mitarbeiter. Hergestellt werden in erster Linie Turmdrehkrane. Diese waren zu Zeiten des Baubooms in Spanien begehrt, doch die Nachfrage aus dem Inland hat sich nach der Wirtschaftskrise noch nicht wieder belebt. Allerdings läuft der Export von Kranen sehr gut. Damit sind die Auftragsbücher gefüllt und die Mitarbeiter dürfen sich über eine dreijährige Arbeitsplatzgarantie freuen. Eine Seltenheit im heutigen Spanien.

Blick über den Tellerrand

Hubert Deutsch denkt gerne und oft an die Zeiten bei der BA, heute Duale Hochschule, in Ravensburg zurück. Gleich nach seinem Studium begann er dort als Dozent. Neun Jahre lang kam er regelmäßig in die Marktstraße. Dass er mit dem Wechsel zu Liebherr den „Bankensektor“ schnell verlassen hatte, spielte dabei keine Rolle. Gerade den Blick über den Tellerrand schätzt auch Prof. Dr. Joachim Sprink, Studiengangsleiter BWL-Bank. Deutsch selbst hatte an seinem Studium besonders der Praxisbezug überzeugt. In seiner späteren Rolle als Dozent wollte er der Hochschule „einfach etwas zurückgeben“, was man ihm gegeben hatte.

Auf einen Blick

Hubert Deutsch

Alumni BWL-Bank

Kaufmännischer und Vertriebsgeschäftsführer der Liebherr Industrias Metálicas, S.A. in Pamplona

Posten inklusive guter Aussicht

Andreas Neiningner: Traumberuf Hoteldirektor

Andere wollen in jungen Jahren Pilot oder Feuerwehrmann werden. Für Andreas Neiningner stand da schon längst fest, dass sein Traumberuf Hoteldirektor ist. Ein Traum, den er sich nun nach einem Studium an der DHBW mit nun 27 Jahren erfüllt hat. Ab Oktober leitet er das neu gebaute Panoramahotel Oberjoch.

„Ich bin ein guter Gastgeber, das ist der schönste Job, den es gibt“, sagt Andreas Neiningner. Die 5-Sterne-Gastronomie hat es ihm von jeher angetan. Es geht um nicht weniger als darum, den Gästen Wünsche zu erfüllen, von denen sie gar nicht wussten, dass sie sie überhaupt haben. Dafür zeichnet er seit Oktober verantwortlich als Hoteldirektor des brandneuen 270 Betten-Panoramahotels Oberjoch – dem neuesten Objekt der Lerch GmbH.

Aber der Reihe nach. Begonnen hat das Projekt Hoteldirektor für den Weil der Städter ganz klassisch mit 14 Jahren im Service. Weiter ging es mit einer Ausbildung zum Hotelfachmann im 5-Sterne-Haus Hotel am Schlossgarten in Stuttgart. Und weil ein Direktor im Sternenhimmel ohne Management und Betriebswirtschaft ganz schnell wieder auf den Boden der Tatsachen kommen kann, schloss Andreas Neiningner gleich noch ein Studium BWL-Hotel- und Gastronomiemanagement an der Dualen Hochschule in Ravensburg an. „Das duale Studium ist nahe an der Praxis und entsprach so am besten meinen Vorstellungen“, sagt der 27-Jährige heute. Praktisch wurde es während seines Studiums im Grandhotel Schloss Bensberg bei Köln und in der Villa Belrose in St. Tropez. Heute sagt Neiningner: „Ich würde es wieder genauso machen, das Studium war spitze.“

Die DHBW Ravensburg war definitiv die richtige Entscheidung: Dort lernte er dazu noch Julia Lerch kennen. Ihre Familie betreibt über die Lerch GmbH unter anderem das

Auf einen Blick

Andreas Neiningner

Alumni BWL-Hotel- und Gastronomiemanagement

Direktor Panoramahotel Oberjoch



Parkhotel Jordanbad Biberach. Besonders ausgeprägt ist der Catering-Bereich – nach dem Studium war Neiningner dort verantwortlich für Food & Beverage. Das fängt bei den Häppchen in den Veranstaltungspausen der Biberacher Stadthalle an und endet bei der logistischen Meisterleistung etwa bei der Bewirtung bei Open Air-Konzerten. Bei der letzten Großveranstaltung, der Schüler-Physik-WM, wurden etwa 6000 Brötchen, 6000 Kilo Fleisch und 12.000 Liter Getränke ausgegeben. Kulinarisch beircirt hat die 450 Physik-Käppsele aus aller Welt ein schwäbisches Buffet.

Herausforderungen wollen gemeistert werden. Das gilt nun vorrangig 1136 Meter über dem Meeresspiegel und mit fantastischem Blick auf die Alpen für das Panoramahotel Oberjoch. Dort ist Neiningner zunächst am Ziel angekommen – Traumberuf Hoteldirektor. Was nicht heißt, dass es sich für den 27-Jährigen ausgeträumt hat. Ein weiteres großes Ziel hat er bereits vor Augen: „Das eigene Hotel.“

Studenten setzen sich gegen Profis durch

Studenten BWL-Industrie holen beim MARGA Planspielwettbewerb Platz 3 unter 64 Teams

Studenten des Studiengangs BWL-Industrie der Dualen Hochschule Ravensburg (DHBW) haben beim MARGA Planspielwettbewerb Platz drei unter 64 Teams geholt. Das Besondere daran: Die DHBW-ler setzen sich als einziges studentisches Team souverän gegen den Führungsnachwuchs namhafter Unternehmen durch.

Ziel des MARGA General Management Planspielwettbewerbs ist es, ein virtuelles Unternehmen zu füh-

Das MARGA-Fernplanspiel

Bereits seit 40 Jahren veranstaltet die MARGA Business Simulations GmbH das MARGA Fernplanspiel in Kooperation mit der Verlagsgruppe Handelsblatt und der European School of Management and Technology (ESMT). In der MARGA Unternehmenssimulation steuern die Teilnehmenden alle Bereiche und Funktionen eines simulierten Unternehmens und stehen als Team im direkten Wettbewerb zu Teams anderer Unternehmen. Durch die Dauer von mehreren Monaten soll der Fernplanspiel-Wettbewerb einen besonders nachhaltigen Lernerfolg bieten. Ziel des Wettbewerbs ist es, ein virtuelles Unternehmen erfolgreich zu führen und dessen Wert zu steigern. Die acht besten Teams qualifizieren sich für das Finale auf Schloss Gracht.



Auf Schloss Gracht fand das Finale des MARGA Planspielwettbewerb statt (von links): Irmgard Rauscher, Ansprechpartnerin Duales Studium bei Tognum, Prof. Karl-Heinz Busam, Studiengangsleiter Industrie an der Dualen Hochschule, Tobias Dillmann (MTU), Susanne Böttcher (LEONI Kabel), Susanne Gruber (MTU), Benjamin Grieser (OMIRA) und Aaron Kühne (EnBW).

ren und seinen Wert zu steigern. Rund 400 Nachwuchsführungskräfte in 64 Teams von 37 Unternehmen und eben fünf Studenten der Dualen Hochschule Ravensburg entwickelten in diesem Sinne ihre ganz eigene Strategie. Sie entschieden über Personal, Finanzen, Produktion

und Logistik, stellten Weichen in den Bereichen Forschung und Entwicklung und optimierten den Einsatz der Marketinginstrumente. Runde um Runde wurden die Konzepte ausgefeilter, Team um Team musste sich aus dem insgesamt sechs Monate dauernden Wettbewerb ver-

abschieden.

Am Ende lieferten sich die acht besten und erfolgreichsten ein Finale auf Schloss Gracht in Erfstadt, dem Firmensitz der MARGA Business Simulations GmbH. Und dort hatte die OBI Group die Nase vorn vor der ThyssenKrupp und der Dualen Hochschule Ravensburg.

„In der Rolle des Vorstands ist man nicht jeden Tag“

Platz drei für die Studenten, und das vor dem Führungsnachwuchs der meisten anderen teilnehmenden Unternehmen: Besser hätte es für die DHBW kaum laufen können. „Mich macht vor allem stolz, dass unsere Studenten sich gegen so viele Profis durchgesetzt haben“, sagt Prof. Karl-Heinz Busam, Studiengangsleiter Industrie. Um den Nachwuchs im Bereich BWL-Industrie aus dem Hause DHBW muss einem also nicht bange sein.

„Dass wir das Finale erreicht haben, war ein sehr großer Erfolg, bei dem großen und starken Teilnehmerfeld. Unsere Platzierung war bis zur Siegerehrung völlig offen und hart umkämpft“, erklärte DHBW-Student Tobias Dillmann und ergänzt: „Für unser anstehendes Berufsleben war der Wettbewerb eine wertvolle Erfahrung. In der Rolle des Vorstandes ist man nicht jeden Tag. Eine Vielzahl unternehmerischer Zusammenhänge ist uns dadurch erst deutlich geworden und wir konnten wertvolle Kontakte zu den Vertretern der anderen Firmen knüpfen.“

Mich macht vor allem stolz, dass unsere Studenten sich gegen so viele Profis durchgesetzt haben.“

Prof. Karl-Heinz Busam, Studiengangsleiter BWL-Industrie

Ilse Essers-Preis geht an Christine Kroll

Stadt Friedrichshafen zeichnet die beste Absolventin Technik aus

Christine Kroll heißt die diesjährige Dr. Ilse Essers-Preisträgerin. Die Auszeichnung geht nun bereits zum neunten Mal an die beste Absolventin im Bereich Technik der Dualen Hochschule Ravensburg. Verliehen wird der Preis von der Stadt Friedrichshafen.

Eigentlich tendierte Christine Kroll als Schülerin „eher in Richtung Wirtschaft“. Dass sie sich dann doch für die Technik entschieden hat, hat sich als goldrichtig erwiesen, wie nicht nur der Dr. Ilse Essers-Preis nun demonstriert. Aufgewachsen in Ingolstadt sei der Bezug zur Technik auch mit dem riesigen Audi-Werk dann doch irgendwie da gewesen, wie die 23-Jährige bei der Preisverleihung erzählte. Und auch Manching mit Cassidian war nur einen Katzensprung entfernt. Dort bewarb sich Christine Kroll in Verbindung mit einem Studium in Informationstechnik an der Dualen Hochschule Ravensburg. Der Abschluss mit der Note 1,3 spricht für sich. Heute arbeitet sie bei Cassidian Air Systems in der Bildverarbeitung. Dabei geht es etwa um die Erkennung von Verkehrssituationen in unbemannten Flugsystemen. Die Preisträgerin darf sich nun über einen einwöchigen Aufenthalt an einem Auslandsstandort an einem der Friedrichshafener Stiftungsbetriebe freuen.

„Friedrichshafen ist ein bedeutender Wirtschaftsstandort und braucht junge Menschen wie sie, die sich für Technik begeistern“, meinte Dr. Stefan Köhler, Erster Bürgermeister der Stadt Friedrichshafen.

Er machte auch deutlich, warum Ilse Essers Vorbild für technikbegeisterte Frauen ist. Die Tochter des Zeppelin-Ingenieurs Theo Kober war die erste Doktorandin im Fachbereich Maschinenwesen an der TH Berlin. Und das in einer Zeit, als jungen Frauen so manche Tür verschlossen blieb. Die Eltern von Ilse Essers etwa mussten erst eine Sondergenehmigung erwirken, damit ihre Tochter die Oberschule, die bis dahin nur für Jungen gedacht war, besuchen zu können.



Christine Kroll.

„Friedrichshafen ist ein bedeutender Wirtschaftsstandort und braucht junge Menschen wie sie, die sich für die Technik begeistern.“

Dr. Stefan Köhler, Erster Bürgermeister der Stadt Friedrichshafen

Neue Destination Cancún

Preis der IHK Bodensee-Oberschwaben

Camen Wesemann und Richard Ranftl haben den mit 750 Euro dotierten Preis „Student international“ gewonnen. Vergeben wird der Preis in jedem Jahr von der IHK Bodensee-Oberschwaben an Studenten der Dualen Hochschule Ravensburg (DHBW) für ihre besondere internationale Ausrichtung. IHK-Mitglied Jean-Claude Parent vergab den Preis im Rahmen des International Day der DHBW.

Wer sich für ein Semester im Ausland entscheidet ist oftmals froh, bereits gut vorbereitete Pfade zu betreten. Umso lobenswerter ist es, wenn Studenten für die Duale Hochschule Neuland betreten und den Weg ebnen für neue Kooperationen mit weiteren internationalen Partnern. Carmen Wesemann, Studentin in International Business mit Partnerunternehmen Vetter Pharma, hat solches Neuland betreten. Erst eine DHBW-Studentin vor ihr „wagte“ sich nach Mérida in Mexiko. Carmen Wesemann entschied sich ebenfalls für ein Studium in Mérida, zudem zog es sie noch nach Cancún. Traumhaft gelegen an der Küste der Halbinsel Yucatán zeigte die Universität dort sofort großes Interesse an der Dualen Hochschule Ravensburg mit ihren renom-

mierten Tourismus-Studiengängen. Der Vertrag Ravensburg-Cancún ist bereits unterzeichnet und im Herbst kommt der erste Student aus Mexiko nach Oberschwaben.

Auch der zweite Preisträger „Student international“ hat bei seinem Auslandssemester in Glamorgan in Wales so einiges erlebt. Imposant war etwa der Campus mit seinen rund 20.000 Studenten. Für preiswürdig befand ihn die Jury, weil der Handelsstudent mit Partnerunternehmen Fristo Getränkemarkt dank seinem Studium in Wales nun einen Double Degree vorweisen kann – seinen Lebenslauf schmücken künftig gleich zwei Bachelor of Arts. Jean-Claude Parent von der Werbeagentur Schindler Parent und Dr. Sönke Voss (IHK) vergaben den Preis an die Studenten und betonten, wie wichtig für Arbeitgeber die Erfahrungen im Ausland seien.



Camen Wesemann und Richard Ranftl.

Studentin inspiriert Briten zum Briefeschreiben

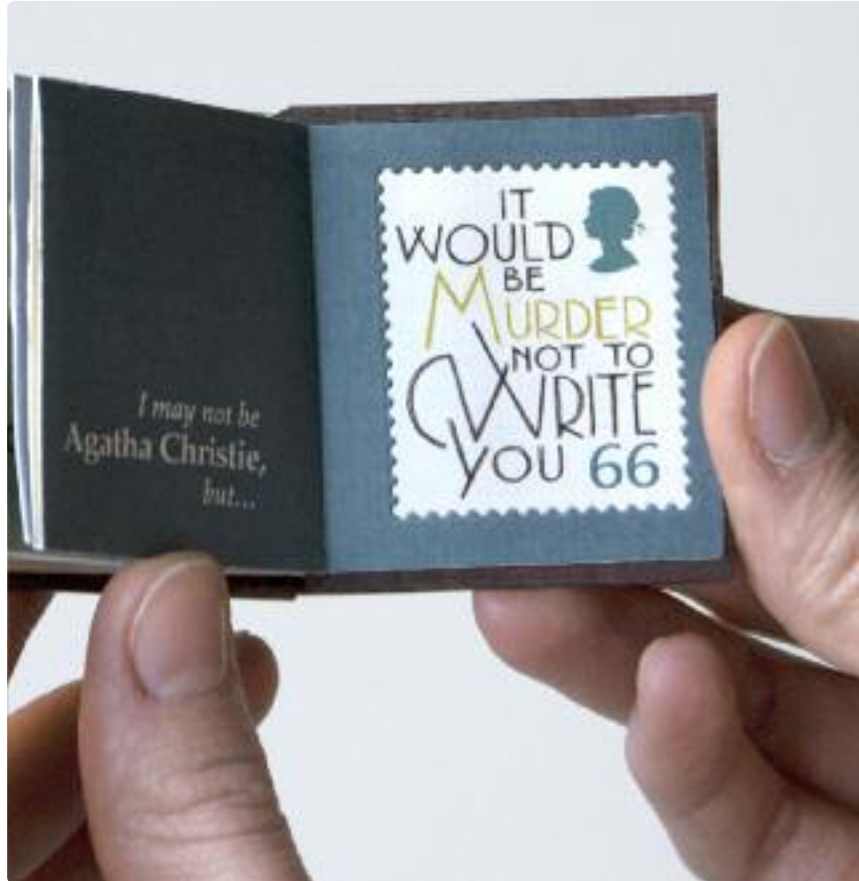
Mediendesign-Studentin Eva Besenreuther gewinnt Student Design Award

Briefmarken, erdacht und gestaltet von Eva Besenreuther, einer Mediendesign-Studentin an der Dualen Hochschule Ravensburg, sind dazu gedacht, Briefe der englischen Royal Mail zu zieren. Mit einem Set von sechs Marken hat sie den ersten Preis beim Student Design Award der Royal Society for the Encouragement of Arts, Manufacturers and Commerce (RSA) gewonnen.

Die RSA lobt jedes Jahr einen der renommiertesten Nachwuchswettbewerbe Großbritanniens aus. Seit 1924 werden kreative Studenten gefördert, die sich besonders den Herausforderungen der Zukunft und auch ihrer sozialen Verantwortung stellen. Rund 600 Studenten reichten dieses Jahr wieder Arbeiten ein. Darunter die Ravensburger Mediendesign-Studentin Eva Besenreuther, die sich einer speziellen Aufgabenstellung der Royal Mail angenommen hat.

Kaum einer greift zu Stift und Papier

Die britische Post macht sich Gedanken darüber, dass laut einer Umfrage zwar neun von zehn Menschen hoch erfreut über einen handgeschriebenen Brief sind, tatsächlich aber nur ganz wenige für ihre Lieben und Freunde wirklich zu Stift und Brief-



In einem Booklet hat Eva Besenreuther ihre Briefmarken-Kollektion in London präsentiert.

papier greifen. Sie wünschten sich von dem Kreativnachwuchs ein Set von Briefmarken, welches das Briefeschreiben „celebrates“, also feiert und dazu inspiriert.

Und genau dies gelingt dem Set aus Ravensburg von Eva Besenreuther nach dem Urteil der Briten wohl aufs Beste. „Meine Idee ist es zu zeigen, dass ein Brief keine hohe Literatur



sich auf bekannte britische Autoren verschiedener Epochen und auf ihre Figuren und Geschichten. So heißt es zum Beispiel: „I may not be Jane Austen, but... this letter is one hundred percent free of conventions“ – Ich mag nicht Jane Austen sein, aber dieser Brief ist zu 100 Prozent frei von Konventionen. Die kleinen Marken-Botschaften sind von Hand kalligraphiert, jede einzelne passend zu Epoche, Stimmung und Autor.

Die Botschaften kamen an. Eva Besenreuther schaffte es ins Finale und reiste nach London zur Präsentation. Und bald kam die frohe Kunde über ihren 1. Preis. Sie freut sich nun über ein sechswöchiges Praktikum bei der renommierten Londoner Designagentur Lewis Moberly und ein Stipendium über 3000 Pfund. Und wer weiß, vielleicht veröffentlicht die Royal Mail tatsächlich einmal die Sieger-Briefmarken der Ravensburger Mediendesignerin. Um damit die Engländer zum Briefeschreiben zu animieren – auch wenn nicht jeder von ihnen Shakespeare, Jane Austen oder Agatha Christie sein kann.

Betreut wurde die Arbeit von Prof. Dr. Markus Rathgeb und von der DHBW-Dozentin Sonja Frick, die als Grafikdesignerin mehr als 30 Jahre lang in London gelebt hat und nun in Überlingen wohnt.

Mediendesigner überzeugen

Art Directors Club

Wer sind die Kreativsten unter den Kreativen? Darüber fällt alljährlich der Art Directors Club (ADC) mit einem Wettbewerb ein Urteil, auch 2012 haben sich wieder mehr als 2000 Teilnehmer der Konkurrenz gestellt. Im Nachwuchswettbewerb haben sich die Studenten der DHBW Ravensburg seit Jahren fest etabliert. Silber, Bronze und eine Auszeichnung lautet heuer die stattliche Bilanz.

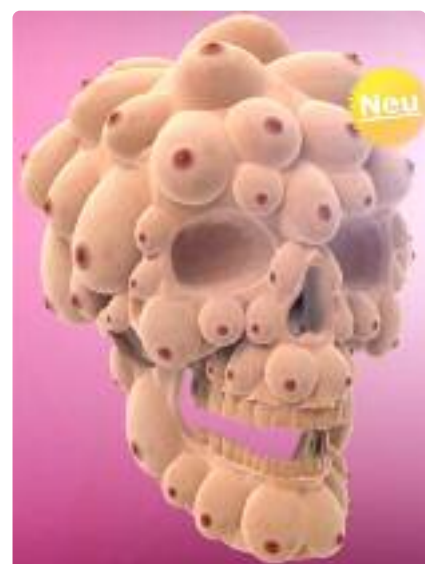
• **Silber für „Life Cube Gallery“:** Das Konzept für eine wandernde Kunstausstellung durch britische Krankenhäuser bringt David Seidewitz und Florian Tscharf Silber in der Kategorie Ganzheitliche Kommunikation ein. Für diese Semesterarbeit konzipierten sie einen „life cube“, quasi einen Lebenskubus. Dieser birgt 56.000 Muster, hinter denen, neue Technik macht es möglich, eine Lebensgeschichte steckt. „Life is a puzzle and everybody is a part of it.“

• **Bronze für „Form fucks function“:** Frech setzt sich Florian Tscharf in seiner DHBW-Abschlussarbeit mit

dem Thema Werbung auseinander, der ADC belohnt das in der Kategorie Film mit Bronze. Alles beginnt mit der harmlosen Werbebotschaft, schon bald verschiebt sich da was und die nette Szenerie will nicht mehr so recht zur lockenden Kunde passen.

• **Auszeichnung für „Echo“:** Linus Schaaf, Maike Strothmann, Katharina Lanz und Simon Wiesinger holten die in der Kategorie Digitale Medien für ihre Semesterarbeit.

• **Auszeichnung für „Open Brief“ beim D&AD London:** „Be a part of Peace“ so der Titel der Kampagne, entworfen von den Ravensburger Mediendesign-Studenten Rafael Schneider, Viola Schumann, Christian Krause und Christopher Risse. Ziel ist es, die Menschen auf den Peace Day in London aufmerksam zu machen. Über Facebook bekennen sie sich zum Frieden und sehen live zu, wie ihr Name auf eine Friedensflagge gestickt wird, die beim Peace Day schließlich entrollt wird.



Mit dem Thema Werbung setzt sich frech Florian Tscharf in seiner preisgekrönten Arbeit „Form fucks function“ auseinander.

ADC

Im Art Directors Club (ADC) Deutschland setzen die führenden Designer und Werber im Land Maßstäbe in der kreativen Kommunikation. Studenten im Studiengang Mediendesign an der DHBW Ravensburg gelingt es immer wieder, im Nachwuchswettbewerb des ADC die begehrten Auszeichnungen zu ergattern. 2011 etwa holten sie Gold, Silber und Bronze, 2012 nun Silber und Bronze.

Ein Blick auf die preisgekrönten Arbeiten lohnt sich allemal: www.mediendesign-ravensburg.de

Frische Ideen in alten Gemäuern

Ravensburger Designpreis geht an Christian Ehni

Im Rahmen der Bachelor-Ausstellung der Mediendesigner der Dualen Hochschule Ravensburg ist auch der Ravensburger Designpreis verliehen worden. Die mit 500 Euro dotierte und von der BW-Bank vergebene Auszeichnung ging an den DHBW-Absolventen Christian Ehni.

Der Preis geht in jedem Jahr an einen DHBW-Absolventen Mediendesign, der sein Studium bereits ein Jahr lang hinter sich gelassen hat. Umso interessanter, welche Richtung die Jung-Kreativen eingeschlagen haben. Christian Ehni arbeitet künftig für die renommierte Agentur Jung von Matt in Stuttgart. Eine tolle Adresse: Jung von Matt ist 2012 zum fünften Mal in Folge vom Art Directors Club zur Agentur des Jahres gekürt worden und zählt BMW oder Saturn genauso zu seinen Kunden wie den World Wildlife Fund. Das Studium an der DHBW war für Preisträger Christian Ehni der Türöffner, „die DHBW Ravensburg gehört zu den definitiv großen Designschulen in Deutschland“. Die

Professoren haben es bei der Preisverleihung am Samstag gerne gehört. Und gaben das Lob zurück an den Preisträger. „Der Preis würdigt nicht nur die hervorragende fachliche Leistung, sondern auch die Persönlichkeit“, so Prof. Dr. Markus Rathgeb.

Der mit 500 Euro dotierte Preis wird von der BW-Bank vergeben. Direktor Markus C. Kern war besonders von der Bachelorarbeit von Ehni begeistert. Thema: Stromsparen im Internet. Immerhin gehen zwei Prozent des weltweiten Stromverbrauchs auf das Konto des Internets. Die Kampagne von Ehni und einem Kommilitonen zielt darauf, facebook-Einträge nicht zu speichern, sondern nach einer gewissen Zeit automatisch zu löschen. Oberbürgermeister Dr. Daniel Rapp erinnerte an den bevorstehenden Umzug des DHBW-Studiengangs Mediendesign ins Alte Theater im Herzen der Stadt: „Darauf freuen sich alle.“

Kern und Rapp ließen sich anschließend einen ausgiebigen Gang durch die Ausstellung nicht neh-



Christian Ehni hat sich den Ravensburger Designpreis verdient.

men. Und bewunderten in den alten Gemäuern des WLZ-Gebäudes neueste mediale Produkte und Ideen. Etwa ein i-Pad-Magazin für Fahrradbegeisterte, eine Imagekampagne für den FC Weiler oder die dreikantige Rostbratwurst, verschiedene Musikvideos und Filme oder ein Magazin für Protestkultur.



Studiengangsleiter Prof. Dr. Markus Rathgeb, Direktor BW-Bank Markus C. Kern, Oberbürgermeister Dr. Daniel Rapp und Studiengangsleiter Prof. Herbert Moser.

Informatikerin becirt Zwei-Sterne-Koch

Michaela Estler, Mitarbeiterin und Dozentin im Studiengang Wirtschaftsinformatik bei den „Topfgeldjägern“

Langweiler, Eigenbrötler, Computerfreak: Einem Wirtschaftsinformatiker wird so manches nachgesagt. Kann ein Exemplar dieser Spezies also tatsächlich mit einem selbstgekochten Menü einen Sternekoch umhauen? Michaela Estler, Diplom-Wirtschaftsinformatikerin (BA), wissenschaftliche Mitarbeiterin und Dozentin an der DHBW Ravensburg im Studiengang Wirtschaftsinformatik, stellte sich mit ihrem Menü in TV-Koch Steffen Henssler Sendung „Topfgeldjäger“ dem Urteil von Zwei-Sterne-Koch Frank Rosin.

Die Entscheidung fiel spontan: Gemeinsam mit Freundin Silvia Welle bewarb sich Michaela Estler bei der von Fernsehkoch Steffen Henssler moderierten Sendung „Topfgeldjäger“. Das Konzept der Sendung ist schnell erklärt: Zwei Frauen treten gegen zwei Männer an. Beide Teams erhalten einen identischen Warenkorb, in 45 Minuten müssen drei Gänge auf dem Tisch stehen. In vier Quizrunden können die Hobbyköche weitere, von ihnen im Vorfeld ausgewählte Zutaten zur Verfeinerung gewinnen. Am Ende entscheidet Juror und Zwei-Sterne-Koch Frank Rosin, wer gewonnen hat. Die Gewinner können ihr Preisgeld mit nach Hause nehmen oder – nachdem sie die Zutaten für die nächste Runde gesehen haben – das Geld erneut gegen ein neues Team setzen. Bei einer Niederlage ist das bisher „erkochte“ Geld verloren.

Ob sich die diversen Probekochen, Probebacken und Probeessen auszahlen würden? Immerhin in zwei Runden begeisterten die Hobbykö-



Die Topfgeldjägerinnen Silvia Welle (2. von links) und Michaela Estler mit Zwei-Sterne-Koch Frank Rosin (links) und TV-Koch Steffen Henssler.

chinnen aus Schaben den Sternekoch Rosin. Ob Nougatravioli oder Ruccola im Parmesankörbchen: Es

hagelte Lob vom Meister. Erst in der dritten Runde stiegen die beiden Frauen – wohlgernekt ohne Nieder-

lage am Herd – aus eigenem Wunsch aus. Die Wachtel im Warenkorb hatte sich als k.o.-Kriterium erwiesen.

Persönlich

- Prof. Dr. Herbert Dreher wird Sprecher der DHBW-Forschungskommission

Seit einigen Wochen kümmert sich eine standortübergreifende DHBW-Forschungskommission um die Grundsatzfragen der Forschung und der Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses. Es geht unter anderem darum, Vorschläge für die Rahmenbedingungen und Strukturen zur Forschung an der DHBW zu erarbeiten. Prof. Dr. Herbert Dreher vom Campus Friedrichshafen wurde zum Sprecher der Kommission gewählt.

- Dr. Ernst Deuer, Professor an der DHBW Ravensburg, beteiligt sich am Dialogprozess „Arbeit der Zukunft gestalten“ des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales.

Gefragt ist seine Expertise zum Thema Einstiegsmodelle in den Beruf. Das Ministerium hat Akteure aus Wirtschaft, Politik, Gewerkschaft und Zivilgesellschaft aufgefordert, Anforderungen für flexible und zugleich sichere Rahmenbedingungen am Arbeitsmarkt zu formulieren. Ebenso gilt es, Handlungsoptionen für Unternehmen und Individuen herauszuarbeiten. Prof. Deuer greift zum Thema Einstiegsmodelle in den Beruf auf verschiedene Studien und Forschungsarbeiten der vergangenen Jahre zurück. Er beschäftigt sich mit Ausbildungsabbrüchen und führt regelmäßig Studien zur Studien- und Berufswahl aus der Perspektive der Jugendlichen durch. Darüber hinaus wirkt Prof. Deuer im neu eingesetzten Arbeitskreis „Berufsausbildung“ der Deutschen Gesellschaft für Personalführung mit und war Referent beim diesjährigen Demographie-Kongress des Behördenspiegels.

- Prof. Dr. Renate Dendorfer wurde 2011 zum Vice Chair der Section of International Law der ABA - American Bar Association mit der Zuordnung zu dem Private International Law Committee ernannt. Diese Ernennung wurde nun bis August 2013 verlängert.

Zudem wurde Prof. Dr. Dendorfer für diesen Zeitraum erstmalig zum Vice Chair des Mediation Committee der ABA Section of International Law bestellt. Die ABA ist die führende Anwaltsorganisation in den USA und mit mehr als 400.000 Mitgliedern weltweit die größte Berufsorganisation mit ausschließlich freiwilliger Mitgliedschaft. Die ABA Section of International Law ist zuständig für den Erfahrungsaustausch im internationalen und rechtsvergleichenden Bereich sowie zur Schaffung eines gegenseitigen Verständnisses unterschiedlicher Rechtssysteme, Rechtskulturen und eines internationalen Anwaltsnetzwerkes. „Durch die intensive Einbindung in die Programme der ABA entstehen interessante Kontakte in die USA und weltweit. Dies ermöglicht mir eine Vertiefung meiner internationalen Tätigkeit in Praxis und Lehre“, sagt Dendorfer.

Wissenschaft trifft Praxis

Prof. Dr. Stefan Fischer neu im Studiengang BWL-Bank

Der Studiengang BWL-Bank der Dualen Hochschule Ravensburg hat Verstärkung bekommen. Seit April lehrt dort Prof. Dr. Stefan Fischer, zu seiner neuen Position sagt er: „Ich möchte den Spagat zwischen wissenschaftlichem Idealismus und dem in der Praxis nötigem Pragmatismus vermitteln.“

Gehörige Portionen von beidem hat der gebürtige Augsburger in seiner beruflichen Laufbahn bereits mitbekommen. Seit 2005 bis zu seinem

Wechsel an die DHBW arbeitete er bei der Hypovereinsbank in München. „An einem interessanten Projekt, am Aufbau von Basel II“, so Fischer. Es ging also darum, Vorschriften zu definieren, die das Mindestmaß an Eigenkapital vorgeben, das eine Bank benötigt, um Kredite vergeben zu können. Ebenfalls bei einer Bank, bei der Deutschen Bank, hatte Fischers berufliche Karriere mit einer Bankkaufmannslehre begonnen. Danach allerdings entschied er sich für ein Studium der

Wirtschaftsmathematik in Augsburg. Sein Diplom absolvierte er in Mathematik, promoviert hat er in Informatik. Praxis und Theorie gaben sich bisher also die Klinke in die Hand. Nun sucht der 40-Jährige die neue Herausforderung und lehrt künftig an der DHBW Ravensburg die Fächer Mathematik, Statistik und Bilanzierung. Zudem ist er zuständig für Planspiele im Studiengang Bank. Eine Aufgabe, die dem Besitzer von 300 Strategiespielen und dem Vater zweier Kinder gerade recht kommt.



Prof. Dr. Stefan Fischer.

Von der Industrie an die Hochschule

Prof. Dr.-Ing. Marc Nutzmann neu im Studiengang Maschinenbau

Erst die Industrie kennenlernen und dann als Professor an die Hochschule: Diese Idealvorstellung seines beruflichen Werdegangs hat Dr.-Ing. Marc Nutzmann nun in die Tat umgesetzt. Seit Mai ist er Professor im Studiengang Maschinenbau, Vertiefung Produktion und Management, an der Dualen Hochschule Ravensburg am Campus Friedrichshafen.

Drei Jahre bei einem Mittelständler und vier in einem Großunternehmen: Von diesen Erfahrungen werden die Friedrichshafener Studenten künftig profitieren. Marc Nutzmann wird unter anderem im Bereich Konstruktion und im Qualitätsmanagement lehren, auch eine Vorlesung in

englischer Sprache bereitet er für die Studenten vor. Der 41-Jährige lebt mit seiner Frau und zwei Kindern in Lindau und hatte zuletzt bei der Hilti AG in Lichtenstein gearbeitet. Dort hat er als Projektleiter ein komplett neues Produktportfolio für den amerikanischen Markt vorbereitet. Hilti will verstärkt in den USA Fuß fassen, was mit europäischen Produkten kaum möglich ist. Nutzmann und sein Team haben nach Besichtigungen und Tests auf amerikanischen Baustellen die Hilti-Produkte „amerikanisiert“.

Vor Hilti arbeitete der 41-Jährige drei Jahre lang bei dem Automobilzulieferer Muhr und Bender KG, kurz Mubea, im Sauerland. Dort war Nutzmann zuletzt Abteilungslei-

ter Entwicklung im Bereich Antriebs- und Getriebewellen. Mubea beliefert unter anderem die ZF und alle namhaften deutschen Autobauer.

Sein Maschinenbau-Studium, Vertiefung Fertigungstechnik, hat Nutzmann an der RWTH Aachen absolviert. Anschließend arbeitete er dort fünf Jahre lang am RWT-Institut für Bildsame Formgebung, spricht für Umformtechnik. Dort entstand seine Doktorarbeit zum Thema Sandwich-Bleche, deren Zweck vor allem die Gewichtsreduzierung im Automobilbau ist. Mit Begeisterung betreute er in der Zeit auch so manche Studien- und Diplomarbeit. Eine Aufgabe, zu der er an der Dualen Hochschule nun ausgiebig Gelegenheit hat.



Prof. Dr.-Ing. Marc Nutzmann.

Elektrische Unterstützung bringt Radler nach Venedig

Bei der Generationentour transalp machten sich junge und ältere Radler, mit und ohne Elektroantrieb auf den Weg über die Alpen

„Beste Stimmung“, „total entspannt“, „wunderbar harmonisch“: Die Kommentare der Teilnehmer der Generationentour transalp von Studenten der Dualen Hochschule Ravensburg gemeinsam mit fahrrad-begeisterten Bürgern sprechen für sich. Bei der Tour Friedrichshafen-Venedig waren junge und ältere Radler, mal mit und mal ohne elektrische Unterstützung unterwegs. Das Konzept ging auf, es kehrte eine Gruppe aus Venedig zurück, die eine Woche gemeinsames Radeln zusammengeschießt hat.



So sehen glückliche Reschenpass-Bezwinger aus.

Exakt 703 Kilometer in sieben Tagen hatten die Teilnehmer bei ihrer Rückkehr in den Beinen. Wirtschaftsingenieur-Studenten der DHBW hatten die Tour geplant, um auf das Elektroradeln aufmerksam zu machen. Und in diesem Fall um zu zeigen, dass das Pedelec Generationen verbindet. Unterwegs waren sieben Studenten und deren Studiengangsleiter Prof. Dr. Jürgen Brath gemeinsam mit acht Radbegeisterten meist älteren Semestern, die sich auf einen Aufruf der Studenten hin gemeldet hatten. Die Studenten machten sich ohne elektrische Unterstützung auf den Weg über die Alpen, die anderen Teilnehmer per Pedelec.

Und kann der kleine Elektromotor denn nun tatsächlich die Generationen verbinden? Er kann!, so das Fazit nach sieben Tagen. „Ich war total begeistert von der Gemeinschaft“, sagt Edeltraud Baur, 64 Jahre alt. Ihre erste Tour über die Alpen hätte die passionierte Radlerin sich

ohne Pedelec nie zugetraut. So „war es zwar auch mal anstrengend, aber die Gruppe und die Landschaft haben das immer wieder wett gemacht“. Vor allem in den Bergen mussten die Studenten so manches ältere Semester an sich vorbei ziehen lassen, wie Tim Dreher bestätigt. „Aber gerade als Gruppenevent war die Tour damit ideal, denn das Ziel war es ja, gemeinsam ans Ziel zu kommen, ob jung oder alt, sportlich oder weniger sportlich“, bringt es Karl Sprinz auf den Punkt. Der sportliche 64-Jährige hätte die Tour locker ohne elektrische Hilfe gemeistert, war aber gespannt auf seine Premiere auf dem

E-Bike. Fazit: „Das ist auch in den Bergen richtig relaxed. Man muss schon treten, dann kommt einem aber auch richtig was entgegen.“ Etwa zwei Akkus brauchten die Pedelecer am Tag. Den Elektroantrieb auf Herz und Nieren getestet hat Bernhard Glatthaar, Kreisvorsitzender des Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Clubs (ADFC) Bodenseekreis. Von Edeltraud Baur gab es für die perfekte Organisation der DHBW-Studenten „die glatte Note 1“.

Eine gute Sache finden die Generationentour auch diverse Unterstützer. Hauptsponsor ist die EnBW. Bei 340.000 verkauften Pedelecs in

Deutschland in 2011 ist das Elektroradeln für die EnBW ein Topthema, versichert Philip Marquart, Leiter EnBW-Regionalzentrum Heuberg-Bodensee. Jeweils die Hälfte der E-Bikes für die Generationentour kamen von den Fahrradprofis Ravensburg und von Fahrrad Trübenbacher in Markdorf. Unterstützt wurde das Vorhaben auch von der Insel Mainau, dem Sportlernahrungsspezialisten Xenofit und von Falk Outdoor Navigation.

In weiteren Projekten beschäftigt sich e2rad mit einer Studie Berufspendler und mit elektrischen Tourenmöglichkeiten am Bodensee.

„Für die perfekte Organisation gebe ich den Studenten die glatte Note 1“,

Edeltraud Baur

Über die Alpen

Generationentour transalp (29. April-6. Mai) – die Etappen:

FN – Immenstadt	90 km
Immenstadt – Lermoos	86 km
Lermoos – Pfunds	83 km
Pfunds – Bozen	153 km
Bozen – Borgo Valsugana	130 km
Borgo – Treviso	136 km
Treviso – Venedig	52 km

Heimfahrt nach Friedrichshafen

Die Teilnehmer: Simon Gerner, Alexander Kraus, Walter Schmid, Joachim Stütz, Armin Müller, Karl Sprinz, Dieter Baur, Edeltraud Baur, Bernhard Glatthaar, Jürgen Brath, Ellen Müller-Wenk, Lore Müller-Wenk, Robin Sager, Ferdinand Saupp, Tim Dreher und Thorsten Jung.

Zwei stolze Siege und ein bitterer Wermutstropfen

Das Global Formula Racing-Team fährt zwei Siege ein und muss sich in Hockenheim mit Platz 38 begnügen

Eigentlich kann das Global Formula Racing-Team (GFR) mehr als stolz sein auf zwei Siege in dieser Formula Student-Saison. Einen Stachel setzte allerdings der Ausfall von Verbrenner- und Elektrorennwagen in Hockenheim beim abschließenden Ausdauerrennen in aussichtsreicher Position. So ist der Motorsport! Ganz sicher aber hat das Team auch 2012 wieder ganze Arbeit geleistet.

Als Titelverteidiger war der Verbrenner-Bolide beim renommierten Heimrennen im August an den Start gegangen. Lange Zeit durfte GFR wieder mit dem begehrten Platz auf dem Treppchen liebäugeln. Beim abschließenden Ausdauerrennen machte den Studenten jedoch der Ausfall der Lichtmaschine einen Strich durch die Rechnung. „Nur“ Platz 38 von 77 Teilnehmern für die Erfolgsverwöhnten.

Zu allem Unglück fiel auch der Elektrorennwagen eben im abschließenden Ausdauerrennen aus. Am Ende reichte es zu Platz 10 von 32. Einzelne Ergebnisse machen allerdings Hoffnung. So legte der Bolide „Made in Fallenbrunnen“ die zweit-schnellste Rennzeit hin. Die 75 Meter nahm er in 3,58 Sekunden unter die Reifen. Stolz können die Ravensburger auch auf zwei Sonderwertungen der Industrie sein: Platz 3 beim Bosch Award „Best Power System“ und Platz 3 beim Daimler Award „Best E-Drive Packaging“.

Hockenheim war der Saisonabschluss für das Global Formula Racing-Team in dieser Saison der Formula Student. Die bis dahin äußerst erfolgsversprechend verlaufen

war. Siege verbuchte GFR in Michigan und in Spielberg. Zwischenzeitlich eroberte die Mannschaft sogar wieder die Führung in der Weltrangliste der Formula Student. Einziger Wermutstropfen ist Hockenheim. Aber man braucht auch für 2012 noch Ziele.

Eine wesentliche Zutat für das GFR-Erfolgsrezept ist die Kooperation zwischen der DHBW und der Oregon State University. Auf zwei Kontinenten tüfteln rund 100 Studenten an zwei Rennwagen – in den USA entsteht der Verbrenner-Bolide, am Bodensee ein elektrischer Bruder. Vier Container mit Material schipperten 2012 genauso über den Ozean wie so mancher Austauschstudent. Für den Elektrorennwagen war 2012 die zweite Saison. Einiges war optimiert worden. Das Batterie-konzept ist vollkommen neu. Und vor allem bekam der Elektrische eine Diät verpasst. Die Folge: Gewichtsreduzierung von 215 auf 180 Kilo.

Technische Daten

Verbrennerrennwagen	Elektrorennwagen	
Leistung	55 PS	115 PS
Drehmoment	41 Nm	320 Nm
Gewicht	151 kg	180 kg
Lautstärke	109 dB	80 dB
Höchstgeschw.	126 km/h	135 km/h
von 0 auf 100	3,8 s	2,8 s

Ergebnisse 2012

Michigan:
Platz 1 (Verbrenner)

Spielberg:
Platz 1 (Verbrenner)
Platz 23 (Elektro)
(keine separate Wertung Elektrorennwagen)

Hockenheim:
Platz 38 (Verbrenner)
Platz 10 (Elektro)



Internationales Bankhaus Bodensee AG



DATEN & FAKTEN

Branche

Finanzinstitut

Geschäftsfelder

Privatkunden, Firmenkunden,
Immobilienkunden

Gründungsjahr

1996

Standort & Niederlassungen

Friedrichshafen, Freudenstadt, Konstanz,
Künzelsau, Radolfzell, Überlingen

Mitarbeiterzahl

137

Ansprechpartner Personal

Barbara Grote-Brinkmann

Adresse

Internationales Bankhaus Bodensee AG
Albrechtstraße 20
88045 Friedrichshafen

ARBEITSBEREICH

- Privatkunden
- Mittelständisches Firmenkundengeschäft
- Financial Engineering
- Immobilienkundengeschäft.

Informationen zu aktuellen Stellenangeboten, Traineeprogrammen sowie zu den Studienplätzen, die in Kooperation mit der Dualen Hochschule Baden-Württemberg angeboten werden, finden Sie unter www.ibb-ag.de/karriere.



ARBEITSBEDINGUNGEN

Als expandierendes Unternehmen fordert und fördert die IBB AG Ihre Leistung; je größer der Erfolg, desto größer die Freiheitsgrade. Wir setzen großes Vertrauen in Sie und lassen Sie von Beginn an selbstständig arbeiten. Deshalb suchen wir leistungsorientierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die mit diesem Spielraum verantwortungsvoll umgehen können. Sie dürfen Ihren eigenen Kopf mitbringen und – noch viel wichtiger – Sie dürfen ihn auch behalten. Mit Ihrem gesamten Wissen, Ihren Erfahrungen und Ihren Ideen.

Die IBB AG ist eine mittelständische Privatbank. Sie wurde 1996 von einem internationalen Investorenkreis gegründet und konzentriert sich seither auf das Firmenkunden-, Immobilien- und Vermögensverwaltungsgeschäft. Die stabile Eigentümerstruktur – Hauptaktionär der nicht börsennotierten AG ist die Würth-Gruppe – erlaubt es dem erfahrenen Vorstandsteam, die IBB nach dem bewährten Geschäftsmodell zu führen.

Die Bank ist gleichermaßen ein verlässlicher Partner für Kunden und Mitarbeiter. Die Fluktuation ist äußerst gering – die Finanzierungs- und Anlageprofis fühlen sich wohl in dem Haus am See, das überwiegend in Süddeutschland sowie in den Anrainerstaaten des Bodensees tätig ist.

Das Thema Mittelstand zieht sich durch die IBB wie ein roter Faden. Kunden der Privatbank sind erfolgreiche Mittelständler, die nicht nur Finanzierungsbedarf haben, sondern die richtigen Antworten auf die Finanzierungsfragen ihres modernen, international agierenden Unter-

nehmens suchen. Steuerliche Aspekte, Eigentümerstruktur, gesellschaftliche Besonderheiten und strategische Ziele kommen bei Beratungsgesprächen im In-

ternationalen Bankhaus Bodensee in ruhiger, professioneller Atmosphäre zur Sprache. Die Lösungen sind stets individuell auf die Kunden zugeschnitten – Blaupausen gibt es nicht, weil jede Lebens- und Unternehmenssituation ihre eigenen Antworten benötigt.

Mitarbeiter der IBB zeichnen sich durch jahrelange Erfahrung und fundiertes Know-how in der Firmenkunden- und/oder Vermögensberatung aus. Persönliches, überdurchschnittliches Engagement und gute Umgangsformen sowie das Bestreben, jeden Tag nach der besten Lösung für die Kunden zu suchen, sind Selbstverständlichkeiten. Gute Arbeit wird belohnt: Innerhalb des Hauses mit attraktiven Konditionen und Entfaltungsmöglichkeiten, jenseits der Bank mit einem attraktiven Lebensumfeld in einer der schönsten Regionen Deutschlands.



Barbara Grote-Brinkmann,
Leiterin Vorstandsstab/Personal

„Was unsere Mitarbeiter auszeichnet? Eine unternehmerische Denkweise, langjährige Erfahrung im Bankgeschäft, besonderes Engagement und ... viel Spaß an der Dienstleistung. Dafür bieten wir Arbeitsplätze mit Perspektive.“

IBB
Internationales
Bankhaus Bodensee AG

www.ibb-ag.com

Besuchen Sie auch unser Firmenprofil auf **XING**

IBB – Ihre persönliche Privatbank

London was calling

Live bei den Olympischen Spielen in London: Svenja Krauß, Studentin Journalismus und Unternehmenskommunikation

Sie ist duale Studentin der Fachrichtung Journalismus und Unternehmenskommunikation an der DHBW Ravensburg und bei Hansgrohe und war dabei: in London. Als Jugendreporterin berichtete Svenja Krauß täglich aus dem Deutschen Haus und versorgte die Social Media-Plattformen von Hansgrohe mit News rund um die Olympischen Spiele 2012. Auge in Auge mit Smudo, Christina Obergföll oder dem Bundespräsidenten: Im DHBW-Kompass berichtet die 21-Jährige über ihre aufregende Zeit.

„Mit der Eröffnung des Deutschen Hauses begann auch meine Arbeit. Ich berichtete täglich aus den Docklands. Morgens nahm ich an der täglichen Pressekonferenz teil, bei der die deutschen Sportler Rede und Antwort zu ihren Wettkämpfen standen. Für mich als junge Journalismus-Studentin war es beeindruckend, bei solchen Konferenzen dabei zu sein. Ich konnte beobachten, wie erfahrene Sportjournalisten arbeiten, welche trickreichen Fragetechniken sie anwenden und wie sie Antworten aus den Sportlern herauskitzelten.“

Ich selbst habe auch Interviews mit Sportlern geführt: zum Beispiel mit der Speerwerferin Christina Obergföll (sponsored by Hansgrohe), gleich nach ihrem Silbermedaillengewinn. Sie strahlte über ihren Sieg und erzählte mir freudig von dem Moment, als klar war: Sie gewinnt Silber. Doch das Deutsche Haus war nicht nur medialer Treffpunkt, sondern auch Partyzone. Abends feierten die Sportler hier ihre Medaillen und verfolgten von hier aus die aktuellen Wettkämpfe.



Ob Christina Obergföll, Fabian Hambüchen oder Franziska van Almsick: Die DHBW-Studentin Svenja Krauß traf im Deutschen Haus in London so manchen sportlichen Promi.

Natürlich zog's mich auch hinaus in die große Stadt, und ich war viel in London unterwegs, um meine täglichen Themen für Facebook, Twitter und Google+ zu finden. Schließlich gab es da draußen ja jede Menge Eindrücke...

Und die gab ich nicht nur an Hansgrohe Facebook-Fans oder Twitter-Follower weiter, sondern auch an Radiohörer: Ich telefonierte jeden Tag mit den Moderatoren von Hitradio Ohr in Offenburg

und berichtete live aus London. Allein nur durch die Stadt zu gehen war ein Erlebnis für mich. Faszinierend, die verschiedenen Nationen anzutreffen. Aus wirklich allen Ländern waren Fans in der britischen Hauptstadt unterwegs.

So war die Stimmung international und belebt. Überall hörte ich Fan-Rufe in verschiedenen Sprachen. Die Leute tanzten auf den Straßen, und beim Public Viewing in den Parkanlagen traf sich

alles, um gemeinsam die Wettkämpfe zu verfolgen. Auch wenn das hieß: kilometerlange Schlangen vor dem Eingang oder im Regen ausharren. Aber darin sind die Engländer ja rund ums Jahr Meister...

Beeindruckend fand ich auch die vielen tausend Freiwilligen, die an jeder Ecke in London standen und den Wettkampfbesuchern und Touristen immer freundlich und hilfsbereit den Weg zeigten.“

„Für mich als junge Journalismus-Studentin war es beeindruckend, bei den Pressekonferenzen dabei zu sein. Ich konnte beobachten, wie erfahrene Sportjournalisten arbeiten, welche trickreichen Fragetechniken sie anwenden und wie sie Antworten aus den Sportlern herauskitzelten.“

Svenja Krauß



Elektro-Rikscha geht in den Praxistest

Projekt von Wirtschaftsingenieur-Studenten

Wirtschaftsingenieur-Studenten der Dualen Hochschule Ravensburg haben eine Elektro-Rikscha samt Solarpanel ins Laufende gebracht. Seine Testphase absolviert das Gefährt derzeit in Überlingen beim Sozialkulturellen Integrationsdienst (SKID).

Electric Drive Infrastructure heißt ein Projekt an der Dualen Hoch-

schule, das sich ganz der Elektromobilität verschrieben hat. Fünf Studenten haben dabei an einer Elektro-Rikscha samt Solarpanel getüftelt. Solch ein Gefährt gibt es nicht in Serie, und so haben die DHBW-Studenten einfach eines nach ihren Vorstellungen konstruiert und montiert. Die Grundkonstruktion ist ein Tandem-Liegefahrrad, dem die Stu-

denten vorne die typische Rikscha-Fahrgastgondel verpasst haben. Die Fahrradmanufaktur Reutlingen fertigte dieses Sonderstück an. Dieses bekam nun nicht nur einen Elektromotor samt Akku, sondern zusätzlich noch ein Dach aus Solar-Modulen. Idealerweise kommt die Energie für die E-Rikscha also direkt von oben, von der Sonne. Ist diese „verhindert“, bleibt die Rikscha nicht stehen, sondern wird von einem Akku unterstützt.

In Überlingen im Einsatz

Nach Konstruktion und Montage im fallbrunnen erwartet den elektrischen Prototypen nun die Testphase. Und hier unterstützen die Sozialkulturellen Integrationsdienste (SKID) Überlingen die Friedrichshafener DHBW-Studenten. SKID hat es sich zum Ziel gesetzt, Menschen mit und ohne Behinderung ein selbstständiges Leben zu ermöglichen. SKID betreibt unter anderem ein Bistro und eine Nudelmanufaktur. Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen bieten Dienstleistungen aller Art an.

Rückmeldung an die Studenten

Den Weg zwischen den verschiedenen SKID-Standorten kann künftig die E-Rikscha übernehmen. Und die Studenten bekommen Rückmeldung, was noch zu optimieren ist und als wie alltagstauglich sich die Rikscha erweist.



Bitte Platznehmen: Die Solar-Rikscha der Studenten der Dualen Hochschule besteht derzeit beim SKID in Überlingen ihren ersten Praxistest (von links): Tobias Missel, Simon Göggel, Marina Arnold und Michael Zimmermann. Nicht mit auf dem Bild aber im Team ist zudem Tim Dreher.

Klösterle trifft Fußball-EM

Autohaus Knoblauch unterstützt Public Viewing



Mit 2500 Euro hat Hannes Knoblauch, Geschäftsführer des gleichnamigen Autohauses, das Public Viewing der Studenten unterstützt. 300 Euro davon wurden abgezwickelt und für die Renovierung des Seminarhauses in Mellau verwendet.

Einen Scheck über 300 Euro überreichte Thimo Holst, Sprecher der DHBW-Studierendenvertretung, dem Förderverein der Dualen Hochschule Ravensburg. Das Geld stammt aus dem Sponsoring des Autohauses Knoblauch für das Public Viewing der DHBW-Studenten zur Fußball-Europameisterschaft im Klösterle. Knoblauch hatte die Studierenden insgesamt mit 2500 Euro unterstützt. Beim Public Viewing wurde je ein Viertelfinal- und ein Halbfinalspiel sowie das Finale übertragen. Zusammen haben sich der Geschäftsführer des Autohauses, Hannes Knoblauch, und die Organisatoren entschieden, mit einem Teil des Sponsoringgeldes die Renovierung des Seminarhauses der DHBW in Mellau zu unterstüt-

zen. So wird ermöglicht, dass den Studenten auch in Zukunft Seminare und Workshops auch außerhalb der Hochschule angeboten werden können.



Shirts mit DHBW-Logo

Auf Initiative von Patrick Rauch, stellvertretender Sprecher der Studierendenvertretung, können seit einigen Monaten verschiedene Artikel mit DHBW-Logo im Internet bestellt werden. „Ich will einfach auf diese Weise zeigen können, wo ich studiere“, sagt Patrick Rauch. Im Angebot sind bisher T-Shirts und Kapuzenshirts sowie Taschen und Notebooktaschen mit DHBW-Logo.

Bestellt werden kann unter:
<http://dhw-rv-shop.spreadshirt.de>



Patrick Rauch hat initiiert, dass man im Internet Produkte mit DHBW-Logo bestellen kann.

80 Sportler erlaufen 6500 Euro

„students for students“ und der TSB Ravensburg organisieren gemeinsamen Sponsorenlauf



Beim Sponsorenlauf drehten die Sportler Runde um Runde für den guten Zweck.

Es regnete in Strömen – und doch schafften es beim Sponsorenlauf des Vereins „students for students“ sowie von Schülerrat und TSB Ravensburg die Teilnehmer, mehr als 6500 Euro zu erlaufen. Das Geld fließt in die Unterstützung ghanaischer Studenten und in den neu aufgelegten Sozialfond für Kinder und Jugendliche des Turn- und Sportbunds Ravensburg (TSB).

Auf dem Gelände des TSB in der Brühlstraße legten rund 80 Läufer fast 3000 Runden auf der 400 Meter langen Tartanbahn des Sportstadions hin. Darunter Vereinsmitglieder,

Schüler und Studenten der Dualen Hochschule Ravensburg. Das Spitzenresultat des Tages lieferte DHBW-Studentin Frauke Baumann mit stolzen 41 Runden und 1640 Euro. Mit 54 Runden die meisten „Umläufe“ konnten am Ende Marvin Kaes, Stefan Müller und Roland Paul vorweisen. Als Rundenhelfer agierten Mitglieder der Cheerleaderabteilung des TSB, die Trampolingruppe sorgte für Stimmung.

Nicht zuletzt dank der Unterstützung der Partner wurde dieser zweite Spendenlauf zu einem vollen Erfolg. Der Hauptsponsor, die Ravensburger Volksbank, finanzierte

insgesamt 500 Runden und stellte ein Zelt zur Verfügung, das im Dauerregen gute Dienste tat. Weitere Partner waren Sport-Art, Ravens-Buch und die Apotheke am Hirschgraben. Speis und Trank für Sportler und Zuschauer „spendierten“ die Metzgerei Nold und Huber sowie die Bäckereien Manfred Müller aus Schmallegg und Hamm aus Ravensburg.

Nach dem Erfolg in diesem Jahr planen die Veranstalter students for students, TSB Ravensburg und Schülerrat Ravensburg auch im kommenden Jahr wieder einen gemeinsamen Spendenlauf.

students for students

Studenten der Dualen Hochschule Ravensburg haben den Verein students for students gegründet, um jungen Menschen in Ghana ein Studium zu ermöglichen. Aktuell unterstützt der Verein zwei ghanaische Studentinnen. Nach dem Erfolg des Spendenlaufes werden zum kommenden Studienjahr in Ghana ab September noch zwei weitere Studenten dazu kommen. Insgesamt konnten in den vergangenen eineinhalb Jahren fünf Studenten finanziell unterstützt werden.

Sparkassen-Finanzgruppe



Sicher in die Zukunft.
Studium an der DHBW.
Azubi bei uns!

 **Kreissparkasse Ravensburg**

Egal, welchen Ausbildungsberuf Sie wählen: Wichtig ist, dass Sie gerne mit Menschen umgehen. Infos rund um die Ausbildung gibt es bei Kathrin Tobschirbel, Telefon 0751 84-1574 oder im Internet: www.kreissparkasse-ravensburg.de



Typisierung: 972 folgen dem Aufruf

DHBW-Studenten unterstützten Typisierungsaktion des Lions Club

Außerordentlich erfolgreich war die Stammzellen-Typisierungsaktion der regionalen Lions Clubs im Ravensburger Schwörsaal. 1000 neue Spender wollte der Lions Club Ravensburg gewinnen, 972 folgten dem Aufruf. In Ravensburg war das Helferteam vom Jugendinformationszentrum aha in Kooperation mit der Dualen Hochschule Ravensburg und dem Schülerrat zusammengestellt worden.

Allein 512 überwiegend junge Menschen ließen sich im Schwörsaal typisieren, 342 Personen an der Hochschule Ravensburg-Weingarten und 120 Personen in Leutkirch. „Ich bin begeistert und dankbar“, so der Präsident des

Lions Clubs Ravensburg, Karlheinz Beck. „Dankbar dafür, dass so viele junge Menschen dem Aufruf folgten, dankbar aber auch dafür, dass die Lions Clubs Weingarten, Leutkirch und Tettang gemeinsam mit den Ravensburgern diese Aktion umsetzen und uns finanziell unterstützt haben.“ Ohne weitere finanzielle Unterstützung vieler Firmen und Institutionen der Region wäre die Aktion, die 50.000 Euro kostete, nicht möglich gewesen. Dass neben 972 Stammzellenspendern auch noch knapp 200 Personen Blut gespendet haben, davon 68 Erstspender, rundete diese Aktion besonders ab, so der Sprecher des Deutschen Roten Kreuzes, Alfred Kneer.

Lass doch mal die Stifte ran!

Bei der Messe Karlsruhe stellen Studenten und Auszubildende in Eigenregie eine Produktion auf die Beine

Das Musical „Wicked“ brachte die „Stift Production“ der Karlsruher Messe- und Kongressgesellschaft jüngst auf die Bühne. Stift Production? Ganz einfach: Dahinter verbergen sich die Studenten und Auszubildenden des Kongresshauses, darunter drei Studenten der Dualen Hochschule Ravensburg mit der Messgesellschaft als Partnerunter-

BWL-Messe-, Kongress- und Eventmanagement

nehmen. Einmal im Jahr bekommen die Stifte die Möglichkeit, in Eigenregie eine Veranstaltung auf die Beine zu stellen.

Eingeladen waren diesmal die Kollegen, die berufsbedingt einen besonders kritischen Blick auf Planung und Organisation zu werfen vermögen. Auszusetzen gab es aber rein gar nichts, denn die Studenten und Auszubildenden hatten sich akribisch um Rahmenprogramm, Buffet, Dekoration etc. gekümmert.

„Es hat super Spaß gemacht. Bei der Stift Production können wir richtig kreativ sein, das sind uns keine Grenzen gesetzt“, sagt Lorena Liebholz, Studentin Messe-, Kongress- und Eventmanagement in Ravensburg. Als weitere DHBW-Studenten waren Kai Opitz und Jana Bailer beteiligt.



Zertifikat Dialogmanagement

Schon zum dritten Mal hat der Deutsche Dialogmarketing Verband e.V. (DDV) dem Studiengang Handel/Vertriebsmanagement herausragende Leistungen im Dialogmarketing attestiert. In dem Studiengang lassen mehrere namhafte Versender ihren Führungsnachwuchs ausbilden. Seit 2005 erhalten die Absolventen von Studiengangsleiter Prof. Dr. Thomas Asche

BWL-Handel/ Vertriebsmanagement

das „Zertifikat Dialogmarketing“, das ihnen vertiefte Kenntnisse auf diesem Gebiet bescheinigt. In Vorlesungen werden die Studierenden mit den Mechanismen und der Abstimmung der on- und offline-Kommunikation vertraut gemacht. „Aufgrund der Konvergenz der Kommunikations- und Vermarktungskanäle wird der Multi-channel-Ansatz für Unternehmen und Absolventen immer bedeutender“, ist Prof. Asche überzeugt.

Bundesweit sind nur fünf Studiengänge an Universitäten und Hochschulen zertifiziert. Damit honoriert der DDV als Interessenvertretung der Unternehmen der Dialogmarketing-Branche einerseits die theoriegestützte Wissensvermittlung. Andererseits wird die starke Verzahnung von Wissenschaft und unternehmerischer Praxis im Studiengang herausgestellt.

Eisige Events aus dem Hause DHBW

Der Eissportverband Baden-Württemberg wird 40 Jahre alt und lässt sich von DHBW-Studenten inspirieren

Der Eissportverband Baden-Württemberg (EBW) wird 40 Jahre alt. Und um die Menschen und vor allem Kinder und Jugendliche von den frostigen Sportarten zu begeistern, soll der runde Geburtstag von verschiedenen Events begleitet werden. Studenten des Studiengangs Messe, Kongress- und Eventmanagement der Dualen Hochschulen Ravensburg und Mannheim haben sich dazu Konzepte erdacht.

Lutz Pauels, Vorsitzender des EBW weiß, wie schwer es ist, junge Sportler von Eishockey, Eiskunstlauf, Curling und anderen Sportarten „on ice“ zu überzeugen. Der 40. Geburtstag ist für den Verband daher die beste Gelegenheit, um auf Kufen flitzen und ähnliches aufmerksam zu

machen. Zwölf Konzepte lieferte ihm dazu der Event-Nachwuchs von den DHBWs Ravensburg und Mannheim. Die sechs besten werden beim Festakt im Neuen Schloss in Stuttgart am 13. Oktober prämiert. Und sicher werden Pauels und seine Mitstreiter im Verband einige der studentischen Ideen in die Tat umsetzen.

BWL-Messe-, Kongress- und Eventmanagement

Viel Lob gab es von dem Vorsitzenden bei der Präsentation zum Beispiel für eine Social Media-Strategie aus dem Hause DHBW Ravensburg. Eine andere Gruppe schlägt vor, unter dem Motto „Wir brechen das Eis!“ mit den 1. Baden-Württembergischen Ice Games auf Schulen

zuzugehen. Eine weitere Gruppe legte dem Verband ein Konzept für eine Rundreise durchs Ländle mit dem Titel „Stars on Ice“ vor. Ein Element dabei: Lokale Größen im Eissport bieten eine Trainingseinheit an. Selbstverständlich wäre Ravensburg mit seinen Tower Stars da eine der Stationen. Betreut hat das Projekt Studiengangsleiter Prof. Stefan Luppold. Den hat vor allem beeindruckt, „dass die Studenten so methodisch vorgegangen sind“. Da wurden Zielsetzungen und Strategien klar definiert, Budgetpläne aufgestellt und die Machbarkeit abgeklöpft. Wer in den kommenden Monaten also auf den Eissport aufmerksam wird: Vielleicht steckt da ja die Duale Hochschule dahinter.



Triathlon-Weltmeister holt sich Tipps in Sachen Kommunikation

Daniel Unger, Mit-Organisator des Triathlon Konstanz, setzt auf Ideen aus einem Kommunikationskonzept von DHBW-Studenten



DHBW-Studenten haben für den Triathlon Konstanz ein Kommunikationskonzept vorgelegt, das wurde vor Ort besprochen (von links): die Organisatoren Torsten Mayer, Leiter Sponsoring Hansgrohe AG, Daniel Unger, Triathlon-Weltmeister und Prof. Dr. Günther Suchy.

Sportlich prominenter Besuch an der DHBW Ravensburg: Triathlon-Weltmeister Daniel Unger kam zur Vorlesung. Und hatte gleich auch „Geschäftliches“ mit den DHBW-Journalismus-Studenten zu besprechen. Der Kurs entwickelte ein Kommunikationskonzept für den Triathlon Konstanz, den Unger im September als Mitveranstalter plante.

„Sportkommunikation zum Anfassen“ – unter diesem Motto wird an der Dualen Hochschule Ravensburg der Vorlesungszyklus der Vertiefung Unternehmenskommunikation und Journalismus bei Prof. Dr. Günther Suchy in diesem Jahr fortgesetzt. Prominenter Gast: Daniel Unger, Triathlon-Weltmeister, machte im Rennress und auf dem Rennrad ei-

nen Abstecher in den Hörsaal nach Ravensburg. Mit in seinem Trainingsgepäck hatte der Sechstplatzierte der Olympischen Spiele 2008 das Projekt „Triathlon Konstanz“, den er gemeinsam mit der Hansgrohe AG für den 2. September plante.

BWL-Unternehmenskommunikation und Journalismus

Der Grund des hochrangigen Besuches: Das Abschlusssemester der Vertiefung Unternehmenskommunikation und Journalismus unterstützte das Organisationsteam dieser neuen Veranstaltung im Triathlon-Laufkalender bei der Entwicklung eines integrierten Kommunikationskonzeptes. Der Triathlon war als eine Veranstaltung ganz besonderer Art geplant, denn die Veranstaltung

integrierte ein eigenes Nachhaltigkeitskonzept.

Neu an diesem Laufevent war weiter, dass er als Kurz-Triathlon für jeden sportlich Ambitionierten zum Mitmachen geeignet war. Zudem gab es eine Familien- sowie eine Firmenstaffel, die ganz neue Zielgruppen in der Klasse „Everybody's Heroes“ ansprach. Und als besonderes Schmankehl für die Zuschauer war ein „ProRace“ geplant, das aus 80 lizenzierten Triathleten den Tagessieger nach dem Ausscheidungsprinzip ermittelte – Stars zum Anfassen!

Die Bilanz übrigens: Mehr als 300 Frauen und Männer – darunter 50 Profis um die Triathlon-Stars Daniel Unger, Thomas Hellriegel und Stephan Vuckovic – absolvierten erfolgreich den ersten Hansgrohe Triathlon in Konstanz.

Bei Waldner stimmt das Image

Studenten International Business haben erkundet, wie es um das Image und die Bekanntheit des Laboreinrichters Waldner steht

DHBW-Studenten im Studiengang BWL-International Business mit dem Schwerpunkt International Marketing haben in einem Marktforschungsprojekt den Laboreinrichter Waldner aus Wangen unter die Lupe genommen. Die Studenten der Dualen Hochschule Ravensburg wollten wissen, wie es um die Bekanntheit und das Image von Waldner aussieht. Prof. Dr. Thomas Dobbstein hat das Projekt betreut.

So viel steht nach der Studie fest: Weder um seine Bekanntheit noch um sein Image muss sich die Waldner Firmengruppe mit Stammsitz in Wangen besonders große Sorgen machen. Waldner ist vor allem be-

BWL-International Business

kannt als Hersteller von Laboreinrichtungen für die pharmazeutische und chemische Industrie, für Forschung und Hochschulen sowie von Chemie- und Physikräumen für den naturwissenschaftlichen Unterricht. Dementsprechend richteten die DHBW-Studenten die Fragen bei ihren Telefoninterviews an die Entscheider sowie Labormitarbeiter und -leiter in der pharmazeutischen sowie in der chemischen Industrie sowie an Institute, Schulen und Hoch-

schulen. Auf die Frage, welche Hersteller von Laboreinrichtungen sie denn überhaupt kennen, kam Waldner auf den Spitzenwert von 33 Prozent und ließ dabei den Hauptkonkurrenten Köttermann deutlich hinter sich. Die meisten Befragten, denen Waldner ein Begriff ist, kennen die Firma von Messen. „Das ist folglich der stärkste Marketingkanal“, so die Studenten bei der Präsentation der Ergebnisse. Eine Überlegung für Waldner wäre, so die Studenten, die Außendienstaktivitäten zu verstärken und auch weitere Marketingkanäle wie Internet oder Fachzeitschriften zu stärken, um möglich Neukunden gezielter anzusprechen.

Auch im Bezug auf das Image kann Waldner laut Studie zufrieden sein. Auf die Frage „Was fällt Ihnen spontan zu Waldner ein“ an „Kenner“ des Unternehmens bestätigten immerhin 50 Prozent spontan ihre „Zufriedenheit“ mit dem Laboreinrichter. Bei der Abfrage von acht Imagekriterien schnitt Waldner besonders gut in den Sparten Produktqualität und Erfahrung/Know-how ab. Den größten Wert ganz allgemein legen die Befragten auf die Kriterien Produktqualität, Erfahrung und Termintreue. Die Studenten raten Waldner in ihrem Fazit also dazu, noch ein besonderes Augen-



DHBW-Studenten bei der Betriebsbesichtigung Waldner in Wangen.

merk auf die Termintreue zu legen und die hohe Produktqualität besser zu kommunizieren. Letzteres sei auch daher wichtig, weil einige der Befragten das Preis-Leistungs-Verhältnis bei Waldner ansprachen. Es gelte also, das hohe Preisniveau gut zu begründen – eben mit der hohen Produktqualität.

Wer ist unverwechselbar?

Mit welchen Attributen die Parteien Punkten

Studenten der DHBW, Studiengang BWL-Industrie mit der Vertiefung Marketing, haben in einer Studie unter der Leitung von Prof. Dr. Udo Klaiber die „Marken politischer Parteien“ erforscht. 388 Befragte gaben in Interviews an, welche markanten Attribute sie CDU und SPD, Grünen und FDP, Linken und Piraten zuschreiben.

„Eine Marke“, so definierten die DHBW-Studenten nach Meffert und Burmann (2000), „ist ein in der Psyche des Konsumenten verankertes, unverwechselbares Vorstellungsbild“ eines Produkts oder auch einer Institution. Was also macht die Parteien unverwechselbar und gibt damit etwa bei Wahlen den Ausschlag?

BWL-Industrie

Ganz so unverwechselbar sind Vorstellungsbild und Marke der beiden großen Volksparteien **CDU und SPD** allerdings nicht gerade, so eine Erkenntnis der studentischen Studie. Im Gegenteil: Auffällig ist, dass die beiden Großen der Parteienlandschaft fast identisch bewertet wurden. Mit beiden verbinden die Befragten zuvorderst Attribute wie konservativ und Stammwähler. Einziger Unterschied: Die CDU bekommt meist einen Tick mehr Zustimmung als die SPD. Die 388 Befragten bekamen eine ganze

Liste von Attributen vorgelegt und mussten über eine Bandbreite von sechs möglichen Antworten ihre Zustimmung für die jeweilige Partei signalisieren – also etwa „stimme eher zu“ oder „stimme überhaupt nicht zu“. Die Studenten hatten darauf geachtet, dass alle Altersgruppen vertreten sind und Männer und Frauen in etwa zu gleichen Teilen zu Wort kamen.

Zu den **Grünen** nannten die Befragten eine ganze Bandbreite von Attributen wie Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit, Familienfreundlichkeit sowie den Blick auf die Zukunft durch die Förderung von Forschung und Entwicklung. Darüber hinaus bekamen die Grünen den Spitzenwert unter den Parteien bei der Frage nach der Einhaltung von Wahlversprechen. Offensichtlich gibt es nicht nur ein „unverwechselbares Vorstellungsbild“ von den Grünen – dies ist auch noch fast durchweg positiv besetzt.

Keine signifikanten Attribute können die Befragten hingegen den Linken und den Piraten zuschreiben. Die **Piraten** sind lediglich bekannt dafür, vor allem junge Wähler anzusprechen. Der **FDP** wird als Markeneigenschaft vor allem zugeschrieben, im besonderen Maße Akademiker anzusprechen. Uneingeschränkte Zustimmung erhalten sie sonst für keines der Attribute.



Die „Markenforscher“ mit Prof. Dr. Udo Klaiber und Prof. Dr. Wolfgang Bihler.

Touristisches Potenzial

TEMPUS-Projekt setzt auf Wissenstransfer

Die Fußball-Europameisterschaft sollte auch die touristischen Reize der Ukraine in Szene setzen. Ein ähnliches Ziel für die Ukraine, aber auch für Weißrussland und Georgien verfolgt ein Tempus-Projekt der EU, bei dem verschiedene Hochschulen technischen und touristischen Wissenstransfer vorantreiben. In Odessa und Lemberg in der Ukraine trafen sich nun die Beteiligten, zu denen auch Prof. Dr. Wolfgang Fuchs und Prof. Dr. Simone Besemer von der Dualen Hochschule Ravensburg gehören.

Den Wissenstransfer in den Bereichen E-Learning und Tourismus hat sich das Tempus-Projekt, begleitet

BWL-Tourismus, Hotellerie und Gastronomie

und finanziert von der EU, zur Aufgabe gemacht. Auf diesen Feldern erfahrene Hochschulen geben dabei ihr Know-how weiter an Hochschulen in der Ukraine, in Weißrussland und Georgien. Auf der einen Seite geht es darum, die technischen Voraussetzungen für E-Learning zu schaffen. Die inhaltliche Komponente liefert dabei der Tourismus. Und hier kommen die in der Tourismuswissenschaft erfahrenen Ravensburger Professoren der Dualen Hochschule ins Spiel. „Wir können etwa weitergeben, wie die Lehre im Tourismus funktioniert. Wie also Kurse aufgebaut sein sollen und mit welchen Inhalten; wir vermitteln Hintergründe zu Didaktik und Literatur“, beschreibt Prof. Dr. Simone Besemer.

Die touristischen Potenziale sind in diesen Ländern allemal da: Die Ukraine hat mit der Krim weit zurückreichende Erfahrungen mit dem Massentourismus, Georgien wartet mit einem subtropischen Schwarzen Meer, Heilbädern und

dem Kaukasus auf und Weißrussland könnte seine vielen Seen und Wälder vermarkten.

Das aktuelle Treffen der Projektbeteiligten war nun in der Ukraine, in Odessa, Ivano-Frankovsk und in Lemberg. Dort offenbart sich derzeit einiges, was typisch für die Staaten der ehemaligen Sowjetrepublik ist. Reich an Potenzial an Geschichte, Kultur und Landschaft fehlt ein stabiler politischer Rahmen. Junge Menschen sehen ihre Zukunft oftmals im Westen. Ein Ereignis wie die Fußball-EM betrachten sie zwar mit Hoffnung, gleichzeitig aber auch mit einer gehörigen Portion Skepsis, wie die DHBW-Professoren erfahren haben. Auf eine ganz andere Art soll das Tempus-Projekt diese Länder unterstützen. Die Hochschullandschaft soll Anschluss an europäische Standards finden durch eine bessere technische Infrastruktur und durch touristischen Wissenstransfer.

Das Tempus-Projekt

Die Federführung dieses Wissenstransfers liegt bei der Universität Paderborn, weiter beteiligt sind die Wirtschaftsuniversität Wien, die slowakische Matej Bel Universität Banská Bystrica, die Wirtschaftsuniversität Prag und die Europäische Akademie Bozen. Der Studiengang BWL-Tourismus, Hotellerie und Gastronomie der Dualen Hochschule Ravensburg verantwortet den Bereich „Hotellerie und Gastronomie“. Auf der Seite von Ukraine, Weißrussland und Georgien sind 15 Universitäten und 60 Professoren beteiligt. Das Projekt wird von der EU finanziert und ist auf drei Jahre angelegt.

Homepage auf dem Prüfstand

Online-Vertriebs-Check

Immer mehr Gäste buchen ihr Hotel über Online-Buchungskanäle. Hoteliers kostet das Provision. Ihr Ziel ist es daher, dass so viele Gäste wie möglich über die eigene Hotel-Homepage buchen. Der DEHOGA Baden-Württemberg, die DHBW Ravensburg und TourOnline haben daher einen Online-Vertriebs-Check entwickelt, der die Homepage von Hotels auf den Prüfstand stellt.

Die Zahlen sprechen für sich: In Deutschland, Österreich und der Schweiz werden laut einer Umfrage der Hotelverbände der drei Länder bereits 19 Prozent der Hotels über Online-Bu-

BWL-Tourismus, Hotellerie und Gastronomie

chungsplattformen reserviert. Das kostet die Hoteliers Provision, rund 800 Millionen Euro müssen sie pro Jahr laut einer Hochrechnung dafür ausgeben.

Was tun? Ziel der Hoteliers ist es, Buchungen vermehrt direkt und über die eigene Homepage zu generieren. Immerhin verfügen 80 Prozent der befragten Hotels über eine eigene Internetseite, knapp 50 Prozent über eine Möglichkeit der Echtzeitbuchung. Wichtig ist, dass die Homepage gut und übersichtlich ist. Kleineren Hotels fehlt hier oft das Know-how. Und hier setzt der Online-Vertriebs-Check an. Er überprüft die Homepage auf Inhalt, Struktur, Design und Buchbarkeit. Wissenschaftlichen Rat lieferte der Studiengang Hotel- und Gastronomiemanagement der DHBW Ravensburg. Die Professoren Dr. Heike Schwadorf und Dr. Wolfgang Fuchs sowie Studienreferentin Natalie Audrey Balch haben Struktur und Kriterien für den Check mitentwickelt, auf die Gewichtung geachtet und dabei die Methodik im Hinterkopf behalten.

Studenten ebnen den Weg für Ravensburg 2.0

Wirtschaftsinformatik-Studenten entwickeln Konzept für das Ravensburger Stadtmarketing

Unter dem Titel „Stadtmarketing 2.0 – Potenziale und Strategien im Web 2.0“ entwickelten Studierende des Studiengangs Wirtschaftsinformatik der Dualen Hochschule Ravensburg ein Konzept für das Stadtmarketing Ravensburg im Web 2.0. Die Studenten legten dabei den Prototyp für eine App vor, der als Grundlage für eine Ravensburg App dienen soll.

Herzstück der Arbeit der DHBW-Studenten ist der Prototyp einer App für Ravensburg. Sieben Themen-Buttons leiten den Nutzer dieser App zur gewünschten Information. So könnte er erfahren, was in der Stadt kulturell geboten ist oder wo er essen, einkau-

Wirtschaftsinformatik

fen und übernachten kann. Er bekommt auch Hilfe, wenn er einen Parkplatz sucht oder einen Arzt oder eine Apotheke braucht. „An einer Ravensburg App sind wir natürlich sehr interessiert, die Arbeit der Studenten bietet hier eine hervorragende Grundlage für unsere weiteren Überlegungen“, sagt Alfred Oswald, Leiter des OB-Büros, zu dem auch das Stadtmarketing gehört. Denkbar wäre für ihn eine App, die den Ravensburger Handel einbezieht und sich eng an möglichen Nutzern wie Bürgern und Touristen orientiert.

Eine Marktstudie der DHBW-Studenten über das Stadtmarketing anderer Städte im Web 2.0 sowie über Städte-Apps für Smartphones

lieferte die Grundlage für ein Strategiekonzept für Ravensburg. Eine Erkenntnis: Viele Städte sind zwar im Web 2.0 aktiv, vieles erweist sich allerdings als noch in der Experimentierphase. Ravensburg ist bereits seit einem halben Jahr aktiv etwa auf Facebook. Eine Plattform, bei der die Studenten wegen der vielen Nutzer zuraten. Sie legten den Auftraggebern aber auch eine Liste aller etablierten Plattformen – von flickr über Twitter bis YouTube – samt Beschreibung, Vernetzungsmöglichkeit und Potenzial vor.

„Gerade in einem so komplexen und dynamischen Bereich wie dem Web 2.0 ist es wichtig, dass sich eine Stadt mit einem klaren und konsistenten Auftritt präsentiert“, so der Projektleiter Felix Vigenschow, „mit unserer Arbeit ist für Ravensburg nun der Weg frei für die Weiterentwicklung zum Stadtmarketing 2.0.“

„Professionelle Übersicht“

Das Projekt wurde gemeinsam mit der Initiative Ravensburg, einem Zusammenschluss der Stadt Ravensburg und dem Wirtschaftsforum Pro Ravensburg, entwickelt. Alfred Oswalds Fazit: „Das Web 2.0 ist für die Stadt Ravensburg seit längerem ein Thema. Die Studenten haben uns eine professionelle Übersicht samt hilfreichen Handout geliefert, wofür wir sehr dankbar sind. Das wird die Grundlage für unsere Entscheidungen über eine Ravensburg-App



Das Foto zeigt die DHBW-Studenten sowie (von links) Miriam Renner, Stadtmarketing, Regina Kirsch, Wifo, Marco Fromm, Wifo, Anna-Maria Barreilmann, Tourist Information, Patricia della Monica, Kulturamt, Alfred Oswald, Pressesprecher der Stadt Ravensburg, und Anita Müller, Stadtmarketing.

und über Engagements in den sozialen Netzwerken sein.“ Das studentische Projektteam bestand aus Mona Baumli, Julia Wagner, Angelo Karner, Fabian Pahn, Simon Sauterleute, Stefan Schwörer, Benjamin Simon und Felix Vigenschow. Federführend auf der Seite der Initiative Ravensburg war Miriam Renner von der Wirtschaftsförderung Ravensburg. Das gesamte Projekt wurde von Prof. Dr. Michael Bächle betreut.

Neuheiten auf der Logimat inspirieren DHBW-Studenten

Studenten Industrie finden für Messeneuheiten praktische Anwendungen

Eine Lehrfahrt Mitte März mit Prof. Dr. Heike Stahl zur Messe Logimat, der Fachmesse für Distribution, Material- und Informationsfluss in Stuttgart, bildete die Grundlage für Studierende im Studiengang Industrie, um Theorie- und Praxiswissen zu verknüpfen und ihre Unternehmen durch gute Ideen voranzubringen.

Im Rahmen der Vorlesung Materialwirtschaft hatten die Studierenden die Aufgabe, mit Hilfe von innovativen Produkten, die auf der Messe ausgestellt wurden, einen praxisbezogenen Aspekt aus dem Bereich der Material- oder Produktionswirtschaft oder der Logistik für einen konkre-

ten Anwendungsfall im Unternehmen zu untersuchen und Verbesserungsmöglichkeiten zu erarbeiten.

Die Ergebnisse waren beeindruckend: Ein Pick-by-voice System „Lydia“, das zu Leistungssteigerungen von 20 Prozent bei der Kommissionierung von Waren bei relativ geringen Investitionskosten führt, wurde ebenso vorgestellt wie die Investitionsrechnung für eine Verpackungsmaschine für Luftpolster im Lagerbereich, die sich als kostengünstiger herausstellte als das bisher im Unternehmen praktizierte Vorgehen, Luftpolsterverpackungen extern zu beziehen. Ein anderes Team untersuchte das Verbesserungspoten-

zialer Flurförderfahrzeuge in Hinblick auf die Ergonomie und Kapazität bei der Kommissionierung von Waren, ein weiteres Team die SAP-basierte Einführung eines Warehouse Management Systems. Weiteres Verbesserungspotenzial wurde im Bereich der Reinraumfertigung

BWL-Industrie

durch den Einsatz eines zentralregulierten fahrerlosen Transportsystems geprüft, ebenso wurde ein automatisches Be- und Entlade-system für die schnelle Abwicklung des Shuttle-Verkehrs etwa zwischen Produktion und Lager vorgestellt.

Ein weiteres Team holte ein Angebot für ein zu optimierendes Holzplattenlager von einem Aussteller auf der Messe ein und verglich es mit einem bereits im Unternehmen vorliegenden Angebot eines anderen Lieferanten – mit dem Ergebnis einer Kostenersparnis von rund 1300 Euro.

Die Lehrfahrt zeigte, dass Messebesuche, verbunden mit einer konkreten Aufgabe, nicht nur die Kreativität im Bezug auf innovative Lösungen für die Partnerunternehmen fördern, sondern auch den Transfer von Theorie und Praxis unterstützen. Mit der Präsentation der Ergebnisse in Mellau fand der Messebesuch seinen gelungenen Abschluss.

Ehemalige tauschen sich aus

WI.net-Treffen

Mehr als 60 Ehemalige, Studenten, Dozenten und Mitarbeiter des Studiengangs Wirtschaftsinformatik trafen sich am Rutenfest wieder zu einem WI.net-Treffen an der Dualen Hochschule.

Begrüßt wurden die Gäste von den Studiengangsleitern Prof. Dr. Michael Bächle und Prof. Dr. Frank Lehmann. Anschließend gab Michael Schwanz (Alumni WI2001-1, geschäftsführender Gesellschafter der eNovation Consulting GmbH sowie der HighCoordination Schweiz GmbH) einen Einblick in die Welt der kernübergreifenden Berichtstandards

Wirtschaftsinformatik

nach HICHERT@SUCCESS. Er zeigte, wie aus teils nichtssagenden Grafiken und Schaubildern mit ein paar Tricks aussagekräftige Präsentationen erstellt werden können.

Um Masterstudiengänge ging es bei den Vorträgen von Phillip Feucht, Frank Frommer, Benedikt Heinz und Maximilian Messnarz (alle WI2008). Feucht und Frommer stellten ihre Vollzeit-Masterstudiengänge an der Fachhochschule Weingarten und an der Universität Hohenheim vor. Heinz gab Einblick in seinen abwechselnden Studien- und Arbeitsalltag im Masterprogramm der IBM und Messnarz schilderte Vor- und Nachteile seines berufs begleitenden Fernstudiums.

Nach der Pause stellte das Projektteam Jahrgang WI2009 ein neues Marketingkonzept WI.net vor. Neben neuen Flyern und Plakaten wurden Ideen und Umsetzungen zur Stärkung des WI.net-Gedankens aufgezeigt.

Studenten besuchen den eGovernment-Europameister

Studiengang Wirtschaftsinformatik auf Studienfahrt in Wien

Österreich gilt seit Jahren als führend im Bereich eGovernment, also wenn es darum geht, eine moderne und effiziente Verwaltung auf der Basis neuer Medien, insbesondere des Internets, zu verwirklichen. Die Studierenden des Kurses WI09-2 besuchten deshalb bei einer Studienfahrt mit Prof. Dr. Frank Lehmann unter anderem das Bundesrechenzentrum, Siemens Österreich und das Regionalcenter von Boehringer Ingelheim in der Donaumetropole.

Das Bundesrechenzentrum gehörte früher zum Finanzministerium und dient heute insbesondere als IT-Dienstleistungszentrum der österreichischen Bundesverwaltung, bietet jedoch auch international sein Know-how an. Betreut werden etwa mehr als 350 eGovernment-Anwen-



dungen. In Fachvorträgen wurden Themen wie Rechenzentrumsmanagement, IT-Sicherheit und Green IT bezogen auf das Bundesrechen-

zentrum ausgiebig diskutiert.

Mit der Siemens City, der Unternehmenszentrale von Siemens Österreich, lernten die Studieren-

den ein Arbeits- und Lebenskonzept für die Zukunft kennen. Dieses setzt auf kurze Wege, großzügige Kommunikationsbereiche, flexible Arbeitsplätze, modernste technische Ausstattung und diverse Infrastruktureinrichtungen, die rund um das Herzstück der Anlage, die so genannte „Communication Line“, platziert sind.

Wirtschaftsinformatik

Im Boehringer Ingelheim Regional Center Vienna stand das Thema „Krebsforschung“ im Mittelpunkt, wobei für die angehenden Wirtschaftsinformatiker aus Ravensburg speziell auch ein Überblick über die entsprechenden IT-Dienstleistungen sowie die Organisation der IT geboten wurde.

Telematik verjüngt die Oldies

Kooperation ZF Friedrichshafen AG – Duale Hochschule Ravensburg

Liebevoll restaurierte Oldtimer-Lastwagen sind im Sommer bei der „Freundschaftstour 2012“ durch Deutschland, die Schweiz und Österreich gerollt. Während sich das äußere Erscheinungsbild der teils mehr als 60 Jahre alten Lastkraftwagen, Omnibusse und Löschfahrzeuge eng an den Originalzustand anlehnt, verbirgt sich in ihrem Innern modernste Technik: Erstmals sind alle Fahrzeuge mit Openmatics ausgerüstet, einer von der ZF Friedrichshafen AG entwickelten Telematik-Anwendung. Studenten der DHBW Ravensburg programmierten dabei das Onlineportal zur digitalen Nachverfolgung.



Bei der letzten Auflage der historischen Deutschlandfahrt 2010 haben die Oldtimer-Lastwagen bei ZF in Friedrichshafen Station gemacht; diesmal waren sie am südlichen Bodensee-Ufer im schweizerischen Arbon zu bewundern.

Als traditionsreicher Hersteller von Antriebs- und Fahrwerktechnik auch für Nutzfahrzeuge unterstützt ZF die alle zwei Jahre stattfindende Deutschlandfahrt. „Mit dem Einbau von Openmatics wollen wir dieses Engagement um einen neuen Aspekt erweitern“, sagt Thomas Rösch, Geschäftsführer von Openmatics bei ZF. „Die Idee war, alte und neue Technik erfolgreich miteinander zu verknüpfen – und wo ginge das besser als bei Oldtimern.“ Damit die Oldtimer-Fans via Internet nachverfolgen können, wo und wie schnell ein bestimmtes Fahrzeug gerade unterwegs ist, wurde jeder der rund 60

Lastwagen mit einer Openmatics-Box ausgerüstet. Diese Boxen übertragen drahtlos die Fahrzeugdaten und die aktuelle Geschwindigkeit an eine zentrale Server-Plattform. Die für die Datenübertragung notwendigen SIM-Karten stellte Orange Business Services zur Verfügung.

Wirtschaftsingenieurwesen

Eine Gruppe von etwa 15 Studenten des Studiengangs Wirtschaftsingenieurwesen der Dualen Hochschule Ravensburg hat den Einbau der Boxen übernommen und die Inter-

netseite www.historischedeutschlandfahrt-openmatics.de programmiert, über die die Fahrzeugdaten weltweit abrufbar sind. „Die Förderung qualifizierter Nachwuchskräfte ist ZF ein wichtiges Anliegen“, sagt Rösch. „Daher freuen wir uns über die Kooperation mit der DHBW, bei der die Studierenden Praxiserfahrung im zukunftssträchtigen Bereich Telematik sammeln können.“

Die „Freundschaftstour“ führte die Fahrzeuge über rund 1500 Kilometer von Karlsruhe über die Schweiz und Österreich bis ins Kloster Andechs.

Blick über den Tellerrand

VWI-Hochschulgruppe

Nach der Gründung im März 2010 zählt die vergleichsweise junge VWI-Hochschulgruppe Ravensburg zu den wachstumsstärksten Hochschulgruppen bundesweit. Aus den anfänglich elf Gründungsmitgliedern in dem Verband Deutscher Wirtschaftsingenieure vor zwei Jahren wurden inzwischen 55 Mitglieder. Somit wurde die Idee, sich gegenseitig im organisierten Verein zu unterstützen, von den angehenden Wirtschaftsingenieuren der Duale Hochschule Ravensburg angenommen und soll in den kommenden Jahren noch weiter verankert werden.

„Wir freuen uns, so viel Resonanz von den Studenten im Studiengang zu erhalten. Die stetig steigenden Mitgliederzahlen zeigen uns, dass unser Angebot an Vorträgen, Workshops, Werksbesichtigungen und bundesweiter Vernetzung ankommt und angenommen wird“, so Tobias Mayer, Vorsitzender der VWI-Hochschulgruppe Ravensburg.

Ziel der VWI-Hochschulgruppe Ravensburg ist die Förderung von Studenten des Wirtschaftsingenieurwesens an der Dualen Hochschule. Dies wurde im vergangenen Semester mit einem Business-Knigge-Kursus, einem Fallstudienwettbewerb und einer Werksführung bei der ZF Friedrichshafen AG umgesetzt.

„Wir sind stolz, unseren Mitgliedern mit der Werksführung bei Porsche und dem Seminar Überzeugungspsychologie dieses Semester wieder zwei hochkarätige Events anbieten zu können. Weitere Veranstaltungen sind zurzeit in Planung“, erklärt Christoph Fraunholz, Vorstand Eventmanagement. Mit diesen Veranstaltungen möchte die VWI-Hochschulgruppe Ravensburg den Mitgliedern den Blick über den Tellerrand ermöglichen und deren Softskills verbessern.

Wirtschaftsingenieurwesen

Zudem soll der Kontakt zu Personen und Organisationen des Wirtschaftslebens gepflegt werden; dabei steht der Informations- und Erfahrungsaustausch zwischen erfahrenen Wirtschaftsingenieuren und dem Nachwuchs im Mittelpunkt.

VWI

Über weitere Events werden Mitglieder und Interessierte auf der Homepage www.vwi-ravensburg.de oder der Facebook-Seite www.facebook.com/VWI.Ravensburg auf dem Laufenden gehalten.

Anzeige

Spezialisieren Sie sich doch einfach auf Vielfalt.

Zusammen mit Liebherr haben Sie bereits während Ihres Studiums viele interessante Möglichkeiten. In einem Praktikum können Sie bei uns erste Berufserfahrungen sammeln. Gerne unterstützen wir Sie aber auch bei der Bearbeitung einer herausfordernden Themenstellung im Rahmen Ihrer Abschlussarbeit. Hochmotivierten Absolventen bieten wir darüber hinaus die Möglichkeit des Direkteinstiegs in unserer internationalen Firmengruppe. Willkommen im Erfolgsteam.

www.liebherr.com



LIEBHERR

Die Firmengruppe

Liebherr bietet berufliche Perspektiven

Ob Kran oder Kühlschrank: Die Qualität macht den Unterschied

Das Familienunternehmen Liebherr wurde im Jahr 1949 von Hans Liebherr gegründet. Der große Erfolg des ersten mobilen, leicht montierbaren und preisgünstigen Turmdrehkrans bildete das Fundament des Unternehmens. Heute zählt Liebherr nicht nur zu den größten Baumaschinenherstellern der Welt, sondern ist auch auf vielen anderen Gebieten als Anbieter technisch anspruchsvoller, nutzenorientierter Produkte und Dienstleistungen anerkannt.

Die Firmengruppe beschäftigt weltweit mehr als 35.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in über 140 Gesellschaften auf allen Kontinenten. Die dezentral organisierte Firmengruppe ist in überschaubare, selbständig operierende Unternehmenseinheiten gegliedert. Dadurch wird Kundennähe ebenso gesichert wie die Fähigkeit, im globalen Wettbewerb flexibel auf Marktsignale zu reagieren. Die Fertigungs- und Vertriebsgesellschaften einzelner Produktsegmente sind jeweils der operativen Führung von Spartenobergesellschaften zugeordnet. Dachgesellschaft der Firmengruppe ist die Liebherr-International AG in Bulle/Schweiz, deren Gesellschafter ausschließlich Mitglieder der Familie Liebherr sind. Das Familienunternehmen wird in der

zweiten Generation von den Geschwistern Isolde Liebherr und Willi Liebherr gemeinsam geleitet.

Weltweite Fertigung, breites Produktprogramm

Entwicklung und Fertigung aller Produkte der Firmengruppe sind verteilt auf 40 Produktionsgesellschaften in 17 Ländern. Für den Bausektor und die Gewinnungsindustrie umfasst das Programm Baukrane, Fahrzeugkrane, Raupenkrane, Hydraulikbagger, Hydroseilbagger, Spezialtiefbaugeräte, Radlader, Planier- und Laderaupe, Rohrleger, Teleskoplader, Muldenkipper sowie Betonmischanlagen und Fahrmischer. Umfassende Produktlinien bietet die Firmengruppe jedoch auch in vielen anderen Bereichen an. Im maritimen Güterumschlag ist Liebherr mit Schiffs-, Schwimm-, Offshore-, Container- und Hafeneinsatzkränen, Reachstackern sowie weiteren speziell für den Hafeneinsatz konzipierten Materialumschlaggeräten vertreten; im Maschinen- und Anlagenbau mit Werkzeugmaschinen, Verkettungsanlagen und Engineering Projekten; im Bereich der Luftfahrt mit Flugsteuersystemen, Betätigungs- und Luftmanagement-Systemen; in der Verkehrstechnik mit Ausrüstungen für Schienenfahrzeuge. Im Bereich der Hausgeräte ist Liebherr Spezialist für Kühlen und Gefrieren. Das Produktpro-

gramm umfasst hier mehr als 300 Grundmodelle. Im Hinblick auf den hohen Qualitätsanspruch, den Liebherr an seine Produkte stellt, wird besonderer Wert darauf gelegt, Schlüsseltechnologien selbst zu beherrschen. Deshalb stammt zum Beispiel die gesamte Antriebs- und Steuerungstechnik für Baumaschinen aus eigener Entwicklung und Fertigung. Liebherr-Komponenten kommen jedoch auch zunehmend in Produkten anderer Hersteller zum Einsatz.

Internationaler Vertrieb und Service

In Ergänzung zu einem weltweiten Netz kompetenter Vertriebspartner betreibt die Firmengruppe an vielen Standorten auf allen Kontinenten auch eigene Vertriebs- und Servicegesellschaften. Damit ist sichergestellt, dass jedem Kunden die volle und dauerhafte Unterstützung von Liebherr zur Verfügung steht, egal wo er sich auf der Welt befindet.

Qualifizierte und engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind bei Liebherr immer willkommen.

Egal, ob Sie gerade erst ins Berufsleben einsteigen oder ob Sie eine neue berufliche Herausforderung suchen.

Weitere Informationen finden Sie unter www.liebherr.com

„Der Spielraum für Design hat sich immens erweitert“

Beim Symposium „Design der Zukunft“ beschäftigten sich die Teilnehmer mit Gestaltungs- und Zukunftsfragen

„Design der Zukunft“ lautete der Titel eines zweitägigen Symposiums an der Dualen Hochschule Ravensburg. Das Symposium brachte Wissenschaftler unterschiedlicher Disziplinen sowie Designer, Architekten und Künstler zusammen, die sich mit Gestaltungs- und Zukunftsfragen beschäftigen. Die konzeptionelle Leitung hatten Dr. Cornelia Lund (Universität Hamburg/FH Vorarlberg Dornbirn) und Prof. Dr. Holger Lund (DHBW Ravensburg).

DHBW: Herr Lund, welche Idee steckt dahinter, an der Dualen Hochschule ein Symposium „Design der Zukunft“ auf die Beine zu stellen?

Holger Lund: Weil es das bisher nicht gab für den Designbereich. Als angewandte Disziplin hatte Design speziell in Deutschland einen Fokus auf das Know-how gelegt. Wissenschaftliche Forschung, Theorie und Geschichte hatten eine eher untergeordnete Rolle. Unser Ziel für ein Symposium in dem Bereich war es nun, den theoretischen und reflexiven Teil zu stärken. In dem Fall mit dem Blick auf die Zukunft. Was kommt auf uns zu? In welcher Welt



Die Organisatoren des Symposiums: Cornelia und Holger Lund.

werden wir gestalten? Unsere Studenten haben immerhin noch etwa 50 Jahre Berufsleben vor sich. Eine Zeitspanne, in der sich sicher vieles verändern wird.

DHBW: Apropos Veränderung. Sie sprachen in ihrer Einführung zum Symposium von einer Digitalisierung in allen Lebensbereichen, fast alle

Beiträge nahmen darauf Bezug. Was bedeuten solche Entwicklungen speziell auch für Designer?

Holger Lund: Wir erleben derzeit eigentlich schon das postdigitale Zeitalter. Beispiele sind Zalando und Ebay, die nun plötzlich reale Shops eröffnen. Da ist also ein Bedürfnis nach Haptik, nach Anfassen. Auch

wissen unsere Studenten genau, dass sie zwei Personen sind, eine reale und eine digitale auf sozialen Plattformen. Die Frage nach der Kontrolle wurde bei dem Symposium häufig gestellt. Nicht wenige verweigern sich heute auch diesem Digitalisierungsdruck. Im Bezug auf das Design hat sich unter anderem auch durch solche gesellschaftlichen Entwicklungen der Spielraum immens erweitert. Der Designer entwirft nicht mehr nur ein Produkt. Er beeinflusst auch, etwa welche soziale Rolle sie spielen. Apple ist dafür ein Beispiel. Das ist ein weiterer Trend, dass Designer soziale Prozesse wie Kommunikationsverhalten gestalten.

DHBW: Wie war die Resonanz auf das Symposium?

Holger Lund: Wir hatten den Mix an Besuchern, den wir uns erhofft hatten. Es waren viele Studenten da, Alumni, Designer, Fachkollegen aus Österreich und auch aus anderen Studiengängen. Geplant ist, dass es im kommenden Jahr ein zweites Symposium gibt. Und auch, dass die Ergebnisse der Symposien in einer Publikation zusammen gefasst werden.



In der dritten Auflage ist nun das Lehrbuch „Einführung in die Wirtschaftsinformatik“ von Prof. Dr. Michael Bächle und von Prof. Dr. Arthur Kolb erschienen. Leicht verständlich und in kompakter Form begleitet dieses Buch einführende Lehrveranstaltungen in das Studienfach Wirtschaftsinformatik. Studierende werden in kurzer aber dennoch prägnanter Form mit den wesentlichen Inhalten aus der Vorlesung vertraut gemacht. Die durchgängige Fallstudie des fiktiven Unternehmens „Sonnenchein AG“ macht den Stoff für den Leser greifbar und nachvollziehbar. Dabei wird zu Beginn jedes Kapitels der relevante Ausschnitt der Fallstudie für den im Kapitel behandelten fachlichen Inhalt vorgestellt. Daran schließt sich die Kurzdarstellung der Theorie an. Wissensorientierte Detailfragen zur Theorie und problemlösungsorientierte Komplexfragen, die sich auf die Fallstudie beziehen, schließen das Kapitel ab. Musterlösungen zu allen Fragen und Aufgaben sind direkt im Buch enthalten.

In der dritten Auflage wurde das Buch um ein Kapitel zu IT-Projektmanagement erweitert und neuere Entwicklungen, wie mobiles Internet, Social Commerce und Open Innovationen, wurden in das Kapitel zu außenwirksamen Informationssystemen aufgenommen. Prof. Dr. Michael Bächle ist Professor für Wirtschaftsinformatik an der Dualen Hochschule Ravensburg, Prof. Dr. Arthur Kolb Professor für Wissensmanagement und Wirtschaftsinformatik an der Hochschule Kempten.

„Automobilelektronik lernen“

Prof. Dr.-Ing. Konrad Reif als Herausgeber

Sie stehen in den Regalen von Ingenieuren, Technikern, Werkstattleitern und Studenten gleichermaßen: Dr.-Ing. Konrad Reif, Professor an der Dualen Hochschule Ravensburg, gibt eine ganze Reihe praktischer Bücher rund um die Kfz-Technik heraus. Sein neuestes Werk, bei dem er als Herausgeber fungiert: „Automobilelektronik lernen“. Das sind zehn Hefte, die die verschiedensten Aspekte zu dem Thema gründlich beleuchten.

Neue Autos warten mit immer mehr Fahrzeugelektronik auf. Ein Auto hat heute im Schnitt Elektronik im Wert von rund 2500 Euro an Bord. Oberklassewagen mit 400 Sensoren und 70 Steuergeräten sind keine Seltenheit. Vor diesem Hintergrund hat Prof. Reif als Herausgeber nun für Bosch die zehn Lehrhefte „Automobilelektronik lernen“ zusammen gestellt. Sie helfen, die Funktionen und Arbeitsweisen der Komponenten

und Systeme zu verstehen. Und richten sich damit einerseits an Studierende und als Lehrmaterial an Dozenten; sind aber gleichzeitig auch praktische und anwendungsorientierte Informationsquellen für Ingenieure, Techniker oder Werkstattleiter. Und bieten damit gleichzeitig theoretisches Rüstzeug wie auch Lö-



sungen für die Anwendung etwa für Gutachter oder Dienstleister aller Art rund um das Automobil.

Konrad Reif ist Studiengangsleiter am Campus Friedrichshafen der Dualen Hochschule Ravensburg für Elektrotechnik-Fahrzeugelektronik und Mechatronische Systeme. Vom Bodensee aus betreut er zudem unter anderem die Reihe Bosch Fachinformation Automobil; die komplette Folge umfasst immerhin rund 2500 Seiten geballtes Technikwissen. Außerdem ist er Schriftleiter des renommierten Kraftfahrtechnischen Taschenbuchs von Bosch. Sein neuestes Werk, „Automobilelektronik lernen“, wurde nun auf der Messe Automechanika in Frankfurt am Stand von Bosch präsentiert.

Automobilelektronik lernen, Sammelordner für 10 Lehrhefte, Herausgeber Konrad Reif, ISBN: 978-3-658-00108-7



In zweiter und aktualisierter Auflage ist das Buch „Internationale Wirtschaft und Finanzen“ von Herbert Sperber und Joachim Sprink erschienen. Viele Unternehmen stehen heute im globalen Wettbewerb. Sie treffen ihre Entscheidungen im internationalen Kontext und sind damit von den Entwicklungen auf den Weltmärkten und den dahinter stehenden wirtschafts- und währungspolitischen Eingriffen unmittelbar betroffen. Ein wesentliches Ziel des Buches ist es, die grenzüberschreitenden ökonomischen Wirkungen und Zusammenhänge zu erklären. Es soll dem Leser helfen, die Kernfragen der internationalen Wirtschaftspolitik zu beurteilen. Also etwa: Wie wirken geld- und fiskalpolitische Maßnahmen in offenen Volkswirtschaften?, Was spricht für die Bildung einheitlicher Währungsräume, was spricht dagegen? Prof. Dr. Herbert Sperber (Jahrgang 1954) ist seit 1991 Inhaber des Lehrstuhls für Bank- und Finanzmanagement an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen. Prof. Dr. Joachim Sprink arbeitete im Kapitalmarkt-Research einer deutschen Großbank. Er baute den Studiengang BWL-Bank an der Dualen Hochschule Ravensburg auf, den er seither leitet. Prof. Dr. Sprink lehrt in Ravensburg Portfoliomangement, Kapitalmarkttheorie und Volkswirtschaftslehre.

Herbert Sperber, Joachim Sprink: Internationale Wirtschaft und Finanzen, 2., aktualisierte Auflage 2012. 200 Seiten, broschiert ISBN 978-3-486-71643-6

Zwei Bände beleuchten die Eventbranche

Fachbuchreihe „Messe-, Kongress und Eventmanagement“

In seiner Fachbuchreihe „Messe-, Kongress- und Eventmanagement“ hat Prof. Stefan Luppold, Studiengangsleiter an der Dualen Hochschule Ravensburg, zwei weitere Bände veröffentlicht. Thema und Titel: „Dienstleistungs-Management in Veranstaltungszentren“ von Jörn Raith und „Sprung-Steine – Stressmanagement für Dauer-Lächler und Service-Asse“ von Andreas Balzer.



Wer den Veranstaltungsmarkt kennt, seine Basics im Griff hat, den Kunden konsequent via CRM erschließt und letztlich

mit einem Qualitätsmanagement-System zu überzeugen weiß, wird auch als Inhouse-PCO Erfolg haben. Autor Jörn Raith plädiert für ein umfangreiches Dienstleistungs-Management und begründet dies mit entsprechenden Marktforschungs-Studien, aber auch mit dem Ansatz, die Finanzierung von Veranstaltungshäusern nachhaltig zu stärken. Der Autor, selbst seit 30 Jahren in der Veranstaltungsbranche aktiv, geht auf unterschiedliche Themen mit besonderer Bedeutung für die Kongress- und Veranstaltungszentren ein.

ISBN 9783896736284

In der Dienstleistungsbranche ist der Mensch wesentlicher Teil der Leistungserstellung. Das trifft im Besonderen auf die Veranstaltungsbranche



zu, in der Dauer-Lächler und Service-Asse die Fäden in der Hand halten und den Ton angeben. Dabei wissen alle, dass die Arbeit in diesem jungen Berufsfeld unangenehme Nebenwirkungen mit sich bringt, die von Anspannung und Überarbeitung bis hin zu Stress und Burnout reichen. Damit Eventmanager, Veranstaltungskaufleute und Angehörige der Veranstaltungswirtschaft sich darauf einstellen können, entwickelt der Autor ein auf diese Zielgruppe hin maßgeschneidertes Konzept.

ISBN 978-3-89673-622-2

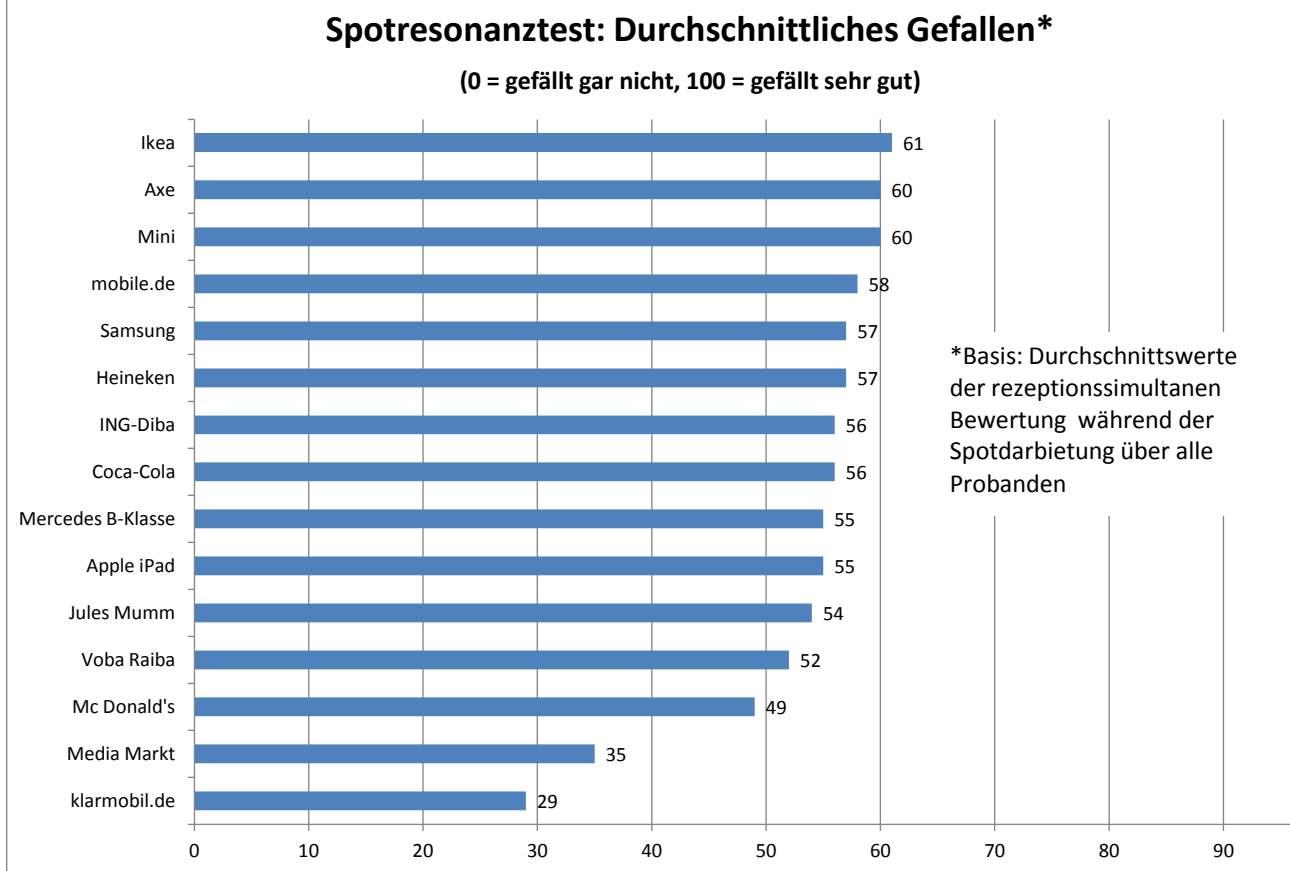
Wie wirksam Werbung ist

Untersuchung der Zeitschrift „Horizont“ gemeinsam mit dem Steinbeis-Forschungszentrum

Wegzappen gilt nicht: Rund 60 Studenten der Dualen Hochschule Ravensburg haben kürzlich im Auftrag der Forschung Werbeclips geguckt. Herausgekommen ist eine Untersuchung der Zeitschrift Horizont gemeinsam mit dem Steinbeis-Forschungszentrum Werbung und Kommunikation an der DHBW über die Wirksamkeit solcher Spots.

15 Werbespots kamen für die Studie auf den Prüfstand. Die Studenten, die sich die Clips auf einer großen Leinwand im Hörsaal ansahen, konnten dabei per Drehregler ihr Gefallen oder Missfallen zum Ausdruck bringen. Anschließend bewerteten sie ebenfalls per Regler die Spots nach Kreativität, Verständlichkeit, Glaubwürdigkeit, handwerklicher Umsetzung und Markenkongruenz. Eine anschließende Diskussion rundete das Ergebnis ab.

And the winner is: Den besten Eindruck auf die Studenten machte die Werbebotschaft von Ikea, weniger gut weg kamen „Große“ wie McDonald's oder Media Markt, die sich mit hinteren Plätzen begnügen mussten. Vor allem mangelnde Kreativität und die Umsetzung kritisierten die Testseher. Bei aller Kreativität müsse jedoch auch immer die klare Botschaft stimmen. Ein Beispiel: Wenn Dirk Nowitzki von ING-Diba in die Metzgerei



So bewerten die Studenten die Werbespots.

geschickt wird ist das zwar witzig. Die Frage, was der Basketballer da eigentlich verloren hat, lässt den Zuschauer allerdings leicht ratlos zurück.

Die Ergebnisse sind zwar nicht repräsentativ, geben aber einen Ein-

druck, was bei Werbung funktioniert und was nicht. „Mit dem Drehregler erhält man Messwerte für jede Sekunde im Werbespot, und die Reaktionen werden vor deren bewusster Rationalisierung erfasst“, sagt der

DHBW-Professor Dr. Simon Ottler, Leiter des Steinbeis-Forschungszentrums Werbung und Kommunikation. Angesiedelt an der DHBW, können dort auch Studien in Auftrag gegeben werden.

Einkaufen im Dienste der Forschung

Bachelorarbeit nimmt das Einkaufsverhalten der Generation 50plus mittels Eyetracking unter die Lupe

Das Einkaufsverhalten der Generation 50plus hat Julia Rudigier in ihrer Bachelorarbeit in Medien- und Kommunikationswirtschaft (Werbung und Marktkommunikation) unter die Lupe genommen. 20 Testpersonen hat sie dazu mit einer Eyetracking-Brille in den Supermarkt geschickt. Die Arbeit ist ein Beispiel dafür, wie DHBW-Studenten sich praxisrelevanten Forschungsfragen widmen – hier der Werbewirkungs- und Konsumentenforschung.

Es war im Mai 2012, als 20 Testpersonen in einem Supermarkt ihren Blick über die Regale mit Marmelade und Mineralwasser schweifen ließen. Zehn von ihnen zwischen 20 und 30 Jahre alt und zehn im Alter

von 50plus. Aufgezeichnet wurde das Blickverhalten von einer Eyetracking-Brille, die jeder Konsument aufgesetzt bekam. Zu welchen Marken würden die „Test-Shopper“ greifen, wie viel Zeit bräuchten sie für eine Entscheidung, würden auch die Regale ganz oben und ganz unten Interesse wecken, und wie lange würden die Preisschilder inspiziert? Dies wollte Julia Rudigier erkunden, um daraus Handlungsempfehlungen für den Lebensmitteleinzelhandel zu formulieren.

Prof. Dr. Simon Ottler, der das Steinbeis-Forschungszentrum Werbung und Kommunikation leitet, betreute die wissenschaftliche Arbeit. „Der wesentliche Vorteil der Eyetracking-Technologie besteht

darin, dass das tatsächliche Blickverhalten registriert wird. Im Unterschied zur klassischen Befragung ist es möglich, auch die schnellen, oft unbewussten Augenbewegungen valide zu erfassen und auszuwerten“, erläutert der DHBW-Professor.

Jüngere Einkäufer präferieren die teureren Markenprodukte – ältere Einkäufer die günstigen Eigenmarken

Ein Ergebnis der DHBW-Studentin: Konzentrieren sich ältere Konsumenten mehr auf die günstigeren Eigenmarken der Händler, bleibt der Blick der jüngeren meist auf den teureren Markenprodukten hängen. Kein Wunder also, dass die 50plus-Einkäufer die Preisschilder deutlich

ausgiebiger mustern als die junge Zielgruppe. Die Jungen wiederum treffen ihre Auswahl wesentlich schneller als die Älteren. Wer denkt, die ältere Generation habe Schwierigkeiten, die oberen und unteren Regale genau wahrzunehmen, sieht sich jedenfalls getäuscht. Im Interview gaben sie zudem noch an Wert darauf zu legen, dass die Regalanordnung sich nicht ständig verändert.

Auch wenn das Ergebnis keinen Anspruch hat, repräsentativ zu sein, drängen sich für Supermärkte einige Erkenntnisse auf: Etwa nicht allzu oft die Regale umzuräumen und auf eine ausgewogene Mischung aus teureren und günstigeren Marken zu setzen.



Die Heatmaps zeigen die Wahrnehmungsschwerpunkte aller Testpersonen. Je stärker ein Bereich rot eingefärbt ist, umso länger oder häufiger haben die Testpersonen diese Regalzone durchschnittlich angesehen.

Besuch aus Stuttgart

Präsident Geilsdörfer

Besuch aus Stuttgart in Ravensburg: Prof. Reinhold Geilsdörfer und Prof. Dr. Bärbel Renner vom Präsidium der Dualen Hochschule sprachen vor den Mitarbeitern und Professoren über die Entwicklung der Hochschule.

Prof. Geilsdörfer, Präsident der DHBW, verdeutlichte das rasante Wachstum der DHBW. Allein in den vergangenen Jahren wurden rund 7500 zusätzliche Studienplätze geschaffen. Das bringe auch Probleme mit sich und so bemühe sich das Präsidium derzeit um die Realisierung dringend benötigter Flächen, um eine „auskömmliche Finanzierung“ der Kurse und auch darum, dass befristete Stellen in Daueranstellungen übergehen. Als wichtige Herausforderung nannte Geilsdörfer den Einstieg in die kooperative Forschung. Ein weiteres wichtiges Thema sei der Master.

Prof. Dr. Bärbel Renner, zuständig für Hochschulkommunikation im Präsidium, stellte den Ravensburgern und Friedrichshafenern einige wichtige Marketingaktivitäten vor. So habe etwa ein Prozess rund um die Markenfindung stattgefunden. Sie kündigte an, dass in den kommenden Monaten der Fokus auf der internen Kommunikation liegen werde. Geplant ist unter anderem ein Newsletter.



DHBW-Präsident Prof. Reinhold Geilsdörfer beantwortet in Ravensburg Fragen der Mitarbeiter und Professoren.



Sonja Faber-Schrecklein im Gespräch mit DHBW-Rektor Prof. Karl Heinz Hänssler

SWR-Filmteam dreht einen Tag an der DHBW

„Landesschau mobil“ zu Gast in Ravensburg

Der SWR drehte im April einen Tag lang an der Dualen Hochschule Ravensburg einen Beitrag für die Sendung „Landesschau mobil“. Der fünfminütige Beitrag lief am Ende der Landesschau – eine Woche lang wurde jeden Abend ein anderer Beitrag aus Ravensburg gezeigt. Mode-

ratorin Sonja Faber-Schrecklein interviewte unter anderem Vertreter des Global Formula Racing-Teams und die Macher des Campusradios „Das kleine U-Boot“. Einen Besuch stattete sie auch dem kulinarischen Entwicklungszentrum ab, in dem der preisgekrönte Nachwuchskoch Mi-

chael Kübler mit einigen Kommilitonen am Werk war.

Der Film im Internet:
<http://www.ardmediathek.de/ard/servlet/content/3517136?documentId=10232776>

Hochschulrat ist neu besetzt

Wahl der Vertreter der Partnerunternehmen

Im September sind die Vertreter der Ausbildungsstätten im Hochschulrat neu gewählt worden. Das Gremium trägt vergleichbar mit dem Aufsichtsrat eines Unternehmens die Verantwortung für die Entwicklung der DHBW.

Der Hochschulrat bietet den dualen Partnern der DHBW die Plattform, sich aktiv an der Weiterentwicklung des dualen Studiums und der Hochschule zu beteiligen. Unter anderem entscheidet das Gremium etwa über neue Studiengänge und Studieninhalte. Zudem wählt der Hochschulrat Rektor, Prorektoren und Dekane. Neben Vertretern der Partnerunternehmen sind auch ein Mitglied des Lehrkörpers und ein Studierendenvertreter jeweils der beiden Fakultäten im Hochschulrat vertreten. Prof. Rudolf Forcher hat im aktuellen Hochschulrat den Vorsitz inne.

Der neu gewählte Hochschulrat der DHBW Ravensburg wird bis 30. September 2016 die Zukunft der Hochschule mitgestalten. 1114 duale Partner waren Wahlberechtigt, gewählt wurde wie folgt:

• **Fakultät Wirtschaft:**
Prof. Rudolf Forcher,
 Heilbäder- und Kurortmarketing GmbH

Dorothee Hess-Maier,
 Ravensburger AG
 • **Fakultät Technik**
Hubert Schwarz,
 EADS Deutschland GmbH Cassidian
Wilhelm Kohler,
 Liebherr-Werk Biberach GmbH
 • **Mitglieder ohne Fakultätszuordnung:**

Jürgen Holeksa,
 ZF Friedrichshafen AG
Heinrich Grieshaber,
 Grieshaber Logistik AG
Denise Koscher,
 Marbet Marion & Bettina Würth GmbH&Co.KG

• **Stellvertreter Fakultät Wirtschaft:**
Eva-Maria Rühle,
 Reha-Klinik Schwäbische Alb GmbH&Co.KG

Erik Gonan,
 McCann Erickson Berlin GmbH

• **Stellvertreter Fakultät Technik:**
Axel Kiefer,
 Coperion GmbH
Andrea Haffner,
 Audi AG

• **Stellvertreter ohne Fakultätszuordnung:**
Iris Müller,
 Meersburg Tourismus
Karsten Weber,
 BorgWarner Cooling Systems GmbH
Petra Keller,
 abakus it AG

Anzeige

Jeder Erfolg hat seine Geschichte.



BOSCH
Technik fürs Leben

HAWERA ist ein Unternehmen der BOSCH-Gruppe und steht für hochwertige Qualitätswerkzeuge, die in der Bauindustrie und im Bauhandwerk eingesetzt werden. Seit 1952 produziert und vertreibt HAWERA Einsatzwerkzeuge zum Bohren, Sägen und Meißeln für professionelle Anwender.

Wir bieten für das Jahr 2013 folgende Studienplätze an:

Studienplätze zum

- Bachelor of Engineering (DHBW)
Voraussetzung: allgemeine bzw. fachgebundene Hochschulreife
- Bachelor of Arts (DHBW)
Voraussetzung: allgemeine bzw. fachgebundene Hochschulreife

Bewerbungsschluss: 31. Oktober 2012
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung:

Per Post: HAWERA Probst GmbH
 Personalabteilung
 Schützenstr. 77
 88212 Ravensburg

Kontakt: Andrea.Rohmer@de.bosch.com
 Tel. 0751/372-309



Familienfreundliche Hochschule

DHBW als familiengerecht zertifiziert



Preisverleihung Zertifikat „Familiengerechte Hochschule“ in Berlin: Christoph Ricken (3. von rechts), der in Ravensburg federführend für das Projekt ist, nimmt die Urkunde für die Duale Hochschule Ravensburg in Empfang.

Die Duale Hochschule Ravensburg hat im Juni in Berlin das Zertifikat „Familiengerechte Hochschule“ erhalten. Das Zertifikat wird an Hochschulen vergeben, die eine nachhaltige und familienbewusste Personalpolitik betreiben.

Ganz gleich, ob es um die Kinderbetreuung oder die Pflege Angehöriger geht: Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf stellt eine große Herausforderung für den Arbeitnehmer dar. Die Duale Hochschule Ravensburg hat es sich daher zum Ziel gesetzt, die Rahmenbedingungen für Beruf beziehungsweise Studium und Familie fortlaufend zu verbessern. In den vergangenen Monaten hat die Hochschule unter der Federführung von Christoph Ricken den Status quo ihrer Personalpolitik gründlich unter die Lupe genommen und daraufhin überprüft. Ricken

nahm nun auch in Berlin die Urkunde von den Vertretern der Projekt-Schirmherren aus dem Bundesfamilien- und dem Bundeswirtschaftsministerium entgegen.

Die Duale Hochschule Ravensburg will in einem ersten Schritt dafür sorgen, dass die familienfreundlichen Angebote der DHBW Ravensburg allen Mitarbeitern und Studenten aktiv kommuniziert werden. „Wichtig ist auch die Vernetzung mit familienfreundlichen Angeboten in der Stadt und in der Region“, so Ricken. Hierbei ist er bereits einen großen Schritt voran gekommen. In einem Workshop mit der Stadt Ravensburg werden erste Ziele abgesteckt. Gemeinsam mit der Zeppelin Universität in Friedrichshafen macht man sich Gedanken über die Fortbildung von Führungskräften. Ein wichtiger Ansprechpartner ist auch die ZF als einer der größten Fir-

men der Region. Gemeinsam möchten sich DHBW und ZF überlegen, wie man Studierende mit Kind unterstützen kann. Ein Pilotprojekt, das sich eventuell auf andere DHBW-Partnerunternehmen übertragen lässt. Kontakt hat Ricken schließlich auch mit den Johannitern mit ihrem Care Service aufgenommen, schließlich gilt es auch die Pflege Angehöriger mit Arbeit und Studium unter einen Hut zu bekommen.

Das Zertifikat „Familiengerechte Hochschule“ wird von der berufundfamilie gGmbH verliehen, einer Initiative der gemeinnützigen Hertie-Stiftung. Insgesamt sind in Deutschland nun 490 Unternehmen, 379 Institutionen und 129 Hochschulen zertifiziert. Die Duale Hochschule Baden-Württemberg ist inzwischen mit all ihren Standorten, darunter Ravensburg samt Campus Friedrichshafen, zertifiziert.

Blues gewinnen Stadtderby

DHBW-Fußballteam

Zwei Mal am Start und zwei Mal erfolgreich: Das war in dieser „Saison“ die Fußballmannschaft der DHBW Ravensburg

Das Derby gegen die Ravensburger AG entschieden die „Blues“ der Dualen Hochschule mit 3:1 für sich. Sie gingen noch vor der Halbzeit mit 2:0 in Führung. Nach dem Wechsel versuchte die „Puzzeltruppe“ das Ruder zu übernehmen und schaffte den Anschlussstreffer. Danach schaltete das Team der DHBW von Spielertrainer Nico Gröbe einen Gang hoch und sorgte mit einem sehenswerten Kopfball zum 3:1 und damit für den klaren Endstand dieser Partie.

Für die „Blues“ war es der zweite Sieg in Folge. Egal ob knapp oder eindeutig – Hauptsache gewonnen, wird sich Spielertrainer Nico Gröbe nach dem 3:4-Auswärtssieg gegen die Hochschule Biberach gedacht hatten.

Die Fußballmannschaft der Dualen Hochschule Ravensburg hatte dank eines in der Schlussminute gehaltenen Elfmeters von Torwart Simon Steffan (Spitzname: „die Katze vom Main“) nach harten aber fairen 90 Minuten das erste Freundschaftsspiel der Saison mit einem Erfolgserlebnis beendet.

Professor kocht Wasser, bis es gefriert

Kinderuni Ravensburg und Friedrichshafen



Kälteforscher Prof. Stephan Engelking zeigt an der Kinderuni Wissenschaft zum Anfassen und Schmecken.

Die Duale Hochschule Ravensburg engagiert sich bei den Kinderunis in Ravensburg und in Friedrichshafen. Prof. Dr. Stephan Engelking erklärt in Ravensburg, warum der Kühlschrank alles so schön kühl hält. In Friedrichshafen erkundeten die Kinder mit Dipl.-Ing. Anne Pohl, warum ein Flugzeug fliegt.

Schon vor 5000 Jahren sammelten Menschen Eis und Schnee als Kältemittel, berichtete Prof. Engelking, Studiengangsleiter Maschinenbau. Um 500 vor Christus entdeckten Menschen, dass Wasser kälter wird, wenn es verdunstet. Noch heute wird diese einfache Kältetechnik in Afrika verwendet.

Eine Mischung aus Eis, Wasser und Salz diente Stephan Engelking schließlich im Jahr 2012 bei der Kinderuni als Kühltechnik. Damit bereitete er aus Sahne und Marmelade Speiseeis. Die Studierenden waren entzückt.

Die Feinheiten der Kältetechnik erläuterte Professor Engelking mit Hilfe eines Schaubilds: Wasser kocht bei normalem Luftdruck, das ist 1 bar, bei 100 Grad Celsius und gefriert bei null Grad. Steigt der Druck, steigt auch die Siedetemperatur. Sinkt der Druck zum Beispiel auf 0,7 bar, kocht Wasser schon bei 90 Grad. Ganz spannend wird es bei 0,006 bar, hier kocht und gefriert Wasser gleichzeitig, nämlich bei 0,01 Grad. Diesen Tripelpunkt demonstrierte Stephan Engelking mit Hilfe einer Vakuumpumpe. Die Studierenden staunten über das kochende Eis und prüften die Temperatur eigenhändig.

Einen ganzen Tag lang drehte sich bei der Kinderuni Friedrichsha-



Sieht er so aus, der perfekte Papierflieger?

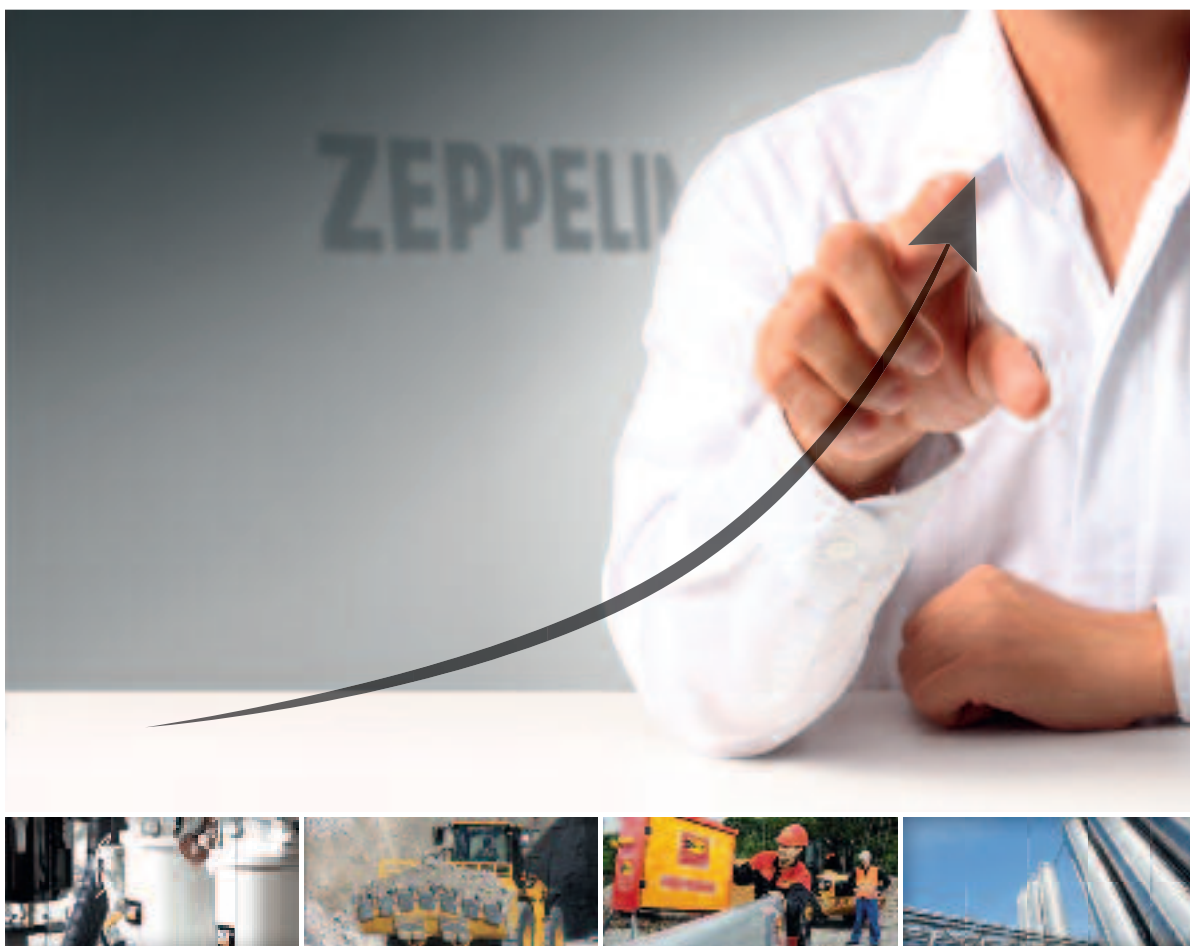
fen bei Dipl.-Ing. Anne Pohl alles darum, warum ein Flugzeug fliegt. Wie kann es denn sein, dass ein Airbus A 380, der fast 600 Tonnen auf die Waage bringt, fliegen kann? Auf die Theorie folgt die Praxis. Ein Papierflieger-Wettbewerb kam einigen Geheimnissen der Fliegerei auf die Schliche.

Nähere Informationen
www.kinderuni-ravensburg-weingarten.de
www.kinderuni-fn.de

Anzeige

ZEPPELIN®

Baumaschinen EU | Bau- und Landmaschinen CIS | Rental | Power Systems | Anlagenbau



Unser Weg: vorwärts durch Innovation

Seit der Gründung der Zeppelin-Stiftung im Jahr 1908 verpflichtet der Name Zeppelin zu einer zukunftsgerichteten Kultur aus engagiertem Innovationsgeist und dem Streben nach technischer Perfektion. Hochwertige Produkte und exzellenter Service, verbunden mit höchstem Qualitätsanspruch, kennzeichnen den heutigen Zeppelin Konzern mit seinen fünf Strategischen Geschäftseinheiten. Weltweit in 26 Ländern, an 190 Standorten und mit der Dynamik von 6.900 entschlossenen Mitarbeitern, die eines verbindet: Leidenschaft für Innovation.

www.zeppelin.de

Ihr erster Schritt beim Zeppelin Konzern: ein duales Studium

Unterschiedlichste Geschäftsmodelle und Aufgabengebiete – Zeppelin Mitarbeiter verbindet übergreifend der Wille zum Erfolg und die Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen. Beim Zeppelin Konzern arbeiten 6.900 Mitarbeiter – 6.900 Unternehmer mit viel Gestaltungsspielraum. Unsere Arbeitskultur ist geprägt von gegenseitigem Vertrauen und Umsetzungsstärke. Wir suchen Menschen, die dies begeistert und die mit uns gemeinsam zu unserem Erfolg beitragen möchten – gerne im Rahmen eines DHBW-Studiums.

Fakten

Weltweit ist der Zeppelin Konzern an 190 Standorten und in 26 Ländern aktiv. Die Mitarbeiter bei Zeppelin erwirtschafteten 2011 einen Umsatz von über 2,4 Milliarden Euro. Der Zeppelin Konzern ist in fünf Strategische Geschäftseinheiten gegliedert: den Handel und Service von Bau- und Landmaschinen in Europa und der CIS (Baumaschinen EU sowie Bau- und Landmaschinen CIS), den Handel und Service von Motoren (Power Systems), die Vermietung von Baumaschinen und -equipment (Rental) sowie den Anlagenbau.

Werte

Die unternehmerischen Wurzeln des heutigen Zeppelin Konzerns liegen in der Gründung der Friedrichshafener Zeppelin-Stiftung im Jahr 1908. Einen Teil der Gewinne führt der Konzern an die Zeppelin-Stiftung ab, die wiederum die finanziellen Mittel gemeinnützigen Zwecken zugutekommen lässt. Zudem ist Zeppelin als Förderer aktiv und unterstützt Projekte aus den Bereichen Bildung, Kultur, Sozialwesen und Sport. Gesellschaftliches Engagement ist Teil des unternehmerischen Selbstverständnisses von Zeppelin.

Chancen

Ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem unsere Mitarbeiter die Ziele und Werte des Unternehmens teilen und sich wohlfühlen, ist Zeppelin ein Anliegen. Mitarbeiter des Zeppelin Konzerns profitieren von der Internationalität sowie den vielfältigen Entwicklungs- und Karrierewegen in den verschiedenen Geschäftseinheiten. Neben Entwicklungsprogrammen für Fach- und Führungskräfte bietet Zeppelin seinen Mitarbeitern ein hohes Maß an Sicherheit.

Kooperation mit der DHBW

Im letzten Jahr fiel der Startschuss für das konzernweite Studium in Kooperation mit der Dualen Hochschule Baden-Württemberg. Die Studierenden erhalten hierbei die Chance, grundlegende theoretische Kenntnisse durch den direkten Praxisbezug zu erweitern. Neben einem tiefen Einblick in die jeweilige Geschäftseinheit sorgt ein Rahmenprogramm dafür, dass die Studierenden auch die anderen Geschäftseinheiten kennenlernen und sich standortübergreifend vernetzen. **Der Zeppelin Konzern bietet Studienplätze in folgenden Bereichen an: BWL/Handel, Maschinenbau, Wirtschaftsingenieurwesen und Elektrotechnik.**

Ihre Potenziale und unser Angebot

„Unsere Mitarbeiter sind unser größtes Kapital. Durch Zutrauen, Gestaltungsspielraum sowie entsprechende Förderung geben wir jedem die Möglichkeit, sein Potenzial voll zu entfalten“, so Jürgen-Philipp Knepper, Arbeitsdirektor bei der ZEPPELIN GmbH. Die Potenziale des einzelnen DHBW-Studierenden zu erkennen und gezielt durch spannende Projektarbeit und Unternehmenspraxis zu fördern, ist Zeppelin ein Anliegen.

www.zeppelin.de



Interkultureller Erfahrungsaustausch: Gaststudenten aus China, Neapel, Palma de Mallorca und Mexiko sorgen im Kulinarischen Entwicklungszentrum der DHBW für ein internationales Menü.

Management-Experte

Dr. Bishnu Sharma

Vier Wochen lang haben die Studenten International Business von Dr. Bishnu Sharma so einiges über die Feinheiten des strategischen Managements erfahren. Der Professor lehrt dieses Fach seit 15 Jahren an der University of the Sunshine Coast in Australien und kam nun zum ersten Mal an die DHBW Ravensburg.

Die kleinen Gruppen und die besonders aktive Teilnahme der Studenten am Unterricht haben Bishnu Sharma von Anfang von der DHBW überzeugt. Besonders gefällt ihm zudem der Campus inmitten der Stadt. Nach Gastvorlesungen in China und Fidschi lehrte der gebürtige Nepalese, der seit 21 Jahren in Australien lebt, nun zum ersten Mal in Europa.

Seit einigen Jahren besteht zwischen der DHBW und der University of the Sunshine Coast ein reger Austausch. Vergangenes Jahr lud Prof. Dr. Karin Reinhard, Studiengangsleiterin International Business, den Managementexperten als Gastdozenten nach Ravensburg ein. Reinhard arbeitet bereits seit 2009 mit Sharma zusammen. Beide Professoren beschäftigt der Schwerpunkt Social Marketing. Es geht darum, Veränderungen in der Gesellschaft und damit verbundene Denkweisen zu beleuchten; etwa was Alkohol oder auch Rauchen und vieles andere angeht. Reinhard und Sharma forschten in diesem Zusammenhang zum Thema Adipositas und aktuell über Alkoholismus bei jungen Menschen. Zu beiden Themen wurden in verschiedenen wissenschaftlichen Journalen bereits Ergebnisse veröffentlicht.



Prof. Dr. Bishnu Sharma und Prof. Dr. Karin Reinhard.

Australier interessiert das duale Studium

Prof. Dr. Patrick Keleher von der Central Queensland University



Besuch aus Australien in der DHBW-Bibliothek: Patrick Keleher, Silvia Eichhorn, Karin Reinhard und Joanne Keleher.

Besuch aus Australien in Ravensburg: Prof. Dr. Patrick Keleher von der Central Queensland University (CQU) möchten die Kontakte zur Dualen Hochschule intensivieren. Unter anderem plant er gemeinsam mit Prof. Dr. Karin Reinhard, Studiengangsleiterin International Business, ein Forschungsprojekt.

Ihre Veröffentlichungen in dem Journal „Asian Pacific Journal of Cooperative Education“ hat Patrick Keleher auf Karin Reinhard aufmerksam gemacht. Der Australier nahm mit der Ravensburger Professorin Kontakt auf, und schnell haben die

beiden gemerkt, dass sie ein gemeinsames Thema haben: das duale Studium. An der Central Queensland University, wo Patrick Keleher lehrt, sei „die Philosophie eine ähnliche wie hier an der DHBW“. Wer dort an der technischen Fakultät studiert, benötigt viereinhalb anstatt der sonst üblichen vier Jahre zum Studienabschluss. Grund ist, dass die Studenten die Möglichkeit zu zwei Praxisinsätzen in Betrieben erhält. Karin Reinhard steuerte inzwischen zu einer Veröffentlichung von Keleher ein Kapitel zum dualen Studiensystem der Marke DHBW bei. Diese Zusammenarbeit soll nun intensiviert

und fortgesetzt werden.

Patrick Keleher lehrt in Australien „Engineering from a management point of view“. Und so stattete er auch dem Technikcampus Friedrichshafen der DHBW einen Besuch ab. Fasst er doch Vorlesungen an der DHBW sowohl in der Fakultät Wirtschaft als auch in der Technik ins Auge.

Schwerpunkt Technik

Begleitet wurde Patrick Keleher von seiner Frau Joanne, Bibliothekarin an der Queensland Uni. Interessant für sie war der Besuch der Ra-

Die ersten Gäste aus Shanghai

Kooperation Ravensburg – Shanghai

Der Markt in China wird für deutsche Unternehmen immer interessanter. Umso wichtiger ist vielen Firmen, dass sich ihr Führungsnachwuchs mit der aufstrebenden Wirtschaftsmacht beschäftigt. Die Duale Hochschule Ravensburg ermöglicht dies durch eine Kooperation mit der Shanghai Second Polytechnic University.

Die ersten Studenten aus Shanghai und aus Ravensburg haben bereits die große Reise angetreten. Ein halbes Jahr lang waren gerade acht chinesische Studenten an der Dualen Hochschule. Sie hörten Vorlesungen auf Englisch in International Business. Prof. Stefan Luppold, Studiengangsleiter Messe-, Kongress- und Eventmanagement schnitt sogar spontan eine extra Einheit Messe auf Englisch speziell auf diese erste chinesische Delegation zu. Immerhin studieren die Gäste in Shanghai den

Schwerpunkt Messe.

Im Gegenzug waren bereits vier Studenten International Business in Shanghai – im Oktober machten sich drei Messestudenten auf nach China. Sie erwartet eine Hochschule mit 12.000 Studenten, die ein breites Studienangebot bietet – von Wirtschaft über Management bis Technik, Kunst und Literatur.

Professoren sammeln Eindrücke

Auch der Dozentenaustausch Shanghai-Ravensburg nimmt Fahrt auf. Prof. Luppold war bereits nach China gereist. Neben Vorlesungen hielt er dort auch einen Vortrag zum dualen Studiensystem. Mit Prof. Wang war auch eine erste Professorin aus Shanghai schon in Ravensburg.

Und auch für das kommende Jahr sind die Weichen für den Austausch gestellt – acht Studenten werden jeweils den Austausch wagen.

DHBW goes international

International Day und Partnership Week

International Day und Partnership Week gaben auch in diesem Jahr wieder Einblicke in die internationalen Kontakte der DHBW Ravensburg.

Beim „International Day“ hielt Udo Vetter, Vetter Pharma-Fertigung GmbH & Co. KG, den Impulsvortrag. Er gab Einblicke von einem Familienunternehmen, das auf dem globalen Markt agiert. Unter anderem

zwei Dinge gab er den Studenten mit auf dem Weg: „Leadership is Service“ und „Respect the difference“. Weitere Redner waren Dr. Rosemary Townsend aus Südafrika und Salwa Khairallah aus dem Libanon.

Sightseeing am Bodensee

Neben Studenten verfolgten auch Vertreter von internationalen Part-

nern der DHBW das Symposium. Sie waren für eine ganze Woche nach Ravensburg zu einer Partnership Week angereist, um sich auszutauschen. So waren Vertreter aus Kanada, China, Südafrika, Spanien, Wales, dem Libanon, Serbien und Kairo nach Ravensburg gekommen. Workshops gehörten dabei genauso zu ihrem Programm wie Sightseeing samt einem Besuch am Bodensee.



Partnership Week: Internationaler Besuch beim Global Formula Racing-Team.

DHBW neu in der HRK

Hochschulrektorenkonferenz

Die Duale Hochschule Baden-Württemberg ist im April in Hamburg von der Mitgliederversammlung der Hochschulrektorenkonferenz (HRK) als neue Mitgliedshochschule aufgenommen worden.

Die Duale Hochschule hat rund 28.000 Studierende und bietet in den Bereichen Wirtschaft, Technik und Sozialwesen derzeit 21 Bachelor- und zehn Masterstudiengänge an zwölf Standorten in Baden-Württemberg an. Die HRK hat damit nun 267 Mitgliedshochschulen. Sie vertritt die Hochschulen gegenüber Politik und Öffentlichkeit und bildet das zentrale Forum für den gemeinsamen Meinungsbildungsprozess. Die HRK befasst sich mit allen Themen, die den Hochschulbereich betreffen: Forschung, Lehre und Studium, wissenschaftliche Weiterbildung, Wissens- und Technologietransfer, internationale Kooperationen sowie Selbstverwaltung.

„Die Aufnahme der DHBW in die HRK ist überaus erfreulich und eine Anerkennung für das Erfolgsmodell der Dualen Hochschule“, betont die baden-württembergische Ministerin für Wissenschaft, Forschung und Kunst, Theresia Bauer. Die DHBW als größte Hochschulen Baden-Württembergs werde in der HRK kraftvoll für die Vertretung von Hochschulinteressen eintreten können.

In Szene gesetzt: die DHBW

Kinospots und Marketingkampagne

Kinospots zum Dualen Studium und eine Marketingkampagne mit dem Fokus auf der Zielgruppe „Eltern“: Verschiedene Filme setzen derzeit die Merkmale und Vorzüge der DHBW ins Licht. Einige Spots stammen dabei von Mediendesign-Studenten aus Ravensburg.

Wie lässt sich die Integration von Theorie und Praxis im dualen Studium in einem Kinospot darstellen, so dass er Studieninteressierte anspricht? Vor dieser Herausforderung standen Studierende der DHBW Ravensburg und der Hochschule Luzern.

Die verschiedenen Teams aus den Studiengängen Mediendesign (DHBW Ravensburg) und Animation (Hochschule Luzern) haben sich dazu intensiv mit dem Thema auseinandergesetzt und ebenso unterschiedliche wie interessante Lösungen gefunden.

Die DHBW-Spots sind auf der Facebook-Seite der DHBW unter www.facebook.com/dhbw.home eingestellt und können dort begutachtet werden. Der Spot „Parkour“ stammt von den Studierenden Katharina Lanz, Linus Schaaf, Colin Stark und Maik Strothmann der DHBW Ravensburg. Reinschauen lohnt sich!

Filmspots, die Zweite: In der Marketingkampagne mit der Zielgruppe „Eltern“ widmen sich sechs Filmspots der Tatsache, dass das Stu-



Die Eltern als Zielgruppe nehmen sechs Filmspots ins Visier, die im Rahmen einer Marketingkampagne des Landes entstanden sind.

dium an der DHBW nicht nur für die Studenten, sondern auch für die Eltern ein Traumstudium ist.

Ein Studium, bei dem der Nachwuchs sein eigenes Geld verdient, gleichzeitig Berufserfahrung sammelt, innerhalb von drei Jahren seinen Abschluss macht und den Berufseinstieg im Anschluss praktisch schon in der Tasche hat. Klingt zu schön um wahr zu sein? Keinesfalls, solange Ihre Kinder an der DHBW studieren! Mit dieser Botschaft startet die DHBW die besagte Marketingkampagne. Immerhin nehmen die Eltern seit jeher mal

mehr und mal weniger Einfluss auf die Studienentscheidung ihrer Kinder.

In sechs Filmspots mit Eltern als Hauptdarstellern werden so die verschiedenen Alleinstellungsmerkmale der DHBW präsentiert. Die amüsanten Spots entstanden im Rahmen der Marketingkampagne des Landes Baden-Württemberg, in der die DHBW als innovative Erfindung aus Baden-Württemberg beworben wird.

Zu sehen sind die Eltern-Spots unter: <http://www.youtube.com/user/Duale-HochschuleBW?feature=watch>

Absolventenbälle, Industriegespräche, Genussgipfel

Oktober

Ravensburger Industriegespräche

17. Oktober
Marienplatz, Aula

Gastvortrag Alfred Weinzierl (Der Spiegel)

19. Oktober
Marienplatz, Aula

Internationale Konferenz: Mediation in a global Village

26./27. Oktober

November

Absolventenball Technik

16. November, 17 Uhr
Graf-Zeppelin-Haus, Friedrichshafen



Im November feiern die DHBW-Absolventen ihre Abschlüsse wieder mit rauschenden Ballnächten.

Absolventenbälle Wirtschaft

16.+ 17. November, 19 Uhr
Oberschwabenhalle Ravensburg

Studieninformationstag

21. November, ab 10 Uhr
Campus Ravensburg und Campus Friedrichshafen

Absolventenforum Tourismus

23. November, ab 9 Uhr
Marienplatz, Aula

Dezember

Begrüßung der Eltern der Studienanfänger

1. Dezember
Schwörssaal, Ravensburg

Symposium Lebensmittelkultur - Genuss, Verantwortung, Wirtschaftlichkeit

5. Dezember
Schwörssaal, Ravensburg

Januar

Begrüßung der Studienanfänger B-Phase

14. Januar, 10 Uhr
Schwörssaal, Ravensburg

März

Jugend forscht

1. März
Dornier Museum Friedrichshafen



Am 21. November sind Schüler wieder zum Studieninformationstag an die Campus Friedrichshafen und Ravensburg der DHBW eingeladen.

Statistik

Statistisches Landesamt
Studienjahr 2011/2012

• Die Duale Hochschule Baden-Württemberg ist erstmals die größte Hochschule im Lande.

Mit dem Studienjahr 2011/2012 hat sie laut Statistischem Landesamt mit aktuell 27.800 Studierenden die Universität Heidelberg mit ihren 27.000 Studierenden überholt. Es folgen die Universität Tübingen mit 24.000 und die Universität Freiburg mit 22.200 Studierenden.

• Insgesamt waren im vergangenen Semester 304.994 Studierende an den Hochschulen des Landes immatrikuliert.

Das waren sechs Prozent oder 17.500 mehr als im vorangegangenen Wintersemester und über 49 Prozent mehr Studierende als noch vor zehn Jahren. Die Zahl der Studienanfänger hat gegenüber dem Wintersemester 2010/2011 um 15 Prozent zugelegt.

• Besonders hoch war der Zuwachs an Studienanfängern im Wintersemester 2011/12 bei der Dualen Hochschule Baden-Württemberg. Das Plus betrug 30 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

• Bei den Studienanfängern bildet der Studienbereich Wirtschaftswissenschaften mit mehr als 14.500 Studierenden im ersten Hochschulsesemester den größten Studienbereich. Dort haben sich im Studienjahr 2011 18 Prozent mehr Studienanfänger eingeschrieben als im Vorjahr. An zweiter Stelle folgt Maschinenbau/Verfahrenstechnik mit inzwischen mehr als 8000 Studierenden und einer Zuwachsrate von über 18 Prozent seit dem letzten Studienjahr.

Impressum

DHBW-Kompass 2/2012
Herausgeber und redaktionell verantwortlich:

Verein der Förderer und Alumni der DHBW Ravensburg (VFA) e.V., Marienplatz 2, 88212 Ravensburg.
Kontakt: E. Kriks
Telefon: 0751.18999.2763,
kriks@dhbw-ravensburg.de

Redaktion:

Elisabeth Ligendza
ligendza@dhbw-ravensburg.de

Autoren/Fotografen:

Thomas Asche, Michael Bächle, Marianne Blöchinger, Ernst Deuer, Benjamin Godde, Svenja Krauß, Frank Lehmann, Elisabeth Ligendza, Tobias Mayer, Heike Stahl, Günther Suchy, ZF, Messe Frankfurt Exhibition GmbH / Pietro Sutera

Druck:

Druckerei Konstanz