

DHBW KOMPASS

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

Mensa Marienplatz öffnet ihre Pforten

Rund 100 Plätze bietet die neue Mensa für die Ravensburger DHBW-Studenten

Aus dem Inhalt:

Förderverein	2
Neu: Executive Diner	
Alumni	3
Steffen Schietinger, Markus Müller, Bernd Skorupinski	
Master	4
Genussgipfel	5
Ausgezeichnet	
Biberacher Wirtschaftspreis	
Coperion-Preis	
Wiss.- und Transferpreis	
ecodesign	
Kampagne Einbürgerung	7
Studenten	
Hochschulmeister Timo Benitz	9
Studienfahrt St. Petersburg	10
Absolventenbälle	11
Projekte	13
Symposien	
Ravensburger Mediengespräche	
Konferenz Mediation	
Tourismus	
	14/15
Studiengang	
Abschied Prof. Dr. Mundt	15
Ravensburger Kunstmuseum	17
Neue Studienvertiefung Dialog und Online	19
Publikationen	20
Hochschule	
DHBW im Qualitätsdialog	21
Forschung	22
DHBW international	23

Was passiert, wenn drei Akteure vorbildlich an einem Strang ziehen? In diesem Fall geht ein lang gehegter Wunsch der Studenten der Dualen Hochschule Ravensburg in Erfüllung: Sie bekommen eine Mensa. Seit einigen Wochen wird am Marienplatz 2 jeden Tag frisch gekocht und gegessen.

Der Campus Friedrichshafen hat sie schon; jeden Werktag gehen nun auch in der Mensa am Campus Ravensburg zwei warme Gerichte – eines davon vegetarisch – über den Tresen. Das Team um Küchenchef Sven Hansen bereitet die Mahlzeiten frisch in der neuen und modern eingerichteten Küche zu. Rund 100 Plätze stehen den Studenten und DHBW-Mitarbeitern zur Verfügung. In einem Raum, der mit der ehemaligen Sparkassen-Schalterhalle so gar nichts mehr gemein hat: ein frecher grasgrüner Boden, verschiedenartige Sitzgelegenheiten und ein toller Blick durch viel Glas nach draußen.

Finanziert wurde die Mensa mit insgesamt 1,37 Millionen Euro vom Land Baden-Württemberg, dem Studentenwerk Seezeit und der DHBW Ravensburg. Bauherr war das Amt für Vermögen und Bau, Architekt Jürgen Hildebrand und Betreiber ist nun Seezeit.

„Identitätsstiftender Ort“

Bei der Eröffnung wurde deutlich, dass hier drei Akteure vorbildlich an einem Strang gezogen haben. Rektor Prof. Karl Heinz Hänssler erinnerte an die Abgeordneten und Ministerien, die die Mensa mit aufs Gleis gebracht hatten. Er lobte zudem die „konstruktive und harmonische“ Zusammenarbeit mit dem Amt für Vermögen und Bau und mit Seezeit. Entstanden sei so eine Mensa, deren Bedeutung über das Essen und Trinken hinaus gehe und die einen weiteren zentralen Punkt an den DHBW darstelle. Hermann Zettler, Leiten-



Egal ob hungrig oder satt: Die Mensa Marienplatz ist der neue Treffpunkt für die DHBW-Studenten.



der Baudirektor Vermögen und Bau, sprach von einem „identitätsstiftenden Ort“. Ministerialrat Dr. Hans Reiter überbrachte die Glückwünsche der Wissenschaftsministerin Theresia Bauer. Helmut Baumgartl, Seezeit-Geschäftsführer, freut sich, dass das Studentenwerk durch die Mensa noch besser auf die Belange der Studenten in Ravensburg eingehen könne. Und schließlich gefällt auch OB Dr. Daniel Rapp, was sich da in „seiner“ Stadt neues tut – nämlich die Eröffnung des „Café Hänssler“, scherzte Rapp. Der DHBW-Rektor war es immerhin, der nie locker gelassen hat, den Wunsch der Ravensburger Studenten nach einer Mensa in Erfüllung gehen zu lassen.

Die Mensa ist von 8 bis 15.45 Uhr geöffnet, Mittagessen wird von 11.15 bis ca. 13.45 Uhr angeboten. Der Speiseplan ist über www.seezeit.com abrufbar.



Oberbürgermeister Andreas Brand (von rechts), Rektor Prof. Karl Heinz Hänssler und Campusleiter Prof. Dr. Martin Freitag weihen den Motorenprüfstand ein. Die Zeppelin Stiftung spendierte dem Technikcampus Friedrichshafen der Dualen Hochschule dafür 500.000 Euro.

Motorenprüfstand als Neuling auf dem Campus

500.000 Euro von der Zeppelin Stiftung – OB Brand: „Klares Signal der Stadt“

500.000 Euro spendierte die Zeppelin Stiftung, um dem Technikcampus Friedrichshafen der Dualen Hochschule Ravensburg zu einem Motorenprüfstand zu verhelfen. Oberbürgermeister Andreas Brand, Campusleiter Prof. Dr. Martin Freitag und Rektor Prof. Dr. Karl Heinz Hänssler nahmen den Prüfstand in Betrieb.

Als der Technikcampus der Dualen Hochschule sich vor rund zehn Jahren im Fallenbrunnen ansiedelte, kam die Zusage der Stadt Friedrichshafen für die Unterstützung in Höhe von damals einer Million D-Mark. Es hat ein Weilchen gedauert, inzwischen hat sich die DHBW dort etabliert und nun mit dem Geld den

Wunsch nach einem Motorenprüfstand erfüllt. „Wir wollten mit der Summe ermöglichen, dass sie sich etwas leisten können, was sonst nicht möglich gewesen wäre“, betonte OB Brand. Die Spende sei ein klares Signal der Stadt und durchaus nicht als Eintagsfliege zu verstehen.

Campusleiter Prof. Dr. Martin Freitag ist sich sicher, dass der Prüfstand sehr gute Dienste leisten wird. Vor allem die Maschinenbauer, aber auch die Elektrotechniker werden ihn zu schätzen wissen. Das Racing Team, das in der Formula Student ganz vorne mitfährt, und das EDI-Team (Electric Drive Infrastructure), das unter anderem ein Elektroauto konstruiert und baut,

können darauf die Antriebsaggregate ihrer Fahrzeuge testen. Für Studienarbeiten, Masterstudenten und die Forschung wird er ebenfalls im Einsatz sein. Für Leistungen von bis zu 150 kW und Drehzahlen von 10.000 U/min ist er ausgelegt, Verbrennungs- und E-Motoren können gleichermaßen aufgebaut werden. Aber auch die Untersuchung von Arbeitsmaschinen wie Pumpen und Kompressoren ist denkbar.

Wichtig für den Technikcampus ist die Ausstattung mit Laboren, in denen die Studenten auch in den Theoriephasen praktisch arbeiten können. Der Prüfstand für Systeme und Komponenten kommt da gerade recht.



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 zugeschiedt.

Was die gute Führungskraft ausmacht

DHBW-Förderverein lädt Studenten und Alumni zum „Executive Dinner“ ein



Dr. Peter Aschenbrenner war der erste Referent beim „Executive Dinner“ des Fördervereins.

Mit dem „Executive Dinner“ hat sich der Förderverein der Dualen Hochschule Ravensburg (VFA) einen besonderen Leckerbissen für die Studenten ausgedacht. Jeweils zehn Studenten sind zum Netzwerken und Diskutieren eingeladen. Der VFA lädt dazu einen Referenten ein und lässt ein edles Abendessen servieren. Der Auftakt: Ein wahrer Leckerbissen eben, dem weitere folgen werden.

Dr. Peter Aschenbrenner nahm als erster Referent an der „Executive Dinner“-Tafel Platz, sein Thema: „Führungskraft werden und sein – Theorie und Praxis im Vergleich“. Aschenbrenner hat an der DHBW

Ravensburg studiert und hat sich inzwischen selbstständig gemacht in den Bereichen Verhandlungs- und Kommunikationskompetenz sowie Mentale Fitness. Kleinere wie auch die ganz großen deutschen Unternehmen gehören zu seinen Kunden. Er gab den zehn Studenten allerlei zum Verdauen mit auf den weiteren Karriereweg. Einen Tipp für die Persönlichkeitsbildung etwa: „Gehen Sie ab und zu zum Therapeuten.“

Die Studenten hatten die Gelegenheit, von dem erfahrenen Berater zum Beispiel zu erfragen, was eine Führungskraft ausmacht. Die Antwort: „Im Idealfall ist sie äußerst kommunikativ und extrem empathisch.“

Seiner Ansicht nach würden zu viele Chefs rein nach Sachverstand und nicht besser nach ihrer Persönlichkeit ausgewählt. Er riet den Studenten, sich durch Kurse und Fortbildungen auf solch eine Position vorzubereiten. Auch die Studenten nutzen den Abend gerne, nicht nur um sich mit dem Referenten, sondern um sich auch mit Kommilitonen anderer Studiengänge auszutauschen.

All die Diskussionen nahmen ihren Verlauf während und zwischen dreier köstlicher Gänge im Restaurant „Meersalz“ in Kressbronn – geführt übrigens von einer weiteren DHBW-Alumna, von Dominique Essink.

„Im Idealfall ist eine Führungskraft äußerst kommunikativ und extrem empathisch.“

Dr. Peter Aschenbrenner

Weitere Termine

Weitere „Executive Dinner“ werden folgen. Nächster Termin ist der 18. Juni, 18.30 Uhr, Restaurant „Meersalz“ in Kressbronn. Titel: „Der ideale Mitarbeiter (und der ideale Chef...)“ mit Thomas Piller, Funkwerk eurotelematik GmbH, Ulm. Auch der 22. Oktober steht als weiterer Termin schon fest. Studenten im 5. und 6. Semester aus beiden Fakultäten, Wirtschaft und Technik, sowie Alumni der DHBW Ravensburg können sich gerne bewerben oder auch vorgeschlagen werden. Der Abend ist für sie kostenlos, sie sollten offen und vorbereitet sein für das jeweilige Thema der Veranstaltung. verein@dhbw-ravensburg.de

Neue Vortragsreihe Maybach-Seminar

Institut für Weiterbildung, Wissens- und Technologietransfer (IWT)

Zum Auftakt der Maybach-Seminare am Technikcampus der Dualen Hochschule Ravensburg sprach Thomas Mavridis (DIE PR-KANZLEI) über „Die digitale Öffentlichkeit – Chancen und Risiken“.

In punkto Internet und soziale Netzwerke hält es Thomas Mavridis mit Bert Brecht: „Den Vorhang auf und alle Fragen offen.“ Einzig gültige Aussagen oder Lösungen gibt es in der digitalen Öffentlichkeit nicht. Genauso viele Chancen wie sie bieten, können sich auch Stolperfallen auftun.

Die Chancen liegen dabei auf der Hand. Eine Milliarde Menschen nutzen etwa Facebook aktiv. Das kann ein Großkonzern wie Daimler

genauso nutzen wie ein Handwerksbetrieb vom Bodensee. Mavridis machte jedoch klar, dass jeder einzelne dieser kommerziellen Akteure im Netz auch sein eigenes passgenaues Konzept haben muss.

Dass all zu viel Öffentlichkeit auch seine Schattenseiten haben kann, dafür gibt es inzwischen diverse Beispiele. Vom Mobbing über den ungeplanten Einkauf im Netz bis hin zum unbedarften Ausplaudern von Interna.

Den Vorhang auf und alle Fragen offen, also? Mavridis plädierte für einen bewussten Umgang und wenn nötig für Regeln. Etwa an Schulen oder für Kinder sieht er bei Letzterem deutlichen Bedarf.

Maybach Seminar

Maybach-Seminar heißt die Vortragsreihe, die künftig mit spannenden Themen aus Technik und Wirtschaft Interessierte an den Technikcampus Friedrichshafen der Dualen Hochschule Ravensburg lädt. Karl Maybach war nicht nur ein genialer Konstrukteur sondern als Mitgründer der Maybach Motorenbau GmbH in Friedrichshafen auch ein Unternehmer mit besonderem Gespür. Ins Leben gerufen hat das Maybach-Seminar das Institut für Weiterbildung, Wissens- und Technologietransfer (IWT) an der DHBW.

Jeden zweiten Dienstag im Monat (außer Juli bis September) sind künftig zu den Vorträgen interessierte Bürger genauso wie Studenten und Vertreter von Partnerunternehmen in den Fallbrunnen eingeladen. Themen sind Forschungsarbeiten der Professoren genauso wie herausragende Arbeiten und Projekte von Studenten. Und natürlich sind auch externe Referenten an die Hochschule geladen.

Nähere Infos: www.iwt-wirtschaft-und-technik.de.

DHBW im Doppelpack

TOX® PRESSOTECHNIK Weingarten

Generationswechsel bei TOX® PRESSOTECHNIK Weingarten: Susanne Eberhardt und Stefanie Reich treten in die Geschäftsführung des Unternehmens ein. Die Schwestern haben beide an der Dualen Hochschule Ravensburg studiert.

Die Firma wurde 1978 von Eugen Rapp gegründet und von ihm als geschäftsführendem Gesellschafter an die Weltspitze im Bereich Blechver-



Dipl.-Ing. (DH) Stefanie Reich und Dipl.-Betriebswirt (DH) Susanne Eberhardt, geschäftsführende Gesellschafterinnen TOX® PRESSOTECHNIK GmbH & Co. KG.

bindungstechnik geführt. Mit dem Eintritt der beiden Töchter Susanne Eberhardt und Stefanie Reich in die Geschäftsführung sorgt das süddeutsche Familienunternehmen für Kontinuität in der Geschäftsentwicklung. Zusammen mit den beiden Geschäftsführern Dr.-Ing. Wolfgang Pfeiffer und Dr.-Ing. Hinrich Dohrmann verantworten sie als geschäftsführende Gesellschafter künftig die internationalen Aktivitäten des mittlerweile mehr als 850 Beschäftigte zählenden Unternehmens. Dipl.-Betriebswirt (DH) Susanne Eberhardt ist ab sofort mit für die Bereiche globale Unternehmensstrategie und -entwicklung, Investitionen und Personalwesen zuständig. Dipl.-Ing. (DH) Stefanie Reich verantwortet die Bereiche Wissensmanagement, Marketing und Werbung sowie internationales Innovationsmanagement und Qualitätssicherung.

Beiden gemeinsam ist die feste und konsequent gelebte Überzeugung, mit dem Schritt in die unternehmerische Verantwortung TOX® PRESSOTECHNIK sicher aufzustellen und den Kunden und Mitarbeitern eine überzeugende Zukunftsperspektive zu geben. „Wir schaffen für unsere hochqualifizierten Mitarbeiter weltweit weiterhin die Voraussetzungen, um die Wünsche der Kunden global und kompetent mit Qualität und Zuverlässigkeit zufriedenstellend zu erfüllen.“



Auftakt des Maybach-Seminars am Technikcampus der Dualen Hochschule Ravensburg (von links): Sarah Gander (IWT), Prof. Dr. Heinz-Leo Dudek (IWT-Geschäftsführer), Prof. Karl Heinz Hänssler (Rektor Duale Hochschule) und Thomas Mavridis (DIE PR-KANZLEI).

Passion Rechnungswesen

Traumberuf Leiter Rechnungswesen: Schon als Schüler stand das für Markus Müller fest. Heute, mit 29 Jahren und nach einem DHBW-Studium in BWL-Industrie, hat er diese Position bei dem Ravensburger Werkzeug- und Anlagenbauer EBZ erreicht.

Berufswunsch Leiter Rechnungswesen: Zugegeben, das mag für die meisten jungen Männer nicht gerade verlockend klingen. Markus Müller allerdings hat sich schon im Wirtschaftsgymnasium für Zahlenwerk aller Art begeistert. Zielstrebig ging es voran: Er entschied sich für ein Studium an der DHBW Ravensburg in BWL-Industrie. Mit der Friedrichshafener Zeppelin Systems GmbH hatte er sich genau das richtige Partnerunternehmen ausgewählt. „Für die Ausbildung hätte ich mir keinen besseren aussuchen können“, sagt Markus Müller. Bei dem Mittelständler mit seinen 600 Mitarbeitern und drei Controllern lernte er das Handwerk von der Pike auf. „In so einem Betrieb bekommst du als Generalist schnell Einblick in alle Bereiche.“ Ganz sicher war er sich auch, dass es für ihn das produzierende Gewerbe sein soll: „Da ist die Kostenrechnung spannender, für jeden neuen Auftrag sind die Anforderungen anders.“ Ganz klar: Die Begeisterung für Rechnungswesen und Controlling fällt ihm nicht schwer. Neben der Arbeit machte er daher noch seinen Finanzbuchhalter bei der IHK.

Der nächste Schritt im Sinne der Karriereplanung war demnach die Leitung Rechnungswesen. Diese Stelle war schließlich bei EBZ in Ravensburg zu besetzen, 2011 kam der Wechsel. Keine leichte Aufgabe, als Chef war nur eine Mitarbeiterin im siebenköpfigen Team jünger als er. EBZ ist ein Werkzeug- und Anlagenbauer für die Automobilindustrie; die großen deutschen Autobauer zählen zu den Kunden. Der größte Unterschied zu Zeppelin Systems: „EBZ wird von den Inhabern geführt.“ Als auch mal „hemdsärmlicher“ und „flexibler“ beschreibt Markus Müller das. Entscheidungen sind da schon mal schnell gefällt. Nach einem halben Jahr als Leiter Rechnungswesen hat er übrigens die Prokura verliehen bekommen.

Eines macht der Werdegang von Markus Müller ganz deutlich: Die Duale Hochschule versorgt die Firmen der Region mit Führungsnachwuchskräften. Kein Drang nach anderswo? „Mehr Ravensburg geht tatsächlich kaum“, sagt Müller, „es gibt für mich allerdings auch überhaupt keinen Grund, die Region oder die Firma zu verlassen.“



Auf einen Blick

Markus Müller

Alumnus BWL-Industrie

Leiter Rechnungswesen EBZ Weingarten

Boldomatic: Sag es fett

Steffen Schietinger hat die App „Boldomatic“ mitentwickelt, die für den Swiss App Award nominiert wurde

Es gibt Dinge, die möchte man fett und plakativ mitteilen. Die App „Boldomatic“, mitentwickelt von Steffen Schietinger, Absolvent Medien- und Kommunikationswirtschaft/Digitale Medien der Dualen Hochschule Ravensburg, macht es möglich. Die Idee kommt bestens an: Die App war sogar für die Swiss App Awards nominiert.

Bold ist Englisch und heißt bekanntlich fett. Und in fetter Schrift und eingefasst in farbige Vierecke kommen auch die Posts daher, die man mittels „Boldomatic“ verschicken und auf den sozialen Netzwerken platzieren kann. Quasi ein Instagram für Texte anstatt für Bilder. „Boldomatic“ richtet sich an Menschen, die etwas mitzuteilen haben und die ihren Text zudem noch in gutem Design verpackt wissen wollen.

Die Idee dazu hatte Steffen Schietinger. Er hat an der Dualen Hochschule Ravensburg Digitale Medien studiert, Abschlussjahrgang 2005. Derzeit arbeitet er als Senior Communications Manager bei einem amerikanischen Pharmaunternehmen, eine Kampagne hat ihm gezeigt, „wie extrem stark textbasierte Messages visuell aufbereitet wirken“.

Mit der Züricher Designagentur Nerves hat er den richtigen Partner für alles Weitere gefunden, mit Dan Krusi und Raphael Krastev holte er sich einen Programmierer und einen Designer mit ins Boot. „Boldomatic hat definitiv drei Väter“, so Schietinger. Seit dem 19. November



Das „Boldomatic“-Team (von links): Steffen Schietinger, Raphael Krastev und Dan Krusi.

ist das „Kind“ im iTunes-Store von Apple erhältlich. Und macht aus Meldungen auf Twitter oder Facebook ein auffälliges Statement – fette Schrift in farbigem Viereck.

Mehr als 30.000 Posts

Und damit beginnt die Erfolgsgeschichte. Mehr als 30.000 Posts und eine fünfstelligen Nutzerschaft bis Mitte Januar sprechen für sich. Posts aus mehr als 100 Ländern sind entstanden. Darunter viel Lustiges. Aber „Boldomatic“ wird spielend allen Gemütslagen gerecht. Da ist das Mädchen, das einen kleinen Brief an den verstorbenen Opa verfasst. Ein israelischer Soldat tut mittels der App ge-

nauso seine Gemütslage kund wie Liebeskranke oder Verliebte. „Was alle verbindet ist die Affinität zu Text und Design“, so Schietinger.

Die App ist kostenlos zu haben. „Dafür haben wir uns bewusst entschieden. Wir wollen eine gesunde Community aufbauen“, sagt Steffen Schietinger. Die ist bereits durchaus aktiv und nutzt auch die Möglichkeit, sich auszutauschen. Irgendwann soll sich „Boldomatic“ natürlich auch rechnen, allerdings ohne die Nutzer etwa durch Werbung zu belästigen. Aktuell gibt es die App für iOS, die Androidversion wird bald folgen zu nächst aber haben die Macher zusätzlich die Webversion von „Boldomatic“ lanciert.

Auf einen Blick

Steffen Schietinger

Alumnus BWL-Medien- und Kommunikationswirtschaft/Digitale Medien

Automarkt auf orientalisches

Dubai – Oberschwaben: Bernd Skorupinski arbeitet in Dubai für Audi Volkswagen Middle East

Es war so etwas wie Liebe auf den ersten Blick: Nach einer Praxisphase in Dubai stand für den damaligen DHBW-Studenten Bernd Skorupinski fest, dass er in dieser Stadt einmal leben und arbeiten möchte. Seit drei Jahren erfüllt er sich diesen Traum und ist dort bei Audi Volkswagen Middle East für Produkt- und Preismanagement zuständig.

„Man hasst es oder man liebt es“, sagt Bernd Skorupinski über Dubai. Auf ihn trifft definitiv letzteres zu. Er schwärmt von dem „Umschlagplatz zwischen Europa und Asien“. Von einem friedlichem Konglomerat verschiedenster Nationen, das sich aus zehn Prozent Arabern und 90 Prozent Menschen aus rund 150 Ländern der Erde zusammensetzt. Ebenso wie von einer Architektur, die direkt aus einem Science Fiction-Film kommen könnte. Nicht nur bei den üblichen 50 Grad im Sommer kann sich der Oberschwabe ganz leicht für die Metropole erhitzen.

Apropos Oberschwaben: In Vogt aufgewachsen, hatte sich Bernd Skorupinski zunächst für ein Studium an der Dualen Hochschule Ravensburg und für den Isnyer Wohnmobilspezialisten Dethleffs als Partnerunternehmen entschieden. Mit der Wahl für den Studiengang International Business waren die Weichen allerdings bereits für die weite Welt gestellt. Eine Praxisphase in Dubai gab dem Wunsch schließlich die konkrete Richtung.

Da passte es, dass der VW-Konzern sich mit seiner „Mach 18“-Strategie die Expansion auf die Fahnen geschrieben hat. Bis 2018 will VW Toyota und GM auf dem Weltmarkt



überholt haben. Auch bisher vernachlässigtere Märkte wie der Mittlere Osten gewinnen damit an Bedeutung; in Dubai entstand 2006

„Was Sie über den deutschen Automarkt wissen, können Sie in Dubai getrost vergessen.“

Bernd Skorupinski

ein Regionalbüro, das für elf Länder zuständig ist. Die rund 100 Mitarbeiter erwartet da so manche Herausforderung. Sie machen Geschäfte

genauso in den weltoffenen Emiraten wie im strenggläubigen Saudi Arabien. „One size fits all“ klappt hier nicht“, so Skorupinski. Noch eine Besonderheit: Bei 30 Cent und weniger für den Liter Benzin ist der Bedarf an großen Autos und durstigen Motoren deutlich höher als anderswo auf der Welt. Bernd Skorupinski fährt übrigens Scirocco in Dubai. Nach zwei Jahren im Mittleren Osten sagt er: „Was Sie über den deutschen Automarkt wissen, können Sie in Dubai getrost vergessen.“ Bisher beträgt der Marktanteil von Volkswagen im Mittleren Osten gerade mal rund ein Prozent, um Bekanntheit und Image steht es nicht zum Besten. Das soll sich nun ändern!

Dubai – Oberschwaben: Diese Achse wird für Bernd Skorupinski

Auf einen Blick

Bernd Skorupinski

Alumnus BWL-International Business

Audi Volkswagen Middle East, Dubai

noch eine ganze Weile Bestand haben. Die DHBW ist nicht unschuldig daran. Gerade hat er in Ravensburg sein Master-Studium in International Business begonnen. So oft wie möglich versucht er dafür anzureisen. Und kommt dann in den Genuss von deftigem schwäbischem Essen, das er in Duabai ab und an vermisst.

Erstmal Rasenmähen

Und wenn die Nachbarn in Vogt den Rasenmäher hören, wissen sie Bescheid, dass Besuch aus Dubai da ist. „Das ist oft eines der ersten Dinge, die ich daheim mache: Rasen mähen, um den Duft von frisch gemähtem Gras zu riechen“, sagt Bernd Skorupinski. In manchen Dingen ist Oberschwaben eben unschlagbar.

„Neue Impulse“

Andrea Remark, Profil Medien

DHBW: Frau Remark, sie machen derzeit den berufsbegleitenden Master in Business Management im Profil Medien an der Dualen Hochschule Ravensburg. Wie kam es dazu?

Andrea Remark: Ich habe von 2004 bis 2007 an der DHBW in Ravensburg mein Diplom im Schwerpunkt Digitale Medien gemacht. Mein Partnerunternehmen SWR ist auch mein jetziger Arbeitgeber. Dort bin ich derzeit Referentin des Verwaltungsdirektors. Nach mehr als fünf Jahren im Beruf hatte ich dann das Gefühl:



da muss noch was kommen. Auf der Suche nach einem berufsbegleitenden Master im Bereich Medien bin ich dann wieder auf die DHBW Ravensburg gestoßen.

DHBW: War es Ihnen wichtig, den Master berufsbegleitend zu studieren?

Andrea Remark: Ja, das war für mich ein wichtiges Kriterium. Ich habe eine spannende und verantwortungsvolle Aufgabe im SWR. Und auch das Einkommen spielt für mich

Motivation für den Master

Seit 2011 bietet die Duale Hochschule Ravensburg ein Masterprogramm mit verschiedenen Schwerpunkten an. Der DHBW-Kompass hat sich mit zwei Masterstudentinnen über ihre Motivation unterhalten – mit Andrea Remark (links, SWR) und mit Laura Peter (rechts, Cassidian).

eine Rolle. Da ist der berufsbegleitende Master genau die richtige Wahl. Ich arbeite weiter zu 100 Prozent. Das ist natürlich schon stressig, aber darauf war ich auch vorbereitet.

DHBW: Wie gefällt Ihnen das Studium?

Andrea Remark: Es macht total Spaß. Da ich voll im Beruf stehe und auch schon viele Erfahrungen gesammelt habe, sehe ich die Studieninhalte nun mit ganz anderen Augen. Und man bekommt einfach mal wieder ganz viele neue Impulse, persönlich und natürlich auch für die Arbeit.

DHBW: Ihre Wahl fiel auf die DHBW und auf Ravensburg. Passt das für Sie?

Andrea Remark: Als Ort kenne ich Ravensburg ja schon und ich freue mich wirklich wieder einmal mehr hier zu sein. Außerdem ist es eine schöne Abwechslung zu Stuttgart. Vom Studium her hatte ich es damals als gut organisiert erlebt, mit einer guten Betreuung und zum Beispiel auch tollen externen Dozenten. Das ist jetzt auch alles wieder der Fall. Sagen wir mal so: Ich wusste, worauf ich mich einlasse und ich wusste, dass es was Gutes ist.

„Weiterentwickeln“

Laura Peter, Profil International Business

DHBW: Frau Peter, sie machen derzeit den berufsbegleitenden Master in Business Management im Profil International Business an der Dualen Hochschule Ravensburg. Wie kam es dazu?

Laura Peter: Ich habe an der DHBW Villingen-Schwenningen bereits meinen Bachelor in BWL-Industrie gemacht. Mein Partnerunternehmen war Cassidian in Immenstaad, wo ich seit Beendigung des Studiums im Bereich der Grenzsicherungssysteme arbeite. Die Projekte sind spannend und die Arbeit macht Spaß, das möchte ich auf jeden Fall weiter fortsetzen. Ich hatte



nach ein paar Jahren Berufstätigkeit aber auch den Wunsch, mich weiterzuentwickeln. Als ich mich informiert habe, bin ich auf das Masterangebot an der DHBW Ravensburg gestoßen.

DHBW: Die DHBW bietet berufsbegleitende Master an, das passt für sie?

Laura Peter: Ja, auf jeden Fall, mein Wunsch war ein berufsbegleitender Master, um mich nicht nur theoretisch, sondern gleichzeitig auch beruflich weiterzuentwickeln. Die berufliche Situation und die Unterstützung durch

die Kollegen waren wichtige Kriterien. **DHBW:** Immenstaad und Ravensburg – war es wichtig, einen Master in der Region zu machen?

Laura Peter: Für mich spielte das schon eine große Rolle. Da ich während des Studiums noch häufig auf Dienstreisen war, kam mir das Studium in Ravensburg entgegen. **DHBW:** Wie schätzen sie den Aufwand für den Master ein?

Laura Peter: Es ist schon anstrengend, einen Vollzeitjob und das Studium unter einen Hut zu bekommen, aber man weiß ja vorher, worauf man sich einlässt. Natürlich wird die Notwendigkeit beziehungsweise der Mehrwert eines Masterstudiums häufig diskutiert. Aus meiner Sicht kann nicht nur der Student beziehungsweise Mitarbeiter von der Weiterbildung profitieren, sondern auch das Unternehmen. Nach der Bachelorarbeit wird sich auch meine Masterarbeit mit einer praxisorientierten Fragestellung aus dem Unternehmensumfeld beschäftigen. Durch die vermittelten Lerninhalte wird außerdem die Betriebsblindheit reduziert und neue Impulse können in den Berufsalltag eingebracht werden.

DHBW: Bringt Ihnen der Master dann auch was für die Zukunft und auch für ihre jetzige Position?

Laura Peter: Auf jeden Fall. Die Inhalte passen gut zu einem international tätigen Unternehmen wie Cassidian. Toll finde ich auch, durch das Studium mit anderen Menschen in Kontakt zu treten, die aus den verschiedensten Branchen ihre Erfahrungen einbringen. In meiner Abteilung bin ich mittlerweile mit Strategieorientierten Themen beschäftigt. Das ist eine ganz neue Herausforderung für mich und schön ist, dass ich alles, was ich an der Hochschule lerne, dabei direkt einfließen lassen kann.

Master an der DHBW

DHBW-Master in Business Management

Profil Medien- und Kommunikationsmanagement

Profil International Business

Profil Tourismus-, Freizeit-, Hotel- und Gastronomiemanagement

Wahlmodule:

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

Drei DHBW-Master in Technik, standortübergreifend

Maschinenbau

Wirtschaftsingenieurwesen

Informatik

Kooperationsmaster mit anderen Hochschulen

Master BWL, Produktion und Märkte

Hochschule Ravensburg-Weingarten/DHBW Ravensburg

Master Systems Engineering

Hochschule für Technik, Wirtschaft und Gestaltung Konstanz/DHBW Ravensburg

70 Masterstudenten Technik

DHBW startet mit drei Studiengängen

Im Oktober sind nun drei Masterstudiengänge Technik an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg gestartet. Rund 70 Studierende belegen die Studiengänge Maschinenbau, Informatik und Wirtschaftsingenieurwesen. Prof. Dr. Lars Ruhbach, Studiengangsleiter am Technikcampus Friedrichshafen der DHBW Ravensburg, ist wissenschaftlicher Leiter für den Master Maschinenbau.

Unter anderem zwei Besonderheiten machen den Technik-Master an der Dualen Hochschule aus: Zum einen wird der Master berufsbegleitend studiert, für die Unternehmen stellt der Master daher ein Instrument der gezielten Personalentwicklung dar. Zum anderen ist der DHBW-Master ein standortübergreifendes Angebot; das heißt, dass die Module an verschiedenen Standorten der Dualen Hochschule angeboten werden. „Dadurch können wir die Kompetenzen der einzelnen Standorte ideal einfließen lassen“, sagt Prof. Ruhbach.

60 Partnerunternehmen

Das Konzept geht auf, denn gleich zum Start haben sich rund 70 Studierende und 60 Partnerunternehmen für diese drei DHBW-Masterstudiengänge entschieden. Vor allem kleine und mittelständische Betriebe, aber auch einige der Großen, nutzen das Angebot. Auch aus

der Region Bodensee-Oberschwaben sind Firmen mit dabei – vom Mittelständler myonic GmbH aus Leutkirch über den Landmaschinenexperten Claas aus Bad Saulgau bis hin zur ZF aus Friedrichshafen.

Prof. Lars Ruhbach vom Campus Fallenbrunnen ist wissenschaftlicher Leiter für den Maschinenbau-Master der DHBW. „Dieser Master trägt der Tatsache Rechnung, dass die Industrie im steigenden Maße hochqualifizierte und praxiserfahrene Ingenieure verlangt“, so Ruhbach.

„Ideale Weiterbildung in der Region“

Nico Wellhäuser arbeitet beim Präzisionslagerspezialisten myonic GmbH in Leutkirch und ist einer dieser ersten Technik-Masterstudenten: „Für mich ist der DHBW-Master in Maschinenbau eine ideale Möglichkeit der Weiterbildung im Beruf. Vorteile für mich sind, dass ich im Betrieb und in der Region bleiben kann.“ Der Führungsnachwuchs muss genauso Produkte bis zu ihrer Marktreife entwickeln wie eine wettbewerbsfähige Produktion organisieren. Ähnlichen Anforderungen begegnen die DHBW-Master in Informatik und Wirtschaftsingenieurwesen.

Nähere Informationen:
www.dhbw.de, ruhbach@dhbw-ravensburg.de

Neue Werbeformen für das digitale Wohnzimmer

Masterstudierende Medien- und Kommunikationsmanagement bei Facit Digital

Im Februar waren die Masterstudierenden des Profils Medien- und Kommunikationsmanagement mit Prof. Dr. Ralph Berchtenbreiter für einen Workshop zum Thema „Neue Werbeformen im digitalen Wohnzimmer: Smart TV und Second Screen“ bei Facit Digital, einem Forschungs- und Beratungsunternehmen für digitale Medien in München.

Dort erhielten sie einen Einblick in die neuen Möglichkeiten der cross-medialen Werbung durch die technologischen Weiterentwicklungen des Fernsehens und erarbeiteten integrierte Werbekonzepte für Onlinebanken und Automobilhersteller.

Zu Beginn des dreitägigen Workshops wurden die Studierenden von Prof. Dr. Ralph Berchtenbreiter sowie den Experten von Facit Digital und SevenOne Media, einem Tochterunternehmen der ProSiebenSat.1 Gruppe und Vermarktungsunternehmen für die Sender der Gruppe, in die Thematik eingeführt. Die Schwerpunkte lagen auf technischen Trends wie Smart TV und HbbTV sowie den Herausforderungen, welche diese in Hinblick auf eine optimale User Experience – also der erlebten Qualität der Interaktion durch den Nutzer beziehungsweise Zuschauer – mit sich bringen.

Ein Smart TV ist ein internetfähiges Fernsehgerät und hat besondere Vorteile: Mit dem Smart TV kann man Internet-Anwendungen nutzen, die speziell für das Fernsehen gemacht

worden sind. Zum Beispiel kann man Filmvorschauen ansehen oder passende Sendungen in Online Videotheken abrufen. Die Möglichkeiten mit Smart TV und HbbTV sind beinahe unbegrenzt. Dieses Potenzial zu evaluieren und auszuschöpfen war das Ziel der Gruppenarbeiten der Studierenden. In Fallstudien entwickelten sie cross-mediale Kampagnen für unterschiedliche Zielgruppen und Anbieter.

In die Fallstudien der Masterstudierenden wurden auch die Möglichkeiten von sogenannten Second Screens einbezogen. Unter Second Screens werden vor allem Smartphones, Tablet-PCs oder Laptops verstanden, die beim Fernsehen oft parallel genutzt werden und damit auch von Werbetreibenden bespielt werden können. Gerne genutzt für Social Media Aktivitäten und posten, welche Sendung sie gerade sehen und wie sie

diese finden. Dieser neue „Rückkanal“ ermöglicht für Unternehmen neue, synchronisierte Werbeformen.

Wie diese aussehen könnten, zeigten die Studierenden in ihren Abschlusspräsentationen. „Drei Tage voller innovativer Impulse, spannender Diskussionen am Puls der Zeit und guter Ideen. Dieser Workshop war ein Paradebeispiel für die kooperative Forschung der DHBW Ravensburg“, so Berchtenbreiter. Auch Sandra Schuster, Senior Consultant bei Facit Digital und Lehrbeauftragte der DHBW, war voll des Lobes: „Die Studenten haben sich in erstaunlich kurzer Zeit mit den neuen Technologien und Möglichkeiten vertraut gemacht und sinnvolle Ansätze erarbeitet. Besonders gefreut hat mich natürlich, dass sie dabei das Thema User Experience ernst genommen und sehr kreativ umgesetzt haben.“



Labor mal anders: Masterstudierende entwickelten neue Werbekonzepte mit Smart TV und Second Screen im Lean-Back-Labor von Facit Digital in München.

Verantwortung macht den Genuss perfekt

Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz und Duale Hochschule laden zum Genussgipfel



Einen Genussgipfel haben das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz und die Duale Hochschule Ravensburg nun veranstaltet. Wo anfangen? Studenten in glänzender Kochlaune, ein Jahrhundertkoch Witzigmann flankiert von diversen weiteren Sterneköchen, die Kür zweier neuer Genussbotschafter für das Ländle durch Minister Alexander Bonde, Vorträge und eine Podiumsdiskussion zur Vertiefung des Themas. Viele Akteure verstanden sich aufs Genießen, ohne jedoch den Blick auf die soziale und die ökologische Verantwortung sowie die Wirtschaftlichkeit zu verlieren.

Die Studenten BWL-Hotel- und Gastronomie-Management der DHBW Ravensburg machten es praktisch vor. Nicht nur mit ihren Rehwürstchen auf Alblinsen, erstere kamen vom frisch vom Freund des Jungkochs erlegten Wild. Regionaler geht nicht! Die Diskussion an dem Nachmittag kreiste um Themen wie Regionalität, was uns das Essen überhaupt noch Wert ist und wie es neben dem Genuss um unsere soziale und ökologische Verantwortung bestellt ist. Sterneköche kamen genauso zu Wort wie der Einzelhändler aus dem Allgäu, der Spitzenhotellier, der Landwirt oder die Spätzlesfabrikantin von der Alb.

Die DHBW-Studenten warteten dabei mit vielfältigen kulinarischen Genüssen auf. Ein besonderes

Schmankerl für sie: Die Begegnung mit Eckart Witzigmann, immerhin einer der vier Köche weltweit, die den Titel Jahrhundertkoch tragen. Er besuchte den Kochnachwuchs im Kulinarischen Entwicklungszentrum der DHBW und „begutachtete“ deren Werk. Witzigmanns Urteil können sie sich stolz ans Revers heften: „Wenn ich noch einen Betrieb hätte, würde ich gerade ein paar Studenten von hier mitnehmen.“

Studenten kreieren Cocktails

Weg wie die warmen Semmeln gingen bei dem Genussgipfel auch die drei von den Studenten eigens kreierten Cocktails Genuss, Verantwort-

und Wirtschaftlichkeit. Das waren auch die Themen im Impuls Vortrag von Prof. Karl Heinz Hänssler und Prof. Dr. Wolfgang Fuchs. Herbert Hintner vertiefte das Thema aus Sicht der Praxis als Gastronom in Südtirol. Auf dem Podium diskutierten anschließend Eckart Witzigmann, Hannes Feneberg, Feneberg Lebensmittel GmbH Kempten, Christoph Hönig, Hönig-Hof, 08er Legegemeinschaft Mühligen, Irmgard Freidler, Alb Gold Trochtelfingen, Peter Schmid, DEHOGA Baden-Württemberg, Hermann Bareiss, Hotel Bareiss Baiersbronn, und Bernhard Zepf, Hotel Erbprinz Ettlingen. Minister Alexander Bonde zeichnete als Genussbotschafter Baden-Württemberg

Dr. Uta Simmler und Norbert Münch (Fruchtkonfitüre) sowie Dieter Bopp und Otto Vogelmann von der Klinik Löwenstein aus.

Biokäse und edler Tropfen

Den Abschluss machten Präsentationen für Geist und Gaumen. Die Gäste erfuhren, wie das Konzept Texturas für Kurt Gollnik von der Seniorenwohnanlage Mörrikeheim gleichermaßen eine optimale „Spielwiese“ darstellt wie für Sternekoch Armin Karrer. Geist und Gaumen schmeichelten zudem der Müller-Thurgau von Prinz Bernhard von Baden sowie der Biokäse von Lissy und Anton Holzinger.



Eckart Witzigmann und Referent Herbert Hintner aus Südtirol.

„Wenn ich noch einen Betrieb hätte, würde ich gerade ein paar Studenten von hier mitnehmen.“

Jahrhundertkoch Eckart Witzigmann



Auf dem Podium – eine illustre Runde (von links): Christoph Hönig (Hönig-Hof Legegemeinschaft), Hannes Feneberg (Feneberg Lebensmittel GmbH), Irmgard Freidler (Alb Gold Trochtelfingen), Eckart Witzigmann, Peter Schmid (DEHOGA Baden-Württemberg), Hermann Bareiss (Hotel Bareiss Baiersbronn), Bernhard Zepf (Hotel Erbprinz, Ettlingen) und Moderatorin Petra Klein.



Prinz Bernhard von Baden



Hermann Bareiss und Uta Schlagenhauf wissen Köstliches zu schätzen.



Ein Edler Tropfen: Minister Alexander Bonde kostet den Müller-Thurgau vom Bodensee.



Biberacher Firmen loben Preis aus

18. Biberacher Wirtschaftspreis geht an 18 Absolventen

Bereits zum 18. Mal ist nun der von acht Biberacher Wirtschaftsunternehmen ausgelobte Biberacher Wirtschaftspreis verliehen worden. Er geht an Absolventen der Dualen Hochschule Ravensburg samt Campus Friedrichshafen, die in einer der Firmen im dualen Studium mit ausgebildet wurden und die einen Studienabschluss mit der Note 1,9 und besser geschafft haben.



18 Absolventen der Dualen Hochschule Ravensburg haben sich den Biberacher Wirtschaftspreis in diesem Jahr verdient, verliehen wurde ihnen diese Auszeichnung nun bei Liebherr-Hausgeräte Ochsenhausen GmbH. Prof. Karl Heinz Hänsler, Rektor der DHBW, würdigte die „großartige Leistung“ der Absolventen. An die Ausbildungsunternehmen gerichtet meinte er: „Das ist

auch ihr Tag, denn sie haben einen ganz erheblichen Anteil an diesem Erfolg.“ Die DHBW-Studenten werden zur einen Hälfte ihrer Zeit in

den Firmen ausgebildet und zur anderen Hälfte an der Hochschule beim Studium.

Ausgelobt wird der Preis von: Bohringer Ingelheim, EnBW, Gustav Gerster, Handtmann, KaVo, Kreissparkasse Biberach, Liebherr und Volksbank Ulm-Biberach.

Auf einen Blick

Biberacher Wirtschaftspreis 2013

Anja Haller (Kreissparkasse Biberach), Aaron Kühne, Frank Hummler (beide EnBW Regional AG), Florian Schemperle, Sabrina Stöferle, Michael Holzmüller, Stefanie Müller (alle vier Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG), Julia Sauter, Manuel Föhr, Simon Gerner, Hubert Hald (alle vier Liebherr-Hausgeräte Ochsenhausen GmbH), Sabrina Zieher, Benjamin Simon (beide Kaltenbach & Voigt GmbH), Annika Winkler (Gustav Gerster GmbH & Co. KG), Robin Sager, Josef Gleinser (beide Liebherr-Components Biberach GmbH), Lilli Michajlow (Handmann Systemtechnik) und Michael Fürgut (Albert Handtmann Maschinenfabrik GmbH & Co. KG).

Ein „Käppsele“ mit Teamkompetenz

Coperion Preis geht an Tobias Ott

Der Coperion-Preisträger 2013 heißt Tobias Ott. Die Weingartener Firma Coperion zeichnet damit den besten Absolventen im Fach Maschinenbau vom Technikcampus Friedrichshafen der Dualen Hochschule Ravensburg aus. Partnerunternehmen des Preisträgers während des dualen Studiums war Tognum in Friedrichshafen.



Geschäftsführer Axel Kiefer verleiht den Coperion-Preis an Tobias Ott.

Mit der Note 1,2 hat Tobias Ott 2012 sein Maschinenbaustudium/Fahrzeug-System-Engineering abgeschlossen. Studiengangsleiter Prof. Dr. Stephan Engelking hatte seine Freude dran: „Er war in zwei Kursen von mir und schaffte jeweils eine 1,0. Das gab es noch nie.“ Aber nicht nur die Zahlen sprechen für ihn, beim EDI-Team, das ein Elektroauto bastelt und auf die Straße bringen will, habe er zudem noch außerordentliche Teamkompetenz erwiesen. Das Thema von Tobias Otts Bachelorarbeit lautete: Konstruktion eines einteiligen Kraftstoffpumpen-Geräteträgers. Ein Teil, das in landwirtschaftlichen Fahrzeugen vielleicht einmal in Serie gehen wird. Auf seinen Bachelor sattelt Tobias Ott in Erlangen nun noch den Master drauf. Einer anschließenden Rückkehr an den See steht nach Aussage des Preisträgers „nichts entgegen“, zumal das

„Käppsele“ bei Tognum wieder mit offenen Armen empfangen würde. Der Coperion-Preis wurde bereits zum 23. Mal vergeben, er ist heute mit 2500 Euro dotiert. Coperion ist eng verbunden mit der DHBW, 46 Studenten schickte die Firma in den vergangenen Jahren

an die Hochschule, momentan sind es 14 Studenten und im Oktober sollen acht dazu kommen. Prof. Karl Heinz Hänsler, Rektor der Dualen Hochschule Ravensburg, betonte, er sei stolz „auf diese langjährige und intensive Partnerschaft mit solch einem Unternehmen“.

Auf einen Blick

Coperion-Geschäftsführer Axel Kiefer

blickte bei der Preisverleihung auf das Jahr 2012 zurück, dessen Ende für die Firma mit einem Gesellschafterwechsel einen Meilenstein parat hatte. Und damit den Wechsel von einem Private-Equity-Unternehmen hin zu einem strategisch ausgerichteten Konzernumfeld. „Darüber sind wir sehr glücklich, wir fühlen uns in diesem Verbund gut aufgehoben“, betonte Kiefer. Die amerikanische Hillebrand-Gruppe hat Coperion zu 100 Prozent erworben, zu deren 4000 Mitarbeitern kommen jetzt noch rund 2000 von Coperion dazu. „Coperion soll das Motherboard der Gruppe sein“, so Kiefer.

„Er war in zwei Kursen von mir und schaffte jeweils eine 1,0. Das gab es noch nie.“

Prof. Dr. Stephan Engelking über den Preisträger Tobias Ott

Stadt zeichnet wissenschaftliche Leistung aus

Prof. Dr.-Ing. Konrad Reif erhält den Wissenschafts- und Transferpreis



Prof. Dr.-Ing. Konrad Reif.

Ob Ingenieur, Techniker, Werkstattleiter oder Student: Wer rund ums Auto Rat und praktische Hilfe sucht, der wird bei Nachschlagewerken fündig, die direkt am Bodensee entstehen. Prof. Dr.-Ing. Konrad Reif vom Technikcampus Friedrichshafen der DHBW Ravensburg betreut verschiedene Kfz-Reihen von Bosch, unter anderem dafür bekam er nun den mit 1000 Euro dotierten Wissenschafts- und Transferpreis der Stadt Ravensburg verliehen.

Hochschule, Forschung, Wirtschaft und die Entwicklung einer Region: Diese Faktoren sind eng miteinander verknüpft, der eine profitiert vom anderen. Diese Tatsache würdigt die Stadt Ravensburg mit dem Wissen-

schafts- und Transferpreis. Prof. Konrad Reif ist ein würdiger Preisträger, die Schriftreihen, betreut von dem Studiengangsleiter Elektrotechnik-Fahrzeugelektronik und Mechatronische Systeme, stehen als wertvolle Nachschlagewerke rund ums Auto in vielen, vielen Regalen.

Geballtes Technikwissen

Ein Beispiel: Vom Bodensee aus betreut Reif die Reihe Bosch Fachinformationen Automobil; die komplette Folge umfasst immerhin rund 2500 Seiten geballtes Technikwissen. Außerdem ist er Schriftleiter des renommierten Kraffahrttechnischen Taschenbuchs von Bosch. Diesen Klassiker gibt es seit mehr als 75 Jah-

ren auf dem Markt, er wartet immer wieder aktualisiert mit Beiträgen von 160 Fachautoren auf 1300 Seiten auf. Gerade erst ist das neueste Werk erschienen, bei dem Reif als Herausgeber fungiert: „Automobilelektronik lernen“. Die zehn Hefte beleuchten das Thema gründlich.

Die von Reif betreuten Schriftreihen sind beides: Theoretisches Rüstzeug und anwendungsorientierte Informationsquelle. Und tun so ihre guten Dienste sowohl für Studenten als auch für Techniker, Ingenieure, Kfz-Meister oder Gutachter. Professor Konrad Reif ist seit 2003 Studiengangsleiter an der DHBW. Zuvor war er bei BMW in München verantwortlich für Reglungsentwicklung.

JUST!-Preis geht an EDI

Preisträger der Zeppelin Jugendstiftung sind in diesem Jahr auch Studenten der Dualen Hochschule Ravensburg vom Technikcampus Friedrichshafen. Ihr Projekt „EDI – Electric Drive Infrastructure“ beeindruckte die Jury, die Studenten freuen sich über 7500 Euro. Ziel der Zeppelin Jugendstiftung JUST! ist die Anerkennung technischer Leistungen und Ideen von Jugendlichen. Rund 60 DHBW-Studenten tüfteln und forschen am Technikcampus Friedrichshafen rund um die Elektromobilität. Gewürdigt wurden die Preisträger unter anderem von Jürgen-Philipp Knepper, Vorstandsvorsitzender der Zeppelin Jugendstiftung, und von Oberbürgermeister Andreas Brand.

Stromsparidee aus dem Hause DHBW

Die Mediendesigner Christian Ehni und Timo J. Schillings gewinnen mit ihrer Abschlussarbeit den Bundespreis ecodesign

Für ihre Abschlussarbeit im Studiengang Mediendesign an der Dualen Hochschule Ravensburg haben Christian Ehni und Timo J. Schillings den vom Umweltministerium und vom Umweltbundesamt ausgelobten Bundespreis ecodesign abgestaubt. Ihr Thema: Stromsparen im Internet.

Die Zahl ist beeindruckend: Zwei Prozent des weltweiten Stromverbrauchs gehen auf das Konto des Internets. Kann man das reduzieren? Die damaligen DHBW-Studenten Christian Ehni und Timo J. Schillings machten sich schlau und wurden fündig. Sie machten den Stromfresser gespeicherte Daten aus und entwarfen eine Kampagne, die darauf abzielt, dass etwa facebook-Einträge eben nicht mehr automatisch gespeichert werden, sondern mit einem Haltbarkeitsdatum versehen werden können.

Kampagne leistet Überzeugungsarbeit

Beiträge zum Stromsparen, die jeder ganz einfach erwirken kann. Die Kampagne leistet die Überzeugungsarbeit und zumindest bei der ecodesign-Jury in Berlin hat sie schon gefruchtet.

„Die Domain .eco schafft Bewusstsein und sensibilisiert den Nutzer für die ökologischen Auswirkungen von Datenspeicherung“, begründet Juryvorsitzender



Stromsparen im Internet: Darüber machten sich Christian Ehni und Timo J. Schillings Gedanken.

Prof. Günther Horntrich die Entscheidung. 300 Bewerber gab es in drei Kategorien für den Preis, die DHBW-Absolventen machten das Rennen im Fach Nachwuchs. Und lieferten einmal mehr einen Beleg dafür, dass die Duale Hochschule Ravensburg mit den besten Designhochschulen in Deutschland mehr als mithalten kann. Verliehen wurde der Preis nun in Berlin von Umweltminister Peter Altmaier. „Die

Arbeit von Christian Ehni und Timo Schillings zeigt auf beispielhafte Weise, wie Designer heute im Sinne der Innovation von Produkt- und Servicelösungen aktiv werden können und damit jenseits von Trends und Modeerscheinungen einen echten Beitrag zur Nachhaltigkeitsdebatte leisten“, freut sich auch Prof. Klaus Birk, der die Arbeit betreut hatte, über die Auszeichnung. Aus den beiden DHBW-Studen-

ten sind inzwischen Absolventen geworden. Christian Ehni arbeitet bei der renommierten Agentur Jung von Matt in Stuttgart. Timo J. Schillings hat sich mit einem Büro für Gestaltung in Stuttgart selbstständig gemacht. Ravensburg bleiben die beiden weiter verbunden – als Do-

Anschauen lohnt sich: <http://www.helpdoteco.com/>

„Die Domain .eco schafft Bewusstsein und sensibilisiert den Nutzer für die ökologischen Auswirkungen von Datenspeicherung.“

Juryvorsitzender Prof. Günther Horntrich

Platz 5 bei Management-Cup

Die Management Qualitäten der Studenten der Dualen Hochschule Ravensburg können sich sehen lassen: Beim WirtschaftsWoche ManagementCup schafften sie Platz 5 unter rund 260 teilnehmenden Hochschulen.

9000 Teilnehmer zählte der ManagementCup, den die WirtschaftsWoche gemeinsam mit TOPSIM veranstaltet hatte. Die Preise waren lukrativ, dementsprechend der Ehrgeiz groß. Vor dem Erfolg mussten die Teilnehmer – Manager und solche, die es werden wollen – allerdings so einigen Schweiß vergießen. Drei Runden galt es zu überstehen, unter die 1500 Finalisten zu kommen war kein Pappentier. Die Ravensburger Studenten schafften das und freuten sich am Ende über einen hervorragenden Platz 5 unter den Hochschulen.

Insgesamt beteiligten sich mehr als 260 Hochschulen an dem ManagementCup. Für die DHBW Ravensburg hatten sich 28 Studenten ins Zeug gelegt. Prof. Karl-Heinz Busam etwa, Studiengangleiter Industrie, legte seinen Erstsemestern den Wettbewerb nahe. Immer die besten zehn Teilnehmer einer Hochschule wurden schließlich in die Wertung aufgenommen.

Beim ManagementCup handelt es sich um ein onlinebasiertes Simulationsspiel. Die Teilnehmer mussten die Leitung eines Smartphone-Herstellers übernehmen. Brennstoffzelle statt Akku oder interaktiver Spiegel? Das galt es genauso festzulegen wie den Preis für das Gerät. Budget und natürlich die Firmenstrategie wollten wohl überlegt sein. Wer die falschen Weichen stellte, musste seinen Hut nehmen. Die anderen kamen eine Runde weiter und sahen sich dort mit neuen Herausforderungen konfrontiert.

Einbürgerungskampagne überzeugt im Integrationsministerium

DHBW-Studenten BWL-Medien- und Kommunikationswirtschaft gestalten Plakatkampagne

Spontanes und herzliches Lachen war die Reaktion im Stuttgarter Ministerium für Integration, als man dort die Ideen für eine Einwanderungskampagne, gestaltet von Ravensburger DHBW-Studenten, zu Gesicht bekam. Unter 150 Einsendungen schafften die Studenten BWL-Medien- und Kommunikationswirtschaft dann sogar Platz 1.

Aber erst mal von vorne. Ganz am Anfang stand ein Ideenwettbewerb zu einer Einbürgerungskampagne des Stuttgarter Integrationsministeriums. Mittels prägnantem Motiv und Slogan soll Migranten der Erwerb der deutschen Staatsangehörigkeit schmackhaft gemacht werden. Neben rund 80 anderen nahmen sich auch die Medien- und Kommunikationswirtschaftsstudenten (Schwerpunkt Werbung und Marktkommunikation) an der Dualen Hochschule Ravensburg dem Thema an. Gemeinsam mit Prof. Mathias Hassenstein und mit Moritz Schuchardt von der Werbeagentur Red Monkeys aus Konstanz hatten die Studenten in den Modulen Kreativitätstechniken und Werbetext dazu 30 Stunden Zeit.



Die Studenten der Dualen Hochschule Ravensburg und Bilkay Öney, Ministerin für Integration. Rechts im Bild ist eines der Plakate zur Kampagne zu sehen.

praktische Umsetzung war bereits Eigeninitiative und gehörte nicht mehr zum Unterricht.

Herausgekommen sind drei Vorschläge, darunter das Siegerprojekt, eine Serie von drei Plakaten. Männerfüße in weißen Tennissocken und Birkenstock-Sandalen sind da genauso zu sehen wie Migranten in traditionellem Jäger-Outfit und Dirndl. Die Botschaft der studentischen Kampagne: „Du musst nicht deutsch sein, um Deutscher zu werden.“ Die „Models“ für das Spiel mit den deutschen Stereotypen kamen direkt vom Ravensburger Marienplatz, in Szene gesetzt wurden sie im Studio der Dualen Hochschule. Die

Spiel mit Stereotypen

Die Zusatzarbeit hat sich gelohnt – Platz 1 in Stuttgart. „Die Studierenden spielen in ihren Motiven mit Stereotypen. Die Bilder und Texte haben Witz, regen zum Nachdenken an, was Deutschsein bedeutet und wie die Gesellschaft mit Vielfalt auch unter den Staatsbürgern umgeht“, lobt Bilkay Öney, Ministerin für Integration. „Die Idee ist es, Einwanderern die Angst zu nehmen, durch eine Einbürgerung ihre kulturelle Identität zu verlieren“, erklärt der DHBW-Student Florian Klauke.

Auch ihren Professor, Mathias Hassenstein, haben die Ideen der 21 Studenten beeindruckt, zumal sie be-

reits im zweiten Semester entstanden sind. „Ich finde die Arbeit ist auch ein typisches Beispiel für die Duale Hochschule“, so Hassenstein. Eine Mediendesign-Professor vertritt die Theorie und vermittelt den BWL-Studenten das kreative Handwerkszeug, ein Dozent von einer Werbeagentur die Praxis – heraus kommt ein stimmiges Konzept. Für das die Studenten nun in Stuttgart den „Lohn“, also den Gewinn des Ideenwettbewerbs, erhalten haben. Ihre Entwürfe werden Teil der Einbürgerungskampagne, die mit Broschüren, Plakaten und Postkarten für mehr Einbürgerungen werben will. Einige Erleichterungen haben im vergangenen Jahr in Baden-Württemberg mit dazu geführt, dass mehr Migranten einen deutschen Pass beantragt haben. Diesen Trend möchte das Ministerium nutzen.

Du musst nicht deutsch sein, um Deutscher zu werden.

bleib Du selbst und hol' Dir einfach Deinen Pass.



Baden-Württemberg
Ministerium für Integration

So funktioniert „dual“

Platz 1 beim Wettbewerb „MyAusbildungPlus“



Nicole Geier und Björn Richter.

Über Platz 2 und 300 Euro freuen sich Björn Richter, DHBW-Student BWL-Industrie in Ravensburg, und Nicole Geier, Absolventin International Business. Sie haben beim Wettbewerb „MyAusbildungPlus“ des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) überzeugend dargelegt, wie ein dualer Studiengang „funktioniert“.

Über 100 Beiträge beschäftigten sich bei dem Wettbewerb mit dualen Studiengängen und Ausbildungsangeboten. Bestens darüber Bescheid wissen Björn Richter und Nicole Geier. Die rose plastic AG in Hergensweiler ist für beide der Praxisbetrieb im Dualen Studium an der DHBW Ravensburg.

„Ein Glückstreffer“

Ihr Mix aus Bericht und Interview überzeugte die Wettbewerbsjury und brachte ihnen Platz 2 ein. Zum Interview hatte sich Ödül Tunali zur Verfügung gestellt, die 2006 ihren Abschluss an der Dualen Hochschule in Ravensburg gemacht hat und die versichert: „Für mich war das Duale Studium ein wahrer Glückstreffer.“

Näheres unter <http://www.myausbildungplus.de/html/index.php>

Platz 9 unter 800 Teilnehmern

Studenten BWL-Finanzdienstleistungen im Deutschlandfinale des EXIST-priME-Cup

Platz 9 unter 800 Teams bundesweit: Auf diese Leistung können zwei Studenten BWL-Finanzdienstleistungen der Dualen Hochschule Ravensburg stolz sein. Diese Platzierung holten Nico Stumm und Thomas Martin mit ihrem Team beim Deutschlandfinale des EXIST-priME-Cups.

„EXIST“ ist ein Förderprogramm des Wirtschaftsministeriums, bei dem Wettbewerb geht es darum, Studenten für die Themen Existenzgründung, Unternehmensführung und –nachfolge zu begeistern. Dabei müssen sie in dem Planspiel Strategien rund um Produktion, Entwicklung, Personal und Marketing ersinnen. Eine Jury, besetzt mit hochrangigen Vertretern aus der Wirtschaft, urteilt darüber nach einer Präsentation bei der abschließenden „Gesellschafterversammlung“.

Studenten der Sparkasse Ulm

800 studentische Teams stellten sich 2012 den Aufgaben, die besten 15 qualifizierten sich für das Bundesfinale in Berlin. Darunter das Team der Ravensburger DHBW-Studenten Nico Stumm und Thomas Martin, die gemeinsam mit drei weiteren Studenten für die Sparkasse Ulm antraten.

Beim Finale galt es, in die Rolle



Das Foto zeigt sitzend die Ravensburger DHBW-Studenten Nico Stumm (links) und Thomas Martin (rechts). Mit im Team waren auch Studenten der DHBW Heidenheim (stehend von links): Thomas Gerteis, Daniel Kienhöfer und Robert Mellinghoff.

von Vorständen einer Aktiengesellschaft der Photovoltaikbranche zu schlüpfen. Eine Pressekonferenz zum Thema Nachhaltigkeit stand dabei genauso auf der Agenda wie eine Fallstudie

die über die Mitarbeiterbeteiligung an Unternehmen. Die Ravensburger Studenten Finanzdienstleistung machten ihre Sache gut und landeten schließlich auf Platz 9.

Anzeige

ZEPPELIN®

Baumaschinen EU | Baumaschinen 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 über 7.000 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. Bei Zeppelin arbeiten über 7.000 Mitarbeiter – 7.000 Unternehmer mit viel Gestaltungsspielraum. Unsere Arbeitskultur ist geprägt von 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. 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 Baumaschinen CIS), Lösungen im Bereich Antrieb und Energie (Power Systems), die Vermietung von Baumaschinen und -equipment (Rental) sowie Engineeringlösungen und 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 die Mitarbeiter die Ziele und Werte des Unternehmens teilen, ist Zeppelin ein

Anliegen. Mitarbeiter des Zeppelin Konzerns profitieren von den vielfältigen Entwicklungs- und Karrierewegen in den jeweiligen Geschäftsbereichen und der internationalen Ausrichtung des Unternehmens. Neben konzernübergreifenden Qualifizierungsprogrammen für Fach- und Führungskräfte bietet Zeppelin Absolventen mit Ausbildung und dualen Studium einen sicheren Einstieg ins Berufsleben.

Kooperation mit der DHBW

Studierende bei Zeppelin können grundlegende theoretische Kenntnisse durch den direkten Praxisbezug 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.

Zeppelin bietet Studienplätze in folgenden Bereichen an: BWL/Handel, Maschinenbau, Wirtschaftsingenieurwesen und Elektrotechnik.

Ihre Potenziale und unser Angebot

„Unsere Mitarbeiter sind unser größtes Kapital. Indem wir jedem Einzelnen viel zutrauen, Gestaltungsspielraum geben und ihn entsprechend fördern, geben wir allen Mitarbeitern die Möglichkeit, ihr Potenzial bei Zeppelin voll zu entfalten“, so Jürgen-Philipp Knepper, Arbeitsdirektor beim Zeppelin Konzern.

Die Zeppelin Kultur ermöglicht eigenverantwortliches Arbeiten vom ersten Tag an. Die Mitarbeiter von Zeppelin wachsen mit dem Unternehmen, an ihren Aufgaben, in ihrem Team sowie durch gezielte Förderung. Somit können sie flexibel und lösungsorientiert agieren und in einem äußerst dynamischen Umfeld viel bewegen.

www.zeppelin.de

Ein unwiderstehlicher Schluss-Spurt bringt den Titel

Timo Benitz (Luft- und Raumfahrttechnik) heißt der erste Deutsche Hochschulmeister der DHBW

Ein Student der Dualen Hochschule hat normalerweise reichlich wenig Zeit für Freizeit und Privates. Hut ab also vor Timo Benitz, dem das Kunststück gelingt, DH-Studium und Spitzensport unter einen Hut zu bringen. Gerade hat der Mittelstreckenläufer über 3000m die Deutsche Hochschulmeisterschaft gewonnen. Weitere sportliche Ziele in diesem Jahr sind die Teilnahme an den Deutschen Meisterschaften der Aktiven und an der U23-EM.

Timo Benitz studiert im vierten Semester Luft- und Raumfahrttechnik am Technikcampus Friedrichshafen der DHBW Ravensburg. DH, Studium und Bodensee tauscht er regelmäßig aus gegen die Ausbildung bei Cassidian in Manching. Das allein ist bereits ein kleiner Kraftakt. Bei dem 21-jährigen Sportler kommen zudem noch sieben oder acht Trainingseinheiten pro Woche dazu. „Zwei davon hart“, sagt er. Das sind beispielsweise vier 2000m-Läufe. „Locker-regenerativ“ dagegen das restliche Pensum im Winter: Dauerläufe von jeweils zwölf bis 20 Kilometern. Die zehn Kilometer in 45 Minuten nennt der Trainierte „entspannend“. Auf den Sommer zu wird dann weniger auf Ausdauer und mehr auf Tempo trainiert.



Timo Benitz holte über die 3000m den Deutschen Hochschulmeistertitel.

Im B-Kader

Die Trainingspläne kommen vom Trainer im Schwarzwald, den sieht er meist an den Wochenenden. Timo Benitz ist im B-Kader des Deut-

schen Leichtathletikverbandes. Ausgiebige Lehrgänge sind nur selten mit dem Studium vereinbar, bei Wettkämpfen drücken Hochschule und Arbeitgeber ein Auge zu. Mit-

telprächige Bedingungen; immerhin, „die Gene sind gut“, so Benitz. Die 1500 Meter sind die Parade-disziplin des Mittelstrecken-Asses. „Das ist richtig schnell, kann aber

auch ganz taktisch gelaufen werden.“ Große Stärke von Timo Benitz ist der Schlussspurt – der kommt auf dieser Strecke bestens zur Geltung. Aktuell bei den Hochschulmeisterschaften in Frankfurt über die 3000 Meter lief er die letzte Runde in sagenhaften 27 Sekunden. Insgesamt sprang eine neue persönliche Bestzeit von 8:14,50 Minuten heraus.

Ziel ist eine Medaille bei der DM

Als größten Erfolg nennt der DHBW-Student den Deutschen Vizemeistertitel über die 800 Meter in 2011. Vor ihm war nur Sören Ludolph, immerhin Olympia-Teilnehmer im vergangenen Jahr. Auch in 2013 ist eine Medaille bei den Deutschen Meisterschaften ein Ziel, ebenso die Teilnahme an der U23-EM in Finnland.

Und wo geht es weiter hin? Nach dem Studium kann sich Timo Benitz vorstellen, sich mehr auf das Laufen zu konzentrieren. Ausloten, wie weit nach oben es gehen kann. Er weiß, gegen Äthiopier oder Kenianer hat er keine Chance, aber zu den besten weißen Läufern möchte er aufschließen.

Lohnt der Ehrgeiz? Für Timo Benitz keine Frage. „Laufen zu gehen ist für mich das schönste Gefühl des Tages. Alles hinter sich lassen und einfach an gar nichts denken.“ Und ein bisschen Zeit bleibt doch noch übrig. Jeden Freitag an der Posaune beim Musikverein Volkertshausen ist genauso ein fester Termin wie Vorlesung und Lauftraining.

„Laufen zu gehen ist für mich das schönste Gefühl des Tages.

Alles hinter sich lassen und einfach an gar nichts denken.“

Timo Benitz

Tausche Zitrone...

VWI-Hochschulgruppe: Seminar Überzeugungspsychologie und Kneipenquiz

Wie überzeuge ich einen Gesprächspartner oder wie lenke ich ein Gespräch zu meinen Gunsten? Tipps dazu bekamen die Teilnehmer eines Seminars Überzeugungspsychologie

von den VWI-Trainern David Borst und Marcel Rasche. Organisiert hatte das Seminar die DHBW-Hochschulgruppe des Verbands Deutscher Wirtschaftsingenieure (VWI).

Los ging es mit einer Tauschaktion. Zweierteams wurden jeweils mit einer Zitrone ausgestattet und in die Stadt geschickt. Das Ziel: Die Zitrone möglichst gegen etwas Höherwertiges einzutauschen. Die Ergebnisse konnten sich sehen lassen; sie reichten von Süßigkeiten und Bierkrügen über eine Weinflasche bis hin zu einem 30 Euro Essensgutschein.

Weiter ging es am nächsten Tag mit dem Themengebiet Autorität. Welche Attribute machen überhaupt eine autoritäre Person aus? Wie wichtig ist Körpersprache und deren Interpretation? Die Teilnehmer erfuhren viele kleine Tricks. Ein Beispiel: Ein warmer Händedruck wirkt freundlich und sympathisch; ergo: das Getränk immer in der linken Hand halten.

Am nächsten Tag gab es nochmals die Gelegenheit, das Erlernte zu testen und auszuprobieren. Des Weiteren gab es Einblicke in Verkaufs- und Motivationstechniken sowie Tipps für aktives Zuhören. Mit einer Reflektion und Feedbackrunde ging ein tolles Seminar zu Ende.

Bis zu 100 Teilnehmer

Das Seminar ist nicht die einzige „Aktivität“ der VWI-Gruppe. Nach Ravensburger Vorbild organisieren sie nun auch in Friedrichshafen ein Kneipenquiz. Jeden Montagabend, 20 bis 22 Uhr, gibt es im „Refugium“ drei Fragerunden. Getestet wird das Wissen der Studenten über Politik, Sport, Allgemeinbildung und Geschichte. Bis zu 100 Teilnehmer pro Abend belegen, dass das Kneipenquiz ein Volltreffer ist.

173 Studenten spenden Blut

Studierendenvertretung und DRK



Zwei Mal war der Ortsverein Friedrichshafen des Deutschen Roten Kreuzes an der Dualen Hochschule Ravensburg im Fallenbrunnen bereits erfolgreich. Gemeinsam mit der Studierendenvertretung organisierte er einen Blutspendetermin.

Junge Blutspender und Erstspender sind bei den Blutspendeterminen des DRK gern gesehen. Der Nachwuchs in Sachen lebensrettender

Saft soll schließlich sensibilisiert werden für das Thema. Ein Grund, weshalb das DRK nun auch an die Duale Hochschule kam. Und dort fand der Termin sofort regen Anklang. 173 Spender, davon 79 Erstspender, kamen zu den beiden bisherigen Terminen. Dazu erklärten sich noch viele Spender bereit zu einer zusätzlichen Typisierung. Ein Beispiel, das Schule, oder besser Hochschule, machen könnte.



Die VWI-Hochschulgruppe organisiert jeden Montag im Fallenbrunnen ein Kneipenquiz – mit toller Resonanz. Das ist aber nicht die einzige Aktivität, gut besucht war auch ein Seminar Überzeugungspsychologie.

MdB stellt sich den Fragen St. Petersburg – die richtige Entscheidung

Studierende Medien- und Kommunikationswirtschaft auf Studienfahrt in St. Petersburg

Studium Generale am DHBW-Campus Friedrichshafen: Dazu hatten die Studenten den Bundestagsabgeordneten Lothar Riebsamen (CDU) zu Vortrag und Diskussion eingeladen.

Rund 100 Interessierten berichtete Riebsamen von seiner Arbeit in Berlin. Vorbereitet hatte er sich auf die Themen Energiewende und Mittelstand – zu beiden warteten die Studenten mit vielen Fragen auf.

„Das Thema Atomkraft ist durch“, meinte Riebsamen etwa: „Knackpunkt ist nur, ob wir den Ausstieg bis 2020 schaffen.“ Aber auch zu seinem Leib- und Magen-Thema Gesundheit stand er Rede und Antwort. Die Studenten klopften zudem seine Ansichten zu einem möglichen Mali-Einsatz, zu Vorratsdatenspeicherung und einigem mehr ab.

Auf jeden Fall kann Lothar Riebsamen künftig modisch eine gute Figur machen: Die Studierendenvertreter schenkten ihm zum Abschluss ein DHBW-T-Shirt. Er wird es zu schätzen wissen, denn auch sein Sohn hatte an der Dualen Hochschule studiert – Studienrichtung Industrie in Ravensburg.



Mit einem DHBW-T-Shirt kann MdB Lothar Riebsamen künftig in Berlin eine gute Figur machen.



DHBW-Studenten erkunden St. Petersburg.

„Auf meiner Studienreise nach St. Petersburg konnte ich unzählige Eindrücke sammeln“, sagt Elisabeth Pohl, Studentin Medien- und Kommunikationswirtschaft. „Einige davon möchte ich mit euch teilen und vielleicht wecke ich ja die Lust in euch, selbst einmal hinzufahren.“

Vor der Abreise: Gemischte Gefühle Studienreise und St. Petersburg, das ist eine untypische Kombination, vorausgesetzt es handelt sich nicht um den Studiengang „Interdisziplinäre Russlandstudien“ oder ähnliches. Da ich Medien- und Kommunikationswirtschaft studiere, ist es aus meiner Sicht eben diese untypische Kombination. Wenn ich an St. Petersburg denke, assoziiere ich vor allem eins damit: die perfekte Städtereise für kulturinteressierte Herrschaften im Rentenalter.

Warum also hat sich mein Kurs inklusive mir dennoch dafür entschieden? In diesem Punkt kann ich nur für mich sprechen. Der Reiz des Unbekannten, das war es, was mich überzeugt hat. Mir war klar, dass ich mich nie auf eigene Faust für einen

Jahresurlaub in St. Petersburg oder allgemein in Russland entscheiden würde. Wer weiß schon, was einen in Russland erwartet? In meinem Kopf schwirren verschiedenste Vorurteile gepaart mit Unsicherheit herum. Was erwartet mich in einem Land voller Armut, Kommunismus, unterentwickelter Infrastruktur und einer Sprache, die ich noch nicht einmal lesen kann.

Eine Studienreise wäre doch die optimale Gelegenheit, um diesen Bedenken als Gruppe gegenüberzutreten. Auch wenn es in der Fünf-Millionen-Stadt tatsächlich hauptsächlich Touristen im Altersbereich 60+ geben sollte, ist es doch angenehmer, zu zwanzigst unter Rentnern zu sein, als allein.

Mittendrin: Kulturprogramm in St. Petersburg

Um die Stadt zu erkunden, haben wir eine Reiseleitung engagiert. Wie nun an jedem Tag dieser Woche, wartet Juljia vor dem Cuba Hostel. Sie ist eine echte Petersburgerin, sieht aus wie Mitte/Ende 20 und offensichtlich freut sie sich auf unsere Gruppe. Später erzählt sie, dass es

ungewohnt ist, etwas schneller durch die Stadt gehen zu können und dass sie noch nie eine so junge Reisegruppe wie uns betreut hat. Bevor es los geht, gibt es noch ein/zwei wichtige Tipps von Juljia: „Haltet eure Taschen fest, sie erkennen genau, dass ihr nicht von hier seid“ und „Geht immer entlang der großen Straßen, nicht die dunklen kleinen Straßen benutzen.“ Wow, das macht Mut.

So starten wir also in die Stadt voller Kultur. Dank Juljia sehen wir viele Sehenswürdigkeiten, die man durchaus besucht haben sollte, wenn man in St. Petersburg ist.

Durch die vielen Kanäle in der Stadt, bietet sich eine Bootsfahrt super für den ersten Überblick an. In meinem Kopf entsteht schnell ein Bild über St. Petersburg. Es herrschen viele Kontraste. An einer Ecke stehen aufwändig herausgeputzte historische Gebäude und an der nächsten Ecke stapeln sich rostende Baucontainer.

Alles ist gleich und doch so anders, als ich es kenne. Es gibt viele Einkaufsläden und Restaurants, wie in jeder deutschen Stadt, doch allein die kyrillische Schrift an jeder Ecke

lässt alles auf eine gewisse Weise fremd wirken. Wenn ich mir die Zeit nehme, kann ich inzwischen einige Buchstaben entziffern. Es macht Spaß, Werbeplakate zu entziffern und zu beobachten, wie schnell man lernt.

Pause: russisches Fastfood

Auffällig im Stadtbild sind neben den mächtigen Gebäuden und goldenen Kuppeln die russischen Fast Food-Ketten an jeder Ecke, wie z.B. Teremok. Statt Burger oder Pommes gibt es hier auf verschiedenste Weise gefüllte Bliny (russische Eierkuchen). Hier traue ich mich dann aber doch nur in Begleitung einer Freundin rein, die wenigstens etwas russisch und vor allem schnell die kyrillischen Buchstaben entziffern kann. Sie sind etwas dicker als Crêpes, aber sie sehen auf jeden Fall lecker aus. Was ich bei diesem Besuch lerne, ist, dass Bliny am Besten schmecken, wenn sie noch heiß sind, dann zieht der geschmolzene Käse in der Mitte noch Fäden.

Alles in allem ist es eine gelungene Mittagspause und eine tolle Erfahrung, auch wenn es NUR Bliny sind, aber damit sind wir eingetaucht in ein Stück Alltag von St. Petersburg, abseits der reinen Touristenattraktionen. Also: immer rein ins Vergnügen, auch wenn peinliche Situationen an jeder Ecke lauern.

St. Petersburg: mehr als nur restaurierte Paläste

Für mich war es eindeutig die richtige Entscheidung, nach St. Petersburg zu fahren. Der Mix aus ausgewachsenem Kulturtourismus und dem Entdecken der Stadt auf eigene Faust. Petersburg lebt von seinen kunstvollen Bauten und dem damit verbundenen Andrang von Touristen, aber es gibt noch ein anderes Petersburg, nämlich das alltägliche, zu dem Blinys in Fast Food-Restaurants genauso dazu gehören, wie das Einkaufen von Wodka im 24h-Shop. Dennoch haben mich auch die Architektur und die vielen mächtigen Gebäude und Sehenswürdigkeiten beeindruckt. Den Anblick der Blutschirche werde ich nicht so bald vergessen. Wer hier hinfährt, kann sich seinen ganz eigenen Mix aus Sightseeing und dem reinen Genießen der Stadt zusammenstellen.

Studierende im Einsatz

Auf die DHBW-Studenten ist in vielerlei Hinsicht Verlass! Zwei Beispiele: Der Regionalwettbewerb „Jugend forscht“ und die Begrüßung der Eltern der Studienanfänger.

Der Regionalwettbewerb von „Jugend forscht“ im Dornier Museum trug auch ein wenig die Handschrift der DHBW-Studenten. Die Mediendesigner zeichneten für das Bühnenbild verantwortlich, die Band „Funky Engineers“ sorgte für den guten Ton und Sebastian Schramm und Fabian Bingenheimer gaben der Preisverleihung durch ihre Moderation die besondere Note. Die DHBW war bei dem Wettbewerb an der Seite ihrer Partnerunternehmen ZF, Cassidian und Tognum.

DHBW-Band, die Zweite: Das Pendant aus Ravensburg hatte einen starken Auftritt bei der Begrüßung der Eltern der Studienanfänger. Zwei Mal waren die Studenten damit beste Botschafter für ihre Hochschule



Sebastian Schramm und Fabian Bingenheimer moderieren den „Jugend forscht“-Wettbewerb im Dornier-Museum.



Die Ravensburger DHBW-Band begeistert bei der Begrüßung der Eltern der Studienanfänger im Konzerthaus.



Vier Bälle – 805 Bachelor

- **805 Bachelor-Absolventen haben mit vier Bällen Abschied vom Studium und der Dualen Hochschule Ravensburg genommen.** In Ravensburg feierten die Jungakademiker in der Oberschwabenhalle, in Friedrichshafen 243 Jungingenieure im GZH. Der Studiengang Hotel- und Gastronomie-management hatte sich das Hymer Museum in Bad Waldsee ausgesucht.

- **Eine furiose Lightshow, zur Einstimmung ein selbst gedrehter Film, eine spritzige Moderation, ein pffiffiges Theaterstück:** Bei den Bachelorbällen der DHBW in der Oberschwabenhalle ziehen die Studenten und angehenden Absolventen nochmals alle Register. Und zeigen den Besuchern vor allem, was sie als angehende Eventmanager, Journalisten, Mediendesigner oder einfach als Organisationsstalent hinter den Kulissen im Studium gelernt haben. Es ist eben die praktische Note, die dem dualen Studium seine besondere Würze verleiht.

- **Auch in Friedrichshafen drückten die dualen Studenten dem Ball einen besonderen Stempel auf.** Am Eingang wurden die Gäste „begrüßt“ vom Formula Student-Rennwagen und einem Elektroauto. Das Besondere daran: Beide Fahrzeuge sind „Made im Falenbrunnen“. Konstruiert und gebaut von den Friedrichshafener DHBW-Studenten.

- **Einer, der das EDI-Team mit unter seine Fittiche genommen hat, ist Prof. Dr. Herbert Dreher.** Das hat er offensichtlich gut gemacht, denn die Studenten belohnten ihn an dem Abend mit dem **Dozentenlehrpreis**.

- Ebenfalls preiswürdig: Wenn es im erfolgsverwöhnten Global Formula Student-Team (GFR) um technische Raffinessen ging, hatte sich **Thomas Zehelein** besonders hervorgetan. Für sein Engagement im Studium und rund um das GFR-Team bekam er von **Dr.-Ing. Christoph Teetz**, Vorsitzender des VDI-Bodensee-Bezirksvereins, den **VDI Förderpreis** verliehen.

- **Ehre wem Ehre gebührt:** Den **Volunteers Award** des DHBW-Fördervereins haben sich die „**Funky Engineers**“, die DHBW-Band, verdient. Dass Ingenieure auch Musik können stellten sie sogleich beim Absolventenball unter Beweis. In Ravensburg ging der Volunteers Award an die Macher des Diskussionsforums „**Atelier Sessions**“. Die Mediendesigner **Bar-tosch Debicki, Christian Ehni, Stephan Kurz und Dominik Schmutzer** habe diese Vorträge von Studenten für Studenten ins Leben gerufen. Ein weiterer Volunteers Award wurde an **Aaron Kühne**, Sprecher der Studierendenvertretung und erfolgreicher Teilnehmer am MARGA Planspielwettbewerb, vergeben. Und freuen über einen Ehrenpreis der Studierendenvertretung darf sich **David Weitz**, Organisator der letztjährigen Bälle und aktiv in der StuV.

- **Eine Prise Wehmut, eine Prise Stolz auf die Leistung, eine gehörige Portion Vorfreude auf die Zukunft:** Beim **Absolventenball des Studiengangs Hotel- und Gastronomie-management** der Dualen Hochschule Ravensburg machen die unterschiedlichsten Zutaten das Festmahl aus. In diesem Jahr feierten 66 Absolventen im Hymer Museum in Bad Waldsee ihren Abschluss. Nur zwei Tage später wurde mit 120 neuen Studenten in dem Studiengang zum wiederholten Mal ein Rekordjahrgang begrüßt.



Who's Who Legal

Prof. Dr. Renate Dendorfer-Ditges

Im jüngsten Ranking des renommierten Kanzleiverzeichnisses Who's Who Legal Germany 2013 ist Dr. Renate Dendorfer-Ditges, Professorin an der Dualen Hochschule Ravensburg, unter der Kategorie „Commercial Mediation“ genannt. Aufgeführt sind darin die sieben führenden Mediatoren des Landes. Dendorfer-Ditges betreut an der DHBW das Kontaktstudium Wirtschaftsmediation.



Prof. Dr. Renate Dendorfer-Ditges.

Prof. Dr. Dendorfer-Ditges ist seit 2002 als Professorin für Wirtschaftsrecht, Internationales Recht und Dispute Resolution an der Dualen Hochschule Ravensburg tätig. Sie arbeitet zudem als Rechtsanwältin und Partnerin im Münchner Büro der HEUSSEN Rechtsanwalts-gesellschaft, spezialisiert im Gesellschaftsrecht, Arbeitsrecht und im Bereich Dispute Resolution.

Sie betreut seit vielen Jahren an der DHBW das Kontaktstudiums Wirtschaftsmediation, wofür sie im Jahr 2005 den Landeslehrpreis erhalten hat.

Mediation im Fokus

Mediation ist im vergangenen Jahr in Deutschland in den Fokus gerückt. Grund dafür: Im Sommer wurde das Mediationsgesetz, ein Bundesgesetz zur Förderung der Mediation und anderer Verfahren der außergerichtlichen Konfliktbeilegung, verabschiedet. Damit wird nicht nur die außergerichtliche Mediation gestärkt und mit einem rechtlichen Rahmen versehen. Die Mediation wird zukünftig auch im Gerichtsverfahren eine wesentliche Rolle spielen, insbesondere durch die Möglichkeit des erkennenden Richters, einen Rechtsstreit an einen sogenannten Güterichter verweisen zu können.

Gold für die Schwabenkinder

Comm Award 2012 für Ausstellungskonzept

Das Konzept für die Ausstellung „Die Schwabenkinder“ im Bauernhaus-Museum Wolfegg ist in der Kategorie „Der Raum“ beim renommierten CommAward 2012 mit Gold ausgezeichnet worden. Die Ausstellung wurde von Prof. Herbert Moser und den DHBW-Studierenden Tobias Tiefert und Felix Küster sowie dem Stuttgarter Designbüro VON M entwickelt.

„Bei dieser herausragenden Arbeit wird der Besucher selber zum Darsteller und taucht ein in eine Welt voller Emotionalität und Authentizität. Die Inszenierung der ‚Schwabenkinder‘ beweist Mut, inhaltliche Perfektion und gestalterisches Können auf hohem Niveau.“ Das Urteil der Jury beim CommAward geht den Machern der Schau herunter wie Öl. Es verdeutlicht

aber vor allem, dass das Konzept der Ausstellung voll aufgeht. Ständen die Kreativen zu Beginn doch vor der Aufgabe, mit nur ganz wenigen originalen Exponaten und Quellen eine Schau auf die Beine zu stellen, die dennoch unter die Haut geht.

Das Konzept, dem dieses Kunststück gelungen ist, trägt die Handschrift des Studiengangs Mediendesign der DHBW. Studiengangsleiter Prof. Herbert Moser entwickelte es und bekam dabei Unterstützung von den Studenten Tobias Tiefert und Felix Küster. Realisiert wurde die Wolfegger Ausstellung von dem Stuttgarter Architektur- und Designbüro VON M.

Der Verein CommClubs Bayern prämiiert seit Jahrzehnten die besten Kreativleistungen der Kommunikationsbranche.



Prof. Herbert Moser (2. von rechts) bei der Preisverleihung.

Stadium Summit

• Professor Stefan Luppold spricht auf dem STADIUM SUMMIT in Warschau

Rund 200 internationale Fachleute von Stadien und Arenen trafen sich vom 12. bis 14. November 2012 in Warschau; die polnische Hauptstadt bot den Teilnehmern nicht nur ein gastliches Tagungsumfeld, sondern mit zwei neuen Arenen auch die Möglichkeit für interessante und informative Besuche.

Teil einer umfangreichen Rednerliste war auch Professor Luppold, Leiter des Studiengangs Messe-, Kongress- und Eventmanagement an der DHBW Ravensburg. In seinem Vortrag zeigte er auf, wie bedeutend die Schaffung einer eigenständigen Marke für Stadien und Arenen ist – und wie das unter anderem durch eine Erlebniswelt im Inneren dieser multifunktionalen Spezialimmobilien geleistet werden kann. Das für die UEFA Euro 2012 als neue Ikone Polens geschaffene National-Stadion mit seinen rund 60.000 Plätzen wurde zum Fallbeispiel; Logen und Premium-Sitze, aber auch die über 20 Konferenz-Räume, stehen im Wettbewerb zu anderen Fazilitäten.

Das Foto zeigt den Vorsitzenden der Konferenz und Herausgeber der Fachzeitschrift „Stadia Magazine“ Ian Nuttall und Professor Stefan Luppold im polnischen Nationalstadion.



Anzeige

WECHSELN SIE JETZT INS TOP-TEAM!



Als Arbeitgeber wurde CHG-MERIDIAN 2012 mit dem TOP-JOB Gütesiegel für herausragende Personalarbeit ausgezeichnet. Das Unternehmen zählt zu den weltweit führenden hersteller- und bankenunabhängigen Anbietern von IT-Leasing und IT-Dienstleistungen für börsennotierte Konzerne und mittelständische Unternehmen. Mit mehr als 700 Mitarbeitern in 19 Ländern verwaltet der Konzern ein Leasingvermögen von ca. 2 Milliarden Euro.

Für unsere Firmenzentrale in Weingarten suchen wir zum 1.10. 2013 Studenten für den

BACHELOR OF ARTS (B.A.), STUDIENGANG FINANZDIENSTLEISTUNGEN, (M/W)

Sie haben Ihr Abitur erfolgreich abgeschlossen und suchen einen aussichtsreichen, modernen Beruf? Ein talentierter Umgang mit Zahlen und dem Computer zeichnet Sie ebenso aus wie das Interesse an wirtschaftlichen Zusammenhängen? Sie haben Spaß daran, im Team Projekte anzupacken und bringen sich darüber hinaus gerne aktiv mit ein?

Prima! Dann wartet eine abwechslungsreiche Ausbildung zum Bachelor of Arts (DHBW) in einem führenden Unternehmen in einer sicheren, spannenden und rasch wachsenden Branche auf Sie!

Innerhalb von 3 Jahren, parallel dazu sechs Semestern an der DHBW, lernen Sie alle relevanten Abteilungen unseres Unternehmens und dessen Funktionsweise kennen. Durch Ihr Engagement können Sie sich für eine Zukunft bei CHG-MERIDIAN empfehlen. Führungskräfte und Kollegen nehmen Sie dabei als junge Menschen mit Ihrer ganzen Persönlichkeit wahr, fördern Ihre Talente und begleiten Sie sowohl fachlich als auch persönlich auf Ihrem Weg.

Sie wollen sich beruflich ganz nach vorne spielen? Dann bewerben Sie sich mit einem aussagekräftigen Anschreiben, Ihrem tabellarischen Lebenslauf, Ihren letzten beiden Schulzeugnissen, der Halbjahresinformation der Abschlussklasse und falls vorhanden mit dem Abschlusszeugnis! Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an unsere Personalabteilung unter Telefon +49 (0)751 503 888 oder personal@chg-meridian.de. Zusatzinformationen zum Studium an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg finden Sie unter www.dhbw-ravensburg.de



CHG-MERIDIAN AG
Personalabteilung · Postfach 4052 · 88219 Weingarten
Telefon +49 751 503-888 · personal@chg-meridian.de
www.chg-meridian.de



Wechsel im IBT-Aufsichtsrat

Touristen lieben den Bodensee. Die Reize dieser Landschaft vermarkten nicht nur die einzelnen Seegemeinden und -städte, sondern länderübergreifend seit 1997 die Internationale Bodensee Tourismus (IBT). Die IBT bündelt und vertritt damit die Interessen von Gesellschaftern aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und aus Liechtenstein.



Prof. Dr. Anja Brittnner-Widmann.

Neu im Aufsichtsrat der IBT ist nun Prof. Dr. Anja Brittnner-Widmann, Studiengangsleiterin der Vertiefung Destinations- und Kurortmanagement an der Dualen Hochschule Ravensburg. Sie steht damit in einer Reihe von Tourismusexperten der Dualen Hochschule, die in dem Aufsichtsgremium wirken.

Sie folgt auf Prof. Dr. Wolfgang Fuchs, Studiengangsleiter Hotel- und Gastronomiemanagement, der

von 2010 bis 2013 im IBT-Aufsichtsrat saß. Und auf Prof. Karl Heinz Hänssler, der heutige Rektor der Dualen Hochschule Ravensburg war lange Jahre ebenfalls Studiengangsleiter Hotel- und Gastronomiemanagement. Allen dreien ist gemeinsam, dass ihre Meinung als Tourismus-Wissenschaftler etwa in Expertisen immer wieder gefragt ist und geschätzt wird – ob am Bodensee oder über diese Destination und andere touristische Fragestellungen hinaus.



Prof. Dr. Wolfgang Fuchs.

Vortrag am WZB

• Prof. Dr. Joachim Güntzel hielt einen Vortrag auf der 9. Wissenschaftlichen Jahrestagung der Keynes-Gesellschaft am Wissenschaftszentrum Berlin (WZB).

Die Tagung stand unter dem Oberthema „Aussichten für Wachstum und Beschäftigung in Europa“. Vor einem fachlich hochkarätig besetzten Auditorium, das sich überwiegend aus renommierten Professoren der Volkswirtschaftslehre von deutschen Universitäten und Hochschulen zusammensetzte, stellte Güntzel seinen Vortrag unter den Titel „Animal Spirits und die Krise: Eine Auseinandersetzung mit der Analyse von Akerlof/Shiller vor dem Hintergrund von Intentionalität“. Sein Vortrag stellte zunächst die Frage, inwieweit die beiden Amerikaner eine konsistente und schlüssige Theorie der „Animal Spirits“ vorlegten. Dies verneinte Güntzel und stellte seinen eigenen Ansatz vor, der auf dem Keyneschen Konzept der Wahrscheinlichkeit als „rational degree of belief“ beruht. Der Vortrag von Professor Güntzel stieß auf ein reges Interesse. Link zur Veranstaltung: <http://www.keynes-gesellschaft.de/pdf/2013/tagung/Guentzel.pdf>

Grüner Minister im E-Flitzer

Verkehrsminister Winfried Hermann nimmt Platz im DHBW-Rennwagen



Ein ganz anderes Mobilitätsbewusstsein mahnte Baden-Württembergs Verkehrsminister Winfried Hermann bei der Eröffnung der Oberschwabenschau in Ravensburg an. Die Studenten der Dualen Hochschule Ravensburg vom Technikcampus Friedrichshafen sorgten zu-

mindest dafür, dass der Minister ein Mobilitätsgefühl der besonderen Art erleben durfte. Der grüne Verkehrsminister nahm gerne Platz in dem vom Global Formula Racing-Team der DHBW konstruierten Elektrowagen. Der Flitzer nimmt normalerweise an Rennen der Formula Stu-

dent teil. Bei der Oberschwabenschau demonstrierte er den Tüftlergeist in Sachen Elektromobilität der DHBW-Studenten. Diese präsentierten das innovative Fahrzeug am Stand eines ihrer Sponsoren, der Technischen Werke Schussental GmbH & Co. KG.

E-Biker queren sechs Länder

Elektrische Europatour führt nach Brüssel

Rund um die Elektromobilität geht es bei dem Projekt „e2rad“. Studenten des Studiengangs Wirtschaftsingenieurwesen haben es sich zum Ziel gesetzt, das Elektroradeln populär zu machen. Nach einer Radtour Friedrichshafen-Flensburg und einer Tour über die Alpen ist im Mai nun eine Europatour durch sechs Länder geplant – mit und ohne elektrische Unterstützung.

Durch Deutschland, Schweiz, Österreich, Frankreich, Luxemburg und Belgien führt die Tour. Am Zielort Brüssel ist ein Gespräch mit einem Europaabgeordneten zum Thema E-Bikes geplant. Anfang Mai geht es los von Friedrichshafen über Bregenz, Zürich, Freiburg, Straßburg und Luxemburg zum Europaparlament in Brüssel. Teilnehmen werden

neben dem achtköpfigen Projektteam auch Studiengangsleiter Prof. Jürgen Brath, Unterstützer des Projekts sowie Teilnehmer der Vorgängertouren – insgesamt 20 Personen.

Ziel von e2rad ist es, Chancen und Potenziale von E-Bikes aufzuzeigen und die Elektromobilität auf zwei Rädern im Bodenseeraum bekannter zu machen. Ferner richten die Studenten ihr Augenmerk auf technisch-wissenschaftliche Aspekte, insbesondere in Bezug auf die Antriebskomponenten und die Belastbarkeit der Akkus. Neben der Tourenplanung ist das Projektteam auch für das Marketing, die Sponsorensuche, Messeauftritte und die Budgetplanung verantwortlich.

www.e2rad.eu



Praxistest für den Biketower

Wirtschaftsingenieure verfassen Akzeptanz-Analyse

Der Biketower, ein Pilotprojekt in Deutschland, hat Meckenbeuren viel Aufmerksamkeit und Anerkennung verschafft. Vorbildlich und dennoch gibt es noch Optimierungsbedarf. Elf angehende Wirtschaftsingenieure der Dualen Hochschule Ravensburg haben daher im Auftrag der Gemeinde eine Akzeptanz-Analyse verfasst – mit dem Ziel, die Nutzung des Biketowers zu steigern.

65 Fahrräder finden im Meckenbeurer Biketower Platz – der übrigens auch als Pedelec-Ladestation fungiert. Ein deutschlandweit neues Konzept, das nun die DHBW-Studenten unter die Lupe nahmen. Noch ist in punkto Nutzung und Akzeptanz Luft nach oben. Oberstes Ziel der Studenten war es nun, Testpersonen für den Fahrrad-turm zu finden und deren Erfahrungen per Fragebogen abzuklopfen. Umfangreiche Werbemaßnahmen zeigten Wirkung: 15 Radler wurden

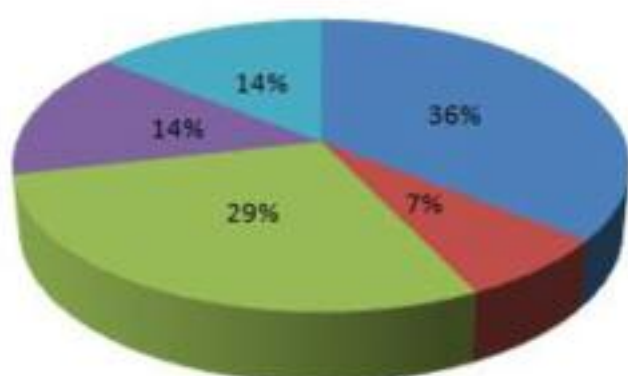
schließlich ausgewählt, sie bekamen zu Testzwecken E-Bikes von Saikls, Kleidung von Vaude und Bahnkarten von Bodo gestellt. Sieben Wochen lang pendelten sie so zu Arbeit oder Studium.

Vor dem Test hatten nur zwei der Teilnehmer den Fahrrad-turm zuvor schon genutzt. Als Hinderungsgrund für die Nutzung nannten viele den Preis – ein Euro pro Nutzung, zehn im Monat oder 90 im Jahr. Und auch die Bequemlichkeit spielte eine Rolle. Ein positives Ergebnis nach den sieben Wochen: 36 Prozent der Befragten gaben an, den Biketower zu regulären Preisen wieder nutzen zu wollen. Gefragt haben die Studenten auch nach den Gründen, warum die Testradler den Tower nicht weiter nutzen wollen. Hier gaben 36 Prozent technische Probleme an. Die neue Technik stellt die Betreiber noch vor so manche Herausforderung – dass die Tür nicht öffnet oder schließt und der Zahlungsme-

chanismus hakt optimiert der Hersteller derzeit laufend. Auch hier konnten die Studenten wertvolle Hinweise liefern. Weitere Gründe waren die Kosten und die Anschaffungskosten für ein E-Bike. Durchweg gute Noten gab es für die DHBW-Studenten für die Organisation des Tests, betreut wird die Gruppe von Dr. Ingo Kitzmann.

Die Studenten haben ihre Ergebnisse inzwischen an die Gemeinde Meckenbeuren übergeben. Und widmen sich nun ihren weiteren Projekten. Ebenfalls rund ums Radeln geht es bei einem Test, wie fahrradfreundlich das Verkehrsunternehmen Bodo ist und wie das Angebot sinnvoll erweitert werden kann. Ein weiteres ist die Organisation der Messe „e-mobility-world“ in Friedrichshafen. Und schließlich untersuchen sie im Rahmen einer Wirtschaftlichkeitsanalyse die Einsatzmöglichkeiten eines E-Fahrzeugs für die Botenfahrräder eines Südkurier-Zustellers.

Welche Gründe gibt es für Sie den Biketower nicht mehr zu nutzen?



- Technische Probleme:
- Zeitgründe:
- Kosten Biketownutzung:
- Anschaffungskosten Pedelec:
- Standort Biketower:

Anzeige

WECHSELN SIE JETZT INS TOP-TEAM!



Als Arbeitgeber wurde CHG-MERIDIAN 2012 mit dem TOP-JOB Gütesiegel für herausragende Personalarbeit ausgezeichnet. Das Unternehmen zählt zu den weltweit führenden hersteller- und bankenunabhängigen Anbietern von IT-Leasing und IT-Dienstleistungen für börsennotierte Konzerne und mittelständische Unternehmen. Mit mehr als 700 Mitarbeitern in 19 Ländern verwaltet der Konzern ein Leasingvermögen von ca. 2 Milliarden Euro.

Für unsere Firmenzentrale in Weingarten suchen wir zum 1.10. 2013 Studenten für den

DHBW-STUDIENGANG WIRTSCHAFTSINFORMATIK - BACHELOR OF SCIENCE (B. SC.), (M/W)

Sie haben Ihr Abitur erfolgreich abgeschlossen und suchen einen aussichtsreichen, modernen Beruf im Bereich Wirtschaftsinformatik? Technisches Verständnis, insbesondere im IT-Bereich, sowie gute Anwenderkenntnisse im Umgang mit Computern zeichnen Sie ebenso aus wie das Interesse an wirtschaftlichen Zusammenhängen? Sie haben Spaß daran, im Team Projekte anzupacken und bringen sich darüber hinaus gerne aktiv mit ein?

Prima! Dann wartet eine abwechslungsreiche Ausbildung zum Bachelor of Science in einem führenden Unternehmen in einer sicheren, spannenden und rasch wachsenden Branche auf Sie! Innerhalb von 3 Jahren, parallel dazu sechs Semester an der DHBW, lernen Sie alle relevanten Abteilungen unseres Unternehmens und dessen Funktionsweise kennen. Führungskräfte und Kollegen nehmen Sie dabei als Mitarbeiter/Mitarbeiterinnen mit Ihrer ganzen Persönlichkeit wahr, fördern Ihre Talente und begleiten Sie sowohl fachlich als auch persönlich auf Ihrem Weg. Mit fundierten betriebswirtschaftlichen und informatikbezogenen Grundlagen ausgestattet, können Sie sowohl in betriebswirtschaftlichen Bereichen als auch in der Informatikabteilung eingesetzt werden. Durch Ihr Engagement können Sie sich für eine Zukunft bei CHG-MERIDIAN empfehlen.

Sie wollen sich beruflich ganz nach vorne spielen? Dann bewerben Sie sich mit einem aussagekräftigen Anschreiben, Ihrem tabellarischen Lebenslauf, Ihren letzten beiden Schulzeugnissen, der Halbjahresinformation der Abschlussklasse und falls vorhanden mit dem Abschlusszeugnis! Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an unsere Personalabteilung unter Telefon +49 751 503-888 oder personal@chg-meridian.de.

Zusatzinformationen zum Studium an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg finden Sie unter www.dhbw-ravensburg.de



CHG-MERIDIAN AG
Personalabteilung · Postfach 4052 · 88219 Weingarten
Telefon +49 751 503-888 · personal@chg-meridian.de
www.chg-meridian.de



„Wir kommen um die Internationalisierung nicht herum“

IHK, Studiengänge Bank, Industrie und International Business organisieren die Ravensburger Industriegespräche



Prof. Dr. Peter Jany, Hauptgeschäftsführer der IHK Bodensee-Oberschwaben (links) und Jürgen Mossakowski, Vorstandsvorsitzender der CHG-Meridian Weingarten (rechts), bei den Ravensburger Industriegesprächen.

Das Thema „Potenziale und Grenzen der Internationalisierung von Unternehmen“ beleuchteten bei den Ravensburger Industriegesprächen die Referenten. Veranstalter der Industriegespräche sind die IHK Bodensee-Oberschwaben und die BWL-Studiengänge Industrie, International Business und Bank der Dualen Hochschule Ravensburg. Keynote-Speaker war Jürgen Mossakowski, Vorstandsvorsitzender der CHG-Meridian Weingarten.

Es war eine Fehlentscheidung des Branchenriesen IBM, die eine Nische öffnete und damit unter anderem 1979 zur Gründung von CHG-Meridian führte. IBM zog sich damals aus dem Computer-Leasing-Geschäft zurück. Firmen wie Meridian sprangen in die Bresche, das Weingartener Unternehmen zählt heute rund 700 Mitarbeiter und Großunternehmen auf der ganzen Welt zu seinen Kunden.

Und wie verhielt es sich bei dem auch heute noch jungen Unternehmen mit der Internationalisierung? Das passierte peu à peu und vor allem nur mit dem Blick auf die langfristige Entwicklung von CHG-Meridian, wie Vorstandsvorsitzender Jürgen Mossakowski vor den DHBW-Studenten und Gästen erläuterte. Bis 1999, also 20 Jahre lang, war die Firma ausschließlich auf dem deutschen Markt präsent. Dann allerdings lockten mit den internationalen Märkten die nächste Herausforderung und weiter Gewinnmöglichkeiten. Heute hat CHG-Meridian in 19 Ländern Standorte und Partner in Europa, den USA genauso wie in Fernost.

Ganz klaren Leitlinien haben sich die Oberschwaben für ihre Expansion verschrieben. Zuerst: Das in Deutschland erfolgreiche Geschäftsmodell mag zwar als Grundlage dienen, muss sich aber immer

an den lokalen Besonderheiten orientieren. „In Russland können wir nicht mit einer Laufzeit der Computer von drei, vier Jahren ankommen, das muss da schon auf länger ausgerichtet werden“, nannte Mossakowski ein Beispiel. Eine andere Maxime seines Unternehmens:

„Erst wer weiß, was einem Inder Familie, Heirat und Tod bedeuten, kann in diesem Land eine erfolgreiche Softwareentwicklung schaffen.“

Rainer Zinow, SAP AG

„Jeder Standort muss für sich stark gemacht werden“, das heißt etwa: „Die Gewinne bleiben im Land.“

„Wir müssen uns gut aufstellen, wir kommen um die Internationalisierung nicht herum“, hatte Prof. Dr. Peter Jany, Hauptgeschäftsführer

der IHK Bodensee-Oberschwaben in seiner Begrüßung formuliert. Was das bedeutet, machten die Dozenten der Industriegespräche, darunter viele DHBW-Absolventen, an vielen Beispielen deutlich. Rainer Zinow von der SAP AG etwa ist sich in punkto Indien inzwischen über eines im Klaren: „Erst wer weiß, was einem Inder Familie, Heirat und Tod bedeuten, kann in diesem Land eine erfolgreiche Softwareentwicklung schaffen.“

Spülen in Asien

Bernd Skorupinski, Audi Volkswagen Middle East, stellte seinem Vortrag folgendes an den Anfang: „Alles was sie über den deutschen Automarkt wissen, können Sie in Dubai getrost vergessen.“ Und warum selbst das Spülen in Asien bisweilen ganz anders von statten geht als in Oberschwaben, machte Patrick Beutel vom Spülexperten Winterhalter aus Meckenbeuren deutlich. Weitere Referenten waren Bina Bonacker (Hilcona AG), Tilmann Krauß (Barclays Bank PLC), Victoria Macha (arvato Bertelsmann), Karolina Engenhorst (Hochschule München), die Gastdozenten Prof. Dr. Shalini Singh (Südafrika) und Prof. Dr. Patrick Keleher (Australien) sowie last but not least via skype Roland Zey von Mercedes-Benz Argentinien.

Von Massen und Nischen

Ravensburger Mediengespräche

Die Ravensburger Mediengespräche an der Dualen Hochschule beschäftigen sich jedes Jahr mit Trends und Entwicklungen in der Branche. Prof. Dr. Tobias Krohn organisierte das Symposium in diesem Jahr unter dem Titel „Medien- und Werbemärkte der Zukunft: Masse(n) und/oder Nische(n)?“

Die Medienwelt im massiven Wandel und dazu teilweise noch in einer tiefen Krise: Darüber wird Jahr für Jahr intensiv diskutiert. Grundlage: das Mediennutzungsverhalten. Das zeigt, wie Krohn darlegte, dass der Markt zwar gewachsen, aber auch differen-

„Content, content, content.“

Darum dreht sich alles bei Matthias Dang von IP Deutschland, Vermarkter der RTL-Mediengruppe.

zierter geworden ist. Internet und Handy heißen die Gewinner, Zeitungen und Bücher die Verlierer.

Aber auch hier gilt es zu differenzieren, wie Dr. Thomas Baumann, Verlagsleiter der Südwestpresse Ulm, einhakte. Die lokale Tageszeitung nämlich hat seiner Ansicht nach durchaus Zukunft und gedeihe sogar prächtig. Ihr Trumpf: die Regionalität. Vielen Zeitungen gelang es, Synergien zu schaffen, die Produktionskosten zu senken und neue Geschäftsfelder aufzutun. Mit den Studenten diskutierte Baumann auch, ob dies zu Lasten redaktioneller Inhalte geht.

Stichwort Inhalte. Die sind für Matthias Dang von IP Deutschland, Vermarkter der RTL-Mediengruppe, des A und O. „Content ist das wich-

tigste. Wir sind dazu da, das zu vermarkten.“ Auch IP Deutschland beschäftigt „die ungeheure Fragmentierung des Marktes“ unheimlich. Über diese Fülle erfuhren die Studenten Medien- und Kommunikationswirtschaft und die Gäste so einiges von Nils Hachen von Zenithmedia. Der Media-Spezialist entwickelt Kommunikationskonzepte, um Konsumenten über alle relevanten Medienkontaktpunkte wirksam zu erreichen. Dreh- und Angelpunkt sowie Firmenphilosophie bei Zenithmedia: der ROI – der Return on Investment.

Digitale Vertriebskonzepte erläuterte Moritz Koch von Commerce Plus. Und schließlich – zurück zu den Wurzeln – ging es bei Felix H. Mende von der Swiss Poster Research Plus AG um „das erste und letzte klassische Massenmedium“ – das Plakat.



Matthias Dang, IP Deutschland.

Wie Firmen mit Konflikten umgehen lernen

4. Internationale Konferenz Mediation

„Konfliktmanagement und Mediation für den Mittelstand“ lautete das Thema bei der 4. Mediationskonferenz der Dualen Hochschule Ravensburg. Konflikte gibt es in jedem Betrieb, dass viele Betriebe durchaus auf das Mittel der Mediation zurückgreifen, um diese zu lösen, wurde bei der Podiumsdiskussion mit Mittelestern deutlich.

Bei ifm electronic zum Beispiel gibt es ein Programm, das neue Ingenieure zum Start im Betrieb zwei Tage lang durchlaufen. „Da geht es auch um ‚soft facts‘ beim Projektmanagement. Es geht darum, was man tun kann, wenn man im Projekt nicht mehr weiter kommt“, erklärte Steffen Fischer, Unternehmensbereichsleiter Personal bei ifm. Dort lege man Wert auf eine „positive Streitkultur“.

„Existenzbedrohend“

Mediation ist in dem 5000-Mitarbeiter-Betrieb genauso wenig ein Fremdwort wie beim Familienbetrieb Ziegler GmbH aus Markdorf. Die meisten Konflikte dort werden zwar eher „intuitiv“ gelöst, einmal jedoch half ein externer Mediator, als ein Konflikt „existenzbedrohend“ zu werden drohte, wie Geschäftsführer Markus Ziegler beschreibt. Ursula Rimmele-Konzelmann von kPlaning&Projects Markdorf ist sogar selbst ausgebildete Mediatorin und auch RAFI hat ausgebildete Mediatoren im Betrieb. Markus Folz, Bereichsleiter Personal bei RAFI, wies jedoch auf die Schwierigkeit hin, mit internen Mediatoren interne Konflikte lösen zu wollen. Ob interner oder externer Konflikt: Mit einer Streitkultur muss sich jeder Betrieb aktiv auseinandersetzen.

Die Studenten der Dualen

Hochschule Ravensburg tun dies bereits im Studium – nämlich im Kontaktstudium Wirtschaftsmediation unter der Leitung von Prof. Dr. Renate Dendorfer-Ditges. Studien- und berufs begleitend kann die Qualifikation Wirtschaftsmediator (DHBW) erworben werden. Der Wirtschaftsmediator als neutraler Dritter bringt die Parteien an einen Tisch und

„Konflikte gibt es jede Menge, es ist die Frage, wie lange sie konstruktiv bleiben.“

Markus Folz, RAFI GmbH&Co. KG

„Die einen sagen Ja, die anderen auch – das heißt noch lange nicht, dass es auch so ist. Wichtig ist immer, die Wahrnehmung zu reflektieren.“

Ursula Rimmele-Konzelmann, kPlaning&Projects

sorgt dafür, dass die Kommunikation in die richtige Richtung und schließlich zum Konsens führt.

Zwei Tage lang diskutierten die Studenten und ihre Gäste bei der Mediationskonferenz in Workshops rund um das Thema Mediation.

1st International Negotiation Competition

Das Programm der Konferenz „Mediation in a Global Village“ wurde erstmalig um eine neue Facette bereichert – eine International Negotiation Competition. In Zweier-Teams mussten die Studenten fiktive Wirtschaftskonflikte im Rahmen einer Mediation verhandeln.

Als Mediatoren waren Studenten des Kontaktstudiums Wirtschaftsmediation eingesetzt. Die Teilnehmer wurden vorab in einem Coaching in die Grundzüge der Mediation, der wertschätzenden Kommunikation und der Verhandlungstechniken eingeführt.

Die Bewertung der Teilnehmer erfolgte durch erfahrene Mediatoren unter der Leitung von Prof. Dr. Renate Dendorfer-Ditges; insbesondere im Hinblick auf die Fähigkeit der Studententeams zur kooperativen Verhandlungsführung, aber auch hinsichtlich der eingesetzten Verhandlungsstrategien und der Kommunikations- sowie kreativer Lösungstechniken.

Durchsetzen konnten sich letztendlich **Magnus Elsässer und Tobias Hans** vom Studiengang International Business, die als Sieger der 1st International Negotiation Competition zwei Freiplätze für das Kontaktstudium Wirtschaftsmediation 2013 im Wert von je 1200 Euro erhalten haben.

Ein kritischer Kopf mit menschlichen Qualitäten

Nach 22 Jahren an der Dualen Hochschule Ravensburg geht Prof. Dr. Jörn W. Mundt nun in den Ruhestand

„Man hätte mir schon ganz viel Geld bieten müssen, damit ich hier wieder weggehe.“

Prof. Dr. Jörn W. Mundt

„Er hat den Studiengang stark in der Wissenschaft verankert.“

Rektor Prof. Karl Heinz Hänsler

„Fachlich in der Champions League wird er aber auch menschlich eine Lücke hinterlassen.“

Prof. Dr. Wolfgang Fuchs



Ein tolles Team: Prof. Dr. Jörn W. Mundt nimmt nach 22 Jahren Abschied von der Dualen Hochschule, sein Team mit Studienreferentin Leonie Wetzel (rechts) und Gudrun Burkhart wird ihm fehlen.

22 Jahre lang war Professor Dr. Jörn W. Mundt Studiengangsleiter in Tourismus an der Dualen Hochschule Ravensburg; nun verabschiedet er sich in den Ruhestand. „Er hat den Studiengang stark in der Wissenschaft verankert“, hebt Rektor Prof. Karl Heinz Hänsler hervor. Kollegen werden seine „Bescheidenheit, Kollegialität und seinen feinen Humor“ vermissen, wie Prof. Dr. Wolfgang Fuchs beim Abschied meinte.

Gerade erst ist mit der Internationalen Tourismusbörse Berlin (ITB) die größte Reisemesse der Welt zu Ende gegangen. Ein Anlass für Journalisten, einmal mehr die Einschätzung des Tourismusexperten aus Oberschwaben anzufragen. Gerne fügen derzeit Reiseveranstalter ihren Angeboten ein schmückendes „nachhaltig“ hinzu. Ob Frankfurter Rundschau, SWR oder die Presseagentur dpa – sie alle wollten wissen, was der kritische Kopf der DHBW Ravensburg dazu meint. Ganz schlicht: „Es gibt keine nachhaltigen Reisen.“ In

seinem Buch „Tourism and Sustainable Development“ hat er einiges mehr dazu zu sagen.

1991 kam Mundt an die DHBW nach Ravensburg – „ein Glücksjahr“, wie Rektor Hänsler sagt. Schon damals sei Mundt „eine feste Größe im deutschen Tourismus“ gewesen. Er kam vom Studienkreis für Tourismus, dem damaligen „Think Tank“ für das Thema. Dort entstanden viele Studien und vor allem eine grundlegende Betrachtung des deutschen Reisemarktes, die seit 1970 immer wieder neu aufgelegt wird. Mundt zog es an die DHBW, die damalige Freundin und heutige Ehefrau hatte den Bodensee als neues Domizil erkoren, der Freund folgte gern. Und hat es nie bereut: „Man hätte mir schon ganz viel Geld bieten müssen, damit ich hier wieder weggehe“, sagt Mundt heute mit Blick auf Betriebsklima und Betätigungsfeld an der Hochschule. Letzteres ging er mit Elan an. Als er merkte, dass zu der Zeit im Tourismus fast keine Lehrbücher vorhan-

den waren, schuf er diesem Umstand kurzerhand selbst Abhilfe. Heute ist seine „Reiseveranstaltung“ bereits in der 7., der interdisziplinäre Einführungstext „Tourismus“ in der 4. Auflage. Immer noch nahezu konkurrenzlos. Heute steht fest, was damals noch höchst umstritten war: Dass der Tourismus-Branche gut ausgebildete Akademiker gut tun. Mundt hat mehr als ein Scherflein dazu beigetragen.

Student Nummer 340

Von Haus aus hat der Tourismusexperte Soziologie und Psychologie studiert. Aus Bewunderung für Ralf Dahrendorf begann er als Student Nummer 340 im Jahr 1968 an der frisch gegründeten Uni Konstanz mit dem Studium. Sein Studium absolvierte er bereits damals im „selbstgeschaffenen dualen System“, indem er halbtags am Zentrum I Bildungsforschung arbeitete. Nach dem Ende des Studiums war er dort bis 1979 als Mitarbeiter und Projektleiter tätig.

Weitere Station war für acht Jahre die TU München, an der er unter anderem Berufsschullehrer ausbildete. Und eben in Kontakt kam mit dem Studienkreis für Tourismus; ein Feld, das ihn faszinierte. Eine Erklärung dafür: „Der Tourismus fördert mit seinen vielen Facetten eine interdisziplinäre Betrachtung wie kaum ein anderer wissenschaftlicher Bereich. Was man aus der wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem Tourismus lernen kann, ist vor allem das Denken in Zusammenhängen“, so Mundt. Ein Beispiel ist für den DHBW-Professor die Verquickung mit der Politik. Sein Buch „Tourismuspolitik“ liegt zwar etwas schwerer in den Regalen als seine Lehrbücher, aber dies ist ein Los, das er sicher mit anderen leidenschaftlichen Querdenkern teilt.

Ein Verfechter des dualen Prinzips

Leidenschaft – mit diesem Wort kann man auch Mundts Verhältnis zum dualen Prinzip der DHBW beschreiben. „Ich bin ein absoluter Verfechter“, sagt er. Ohne den Bezug zum Arbeitsleben, so findet er, „fehlen ganz einfach die Maßstäbe“. Nicht selten habe er einen Studenten in die Praxisphase entlassen, der dann „als ganz andere Persönlichkeit wieder zurück gekommen ist“. Mit Stolz verfolgt der Studiengangsleiter Reiseverkehrsmanagement so manchen Wegedgang ehemaliger Studenten.

Nun also nach 22 Jahren der Abschied von der DHBW in den Ruhestand. „Ich blicke gerne auf diese Jahre zurück, nun ist aber auch genug“, meint er. Pathos ist nicht seine Art. Prof. Dr. Wolfgang Fuchs weiß von einem „unspektakulären, extrem hilfsbereiten und zurückhaltenden“ Kollegen zu erzählen. „Fachlich in der Champions League wird er aber auch menschlich eine Lücke hinterlassen.“ Jörn W. Mundt wird ganz sicher nun mehr Zeit für die touristischen Schokoladenseiten der Region aufwenden. Schreibt aber auch schon sein nächstes Buch – eine Biografie von Thomas Cook, britischer Tourismuspionier sowie Gründer des gleichnamigen Reiseunternehmens.

Der Partner sonnt sich im Glanz von Megacoaster und Co.

Alumni plaudern beim Tourismusforum aus dem Berufsleben

Wer denkt Reisen ist Reisen, der wird beim Absolventenforum des Studiengangs BWL-Tourismus, Hotellerie und Gastronomie jedes Mal wieder eines Besseren belehrt. Die Vorträge der DHBW-Alumni zeigten den derzeitigen Studenten die vielen Facetten der Branche auf.

Sicher eine exzellente Wahl: Kevin Kruschwitz, Junior Manager Kooperationen, ist beim Europa-Park Rust zuständig für „Attraktionssponsoring“. Der Europa-Park, das ist für die Besucher Adrenalin, Emotion und Erlebnis pur. Mehr als vier Millionen Besucher kommen im Jahr. Wie können davon Kooperationspartner profitieren? Die Aufgabe von Kevin Kruschwitz ist es, dass die Partner sich im Glanz der Attraktionen sonnen können.

Wer es ein bisschen ruhiger aber nicht weniger abenteuerlich mag: Um nachhaltiges Reisen ging es bei Johannes Reißbald, Geschäftsführer vom „forum anders reisen e.V.“.



Kevin Kruschwitz ist beim Europa-Park Rust zuständig für das Attraktionssponsoring.

Immer mehr Menschen ist es wichtig, im Urlaub fair und umweltfreundlich unterwegs zu sein. „Anders reisen“ zählt als Verband inzwischen 100 Reiseveranstalter, die

sich auch haben zertifizieren lassen. Großes Thema: „Die Achillessehne des Tourismus ist die Flugreise“, so Reißbald. Wer möchte, kann daher Atmosfair unterstützen und seine

Emissionen „abgleichen“.

Zwei Sichtweisen auf die Hotelbranche steuerten Andreas Neininger und Michael Schaeffner bei. Neininger erzählte vom „Irrsinn einer Hotelöffnung und wie man einen kühlen Kopf bewahrt“. Gerade haben das Pre-Opening und seine erste Saison als Direktor des Panoramahotels Oberjoch begonnen. Auslastung, RevPar und erste Auszeichnungen sprechen jetzt schon für ihn. Schaeffner sorgt bei der Nor1 GmbH mit dafür, dass Hoteliers von Silicon Valley profitieren. Der Revenue-Spezialist generiert Zusatzlöhne – etwa indem es den Gästen leicht gemacht wird, sich spontan noch für die Suite anstatt für das einfache Doppelzimmer zu entscheiden.

Digitalisierung im Tourismus

Digital, die Zweite: Stefan Möhler, Geschäftsführer netzvitamine GmbH, referierte über die Digitalisierung der touristischen Umwelt.

Netzvitamine GmbH bietet Innovationen und Beratung vorwiegend im Tourismussektor an.

Einen ganz anderen Aspekt als „unkonventioneller Anbieter auf dem Reisemarkt“ machte schließlich noch Dominique Wirl sichtbar: Ihr

„Die Achillessehne des Tourismus ist die Flugreise.“

Johannes Reißbald, Geschäftsführer vom „forum anders reisen e.V.“

Unternehmen, Holiday Extras, vermittelt Hotels und Parkplätze an Flug- und Kreuzfahrthäfen. Die DHBW-Absolventin zeigte beispielhaft, welche konventionellen und unkonventionellen Möglichkeiten der Mitarbeiterbindung ihr Unternehmen wählt.

Hier paukt der künftige Club-Direktor

Robinson Club schickt angehende Club-Direktoren zum Management-Workshop an die DHBW

Eine Woche lang haben künftige Robinson Club-Direktoren ihre sonnigen Resorts am Mittelmeer gegen Hörsäle an der Dualen Hochschule Ravensburg eingetauscht. Über das Steinbeis Transferzentrum und die Duale Hochschule bekamen sie in einem Management-Workshop Rüstzeug für die neuen Aufgaben.

Rechnungswesen, Kalkulationen, Vertragsstrukturen, Marktentwicklungen, Social Media in der Hotellerie usw.: Das einwöchige Führungseminar war prall gefüllt mit Inhalten. Müssen sich die Teilnehmer doch künftig als Club-Direktoren bei Robinson bewähren. Robinson ist ein Tochterunternehmen und Premium-Produkt der TUI AG und bietet seit den 70er-Jahren in seinen Clubs den Urlaub mit dem gewissen Etwas und Anspruch. 23 Anlagen in elf Ländern bestätigen das Erfolgsrezept.

BWL-Tourismus, Gastronomie und Hotellerie

Wie es sich für die Duale Hochschule gehört, blieb es bei dem Workshop nicht bei der Theorie allein. Praktische Einblicke bot ein Besuch der Insel Mainau samt Hintergrundgespräch mit Gräfin Bettina. Und worüber Tourismus-Profis in der Umgebung sonst noch



Die angehenden Robinson Club-Direktoren vertrauen in punkto theoretisches Rüstzeug auf die DHBW. Mit auf dem Foto Rektor Prof. Karl Heinz Hänsler (li.) und die Studiengangsleiter Hotel- und Gastronomiemanagement, die Professoren Wolfgang Fuchs und Heike Schwadorf (re.).

staunen, zeigte sich im Designhotel Post in Bezaun und in der Hubertus Lodge in Balderschwang.

Die Fortbildung ihres Führungsnachwuchses weiß Robinson-Personalchefin Martina Baier im DHBW-Studiengang Hotel- und Gastronomiemanagement, der von Prof. Dr. Heike Schwadorf und Prof. Dr.

Wolfgang Fuchs geleitet wird, in besten Händen. Seit den 80er-Jahren ist Robinson bewährter Ausbildungspartner und schickt jährlich Studenten an die DHBW. Die Kontakte hatte Prof. Karl Heinz Hänsler mit aufgebaut, der schon damals davon überzeugt war, dass die Touristikbranche die in Ravensburg gut ausgebildeten

Akademiker gut verwenden kann. So mancher in Ravensburg ausgebildete Club-Direktor bei Robinson gibt ihm heute genauso recht wie Führungspersonal in den unterschiedlichsten touristischen Branchen. Eine Vorlesung für den aktuellen Robinson-Führungsnachwuchs übernahm Prof. Hänsler selbst.

AUMA-Chef gibt Einblicke

Ravensburger Kamingsprache

„Kamingsprache“ lautet der Titel einer Veranstaltungsreihe im Studium generale. Zu Gast war auch Hans-Joachim Boekstegers, unter anderem Vorsitzender des Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft (AUMA). Begrüßt wurde er von Professor Stefan Luppold, Studiengangsleiter Messe-Kongress- und Eventmanagement und Gastgeber dieses Abends.

Boekstegers ist zudem Sprecher der Geschäftsführung der Multivac Sepp Hagenmüller GmbH & Co. KG in Wolfertschwenden/Allgäu, Vorsitzender des Außenwirtschaftsausschusses des VDMA und Mitglied im Hauptvorstand des VDMA. 2010 wurde er in den Außenwirtschaftsbeirat des Bundeswirtschaftsministers berufen. Der AUMA, dessen Vorsitzender Boekstegers ist, ist für den akademischen Veranstaltungsnachwuchs aus Ravensburg ein wichtiger Partner und von Beginn an Förderer und Unterstützer.

Der Referent präsentierte sein Unternehmen und dessen Bezug zur Messewirtschaft. Multivac ist einer der weltweit wichtigsten Anbieter von Verpackungslösungen. Die Multivac Gruppe beschäftigt weltweit knapp 3400 Mitarbeiter, rund 1400 davon am Hauptsitz in Wolfertschwenden.

Mit mehr als 70 Tochtergesellschaften und Niederlassungen ist das Unternehmen auf allen Kontinenten direkt mit eigenen Mitarbeitern präsent. Boekstegers betonte, dass die starke Position seines Unternehmens aus einer Technologieführerschaft resultiere.

BWL-Messe/Kongress/Event

Ein wichtiges Marketing-Tool ist für Boekstegers die Beteiligung an Messen. Dies spiegelt sich in einem entsprechenden Jahres-Budget – aber auch in der Personalausstattung wider. Multivac ist zudem dualer Partner der DHBW Ravensburg. In seinem Vortrag verwies Boekstegers auf die verschiedenen Arten der Messebeteiligung: Als Branchen-Primus dürfe man nicht auf Leit-Messen fehlen. Gleichzeitig sei der beste Einstieg in neue geografische wie Branchen-Märkte über die dafür vorgesehenen Messen möglich. Besonders interessant für die Anwesenden war dabei, dass auch Hausmessen eine wichtige Rolle im Kommunikations-Mix spielen. „Auf Messen findet direkte und persönliche Kommunikation statt, was besonders wertig und nicht durch digitale Medien substituierbar ist.“ Mit diesem Statement skizzierte Boekstegers, dass Messen auch zukünftig eine hohe Bedeutung haben werden.

Treff der Touristiker

Ravensburger auf der ITB Berlin



Auch in diesem Jahr war die DHBW Ravensburg im März mit Vertretern des Studiengangs **BWL-Tourismus, Hotellerie und Gastronomie auf der Internationalen Tourismusbörse Berlin (ITB) vertreten**. Prof. Dr. Torsten Widmann stellt unter anderem das DHBW-Masterprofil in diesem Bereich vor.

Auf der weltweit größten Reisemesse präsentierten sich 10.086 Aussteller aus 188 Ländern. Rund 110.000 Fach- und 60.000 Privatbesucher reisten nach Berlin. Das diesjährige Partnerland Indonesien sorgte für glanzvolle Vorstellungen.

Prof. Dr. Torsten Widmann präsentierte das Masterprofil Tourismus, Freizeit, Hotel- und Gastronomiemanagement auf der Bühne in der Halle

5.1 für „Training and Employment in Tourism“. Am Stand der DHBW Ravensburg hatten Studenten, Abiturienten und potentielle Partnerunternehmen die Möglichkeit, sich über die Studiengänge an der DHBW Ravensburg und die Zusammenarbeit zu informieren. Die ITB in Berlin erwies

BWL-Tourismus, Gastronomie und Hotellerie

sich für die Ravensburger Touristiker einmal mehr als optimale Plattform, um Kontakte zu knüpfen.

Auch in diesem Jahr hatte die DHBW zudem wieder auf ein Absolvententreffen an den Stand geladen – unterstützt vom DHBW-Förderverein. Die Absolventen tauschten sich bei einem Glas Sekt über alte Zeiten aus.

Ein Netzwerk entsteht

Das touristische Potenzial will in der Ukraine, in Weißrussland und in Georgien noch genauso entwickelt werden wie die Infrastruktur und vieles mehr an deren Hochschulen. Ein Tempus-Projekt der EU hat sich dieser Aufgabe drei Jahre lang gewidmet und ist nun erfolgreich abgeschlossen. Projektpartner für den touristischen Wissenstransfer war der Studiengang Hotel- und Gastronomiemanagement der Dualen Hochschule Ravensburg.

„In den drei Jahren ist ein tolles Netzwerk entstanden, von dem alle beteiligten Hochschulen sicherlich auch weiter profitieren werden“, sagt Prof. Dr. Wolfgang Fuchs, der gemeinsam mit Prof. Dr. Simone Bessmer jeweils die Reisen nach Weißrussland, Georgien und in die Ukraine angetreten war. Zwei Beispiele für das entstandene Netzwerk: Im Sommer recherchierte eine Doktorandin aus der Ukraine an der DHBW in Ravensburg. Und bei der EM 2012 in der Ukraine und in Polen wurde die DHBW zum Gesprächspartner für die Einschätzung dortiger Beherbergungsbetriebe.

BWL-Tourismus, Gastronomie und Hotellerie

Ziel des Tempus-Projekts war der Wissenstransfer in den Bereichen E-Learning und Tourismus. In den drei Jahren sind nun die technischen Voraussetzungen dafür geschaffen worden. Die inhaltliche Komponente für das E-Learning steuerte der Tourismus bei. Weißrussland, Georgien und die Ukraine verfügen mit ihrer Geschichte, Kultur und Landschaft allesamt über ein enormes touristisches Potenzial – von der Krim über die Heilbäder am Schwarzen Meer bis zum Naturparadies Kaukasus. Eine gute akademische Ausbildung in dem Bereich soll ein Baustein sein, den Tourismus aus seinem Dornröschenschlaf zu erwecken. Die tourismuserfahrenen Professoren aus Ravensburg konnten ganz praktisch zeigen, wie Kurse sinnvoll aufgebaut werden und mit welchen Inhalten. Sie vermittelten zudem Hintergründe zu Didaktik und Literatur.

Beim Abschlusstreffen in Paderborn waren die Teilnehmer überzeugt von der Nachhaltigkeit des Projekts. Viele Kontakte werden Bestand haben und ausgebaut werden. Ins Auge gefasst ist zudem bereits ein weiteres EU-Projekt, das den Wissenstransfer zwischen den Hochschulen vorantreiben soll.

Tempus Projekt

Die Federführung dieses Wissenstransfers lag bei der Universität Paderborn und dort bei Prof. Dr. Albrecht Steinecke, weiter beteiligt waren 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 verantwortete den Bereich „Hotellerie und Gastronomie“**. Auf der Seite von **Ukraine, Weißrussland und Georgien waren 15 Universitäten und 60 Professoren beteiligt**. Das Projekt wurde von der EU finanziert und war auf drei Jahre angelegt.



Im Bild (von links nach rechts): Professor Stefan Luppold, Dominik Mesch (Sprecher der Studierendenvertretung), Hans-Joachim Boekstegers, Professor Dr. Jörg Beier.

Ravensburg kunstvoll „erLEBEn“

Studierende legen Marken- und Kommunikationsstrategien für das neue Ravensburger Kunstmuseum vor

Studierende der Dualen Hochschule Ravensburg haben in Projektarbeiten Marken- und Kommunikationsstrategien für das Ravensburger Kunstmuseum erarbeitet. Beeindruckt hat Museumsleiterin Dr. Nicole Fritz bei der Präsentation, wie intensiv sich die Studenten mit dem Thema auseinandergesetzt haben. „Auf viele dieser Ideen wäre ich allein nicht gekommen.“ Und wer weiß: Vielleicht wird einiges davon in die Tat umgesetzt.

Wie wäre es, wenn die Ravensburger AG ihren Spieleklassiker Memory um eine Kunstvariante mit Motiven der Selinka-Sammlung ergänzen würde? Oder wenn Touristen ihre Postkarten mit Kunstbriefmarken, ebenfalls Motive aus der Sammlung, bekleben könnten? Oder wenn auf Jutetaschen zu „Go and see the Art“ aufgefordert

BWL-Medien- und Kommunikationswirtschaft

wird? Das sind nur einige Ideen der Studierenden des Studiengangs BWL-Medien- und Kommunikationswirtschaft / Digital und Print. Dass sie nicht aus der Luft gegriffen sind zeigt sich auch daran, dass sie Ravensburger bereits von ihrer Memory-Idee überzeugt und deren Zustimmung eingeholt haben. Inspiration für Museumsleiterin Nicole Fritz ist das allemal. Sie versicherte, dass einige der Ideen bei ihr auf Anhieb in die engere Wahl kommen.

Vor allem der von einer Studentengruppe kreierte Slogan „Ravensburg kunstvoll erLEBEn“ punktete

bei Nicole Fritz punktete. „Dialog schaffen mit internationaler Kunst vor der Haustür und das für jedermann“ war der Kern einer anderen Gruppenarbeit. Beide Gruppen hatten sich mit der Frage auseinandergesetzt, wie eine Sammlung von internationalem Rang Ravensburger und auswärtige Gäste gleichermaßen ansprechen kann. Wie das Gebäude, ein prägendes Passiv-Haus mitten in der Stadt, eingebunden wird. Wie es sich im entstehenden Museumsviertel einfügt. Und wie man das Haus eben mit LEBEn erfüllt.

Betreut von Prof. Dr. Simone Besemer und von Nils Schekorr (Schekorr+Schekorr GbR Berlin) haben die Studierenden auch ein theoretisches Fundament gelegt. Ausgangspunkt war eine Analyse über Freizeit- und Konsumverhalten, es galt Wettbewerber genauso wie verschiedene Zielgruppen zu untersuchen und schließlich eine Markenstrategie zu präsentieren.

Befragung von Zielgruppen

Teil der Analyse war die Befragung von Zielgruppen. Da kam beispielsweise heraus, dass nur 10 Prozent der Kinder Museen besuchen, aber immerhin 62 Prozent der rund 100 jungen Befragten gerne etwas Neues lernen. Genügend Potenzial für ein Museum also. Schaut man auf das Profil des typischen Tagestouristen, der nach Ravensburg kommt, dann sind darunter besonders viele Familien. Bei 3,4 Millionen Tagestouristen im Jahr bieten sich da Familientage, Wissensquiz oder Kunstralleye



Studierende der Dualen Hochschule Ravensburg haben sich mit einer Marken- und Kommunikationsstrategie für das Ravensburger Kunstmuseum beschäftigt. Eine Idee: Ein „roter Faden“ von kleinen Geschenken führt zur Eröffnung von der Stadt hin zum Museum.

an, so die Studierenden. Besonders kreativ waren sie übrigens dabei, ihre Kommilitonen fürs Kunstmuseum zu begeistern. „Humorvoll und unkonventionell“ sollte das passieren. Etwa mit einem Moosgraffiti als Veranstaltungshinweis – „das geht ganz einfach mit Moos, Buttermilch und Wasser“ – oder mit Postkarten und Visitenkarten mit Sprüchen wie „Hoch in den Keller“ oder „Geh doch mal offline“.

„Auf das Talent kommt es an“

Alfred Weinzierl, Ressortleiter Politik beim „Spiegel“ bei den Media Lectures

Hochspannend verspricht die Reihe „Media Lectures“ von Prof. Dr. Günther Suchy zu werden. Zum Auftakt kam Alfred Weinzierl, Ressortleiter Deutschland beim „Spiegel“, um über die Medienlandschaft genauso zu plaudern wie über die Recherchemethoden bei Deutschlands größtem Nachrichtenmagazin.

„Man braucht auch mal den qualifizierten Verräter“, sagte Alfred Weinzierl vor den Studenten BWL-Medien- und Kommunikationswirtschaft der Dualen Hochschule Ravensburg. Die Exklusivgeschichte macht den Mythos „Spiegel“ aus. Und der hängt natürlich am Informanten. Den gibt es zwar, viel Geld kann er beim „Spiegel“



Alfred Weinzierl.

„Man braucht auch mal den qualifizierten Verräter.“

Alfred Weinzierl

entgegen anderslautender Gerüchte allerdings nicht verdienen – „in meiner Zeit wurde nie eine vierstellige Summe bezahlt“, verrät Weinzierl. Eines steht allerdings fest: Wer das Hamburger Blatt kauft, bekommt Meinung pur. „Unsere Artikel haben immer eine These“, so der Ressortleiter Deutschland. Und wenn jeder Text ein Statement ist, dann erübrigt sich auch der Kommentar, die Königsdisziplin in der klassischen Tageszeitung.

Wie kommt aber der „Spiegel“ beim jüngeren Publikum an? „Kult

sind wir nicht mehr“, bedauert Alfred Weinzierl: „Ihre Altersgruppe gehört zu der Leserschaft, die uns abhandeln gekommen ist.“ Dort setzt man auf online. Das lässt sich auch an der Konkurrenz im eigenen Hause ablesen. Spiegel online liefert Nachrichten im Minutentakt. Vieles ist in der Print-Ausgabe am Montag da längst uralt.

Die klassische Recherche

Dort zählt weiter die klassische Recherche. Die auch mal einen langen Atem braucht. Vier Monate dauerte es zum Beispiel für eine Redakteurin, eine Geschichte über die Arbeitsbedingungen bei „Apple“, einer Firma, die lieber gar nichts von sich preis gibt, rund zu bekommen.

BWL-Medien- und Kommunikationswirtschaft

der Blogger den Journalisten ersetzen? Ein klares nein von Weinzierl: „Blogs sind die Fortführung der Leserbriefseiten.“

Und Alfred Weinzierls Tipp für die Jugend – klassisch Print oder Online? „Ich denke, es ist sinnvoll, mit der Ausbildung in verschiedenen Sätteln unterwegs zu sein.“ Egal was: „Auf das Talent kommt es an.“

Stärken gezielt einsetzen

Studenten analysieren Marktpotenzial

Studenten des Studiengangs Bank analysieren das Marktpotenzial für die Finanzierungsalternative Leasing im Auftrag der Bosch Sicherheitssysteme GmbH.

Ein Marktforschungsteam, bestehend aus Studenten des Studiengangs Bank der DHBW, war im Auftrag von Bosch tätig. Das Team unter der Leitung von Prof. Dr. Thomas Döbelstein untersuchte die Frage, auf welche Weise der Absatz von Sicherheitssystemen durch ein passendes Leasingangebot gesteigert werden kann. Wie muss ein Leasingmodell für Sicherheitssysteme von Bosch gestaltet sein, um für unterschiedliche Kundengruppen attraktiv zu sein? Welche Wirkung hat die Marke Bosch auf die Kunden und letztendlich die Kaufentscheidung?

Bereits im 3. und 4. Semester hat sich das Marktforschungsteam im Zusatzfach „Marktforschung“ mit den theoretischen Grundlagen befasst. Anschließend war es an den Studenten, ein Unternehmen zu finden – in dem Fall Bosch Sicherheitssysteme. Im 5. Semester dann die praktische Umsetzung der qualitativen Marktforschung. Zusammen mit Prof. Dr. Döbelstein wurde entlang des Kaufentscheidungsprozesses ein Fragebogen entwickelt, um zu analysieren, welche Kriterien die Entscheidung Leasing versus Kauf beeinflussen. Ziel für Bosch war es, durch die gewonnenen Erkenntnisse den Leasinganteil für Sicherheitssysteme, wie zum Beispiel Brandmeldeanlagen oder Videoüberwachungssysteme, zu erhöhen. Die Befragungen wurden in Telefoninterviews mit Nichtkun-

den und Bestandskunden realisiert. Auswertung und Präsentation der Ergebnisse wurden im 6. Semester entwickelt.

Kriterien für ein attraktives Leasingmodell, die in der Umfrage genannt wurden, waren unter anderem individuelle Vertragslaufzeiten, eine Preisgarantie und ein möglicher Eigentumsübergang am

BWL-Bank

Ende der Laufzeit. Diese Kriterien sind bereits im aktuellen Leasingmodell von Bosch enthalten. Auch die Marke Bosch ist bei allen Befragten positiv behaftet.

Die zusammenfassende qualitative Analyse brachte Klarheit: Laut Umfrage hat die Bosch Sicherheitssysteme GmbH zwar bereits ein sehr gutes Leasingmodell, das „Leasingdenken“, wie es zum Beispiel im Kfz-Bereich bereits die Regel ist, fehlt allerdings im Bereich Sicherheitssysteme noch. Vielen Kunden wird die Frage, ob sie leasen oder kaufen wollen, nicht gestellt. Die Kunden, die Leasing in Erwägung ziehen, befürchten zu hohen Konditionen oder die vermeintliche Abhängigkeit vom Leasinggeber. Die Vorteile wie etwa eine regelmäßige Wartung und Instandhaltung werden meist noch nicht positiv wahrgenommen.

Fazit: Mit gezielter Kommunikation an die Leasingpotenzialkunden kann das Interesse an Leasing von Sicherheitssystemen und damit das Marktpotenzial gesteigert werden. Konkret: „Die vorhandenen Stärken gezielt einsetzen.“



Entdecken Sie mit Ravensburger Freude, Bildung und Gemeinsamkeit. Als vorwiegend in Europa agierende und führende Unternehmensgruppe setzen wir diese Werte täglich um: in unseren Spielen, Puzzles, Kreativprodukten, Kinder- und Jugendbüchern, im Ravensburger Spielaland oder bei Events. Werden auch Sie Teil unseres erfolgreichen Unternehmens und freuen Sie sich auf neue Herausforderungen.

Für die Ravensburger AG suchen wir für Herbst 2014

Auszubildende und DH-Studenten (m/w)

Entdecken Sie neue Herausforderungen

Die Ravensburger Unternehmensgruppe bietet Ihnen in verschiedenen kaufmännischen und technischen Berufen für den Ausbildungsbeginn 2014 folgende qualifizierte Ausbildungsberufe an:

Kaufmännische Ausbildung

- Industriekaufleute (auch mit Zusatzqualifikation Fremdsprachen)
- Medienkaufleute Digital und Print
- Kaufleute für Tourismus und Freizeit
- Einzelhandelskaufleute
- Fachkräfte für Lagerlogistik
- Fachlageristen

Gewerbliche Ausbildung

- Packmitteltechnologien
- Mediengestalter für Digital und Printmedien

Bachelor an der dualen Hochschule BW in den Studiengängen:

- Wirtschaftsinformatik
- Industrie
- International Business
- Medien- und Kommunikationswirtschaft
- Freizeitwirtschaft

Entdecken Sie Ihre Fähigkeiten

Als kaufmännischer oder gewerblicher Bewerber überzeugen Sie uns mit einer guten mittleren Reife, der Fachhoch- oder Hochschulreife. Die Ausbildungen zum Fachlagerist und Packmitteltechnologien setzen einen guten Haupt- bzw. Realschulabschluss voraus.

Für das Studium an der dualen Hochschule BW verlangen wir den Abschluss der Hochschulreife bzw. der Fachhochschulreife mit bestandener Aufnahmeprüfung.

Die Ausbildungszeit stellt für Sie eine Plattform zum Erlangen unterschiedlichster Kompetenzen dar. Wir bieten Ihnen hierzu

- ein Einführungsseminar zum gegenseitigen Kennenlernen
- Besuche von Fachmessen
- Seminare zur sozialen Kompetenz
- Projektarbeiten

In der „Ravensburger Juniorenfirma“, die von unseren Auszubildenden und DH-Studenten eigeninitiativ, selbstständig und verantwortungsbewusst geführt wird, haben Sie die Möglichkeit, unternehmerisches Denken unmittelbar umzusetzen.

Entdecken Sie Ihre Perspektiven

Wir bieten Ihnen eine spannende und abwechslungsreiche Ausbildung an unserem Standort in Ravensburg. Sie übernehmen frühzeitig Verantwortung und werden fachlich und persönlich intensiv auf Ihr Berufsleben vorbereitet.

Ravensburger bedeutet für Sie die Sicherheiten eines traditionsreichen Familienunternehmens mit hochwertigen kreativen Produkten, ausgezeichneten Entwicklungsmöglichkeiten von Anfang an und ein modernes Arbeitsumfeld.

Entdecken Sie unser Unternehmen

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, die Sie uns bitte über unser Online-Portal zukommen lassen. Nähere Informationen zu den einzelnen Berufen, vakanten Ausbildungsplätzen sowie über das Auswahlverfahren erhalten Sie auf unserer Homepage.

www.ravensburger.de/ausbildung





Wie programmiere ich einen Roboter? Praktische Aufgaben kitzelten beim Kick-off von Maschinenbau-Studenten den Ehrgeiz.

Kick-off ins Studentenleben

Maschinenbau-Studenten starten in die Akademiephase

Knapp 100 Erstsemester Maschinenbau „Konstruktion und Entwicklung“ sowie „Produktionstechnik - Produktion und Management“ starteten mit einem einhalbtägigen Kick-off in die zweite Akademiephase. Nach der ersten Phase in den Unternehmen erhielten sie somit eine umfangreiche Einführung.

Ziel war neben den allgemeinen Informationen zum Studium und

dem Campusleben vor allem das Kennenlernen – auch über den eigenen Kurs hinaus. Neben diversen Gruppenarbeiten ging es auch um die

Maschinenbau

Wahl der Kurssprecher. Beim „informellen“ Teil des Treffens fanden sich Lerngruppen genauso wie Mitfahrgelegenheiten und WGs. Es gab

reichlich Gelegenheit, die Professoren fern ab der Vorlesung persönlich kennenzulernen. Ein praktischer Wettbewerb kitzelte den Ehrgeiz. Die Aufgabe bestand darin, einen Roboter zu programmieren, der sich in einem Hindernis-Parcours behauptet. Die Resonanz war positiv, so dass für das kommende Jahr ein Kick-off mit dem gesamten Studiengang Maschinenbau geplant ist.

Neue Vertiefung Dialog und Online

Start im Oktober 2013

Immer mehr legen Unternehmen Wert darauf, direkt mit ihren Kunden und Zielgruppen in Kontakt zu treten. Immer mehr möchten sie das auch online tun. Diesem Trend trägt die Duale Hochschule Ravensburg mit der neuen Studienvertiefung Dialog- und Onlinemarketing Rechnung, die im Oktober 2013 an den Start geht.

Ob über Social Media, Newsletter, E-Mails oder Blogs: Es ist ein Trend, dass Firmen ihre Kunden vermehrt online ansprechen. Natürlich geht das auch auf klassischem Wege, telefonisch oder schriftlich. Fest steht in jedem Fall: Die gezielte Ansprache der Kunden und Zielgruppen erfordert speziell ausgebildetes Personal.

BWL-Medien- und Kommunikationswirtschaft

Der Deutsche Dialogmarketing Verband (DDV) sowie der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) sind daher auf die DHBW Ravensburg zugekommen, um eine neue Studienvertiefung auf den Weg zu bekommen. „Dialog- und Onlinemarketing sind in vielen Branchen wesentliche Wachstumstreiber. Dabei ist der Engpass bei qualifiziertem Nachwuchs mittlerweile eklatant“, sagt

Martin Nitsche, Vizepräsident im DDV. Seit vielen Jahren ist auch die DHBW Mitglied in diesem Verband und Prof. Dr. Thomas Asche aktiv im Arbeitskreis Bildung und Forschung.

Einige Verbandsmitglieder wie Payback/Loyalty Partner, eCircle und Global Group Dialog Solutions haben bereits zugesagt, Studenten nach Ravensburg zu schicken. „Für uns ist das eine Gelegenheit, Fachkräfte selbst auszubilden, die während des Studiums unser Unternehmen und damit auch unsere speziellen Anforderungen kennenlernen“, sagt Claudia Bönisch, Personalerin bei Loyalty Partner. Als Partnerunternehmen kommt eine große Bandbreite an Firmen in Frage – von Agenturen für Online- und Dialogmarketing bis zu werbetreibenden Unternehmen verschiedenster Branchen.

Die Vertiefung startet im Herbst 2013 und ist eingebettet in den Studiengang BWL-Medien- und Kommunikationswirtschaft. Neben den klassischen BWL-Vorlesungen wird in verschiedenen Fächern speziell auf die Vertiefungsrichtung eingegangen. Nach drei Jahren haben die Studenten den Bachelor in der Tasche.

Infos: www.dhbw-ravensburg.de, asche@dhbw-ravensburg.de

Vertrieb im Wandel

Exkursion nach Albstadt zu Mey

Ende Januar haben Studierende des Studiengangs Handel/Vertriebsmanagement die Firma Mey in Albstadt besucht.

Ziel war es, einen Eindruck zu erhalten, wie es Unternehmen aus dem Konsumgüterbereich gelingen kann, in einer durch starke Fernostimporte gekennzeichneten Branche mit einer Produktion in Deutschland erfolgreich zu sein.

Eine Führung vermittelte einen Eindruck von der komplexen Produktion der Artikel und den hohen Qualitätsstandards der Firma, die durch ständige Kontrollen und Innovationen gesichert werden. In der Diskussion wurde die Not-

wendigkeit des Wandels der Vertriebskanäle thematisiert. Aufgrund der Probleme des klassischen Facheinzelhandels, verbunden mit einer Konzentration des stationären Handels entwickelt sich Mey nun zu einem Multichannelanbieter.

BWL-Handel/ Vertriebsmanagement

ter, der das Thema E-Commerce ebenso bedient wie den Aufbau eigener Outlets. Unterstützt wird die Ergänzung der Absatzkanäle durch eine zunehmende Internationalisierung.

Mit vielen neuen Eindrücken auch zum Sortiment eines Wäscheherstellers traten die Studierenden die Rückfahrt an.



Anzeige

Sparkassen-Finanzgruppe

Exklusiv für junge Leute zwischen 18 und 30 Jahren! Inklusive vielen Extras!



Eine für Überall: MasterCard Trend!

Sprechen Sie mit uns!

 **Kreissparkasse Ravensburg**

Kraftfahrzeug-Hybridantriebe

„Kraftfahrzeug-Hybridantriebe“ lautet der Titel eines Werkes, das nun in der ATZ/MTZ-Fachbuchreihe erschienen ist. Mitherausgeber ist Prof. Dr.-Ing. Konrad Reif, Studiengangsleiter Fahrzeugelektronik und Mechatronische Systeme an der DHBW Ravensburg. Gesetze und Energiekosten zwingen die Automobilindustrie, sich intensiv mit Hybridantrieben zu beschäftigen. Für Industrie, Zulieferer, Forschung und Lehre ein relativ neues Thema. Das Buch behandelt die Möglichkeiten der Kombination von herkömmlichen Verbrennungsmotoren mit elektrischen Maschinen (Elektromotor, Generator) und dem zusätzlichen Energiespeicher (der Batterie).

Reif, Konrad; Noreikat, Karl E.; Borgeest, Kai (Hrsg.), 2012, XIV, 354 Seiten.

Das TV-Duell in Baden-Württemberg

Gemeinsam mit dem renommierten Politikwissenschaftler und Universitätsprofessor Frank Bretschneider sowie dessen Mitarbeiter Marko Bachl hat DHBW-Professor Simon Ottler einen Sammelband herausgegeben. Zehn Autoren berichten auf rund 260 Seiten über ihre Erkenntnisse aus einer Studie zum TV-Duell vor der letzten Landtagswahl. Im März 2011 ließen sie die Fernsehdebatte von 200 Wahlberechtigten als Testpublikum verfolgen und bewerten.

Das TV-Duell in Baden-Württemberg 2011: Inhalte, Wahrnehmungen und Wirkungen.

Hotelbewertungen richtig nutzen

Die Tourismusexperten Alexander Fritsch und Holger Sigmund (DHBW-Alumni und -Dozent) beschäftigen sich in ihrem Buch eingehend mit dem Thema Hotelbewertungen und der damit verbundenen Online-Reputation von Übernachtungsbetrieben. Dabei gehen sie den Kernfragen nach: Welche Chancen und Risiken haben Online-Bewertungen für Übernachtungsbetriebe? Welchen Einfluss haben Bewertungen auf Buchungen und wie reagiert man richtig auf Kritik? Und nicht zuletzt: Wie kann man Gästefeedback und Qualitätsmanagement miteinander verbinden? Prall gefüllt mit Beispielen und Tipps, mit zahlreichen Abbildungen und Tabellen, gibt das Buch Hilfestellung für den professionellen Umgang mit Gästebewertungen. Ein Tool für Hotelier und Touristiker, die Gästefeedback positiv für ihre Unternehmen nutzen möchten.

Alexander Fritsch, Holger Sigmund: „Hotelbewertungen richtig nutzen“, Matthes Verlag, Stuttgart 2013, 176 Seiten, 978-3-87515-080-3, 32 Euro.

Neuaufgabe von „Tourismus“

Neun Kapitel definieren den Tourismus

Das 1998 erstmals – damals noch unter dem Titel „Einführung in den Tourismus“ – erschienene Buch „Tourismus“ ist jetzt in einer überarbeiteten und ergänzten vierten Auflage herausgekommen. Auf 656 Seiten hat der Leiter des Studiengangs Reiseverkehrsmanagement an der Dualen Hochschule Ravensburg, Prof. Dr. Jörn W. Mundt, eine umfassende Darstellung und kritische Analyse dieses facettenreichen Lebens- und Wirtschaftsbereiches vorgenommen.

Die neun Kapitel des Buches beschäftigen sich mit der Definition und Erfassung des Tourismus, den Entwicklungsfaktoren privaten Reiseverhaltens – ergänzt durch einen zeitgeschichtlichen Exkurs über das Reisen in der DDR –, der Reismotivation, Prozessen der Reiseentscheidung, dem Verhalten auf Reisen und dem Reiseerleben, den Anbietern im Tourismus, der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus, der Tourismuspolitik sowie der Bildung und Ausbildung für Tourismusberufe.

Das sehr umfangreiche Kapitel über „Anbieter im Tourismus“ wurde in der Neuaufgabe unter anderem um einen ausführlichen Ab-



schnitt über „Erinnerungsorte und Gedenkstätten“ erweitert. Auch wenn es auf den ersten Blick etwas deplatziert wirken mag, sie unter dem Blickwinkel touristischer Attraktionen zu betrachten, müsse man doch sehen, so Prof. Dr. Mundt, dass sie neben einer gesellschaftlichen und geschichtspolitischen auch eine nicht zu unterschätzende wirtschaftliche Funktion haben.

Im Kapitel über Tourismuspolitik findet sich jetzt ein eigener Abschnitt über Nachhaltigkeit und Tourismus, in dem die Problematik dieses nach Ansicht von Mundt häufig missbrauchten Begriffs aufgezeigt und deutlich gemacht wird, dass es aufgrund der konstitutiven Verflechtungen des Tourismus so etwas wie „nachhaltigen Tourismus“, isoliert von tourismusrelevanten Wirtschaftsbereichen wie etwa Verkehr und seinen vorgelagerten Wertschöpfungsstufen, nicht geben kann.

Das abschließende Kapitel über Bildung und Ausbildung in tourismusrelevanten Berufen nimmt nicht nur die aktuellen Veränderungen bei den Berufsbildern und dualen Ausbildungsgängen auf, sondern beleuchtet auch die entsprechenden Studiengänge an den verschiedenen Typen von Hochschulen und das komplexe Zusammenspiel von Beschäftigungs- und Ausbildungssystem.

Jörn W. Mundt: **Tourismus. 4., überarbeitete und ergänzte Auflage 2013. XVI, 656 S., broschiert, ISBN 978-3-486-70451-8, 39,80**

Ein Leitfaden für die Pressearbeit

Rolf Dieterich wendet sich mit seinem Buch an Familienunternehmen

In den 40 Jahren seiner Tätigkeit als Wirtschaftsjournalist und auch als DHBW-Dozent hat Rolf Dieterich die große Bedeutung von Familienunternehmen kennen und schätzen gelernt. Er hat aber auch die Erfahrung gemacht, dass sich diese Firmen oft sehr schwer tun, wenn es um das wichtige Thema Pressearbeit geht.

Mit seinem Leitfaden möchte er den Familienbetrieben eine praktische Hilfestellung für den richtigen Umgang mit den Medien geben. Auf übersichtlichen 80 Seiten erfährt der Leser unter anderem, warum sich Pressearbeit in jedem Fall lohnt – ob gute oder schlechte Nachricht. Rolf Dieterich beschäftigt sich mit dem Inhalt, er gibt wertvolle Tipps unter



dem Kapitel „Handwerkliches“ und beschäftigt sich zudem mit Stilfragen.

Vorteile der Pressearbeit

Ganz sicherlich gelingt dem Autoren, was er im Vorwort als ein Anliegen angibt: Familienunternehmen „... mit diesem Leitfaden die Vorteile der Pressearbeit näherbringen und sie dazu ermuntern, diesem Thema größere Beachtung zu schenken. Weil es sich lohnt.“

Rolf Dieterich: **„Vertrauenssache – Ein Leitfaden für die Pressearbeit in Familienunternehmen“.** 2012, 80 Seiten, Maße: 21 cm, Biberacher Verlagsdruckerei ISBN-10: 3943391159, ISBN-13: 9783943391152

Fachbuchreihe wächst und gedeiht

Fachbuchreihe „Messe-, Kongress- und Eventmanagement“ von Prof. Stefan Luppold

Die Fachbuchreihe „Messe-, Kongress- und Eventmanagement“ von Prof. Stefan Luppold, Studiengangsleiter an der Dualen Hochschule Ravensburg, wächst und wächst. Zwei Neuerscheinungen und eine 2. Auflage sind die Bilanz der vergangenen Monate.

In Band 9 geht es um den „Erfolgsfaktor Kommunikation bei Messeauftritten“. Messen als Marketing-Instrument dienen der Positionierung des Gesamtunternehmens, dem Aufbau und der Pflege von Kundenbeziehungen. Sie sind Vertriebskanal für Produkte und Dienstleistungen oder bereiten deren Absatz vor. Experten aus den verschiedenen relevanten Bereichen – vom expliziten Messe-Management bis hin zu Social Media und Virtual Events – beschreiben in diesem Sammelband die Dimensionen der Kommunikation bei Messe-Auftritten und wie diese wir-

kungsvoll ausgebildet werden können.



In Band 10 der Reihe widmet sich das Autorenduo Carmen Nörpel und Johann W. Wagner dem Thema „Destination Branding durch Public Events“. In einem Zeitalter der „Experience Economy“ – die Erlebniswirtschaft ist prägendes Element unserer Dienstleistungsgesellschaft – werden auch Public Events immer stärker als Kommunikationsinstrument für touristische Destinationen genutzt. Durch ein direktes Erleben einer Destination, kombiniert mit emotionalen Elementen, entstehen Vertrautheit, Wertigkeit und dauerhafte Bindung.

Der Band „Veranstaltungsrichtlinien – Voraussetzungen für erfolgreiche Events“ liegt nun bereits in einer 2., überarbeiteten und erweiterten Auflage vor. Die Autoren Gerhard Bleile und Cornelius Philipp Bleile widmen sich sowohl den theoretischen Grundlagen als auch der praktischen Handhabung – bis hin zu den wich-

Volkswirtschaftslehre verständlich – anschaulich – kompakt

Bereits vor einigen Monaten erschien die zweite, wesentlich überarbeitete und erweiterte Auflage des Einführungslehrbuches „Volkswirtschaftslehre verständlich – anschaulich – kompakt: Grundphänomene und ökonomische Strukturanalyse“ von Professor Dr. Joachim Güntzel. Es bildet den ersten Teil einer dreibändigen Lehrbuchreihe, die mittlerweile in vielen Kursen an der DHBW Ravensburg als Textgrundlage Verwendung findet (ISBN: 978-3-89673-625-3). Die zweite Auflage der „Strukturanalyse“ enthält wesentliche Verbesserungen und Erweiterungen. Der gesamte Text wurde überarbeitet und an manchen Stellen präzisiert. Ergänzungen betreffen vor allem die folgenden Themen: Empirische Wirtschaftsforschung, marktwirtschaftliche Selbststeuerung und Konkurrenzgleichgewicht, Lagrange-Multiplikatoren, Dualität von Nutzen- und Ausgabenfunktion, Nachfrageinterdependenzen, langfristige Kostenfunktionen sowie natürliche Monopole. Neu hinzugekommen ist ein Kapitel, das einen Einblick in einige Fragestellungen jenseits des mikroökonomischen Standardmodells vermittelt.

In der Reihe International Business and Economics Discussion Papers (veröffentlicht auf der Homepage des Studiengangs International Business) erschien Ende 2012 ein Beitrag von Prof. Dr. Joachim Güntzel mit dem Titel „Emotional Appeal, Disappointment, and a Concept of Virtual Indifference Curves“ (IBE Discussion Paper No. 8). Hierin wird ein neuer mikroökonomischer Ansatz entwickelt, der die Wirkung von sogenanntem emotionalem Marketing auf die Konsumentscheidungen von privaten Haushalten abbilden soll. Grundlegend hierfür ist das Konzept eines mentalen Virtualisierungsprozesses, das von Prof. Dr. Güntzel in diesem Diskussionspapier entwickelt wird.



tigsten Schritten bei der Einführung und Umsetzung im Unternehmen.

International Partnership Week

Das Interesse der internationalen Hochschulpartner der DHBW Ravensburg am Austausch von Studierenden und Dozenten ist ungebrochen. Grund genug für die 3. International Partnership Week von 13. bis zum 16. Mai an den Campus Ravensburg und Friedrichshafen.

Neben Vertretern von Partnerhochschulen aus Großbritannien, Spanien, Niederlande, Türkei sowie aus Südafrika und den USA kommen in diesem Jahr verstärkt Kollegen aus Osteuropa (Polen, Russland und Serbien) und aus Asien (China und Indien). Der Schwerpunkt der Workshops liegt auf den organisatorischen Aspekten von internationaler Mobilität.

Höhepunkt der Partner Week ist am 15. Mai das öffentliche Symposium „Intercultural Management“ ab 14 Uhr, Aula, Gebäude Marienplatz 2. Neben Vorträgen von Gastdozenten aus Indien, China, Südafrika und dem Libanon wird im Rahmen dieses International Day der von der IHK Bodensee-Oberschwaben ausgelobte Preis Student International verliehen.

Neue Hochschulpartnerschaften mit Indien

Die Universitäten Goa und Pune sind die neuen Partner der Dualen Hochschule Ravensburg

Derzeit entstehen zwei neue Hochschulpartnerschaften mit Indien. Die ersten Studenten waren bereits an der Universität Goa. Im Aufbau ist auch eine Partnerschaft mit der Universität Pune, bereits im April kommt eine erste Professorin nach Ravensburg.

Fragt man nach den Märkten der Zukunft, dann sind China und Indien die Top-Adressen. Dazu passt, dass die Duale Hochschule Ravensburg nun nach einer Partnerschaft mit der Universität Shanghai noch den Austausch mit den indischen Universitäten in Goa und in Pune folgen lässt.

Fahrt nimmt derzeit eine Partnerschaft mit der Symbiosis International University Pune auf. Eine Delegation der Dualen Hochschule unter anderem mit DHBW-Präsident Prof. Reinhold R. Geilsdörfer und von Baden-Württemberg International hatten sich bei einer Reise zu indischen Universitäten auf die Suche nach Partnern gemacht. Mit dabei war Prof. Dr. Karin Reinhard, Leiterin des Studiengangs International

Business an der DHBW Ravensburg. Sie baut derzeit die Beziehungen zur Universität in Pune auf, im April kommt bereits die erste Dozentin nach Oberschwaben. „Pune ist ein wichtiges Industriezentrum etwa im Bereich Automobilzulieferer und Pharma“, sagt Karin Reinhard. Partnerunternehmen wie die ZF Friedrichshafen sind dort bereits mit großen Werken vertreten. Pune ist eine Metropole mit rund fünf Millionen Einwohnern, die Universität gehört zu den besten des Landes.

Prof. Dr. Hackl an der Uni Goa

Prof. Dr. Benedikt Hackl unterrichtete bereits als Gastdozent an der Universität Goa. Die ersten fünf DHBW-Studierenden machten sich im Januar auf den Weg nach Goa, drei indische Studenten sollen im Sommer 2013 nach Ravensburg kommen. Vereinbart ist darüber hinaus, dass ein Gastdozent im Mai für ebenfalls vier Wochen an der DHBW lehrt. Prof. Hackl plant als Permanent Visiting Professor etwa einmal im Jahr an der indischen



DHBW-Präsident Reinhold R. Geilsdörfer und Prof. Dr. Karin Reinhard, Studiengangsleiterin International Business an der DHBW Ravensburg, an der Universität Pune.

Uni Vorlesungen zu halten. In Kürze soll zudem ein Buch zum Thema indische Managementtaktik, gedacht für westliche Unternehmer, herauskommen. Hackl veröffentlicht es gemeinsam mit dem Präsidenten der Universität Goa, Prof. Mekoth, und mit Prof. Covalcar.

So wirtschaftet man in China und in der Türkei

Studiengang International Business



Studenten International Business gemeinsam mit den Professoren Dr. Karin Reinhard und Dr. Udo Klaiber auf Studienfahrt in China.

Wie „wirtschaftet“ man in anderen Ländern? Das interessiert die Studenten International Business von Haus aus. Einiges darüber erfahren konnten sie kürzlich bei Studienfahrten nach China und in die Türkei.

Rund 50 Drittsemester reisten für zehn Tage nach China. Dort standen neben Kulturellem auch verschiedene Firmenbesuche auf dem Programm. In Peking besuchten sie Gaggenau, die High-End-Marke der BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH. In Shanghai machten die Studenten sich gemeinsam mit Studiengangsleiterin Prof. Dr. Karin Reinhard und mit Prof. Dr. Udo Klaiber ein Bild von den dortigen Niederlassungen von Liebherr und General Motors.

Eine weitere Reisestation war die Shanghai Second Polytechnic University, eine Partneruni der DHBW, an der zu der Zeit Kommilitonen der DHBW-Studenten ein Auslandssemester verbrachten. Zehn Tage lang der Begleiter der Ravensburger Reisegruppe war Michael Zhang. Mit ihm gab es bereits ein Wiedersehen in Ravensburg,

denn als Dozent hielt er an der DHBW Vorlesungen in Marketing. Was beeindruckte die China-Reisen-



Besuch bei einem fleischverarbeitenden Betrieb in Istanbul – dem einzigen, der in der Türkei „Burger King“ beliefert.

den am meisten? Kultur und Kulinarisches natürlich. Ganz eindeutig aber auch die Dimensionen. Wer denkt, die Ravensburger waren mit 50 Personen eine große Reisegruppe, wurde eines besseren belehrt. Bis zu 1000 Personen sind es nicht selten in China. Sechs Straßen übereinander, Menschenmassen und Smog: China bringt Besucher auf vielerlei Weise zum Staunen.

Edle Hausgeräte im Trend

Gaggenau, die Zweite. Auch in der Türkei besuchten die Studenten die Niederlassung der edlen Hausgerätemarke. Ob Istanbul oder China: Eine aufstrebende Mittel- und Oberschicht hat daran wohl Gefallen gefunden. 24 Fünftsemester International Business hatten sich für ihre einwöchige Studienreise Istanbul ausgewählt. Bilfinger Berger und Adobe waren zwei weitere Besuchsziele. Und, etwas exotischer: Ein fleischverarbeitender Betrieb. Immerhin der einzige in der ganzen Türkei, der Burger King beliefern darf.

Besuch aus Kapstadt



Prof. Dr. Thomas Asche begrüßt Terence Hermanus aus Kapstadt an der DHBW.

Nach einem Besuch von Prof. Petrus Venter im vergangenen Jahr kam nun Terence Hermanus vom Retail Department der Cape Peninsula University of Technology, Kapstadt, an die DHBW Ravensburg. Zwischen beiden Hochschulen besteht eine enge Kooperation.

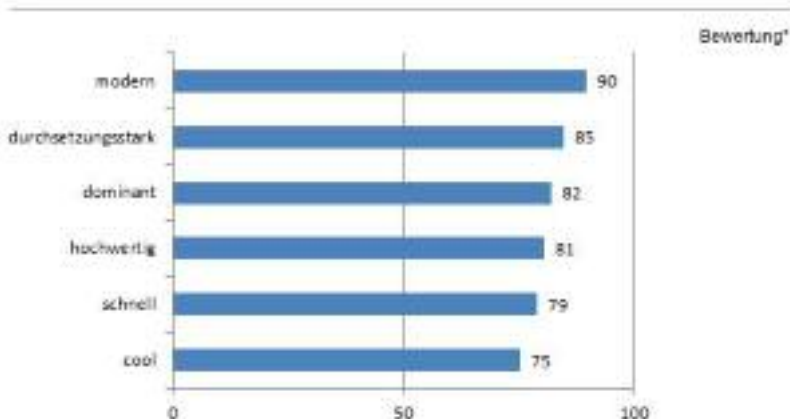
So verbringen regelmäßig Ravensburger Studierende unterschiedlicher Studiengänge ein Semester an der CPUT in Kapstadt. Umgekehrt studieren nun auch mehrere Studierende aus Südafrika im Wintersemester in Ravensburg. Dieser Austausch soll weiter vertieft werden. Die Zusammenarbeit mit dem Retail Department entstand seinerzeit durch einen Aufenthalt von Prof. Dr. Thomas Asche, Studiengangsleiter Handel-Vertriebsmanagement sowie Dialog- und Onlinemarketing, in Südafrika.

Aufgrund seiner inhaltlichen Ausrichtung hielt Terence Hermanus unter anderem Vorlesungen im Studiengang Handel-Vertriebsmanagement. Darüber hinaus bekamen die Studierenden Informationen zu Südafrika und dem dortigen Hochschulsystem aus erster Hand. Konkret ging es auch um die vielfältigen Studienmöglichkeiten an der CPUT, gepaart mit der Chance, einen vollkommen anderen Kulturkreis kennenzulernen.

Von der Anziehungskraft starker Marken

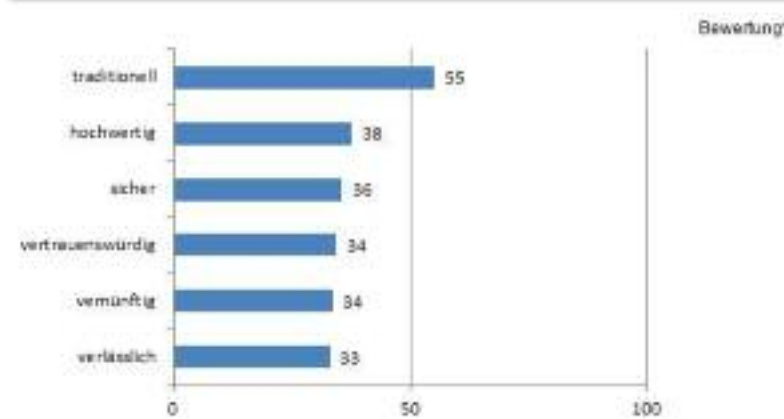
Studie für HORIZONT: 136 DHBW-Studenten bewerten Marken

TOP 6 der Apple-Markenattribute



*Erläuterung: 0 = Begriff passt überhaupt nicht, 100 = Begriff passt

TOP 6 der Nokia-Markenattribute



*Erläuterung: 0 = Begriff passt überhaupt nicht, 100 = Begriff passt

Alles eine Frage von Belohnung und Bestrafung: 136 Studenten der Dualen Hochschule Ravensburg haben kürzlich für die Fachzeitung HORIZONT Marken bewertet. Untersucht wurde die Markenwahrnehmung mit Hilfe eines reaktionszeitbasierten Verfahrens.

Gegenstand des Interesses waren 20 Marken aus der Lebenswelt von Studierenden, darunter Smartphone- und Automobilhersteller, Finanzdienstleister sowie Getränkemarken. Die Forscher interessierten sich vor allem für die Frage, warum auch teure Marken gekauft werden, obwohl diese keinen höheren funktionalen Gebrauchsnutzen als die günstigeren Mitbewerber bieten.

Aus der Neuropsychologie

Wissenschaftliche Grundlage der Studie ist die Neuropsychologie. Sie hat nachgewiesen, dass der Preis beim Kauf umso weniger „bestrafend“ ins Gewicht fällt, je stärker menschliche Grundbelohnungen mit einer Marke in Verbindung gebracht werden. Dies erklärt, warum sich teure Marken wie „Apple“ trotz des hohen Preises einer starken Nachfrage erfreuen.

Wie die Abbildung am Beispiel der Handymarken zeigt, punktet Apple vor allem mit den Grundbelohnungen Autonomie („durchsetzungstark“, „dominant“, „hochwertig“) und Stimulation („modern“, „schnell“, „cool“). Samsung spricht dagegen unterschiedliche Motivfelder an, ohne

„Dadurch, dass nicht viel Zeit zum Nachdenken bleibt, erhält man Zugang zum sogenannten ‚Autopiloten‘ im Gehirn der Menschen. Die Neuropsychologie hat nachgewiesen, dass der Autopilot vor allem für das Kaufverhalten verantwortlich ist, welches rational nicht immer erklärbar ist.“

Prof. Dr. Simon Ottler

dass dabei eine klare Positionierung ersichtlich wird. Und bei Nokia wiederum scheint kein einziges der abgefragten Attribute wirklich richtig auf die Marke zuzutreffen. Bei „Modern“ und „cool“ schlagen die Reglerwerte für den finnischen Mobiltelefonhersteller auf einer Skala von 0 bis 100 lediglich im Schnitt bei 30

beziehungsweise 26 aus.

In der Untersuchung sahen sich die Studierenden eine Vielzahl von Kombinationen aus Marken und Eigenschaftswörtern an. Mit Hilfe eines intuitiv bedienbaren Drehreglers mussten sie in Sekundenschnelle angeben, ob und inwieweit ein bestimmter Begriff zur Marke passt.

Der Autopilot am Werk

„Dadurch, dass nicht viel Zeit zum Nachdenken bleibt, erhält man Zugang zum sogenannten ‚Autopiloten‘ im Gehirn der Menschen. Die Neuropsychologie hat nachgewiesen, dass der Autopilot vor allem für das Kaufverhalten verantwortlich ist, welches rational nicht immer erklärbar ist. Dies ist einer der großen Vorteile unseres neu entwickelten Verfahrens. Demgegenüber finden klassische Befragungen in der Regel keinen Zugang zum impliziten System im Gehirn“, sagt Professor Dr. Simon Ottler, der die Studie verantwortet und das Steinbeis-Forschungszentrum Werbung und Kommunikation an der DHBW leitet.

Noch einige Beispiele gefällig? Bei ING-Diba sollten die Alarmglocken klingeln, denn der Reglerwert beträgt nur 48 beim Attribut „vertrauenswürdig“. Ebenso bei Opel, nur 48 lautet der Wert für den Begriff „hochwertig“. Besser sieht es da mit 79 für VW aus. Hohe Werte gibt es für den Volkswagen obendrauf noch in punkto „vertrauenswürdig“ und „verlässlich“.

Familie und Beruf

2012 hat die Duale Hochschule Ravensburg das Zertifikat „Familiengerechte Hochschule“ verliehen bekommen. Mitarbeiter und Studenten können schon bald von den ersten familienfreundlichen Angeboten profitieren.

Fachtag Pflege: Zu einem Fachtag Pflege sind die DHBW-Mitarbeiter am Mittwoch, 10. April, von 9 bis 12 Uhr in den Senatssaal am Marienplatz eingeladen. Vertreter des Pflegestützpunktes am Landratsamt Ravensburg und eine Pflegeberaterin von Compass informieren über Beratungsstellen, Angebote und Zuständigkeiten. Eine Vertreterin vom Sozialamt wird auf die Finanzierung von Pflege eingehen.

Kinderbetreuung in Notfällen: Mitarbeiter der Dualen Hochschule Ravensburg können künftig in Notfällen kurzfristig einen Platz im Kindergarten Kinderwelt (ZfP Weißenau) in Anspruch nehmen. Die Kinder können bis 14 Jahre alt sein, Betreuungszeit kann von 6.30 bis 20 Uhr sein.

Ferienbetreuung: In Planung ist eine Ferienbetreuung über den Elternverein Räubernest (ZfP Weißenau) für Kinder von Mitarbeitern und Studenten. Die genauen Konditionen werden derzeit noch verhandelt. Geplant ist zudem, dass die DHBW das Programm der Ferienbetreuung aktiv mitgestaltet.

Ob Kinderbetreuung oder Pflege von Angehörigen: Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf stellt eine große Herausforderung für den Arbeitnehmer dar. Die DHBW hat es sich zum Ziel gesetzt, die Rahmenbedingungen für Beruf und Studium laufend zu verbessern. Unter der Federführung von Christoph Ricken wurden dafür in den vergangenen Wochen wichtige Weichen gestellt.



Auf der Suche nach innovativen Lösungen aus der Praxis

Studie Mitarbeitergewinnung und -bindung Hochqualifizierte

Viele Unternehmen sehen es als zentrale Herausforderung, hochqualifiziertes Personal zu bekommen. Eine vom baden-württembergischen Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst geförderte Studie von Prof. Dr. Benedikt Hackl, Duale Hochschule Ravensburg, wertet Erfahrungen aus der Praxis aus. Rund 15.000 Unternehmen in Deutschland haben dazu einen Fragebogen zugesandt bekommen.

„Best Practice zur Gewinnung und Bindung hoch qualifizierter Mitarbeiter in den Branchen Automotive/Maschinenbau, Gesundheit, Energie und Logistik“ lautet der Titel der Studie von Prof. Dr. Benedikt Hackl. Die Idee ist es, besonders innovative Lösungen aus der Praxis zu identifizieren; die Ergebnisse sollen schließlich eine Art Leitfaden für die Mitarbeitergewinnung und -bindung für Hochqualifizierte ergeben. Hintergrund ist der Fachkräftemangel. „Die

Einzigartigkeit der Studie liegt in der Erfassung von konkret umsetzbaren Lösungsansätzen zur Mitarbeitergewinnung und -bindung und dabei der Berücksichtigung der spezifischen Anforderungen der unterschiedlichen Generationen“, so Hackl.

Rund 15.000 Unternehmen deutschlandweit haben einen entsprechenden Fragebogen zugesandt bekommen, weitere Firmen der angesprochenen Branchen konnten online an der Befragung teilnehmen. Sie profitieren auf vielfältige Weise. Zum einen bekommen die Teilnehmer die Studienergebnisse als Management Report ausgehändigt. Zudem werden sie zu Regionalkonferenzen eingeladen, auf denen die Studienergebnisse präsentiert und die Best Practice-Lösungen diskutiert werden. Unternehmen mit besonders kreativen Lösungen zu Mitarbeitergewinnung und -bindung winkt eine Auszeichnung. Der Forschungspartner zeb/rolfes.schierenbeck.associa-

tes wird bei ausgewählten Industriepartnern eine Situationsanalyse des Unternehmens im Bereich Personal vornehmen.

Unterstützt wird die Studie durch die Forschungspartner Duale Hochschule Baden-Württemberg, Landesvereinigung Baden-Württembergischer Arbeitgeberverbände, Vereinigung der bayerischen Wirtschaft und zeb/rolfes.schierenbeck.associates. Partner der Studie sind BROSE Gruppe, Hellmann Worldwide Logistics, Universitätsklinikum Münster, Unfallklinik Berlin, Institut für innovative Arbeitsbedingungen im Krankenhaus und Vivantes Netzwerk für Gesundheit GmbH.

Weitere Details zu der Studie sind unter www.fpa-personalerfolg.de abrufbar.
Ansprechpartner:
Prof. Dr. Benedikt Hackl, E-Mail: info@fpa-personalerfolg.de



Prof. Dr. Benedikt Hackl.

Zwei neue Professoren für den Technikcampus „Die glatte Note 1“

Prof. Dr. Thomas Kibler (Elektrotechnik) und Prof. Dr. Rainer Krafft (Wirtschaftsingenieurwesen)

Zwei neue Professoren haben nun am Technikcampus Friedrichshafen der Dualen Hochschule Ravensburg begonnen: Prof. Dr. Thomas Kibler als Leiter des Studiengangs Elektrotechnik/Fahrzeugelektronik und Prof. Dr. Rainer Krafft im Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen.



Prof. Dr. Thomas Kibler.



Prof. Dr. Rainer Krafft.

Der Studiengang Elektrotechnik/Fahrzeugelektronik am Technikcampus Friedrichshafen ist eine Erfolgsgeschichte und immer mehr Studenten lassen sich in der Ingenieurschmiede am Bodensee in dieser Disziplin ausbilden. Seit 2011 sind zwei Kurse in der Fahrzeugelektronik eingerichtet. Prof. Dr. Thomas Kibler wird nun in dem Bereich neuer Studiengangsleiter, er verstärkt damit das Team um Prof. Dr.-Ing. Konrad Reif. Thomas Kibler bringt viel praktische Erfahrung mit. Zwölf Jahre lang beschäftigte er sich bei der Daimler AG mit Optoelektronischen Systemen sowie mit Infotainment-Anwendungen – von der Forschung bis hin zur Entwicklung und schließlich zur Serienreife. Kibler war zuletzt für die Audio- und Videovernetzung in Kraftfahrzeugen zuständig – ein „Systemarchitekt für Infotainment-Systeme“, wie er selber beschreibt. Radio, Tuner, Naviga-

tionsgerät, CD-Wechsler, Telefonmodul, Assistenzkameras und Displays: Eine Vielzahl von Steuergeräten muss heute in einem modernen Kraftfahrzeug reibungslos funktionieren und deren Vernetzung zuverlässig laufen. Studiert hatte er an der Hochschule Ravensburg-Weingarten, promoviert an der Universität Ulm. Neben seiner Arbeit war er bereits sechs Jahre lang Dozent für optische Nachrichtentechnik an der Hochschule Ulm. „Dass

mein Weg einmal in die Lehre führt, war mir früh klar“, so Kibler. Der 37-jährige kommt mit seiner Frau und seinen drei Kindern aus Unteressendorf bei Biberach und verstärkt künftig den DHBW-Campus in Friedrichshafen.

Für die Lehre hat sich auch Prof. Dr. Rainer Krafft entschieden, er ist künftig bei den Wirtschaftsingenieuren der DHBW angesiedelt. Der 48-jährige ist in seiner Ausbildung und

im Beruf stets einem Thema treu geblieben: der Strömungstechnik. Seit 2003 lebt der Westfale am Bodensee. Bei der Firma LICOS Trucktec in Markdorf, einem Zulieferer für Nutzfahrzeuge, war er zunächst Entwicklungsleiter und ab 2009 zweiter Geschäftsführer.

Ein Strömungstechniker

Den Grundstein hatte Krafft mit einem Studium Flugzeugbau in Hamburg und in Hatfield gelegt, es folgte schon bald die Promotion, ebenfalls in England und ebenfalls zum Thema Strömungsmesstechnik. Stationen im Arbeitsleben waren das Forschungs- und Entwicklungszentrum im englischen Rugby und die Firma Valeo, bei der Krafft sechs Jahre lang an der Berechnung von Klimaanlage entwickelte. Bei dem Wechsel nun an die Hochschule weiß Herr Krafft genau, was ihn erwartet, denn bereits seit 2007 kommt er regelmäßig als Dozent an die DHBW in den Fallenbrunnen. Rainer Krafft lebt mit seiner Frau und vier Kindern in Heiligenberg. Optimal, denn der dortige Flughafen bietet dem Segelfluggilboten und -lehrer das ideale Revier – Strömungstechnik in der Praxis.

Rund 1000 Lehrbeauftragte sind an der DHBW Ravensburg neben den Professoren als externe und nebenamtliche Dozenten tätig. Sie fungieren als wichtiges Bindeglied zur Praxis. Um sie in ihrer Lehrtätigkeit zu unterstützen, hat die DHBW nun bereits zum vierten Mal einen Workshop „Lehre“ angeboten. Eine der Teilnehmerinnen im Interview mit dem DHBW-Kompass: Kathrin Lanz.

DHBW: Frau Lanz, Sie sind Lehrbeauftragte an der DHBW. Welche Verbindung haben Sie zur Dualen Hochschule?

Kathrin Lanz: Ich habe vor 14 Jahren an der damaligen Berufsakademie Tourismus studiert. Später habe ich dann an der DHBW noch das Kontaktstudium Wirtschaftsmediation draufgesattelt. Weil mir die Lehre Spaß macht und weil ich nach zwölf Jahren praktischer Erfahrung denke, fachlich etwas weitergeben zu können, bin ich nun als Lehrbeauftragte wieder zur DHBW gekommen.

DHBW: Sie haben im Bereich Tourismus studiert, arbeiten Sie auch heute noch in dem Bereich?

Kathrin Lanz: Gleich nach dem Studium habe ich im Tourismus- und Stadtmarketing begonnen. Inzwischen arbeite ich aber seit vielen Jahren in den Bereichen Mediation und Marketing. Bei der Lindauer DORNIER GmbH bin ich für das Marketing zuständig, Und als Selbstständige betreue ich dazu noch vor allem Mittelständler im Bereich Mediation, unsere Firma ist die Lanz Services. Man kann also sagen, dass ich in der Kommunikation nach außen und intern im Unternehmen tätig bin.

DHBW: Wie gefällt Ihnen der Workshop „Lehre“?

Kathrin Lanz: Super, die glatte Note eins. Man bekommt hier wichtige tools vermittelt. Und auch der Austausch mit anderen Dozenten ist mir wichtig, hier kann jeder sagen, wo ihn der Schuh drückt.



Kathrin Lanz.

Zu Gast: Peter Hauk

„Die Entwicklung der Dualen Hochschule ist phänomenal“, attestierte Peter Hauk, Chef der CDU-Landtagsfraktion, bei einem Besuch am Technikcampus Friedrichshafen der Dualen Hochschule Ravensburg. Gemeinsam mit MdL Ulrich Müller besuchte er die Stadt und dort unter anderem den Campus im Fallenbrunnen.

Ulrich Müller, der die Entwicklung der Hochschule seit Jahren kennt und unterstützt, betonte, dass es bei der Weiterentwicklung des Studienangebots „keinen einzigen Flop gegeben hat“. Neue Studiengänge wie Luft- und Raumfahrttechnik orientierten sich am Bedarf der Wirtschaft und entwickelten sich prächtig. Im Gespräch mit Vertretern der Hochschule und mit Studierendenvertretern ging es unter anderem um die Wertigkeit der Abschlüsse Bachelor und Master. Rektor Prof. Karl Heinz Hänsler und Prof. Dr. Martin Freitag betonten die Wichtigkeit des Bachelors ebenso wie des Masters, den die DHBW berufs begleitend und als Instrument der weiteren Personalentwicklung anbietet. Beeindruckt war Hauk von den Laboren und vom neuen Motorenprüfstand am Campus.



Peter Hauk und Laboringenieur Mark Reinhard im EMV-Labor.

DHBW Ravensburg im Qualitätsdialog

Lehre und Verwaltung überprüfen sich im Sinne der Qualität



Prorektor Prof. Dr. Volker Simon und Tanja Maier, Referentin für Qualität und Lehre.

Auf das lokale Qualitätsmanagement legt die Duale Hochschule Ravensburg unter dem Eindruck stetig wachsender Studierendenzahlen und neuer Studienangebote seit einigen Monaten ein spezielles Augenmerk. Es geht darum, sowohl in der Lehre als auch in der Verwaltung rund um das Thema Qualität Verbesserungspotenziale aufzudecken sowie ergänzende fördernde Strukturen zu schaffen und zu unterstützen. Tanja Maier arbeitet dabei als Referentin für Qualität und Lehre eng mit dem Rektorat zusammen.

Im Sommer vergangenen Jahres ist Prorektor Prof. Dr. Volker Simon gemeinsam mit Tanja Maier auf die Studiengänge der Fakultät für Wirtschaft zugegangen, um einen umfassenden Qualitätsdialog zu starten. Studiengangsleiter, Sekretariate, Lehrprofessoren und Referenten wurden dazu eingeladen, sich in einer intensiven Diskussion mit den vielfältigen Facetten des Themas „Qualität“ auseinander zu setzen. Zahlreiche Maßnahmen zielen bereits heute insbesondere auf eine Verbesserung der Qualität der Lehre; diese wurden unter die Lupe genommen, sollen opti-

miert und weiter strukturiert werden. Ziel eines umfassenden Qualitätsmanagements soll es jedoch in erster Linie sein, über die reine Lehrevaluation hinaus einen 360 Grad-Feedback-Prozess zu verwirklichen, in dem von Studieninteressierten und Studierenden über das Studiengangsmanagement und die Verwaltung, die Lehrenden und Dualen Partner bis zu den Alumni alle relevanten Ansprechpartner abgebildet werden. Als so genannte „quality leader“ stehen dabei die Studiengangsleitungen im Zentrum des Qualitätsprozesses. Ein erstes, bereits umgesetztes Ergebnis: Professoren- und Referentengruppen treffen sich vier Mal im Jahr zu einem erweiterten Informations- und Erfahrungsaustausch aller Beteiligten in Studiengangs-Clustern – ganz im Sinne eines umfassenderen Qualitätsverständnisses.

Ziel der Qualitätsoffensive mit Blick auf die Verwaltung der DHBW Ravensburg ist es, die Prozesse wo möglich zu verschlanken und zu beschleunigen sowie transparenter zu machen. Ein Workshop im Oktober gab dazu den Startschuss. Mit Unterstützung von Studierenden der Wirtschaftsinformatik wurden seitdem die

Verwaltungsprozesse unter intensiver Mitwirkung der Verwaltungsmitarbeiter und -mitarbeiterinnen dokumentiert und analysiert. Das Projekt wird schließlich in die Einrichtung eines Qualitätskreises „Hochschulmanagement“ zur kontinuierlichen Weiterentwicklung einmünden. Unterstützt werden soll die spätere Prozessgestaltung und -realisierung durch eine lokale Sharepoint-Umgebung.

Neben der Verwaltung und der Lehre wird als dritte Ebene auch der Bereich Hochschulkommunikation im Sinne der Qualität die Prozesse untersuchen und optimieren.

Der gesamte Prozess ist derzeit noch auf den Standort Ravensburg beschränkt, soll aber in Abstimmung mit dem Außenstellenleiter und Prorektor Prof. Dr. Martin Freitag zukünftig auch den Campus Friedrichshafen miteinbeziehen.

Die aktuellen Initiativen im lokalen Qualitätsmanagement der DHBW Ravensburg werden für die Zukunft eine Stärkung und Verstärkung der derzeit vorhandenen Qualitätskultur hin zu einem fortgeschriebenen, kontinuierlichen Verbesserungsprozess bewirken, an dem alle Beteiligten partizipieren.

DHBW

- Prof. Dr. Georg Nagler ist neuer Rektor der DHBW Mannheim. Nagler tritt damit die Nachfolge von Prof. Dr. Johannes Beverungen an, der den Mannheimer Standort der DHBW seit 2006 leitete. Nagler ist ehemaliger Prorektor der Fachhochschule Biberach und Gründungspräsident der Fachhochschule Hof.

- Prof. Dr. Johannes Beverungen wird sich künftig der kooperativen Forschung widmen. Er übernimmt die erste DHBW-Professur für kooperative Forschung im Bereich International Trade.

- Auch die DHBW Villingen-Schwenningen hat mit Prof. Jürgen Werner einen neuen Rektor. Der Prorektor und Dekan der Fakultät für Wirtschaft ist seit 1. April Nachfolger von Prof. Dr. Ulrich Sommer, der nach zwölf Jahren Amtszeit und insgesamt 32 Dienstjahren in den Ruhestand geht.

- Das enorme Wachstum der DHBW setzt sich auch zum Wintersemester 2012/13 fort. Knapp 12 Prozent Wachstum bei den Studierenden auf nun 31.000 und mehr als 10 Prozent Wachstum bei den Studienanfängern auf rund 12.700 sprechen eine deutliche Sprache.

Sparkasse legt den Grundstock

25.000 Euro für die DHBW-Stiftung

Eine Stiftung soll künftig Lehre und Forschung an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg weiter voran bringen. Die Kreissparkassen Ravensburg, Bodensee und Salem-Heiligenberg steuerten dafür nun 25.000 Euro zum Stiftungskapital bei.

Eine DHBW Stiftung wird ab November dazu beitragen, das Profil der Dualen Hochschule weiter zu schärfen. Eine wichtige Aufgabe ist die Förderung von Projekten in der anwendungsorientierten Forschung. Aber auch die Lehre soll durch die Stiftung weiter an Qualität gewinnen. Zum Stiftungszweck gehört zudem die Unterstützung von Infrastrukturmaßnahmen.

20 Stiftungsgründer, darunter die Sparkassen Ravensburg, Bodensee und Salem-Heiligenberg, lassen derzeit das Stiftungsvermögen der DHBW Stiftung auf 500.000 Euro anwachsen. In einem weiteren Schritt sollen neben der Dachstiftung an allen acht Standorten der DHBW Stiftungen entstehen – darunter auch in Ravensburg.

„Das ist für uns eine klare Form der Wirtschaftsförderung“, sagte Heinz Pumpmeier von der Sparkasse Ravensburg über die Spende von 25.000 Euro. Die drei Sparkas-



25.000 Euro steuern die Sparkassen Ravensburg, Bodensee und Salem-Heiligenberg für eine Stiftung der Dualen Hochschule bei (von links): Prorektor Prof. Dr. Volker Simon, Heinz Pumpmeier (Sparkasse Ravensburg), Hochschulratsvorsitzender Rudolf Forcher, Rektor Prof. Karl Heinz Hänssler, Hans-Peter Knoblauch (Sparkasse Salem-Heiligenberg), DHBW-Präsident Prof. Rudolf Geilsdörfer und Werner Allgöwer (Sparkasse Bodensee).

sen der Region bilden immerhin 35 Studenten der Dualen Hochschule aus. Gerade die Aus- und Weiterbildung in der Region betrachtet Pumpmeier als Aufgabe der Zukunft.

Design der Zukunft

- Die Mediendesigner laden am 26. und am 27. April zu einem Symposium Design der Zukunft ein.

Bereits zum zweiten Mal beschäftigt sich ein Symposium an der DHBW Ravensburg mit dem Thema „Design der Zukunft“. Interessierte sind dazu eingeladen. Die Veranstaltung ist öffentlich und kostenfrei.

Ob Produkte oder Dienstleistungen: Immer mehr Bereiche im Leben sind „design“. Die gesteigerte Aufmerksamkeit bringt mit sich, Design vermehrt kritisch zu hinterfragen. Dieser Aufgabe stellen sich die Mediendesigner der Dualen Hochschule Ravensburg nun mit dem zweitägigen Symposium. In sechs Zukunftsszenarien gehen sie der Frage nach, welche Rolle Design in einer sich rasant verändernden Welt spielen wird. Auch das Thema einer Diskussionsrunde hinterfragt diese Entwicklung – der Titel: „Die Ausweitung der Designzone“.

Veranstaltungsort ist das DHBW-Gebäude Oberamteigasse 4 in Ravensburg, Raum 001/002. Start ist am Freitag, 26. April, um 14 Uhr, die Diskussionsrunde ist von 17 bis 19 Uhr. Am Sonntag, 27. April, beginnt das Symposium um 9.45 Uhr und endet gegen 15.30 Uhr.

Nähere Informationen: www.designderzukunft.de

DHBW rockt, Lange Nacht der Technik und Alumnitreff



Lange Nacht der Technik und Roll-out des neuen Formula Student-Rennwagens: Am 7. Juni lohnt sich ein Besuch auf dem DHBW-Campus Friedrichshafen allemal.

Executive Dinner (VFA)
18. Juni, 18.30 Uhr
Restaurant Meersalz, Kressbronn

Formula Student Hockenheim
31. Juli - 5. August
Hockenheim

Juli

Kinderuni Ravensburg mit Prof. Dr. Stefan Fischer
5. Juli, 15 Uhr
Schwörssaal, Ravensburg

Alumni- und Studierendentreff zum Rutenfest
20. Juli, 15.30 Uhr
Klösterle, Ravensburg

September

Einweihung Altes Theater inklusive Ausstellung der Bachelorarbeiten Mediendesign
14. und 15. September
Altes Theater, Ravensburg

Bachelorball Hotel- und Gastronomiemanagement
28. September



Am 14. und 15. September feiern die Ravensburger Mediendesigner ihren Umzug ins Alte Theater. Ebenfalls an diesem Wochenende ist die Ausstellung der Abschlussarbeiten der Studenten – natürlich in den neuen historischen Räumen.

e-mobility-world

- DHBW-Studenten präsentieren bei der Messe „e-mobility-world“ vom 14. bis zum 16. Juni ihre elektrischen Projekte.

An ihrem Stand geben Studenten Wirtschaftsingenieurwesen und Maschinenbau unter anderem Auskunft über den Biketower, ihre Tests mit Pedelecs und die Fortschritte beim Bau eines Elektroautos.

Impressum

DHBW-Kompass 1/2013
Herausgeber und redaktionell verantwortlich:

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

Redaktion:

Elisabeth Ligendza
ligendza@dhbw-ravensburg.de

Autoren/Fotografen:

Thomas Asche, Sabine Bauknecht, Marianne Blöching, Benjamin Godde, Joachim Güntzel, Felix Kästle, Anja Köhler, Frank Lehmann, Elisabeth Ligendza, Stefan Luppold, Tobias Mayer, Philipp Mosch, Simon Ottler, Elisabeth Pohl, Yasmin Saloum, TOX® PRESSOTECHNIK

Druck:

Druckerei Konstanz

April

Girls' Day
25. April
Campus Friedrichshafen

Seminar Elektromagnetische Verträglichkeit
25. April
Campus Friedrichshafen

Symposium „Design der Zukunft“
26./27. April
DHBW-Gebäude Oberamteigasse

Mai

Kinderuni Friedrichshafen mit Prof. Dr. Stephan Engelking
4. Mai, 10 - 11. 30 Uhr
Campus Friedrichshafen

DHBW rockt
25. Mai, 19.30 Uhr
Theater Atrium, Fallenbrunnen, Friedrichshafen

Juni

Telematik in der Transportlogistik
5. Juni, 14 bis 18 Uhr
Messe München, „transport logistic“

Lange Nacht der Technik Friedrichshafen,
7. Juni, ab 17 Uhr
Roll-out Rennwagen
7. Juni, 18.30 Uhr
beides Campus Friedrichshafen

Kinderuni Friedrichshafen mit Prof. Dr. Andreas Judd
8. Juni, 10 - 11. 30 Uhr
Campus Friedrichshafen