

DHBW KOMPASS

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

„Wir lernen unser Präsenzmodell neu schätzen“

Prof. Dr. Herbert Dreher spricht im Interview über die vergangenen Monate rund um die Corona-Pandemie

Die Zahlen

Das kommt nicht überraschend: Im Vergleich zu einem sehr guten vergangenen Jahrgang ist die Zahl der Studienanfänger in diesem Jahr vor allem im Bereich Wirtschaft um einiges geringer. Weniger gravierend sind dagegen die Einschnitte im Bereich Technik, dort ist die Zahl der Studienanfänger immer noch auf einem sehr hohen Niveau. Insgesamt sind es in diesem Jahr rund 1210 Studienanfänger, rund 700 in der Fakultät Wirtschaft und 513 in der Fakultät Technik. Sehr gut läuft es in dem noch jungen Studienangebot Wirtschaftsinformatik – Data Science mit 33 Studienanfängern.

Studienanfänger 2020 / 2021 (Vorjahr)

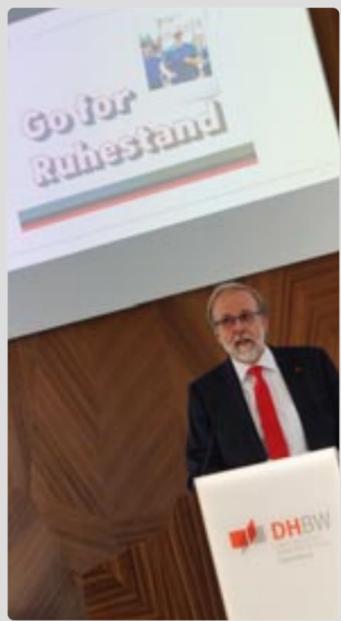
Ravensburg / Fakultät Wirtschaft
694 (850)

Friedrichshafen / Fakultät Technik
513 (580)

Hybrid in den Ruhestand!

Am 30. September ist **Prof. Dr. Volker Simon**, Prorektor und Dekan Wirtschaft der DHBW Ravensburg (Foto), nach 26 Jahren an BA und DHBW in den Ruhestand verabschiedet worden. Einige Weggefährten trafen sich dazu vor Ort an der Hochschule, die Mitarbeiter*innen waren online dazugeschaltet. Die Nachfolge von Prof. Simon tritt **Prof. Dr. Simon Ottler** an, Professor Ottler lehrt bereits seit 19 Jahren an der DHBW Ravensburg und bekleidete dort verschiedene Ämter und Funktionen.

Seite 3



Die Corona-Pandemie hat auch an der DHBW Ravensburg den Hochschulalltag komplett auf den Kopf und täglich vor neue Herausforderungen gestellt sowie alle Akteure in Atem gehalten. Prof. Dr.-Ing. Herbert Dreher spricht in einem Interview über die vergangenen Wochen, wie es weitergeht und über die Lehren aus dieser Zeit.

Herr Dreher, wie haben Sie die Zeit im März empfunden, als sich die Ereignisse überschlugen und schließlich zum Lockdown führten?

Zunächst dachten wir wohl alle, das ist weit weg, was da in China vor sich geht. Die Erkenntnis, dass es auch uns betrifft, war dann schlichtweg ein Schock. Wir waren mitten im Semester und wir mussten handeln und erstmal alle heimschicken. Es war eine Zeit ohne konkrete Informationen und mit täglich neuen Anweisungen. An der DHBW Ravensburg war aber schnell klar, dass wir alles tun werden, damit die Studierenden kein verlorenes Semester haben und die älteren Semester gut zu ihrem Abschluss kommen. Wichtig war uns, die Prüfungen in Präsenz zu ermöglichen. Und dann mussten wir in Rekordzeit ein Video-Konferenzsystem für die Online-Lehre, ergänzt durch teils schon bestehende E-Learning-Elemente, ermöglichen. Und das hat auch geklappt – und ich muss sagen, das hätte ich mir nie vorstellen können, dass das so reibungslos möglich ist. Ein großer Dank geht da aus technischer Sicht an unsere IT und in der konkreten Umsetzung an alle Akteure, vor allem die Studiengangsleiter*innen-Teams mit Lehrenden, Sekretariaten, Referent*innen und allen, die dazu gehören. Im Gegensatz zu den Unis und den anderen Hochschulen haben wir an der DHBW keine Semesterferien und konnten zum 1. April quasi komplett auf online umstellen – eine Wahnsinnsleistung!

Sie halten selbst Vorlesungen und bekommen viel Resonanz. Wie läuft denn die Lehre über ein Videokonferenzsystem wie alfaview?

Zu einem großen Teil haben sich alle Lehrenden super professionell auf die neue Situation eingestellt. Wir haben neben den Professor*innen auch viele hundert externe Lehrbeauftragte. Und da war kaum einer, der sagte, das mach' ich nicht oder das will ich nicht. Die Lehre über alfaview funktioniert prima, ist aber auch eine echte Herausforderung. Es ist schwierig, als Dozent*in am Bildschirm zu Hause wenig Rückmeldung zu bekommen. Und da sind wir an dem Punkt, was eine Präsenzhochschule ausmacht, die Interaktion, der direkte Austausch und das Feedback. Wir werden sicher für die Zukunft einige Online-Formate mitnehmen, viele Vorteile liegen auf der Hand. Ich denke aber auch, dass wir die Präsenz gerade in dieser anwesenheitslosen Zeit besonders schät-



Rektor Prof. Dr.-Ing. Herbert Dreher im Homeoffice.

zen gelernt haben.

Wie ergeht es den Studierenden in dieser Zeit, was ist Ihr Eindruck?

Die Resonanz ist insgesamt gut – natürlich in Bezug auf die gesamte Situation. Aber ganz klar fehlt das Soziale. Am Anfang fanden sie es glaube ich gar nicht schlecht, zum Beispiel noch vor dem ersten Kaffee die erste Vorlesung mitzunehmen. Nach ein paar Wochen fehlte ihnen definitiv das sich Sehen, das Ausgehen, das Gemeinsame mit ihrem Kurs. Auch hier lernen wir eine Besonderheit der DHBW wieder besonders schätzen. Unsere Studiengangsorganisation, die den Vorlesungsbetrieb mit viel Engagement und vielen persönlichen Kontakten zu den Studierenden, zu den Dozent*innen und zu den Dualen Partnern am Laufen hält. Unser Bibliotheks-Team hat sehr schnell und super pragmatisch reagiert und zusätzlich zur E-Book-Ausleihe auch eine kontaktlose Bücher-Ausleihe realisiert. Unsere Studierenden sind drei Jahre zusammen in einem Kursverbund. Da entstehen Freundschaften und Kontakte über die Firmen hinweg, die zu einem Netzwerk fürs Leben werden.

Die Hochschule blieb in den vergangenen Monaten geschlossen, seit Oktober hat sie wieder geöffnet. Sind Sie froh darüber?

Ja, tatsächlich. Wir hatten ja nicht nur die Studierenden nach Hause geschickt, sondern auch den Mitarbeiter*innen großzügige Möglichkeiten zum Homeoffice geboten. Wir haben sie inzwischen alle auch mit der nötigen Technik ausgestattet, um zuhause zu arbeiten. Seit Oktober haben wir die Gebäude wieder geöffnet und auch die Menschen haben

ihren Betrieb wieder aufgenommen. Auch die Mitarbeiter*innen sind wieder auf den Campus – mit der Möglichkeit allerdings, situativ weiter im Homeoffice zu arbeiten. Auch Vorlesungen sind jetzt unter Einhaltung der Hygieneregeln wieder möglich. Wir setzen da auf ein langsames Hochfahren mit verschiedenen Modellen in der Lehre. Wir werden da alles haben – von Vollpräsenz über komplett online über einen Mix verschiedener Modelle. Allein mit unseren acht Häusern in Ravensburg ist das eine große Herausforderung, eine Regel für alle kann es da nicht geben. Wir werden definitiv auch unsere Öffnungszeiten in den Abend und auf den Samstag erweitern. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf jeden Fall auf der guten Einbindung der Erstsemester in die Hochschule.

Das Hochschulleben hat sich in den vergangenen Monaten verändert, Veranstaltungen oder Symposien fanden nicht mehr statt. Blutet Ihnen da das Herz?

Absolut! Am Anfang waren wir super beschäftigt, all die Herausforderungen zu bewältigen. Erst später hat man gesehen, was einem fehlt. Das sind etwa die inspirierenden Gespräche bei einer Veranstaltung, die Impulse, die ein Symposium mit sich bringt. Das alles bekomme ich zuhause nicht. Was auch fehlt, ist diese Leichtigkeit. Aus Studi-Sicht sind es die Treffen nach der Vorlesung, nur da entstehen doch die wirklich verrückten Ideen. Ich bin daher gespannt, was sich unser studentisches Absolventenball-Team überlegt hat. Das plant für den November die Verabschiedung der Absolvent*innen mit einem besonderen digitalen Event.

Sie mussten im Rektorat und mit dem

Hochschul-Team viele Entscheidungen treffen. Wie haben Sie das empfunden?

Sehr positiv. Wir hatten von Beginn an ein Lagezentrum mit vielen Schnittstellen-Referaten, in dem alle Fäden zusammenliefen. Auch die Zusammenarbeit im Rektorat hat gut geklappt. Ein besonderer Dank geht da an die Dekane Wirtschaft und Technik. Ich nenne als Beispiel Prof. Dr. Simon, den Dekan Wirtschaft. Er wurde im September in den Ruhestand verabschiedet, seine Erfahrung war für uns alle in dieser Zeit äußerst wertvoll. Ein weiterer Aspekt ist die Zusammenarbeit mit der Zentrale in Stuttgart, unser subsidiäres Prinzip. Ich denke wir haben gesehen, dass dieses Prinzip lebt und funktioniert. Wir sind einerseits eine Einheit mit allen Standorten über Baden-Württemberg verteilt. Wichtig ist aber auch, dass die Entscheidungen vor Ort getroffen werden, dort, wo das operative Geschehen stattfindet.

Was sind für Sie die Lessons learned aus dieser Zeit?

Zuoberst, wie wichtig es ist, dass die IT-Organisation am Standort bessere Ressourcen erhält und nur mit einer guten Struktur leistungsfähig ist. Wir müssen die Strukturen, die digitalen Informationstechniken und die digitale Unterstützung der Lehre weiterentwickeln. Wir werden sicher für die Zukunft digitale Elemente in die Vorlesungen und auch in die Verwaltung mit rübernehmen. Zur Gewichtung Präsenz versus online denke ich, dass wir deutlich gesehen haben, welche Vorteile unser Präsenzmodell hat, das wollen wir, wenn auch in Verbindung mit sinnvollen Online-Elementen, weiter stärken.



In Kontakt bleiben

Der Verein der Förderer und Alumni der DHBW Ravensburg (VFA) pflegt die Kontakte zu Partnerunternehmen sowie zu Alumni, Dozent*innen und Förderern der DHBW Ravensburg. Er bietet die ideale Plattform, damit alle Akteure der DHBW Ravensburg ein Netzwerk knüpfen und in Kontakt bleiben können.

XING

Mehr als 4.000 Ehemalige und Studierende bleiben über die XING-Gruppe DHBW Ravensburg in Verbindung.

Facebook

Rund 5.000 Mitglieder bleiben über die facebook-Gruppe DHBW Ravensburg – Duale Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg informiert.

LinkedIn und Instagram

Ganz neu ist die DHBW Ravensburg auf LinkedIn und auf Instagram vertreten. Vernetzen Sie sich gerne!

DHBW Kompass

Mitglieder des Fördervereins VFA erhalten zwei Mal im Jahr den DHBW Kompass zugeschickt. Die Zeitung informiert über alles Aktuelle und die Entwicklungen an der DHBW Ravensburg. So bleiben Sie auf dem Laufenden!

Mitgliederversammlung VFA

Die Mitgliederversammlung in diesem Jahr fällt aus.

Aufnahme in die CUMULUS Association

CUMULUS fördert den Austausch zwischen den besten Designhochschulen weltweit

Nach fast zweijähriger Vorbereitung war es nun so weit: Die DHBW Ravensburg wurde mit dem Studiengang Mediendesign als Vollmitglied in die CUMULUS Association aufgenommen. CUMULUS fördert und organisiert den Austausch und die Kooperation zwischen den besten Designhochschulen der Welt. Nach den zahlreichen Auszeichnungen für den Studiengang und einem Spitzenplatz im nationalen Ranking ist das der internationale Ritterschlag.

CUMULUS-Mitglied kann nur werden, wer kontinuierlich bemerkenswerte Referenzen aufweist, international gut vernetzt ist und von mindestens zwei Designhochschulen des Netzwerks vorgeschlagen wird. Mediendesign Ravensburg wurde bei der Bewerbung unter anderem von der KEA Kopenhagen und der University of ULAP Rovaniemi unterstützt, zwei langjährigen Partnern, mit denen die Ravensburger Mediendesigner rege Austauschprogramme pflegt.

Die vielfältigen internationalen Kontakte und Austauschprogramme für den Studiengang Mediendesign wurden über die vergangenen 20 Jahre maßgeblich von Prof. Dr. Markus Rathgeb aufgebaut und weiterentwickelt. In Zusammenarbeit mit dem International Office der DHBW können die Studierenden des Studiengangs von unterschiedlichen Austauschprogrammen und Kooperationen mit rund 15 Partnerhochschulen profitieren, um so ihren Erfahrungshorizont zu erweitern.

Die Vollversammlung der CUMULUS Gesellschaft hätte eigentlich in Rom stattfinden sollen – unter Anwesenheit von Vertretern der 360 bestehenden und neuen Mitglieder. Aufgrund der COVID19-Beschränkungen wurde die Konferenz vom Hauptquartier in Helsinki aus orga-



Das Alte Theater im Herzen der Altstadt ist das Heim der Mediendesigner der DHBW Ravensburg.

niert und fand als ZOOM-Webinar statt mit einer „new members fair“ auf der MIRO Plattform. Dabei stellte jedes neue Mitglied seine Institution auf einem virtuellen Stand vor und hielt vor der Versammlung eine Antrittsrede. Diese Aufgabe übernahm Markus Rathgeb für den Studiengang Mediendesign an der DHBW Ravensburg. Er nahm die Gelegenheit wahr, um mit weiteren interessanten Designhochschulen neue Bekanntschaft zu schließen.

Nachhaltiges Studienprogramm

„Insbesondere das duale Studienprogramm der DHBW weckte bei vielen Mitgliedern großes Interesse. Was wir als selbstverständlich in unserem Hochschulalltag erleben, wird von der internationalen Gemeinschaft bewundert. Mit der konsequenten Verknüpfung von Theorie und Praxis verwirklicht die DHBW ein nachhaltiges und einzigartiges Studienprogramm“, so Markus Rathgeb.

„Insbesondere das duale Studienprogramm der DHBW weckte bei vielen Mitgliedern großes Interesse. Was wir als selbstverständlich in unserem Hochschulalltag erleben, wird von der internationalen Gemeinschaft bewundert.“

Markus Rathgeb

Termine IWT

Informatik-Vorkurs | 3-tägig
2. November, 8.30 Uhr
Campus Friedrichshafen

ROS (Robot Operating System) Training Fallenbrunnen
3. November, 8 Uhr
Campus Friedrichshafen

Fit for the Future – Anpassungsweiterbildung für Maschinenbauer*innen
Start 13. November, 9 Uhr
Campus Friedrichshafen

Maybach Seminar: Die Rolle von Microgrids in der Energieversorgung
10. November, 18 Uhr
Campus Friedrichshafen

Wirtschaftslounge Ravensburg: Von der Turbine bis zu Power-by-the-hour
26. November, 18 Uhr
Campus Ravensburg

Word Kurs, 20. Februar 2021
8.30 Uhr
Campus Friedrichshafen

EXCEL Kurs ADVANCED
27. Februar 2021, 8.30 Uhr
Campus Friedrichshafen

EXCEL Kurs EXPERT
27. Februar 2021, 13 Uhr
Campus Friedrichshafen

„100 Orte für Industrie 4.0 in Baden-Württemberg“

Neues vom IWT – Institut für Weiterbildung, Wissens- und Technologietransfer

Das IWT wurde mit seinem Forschungsprojekt als einer der „100 Orte für Industrie 4.0 in Baden-Württemberg“ ausgezeichnet.

Die Allianz Industrie 4.0 Baden-Württemberg hat das IWT als einen von „100 Orten für Industrie 4.0 in Baden-Württemberg“ ausgezeichnet.

Das prämierte Forschungsprojekt wurde von Kris Dalm, Bereichsleiter am IWT, geleitet. Im Rahmen seiner Doktorarbeit stellte sich Dalm die Frage, wo kollaborative Robotik, also die gleichzeitige Arbeit von Roboter und Mensch am selben Ort und Produkt, sinnvoll eingesetzt werden könnte. Sein Forschungsprojekt „Roboter in Kollaboration mit Menschen mit Behinderung in der industriellen Montage“ überzeugte die Jury. Dabei ging es weniger um die technischen Fragen als um Themen wie Akzeptanz und Nutzerfreundlichkeit. Nicht nur in der Industrie, sondern auch im Bereich der Inklusion und Teilhabe kann die Digitalisierung ganz neue Chancen eröffnen.

„Für Menschen mit Behinderung kann die Zusammenarbeit mit Robotern am Arbeitsplatz eine große

Unterstützung sein. Die ausgezeichnete Industrie 4.0-Lösung der IWT – Wirtschaft und Technik GmbH bringt Menschen mit Behinderung in der industriellen Montage in Kollaboration mit Robotern“, meinte Staatssekretärin Schütz bei der Preisverleihung.



Mit Turtlebots (kleinen mobilen Robotern) werden Szenarien wie autonomes Einparken, Signalerkennung und Tunneldurchfahrten erprobt.

Fit for the Future – Anpassungsweiterbildung für Maschinenbauer*innen in Friedrichshafen

Das IWT – Institut für Weiterbildung, Wissens- und Technologietransfer, Partner der DHBW Ravensburg, bietet eine Anpassungsweiterbildung für Maschinenbauer*innen an. Start der 21-tägigen Weiterbildung ist der 13. November 2020. In elf Lernfeldern mit 168 Unterrichtseinheiten befähigt die Anpassungsweiterbildung Mitarbeiter*innen im Maschinenbau, Schnittstellenaufgaben der Zukunft zu verantworten, etwa als Projektleiter, Produkt- oder Innovationsmanager.

Einige der Inhalte: Grundkenntnisse neuer Technologien wie etwa im Bereich Robotik, Künstliche Intelligenz, Sensorik, virtuelle oder augmentierte Realität (VR/AR), aber auch neuere Managementansätze.

Das IWT bietet ein ROS-Training an. ROS steht für Robot Operating System.

In einem viertägigen Kurs werden neben den relevanten Programmiergrundlagen auch spezifische ROS-Kenntnisse vermittelt. Der Kurs richtet sich an Einsteiger, Entwickler

und Nutzer von ROS, an Studierende ebenso wie an Mitarbeiter*innen von Unternehmen, aber auch an Privatpersonen, die sich für die grundlegenden Konzepte von ROS und der Roboterprogrammierung interessieren.

Im Vordergrund des Kurses steht dabei immer das praktische Ausprobieren und Umsetzen. Der nächste Kurs findet vom 3. bis 6. November 2020 statt.

Das ROS-Training Fallenbrunnen vermittelt eine Einführung in die Grundlagen von Linux, Shell Basics, Git und Python, eine Einführung in die Architektur und Programmierung von ROS, Robotersteuerung mit dem ROS-Package „MoveIt!“ sowie ROS-basierte Wegplanung und Navigation. Das Training findet im Workshopformat mit interaktiven Übungen statt und bietet viel Platz für praktische Anwendungen an stationären und mobilen Robotern (Universal Robot, Turtlebots).

Weitere Informationen: **Katrin Willamowski, willamowski@iwt-bodensee.de oder auf der Webseite www.iwt-bodensee.de**

Ein Mann mit dualem Herzblut

Prof. Dr. Volker Simon verabschiedet sich nach 26 Jahren BA und DHBW in den Ruhestand

Mit der Verleihung der Hochschulmedaille der Dualen Hochschule Baden-Württemberg ist der Prorektor und Dekan Wirtschaft der DHBW Ravensburg, Prof. Dr. Volker Simon, in den Ruhestand verabschiedet worden. 1986 hatte er an der damaligen Berufsakademie seinen ersten Lehrauftrag erhalten. Die Begeisterung für das duale Studienmodell und die Studierenden waren seine Motivation – auch für die viele Aufbauarbeit, an der er für die noch junge Organisation maßgeblich beteiligt war. 2008 wurde er deren stellvertretender Direktor, drei Monate später wurde mit der Hochschulwerdung aus der BA die DHBW.



Prof. Dr. Doris Nitsche-Ruhland übergibt die Hochschulmedaille der DHBW Ravensburg an Prof. Dr. Volker Simon. Der Prorektor und Dekan Wirtschaft verabschiedet sich in den Ruhestand.

Mit der Stadt Ravensburg war es Liebe auf den ersten Blick, die damalige Berufsakademie testete er dagegen gründlich, ehe er sich nach acht Jahren und vielen Lehraufträgen schließlich auf die **BWL-Professur** bewarb. „Das Konzept hat mich einfach überzeugt“, sagt Volker Simon: „Und das tut es bis heute. Was die DHBW ausmacht ist, dass sie Persönlichkeiten entwickelt.“ Auch bei seinem Abschied macht er sich noch Gedanken darüber, was eine gute Hochschulbildung ausmacht. Drei Komponenten gehören für ihn dazu: Die jungen Menschen brauchen analytische, systemische und kommunikative Kompetenzen. „Dann haben sie ihr Führungsset zusammen; wichtig ist, dass sie kritisch reflektieren.“

Als Volker Simon an die Hochschule kam, waren es gerade mal 810 Studierende an der Fakultät für Wirtschaft, heute sind es dreimal so viel; aus einer BA wurde eine DHBW. Dazwischen lag eine andauernde **Aufbauarbeit**. „Das Wachstum war enorm, die Ressourcen kamen nie hinterher“, so Simon. Eine Herausforderung, die er dennoch gerne annahm. Er baute das **Qualitäts- und Prozessmanagement auf, das Education Support Center, die IT-Abteilung und die Bibliothek**. Harte Arbeit? „Ein

Träumchen“, sagt Simon. „Wo sonst kann man selbst seine Teams aufbauen und zusammenstellen.“

Daneben verlangte die **Hochschulentwicklung** fast zahllose **Arbeitsgruppen, Gremien- und Kommissionsarbeit**. Sich nicht akribisch vorzubereiten und einzuarbeiten kam für Volker Simon nie in Frage. „Sie wussten immer alles“, würdigte Prof. Dr. Doris Nitsche-Ruhland vom Präsidium der DHBW. Eine „laufende Datenbank – funktioniert immer und stürzt nicht ab“, meint Prof. Dr. Petra Radke als langjährige Weggefährtin. Ein Kraftakt und daher besonders

in Erinnerung war die **Systemakkreditierung**, bei der die DHBW Ravensburg stellvertretend auch für die anderen Standorte auf dem Prüfstand stand. „Die Teams haben funktioniert, das Engagement der Dualen Partner war traumhaft. Als Feedback haben wir bekommen, dass hier das System zutiefst gelebt wird“, erinnert sich Simon. Das war er, der **Geist des Hauses** – ein geflügeltes Wort an der DHBW Ravensburg. Das **Verhältnis Standorte und Zentrale** in Stuttgart hat auch Volker Simon die vergangenen Jahre beschäftigt und begleitet – und war nicht selten ein Tauziehen. „Bei all den Unterschieden der Standorte

haben wir doch eine grundsätzliche Perspektive“, ist sein Fazit dazu.

Keine Frage, Volker Simon weiß, wie DHBW funktioniert. Verabschiedet wurde er hybrid, in einem kleinen Kreise, aber mit den Mitarbeiter*innen online zugeschaltet. Zum Abschied hatte er kurz noch die **Herausforderung Online-Lehre** mit Bravour gemeistert. **Was den Menschen Volker Simon ausmacht**, machten die Redner bei der Feier deutlich. „Immer wenn ich Rat gesucht habe, habe ich wertvollen Rat bekommen“, so Rektor Prof. Dr. Herbert Dreher. Doris Nitsche-Ruhland lobte seine „ruhige und ausgeglichene Art auch bei heftigen Diskussionen“. Sie brachte aus dem Präsidium die Hochschulmedaille mit – für einen Volker Simon mit „dualem Herzblut“ in jeder Facette seines Arbeitens. Prof. Dr. Petra Radke und Prof. Dr. Ernst Deuer kennen Simon aus der gemeinsamen Arbeit im Rektorat, sie machten seine Person an herausragenden Eigenschaften fest: Zuverlässig, bescheiden, laufende Datenbank. „Er hat uns mit sehr vielem den Rücken freigegeben“, so Radke.

Was wünscht Volker Simon der DHBW Ravensburg für die Zukunft? Wachstum „eher nicht mehr“, schon eher ein Nachziehen von räumlicher und personeller Ausstattung. Als Dekan Wirtschaft eine Entwicklung des Studienangebots hin zu einer Öffnung des Angebots auch über die Fakultäten hinweg. „Und ein klein wenig Entspannung bei all der Dynamik, die die DHBW immer haben wird.“



Gesagt ist gesagt

„Was die DHBW bis heute ausmacht ist die Entwicklung von Persönlichkeiten. Die jungen Menschen brauchen analytische, systemische und kommunikative Kompetenzen. Dann haben sie ihr Führungsset zusammen; wichtig ist, dass sie kritisch reflektieren.“

Prof. Dr. Volker Simon

„Immer wenn ich Rat gesucht habe, habe ich von Ihnen wertvollen Rat bekommen.“

Prof. Dr. Herbert Dreher

„Sie wissen alles, ich war begeistert von Ihrem Wissen. Dazu schätze ich Ihre integrierende Art. Ich erinnere mich etwa an heftige Diskussionen in der Qualitätssicherungskommission. Ihre ruhige und ausgeglichene Art war da immer sehr wertvoll.“

„Sie haben duales Herzblut. Man spürt in jeder Facette Ihre Begeisterung für das Modell.“

Prof. Dr. Doris Nitsche-Ruhland

„Herr Simon ist eine laufende Datenbank, die immer funktioniert und nie abstürzt.“

„Sie haben uns mit Ihrer Arbeit in den vielen Gremien und Arbeitsgruppen hier vor Ort den Rücken freigegeben.“

Prof. Dr. Petra Radke

„Sie haben Excel oder Power Point zwar nicht erfunden, aber ganz sicher revolutioniert.“

Prof. Dr. Ernst Deuer

Prof. Dr. Simon Ottler zum Prorektor und Dekan Wirtschaft gewählt

Der Örtliche Hochschulrat der DHBW Ravensburg wählt Nachfolger für Prof. Dr. Volker Simon

Prof. Dr. Simon Ottler ist vom Örtlichen Hochschulrat zum neuen Prorektor und Dekan Wirtschaft der DHBW Ravensburg gewählt worden. Er übernimmt das Amt von Prof. Dr. Volker Simon, der zum 30. September in den Ruhestand ging.



Der Örtliche Hochschulrat der DHBW Ravensburg hat Prof. Dr. Simon Ottler (Mitte) zum Dekan Wirtschaft und Prorektor gewählt. Er folgt auf Prof. Dr. Volker Simon (2.v.l.), der in den Ruhestand ging. Weiter auf dem Foto sind Prof. Dr.-Ing. Herbert Dreher (links, Rektor der DHBW Ravensburg), sowie Dr. Wolf Dieter Heinbach, Kanzler der DHBW (von rechts), und Eva-Maria Rühle, Vorsitzende des Örtlichen Hochschulrats.

Prof. Dr. Simon Ottler ist an der DHBW Ravensburg alles andere als ein Unbekannter, er lehrt bereits seit 19 Jahren an der Hochschule und bekleidete dort verschiedene Funktionen und Ämter. Prof. Ottler kam 2001 als Lehrprofessor an die damalige BA Ravensburg und übernahm 2002 die Studiengangsleitung im Bereich **BWL-Medien- und Kommunikationswirtschaft**. Viele Jahre begleitete Simon Ottler die Entwicklung der DHBW sowie die Hochschulwerdung auch als Mitglied der landesweiten Evaluierungskommission im Studienbereich Wirtschaft. 2019 wurde er in den Örtlichen Senat der Hochschule gewählt.

Neben der weiteren Entwicklung des Studienangebots liegt Simon Ottler das Thema **Forschung**, und dabei vor allem die anwendungsorientierte Forschung im Zusammen-

spiel von dualer Hochschule und Unternehmen, besonders am Herzen. 2015 gründete er mit dem Zentrum für empirische Kommunikationsforschung (ZEK) das erste Kompetenzzentrum an der DHBW Ravensburg, das er bis heute leitet. Wichtige Bausteine sind die kooperative Forschung, ein umfangreiches Schulungsangebot zum empiri-

rischen Arbeiten sowie Tagungen mit namhaften Referenten rund um die Themen Medien und Marken. „Mir ist wichtig, die Forschung an der DHBW sichtbar zu machen und die Expertinnen und Experten aus verschiedenen Bereichen zusammenzubringen“, so Ottler. Die Rahmenbedingungen für die Forschung zu verbessern, ist ihm zu-

dem ein Anliegen.

Durch seine transferorientierten Lehr- und Forschungsprojekte ist Simon Ottler gut in Wirtschaft, Politik und Verbänden in der Region vernetzt. 2019 gewann er mit zwei Kollegen den Wissenschafts- und Transferpreis der Stadt Ravensburg.

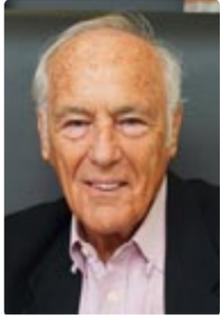
Prof. Ottler hat Wirtschaftswissenschaften studiert und war als Doktorand an der Universität Hohenheim. Berufspraxis sammelte er unter anderem als Controller bei einem Fernsehsender.

„Mir ist wichtig, die Forschung an der DHBW sichtbar zu machen und die Expertinnen und Experten aus verschiedenen Bereichen zusammenzubringen.“

Prof. Dr. Simon Ottler

Erich Müller

Erich Müller war vor 40 Jahren ein Mann der ersten Stunde an der damaligen BA Ravensburg. 20 Jahre lang lehrte er die Studierenden als Dozent das Rechnungswesen. Im September ist er nach schwerer Krankheit gestorben. Ein Herzensanliegen war ihm immer die Bildung junger Menschen.



„An die Anfänge der BA Ravensburg kann ich mich noch gut erinnern. Hans Walter Voß, der spätere Direktor, und Friedrich Vorster waren von Stuttgart abgeordnet, um hier eine Berufsakademie aufzubauen. Filiale hieß das damals. Und ich war von Anfang an auch mit dabei“, hatte sich Erich Müller an die Anfänge an der damaligen BA selbst erinnert.

Erich Müller war nicht nur von Beginn an Dozent. Er unterstützte die Hochschule auch von Anfang an in vielen Bereichen durch seine gute Vernetzung in der Region. Die brachte er vor allem mit als stellvertretender Rektor der Humpis-Schule, aber auch durch seine verschiedenen Funktionen im Rotary Club Ravensburg-Weingarten.

„Für die BA damals Werbung zu machen bei den Schülern fiel mir nicht

schwer, denn das Modell hat mich sofort fasziniert. Ich war immer dafür, dass die Schüler nach dem Abi eine Ausbildung oder etwas Praktisches machen. Das duale Studium fand ich da ideal“, meinte er zum dualen Studium.

Seine Tochter, Karin Reinhard, ist heute Studiengangsleiterin in International Business.

Heinrich Grieshaber



Er war ein Unternehmer mit Leib und Seele und hatte dabei auch immer seine gesellschaftliche und soziale Verantwortung im Blick. Heinrich Grieshaber ist im Alter von 71 Jahren gestorben. Auch mit der DHBW Ravensburg war er in vielfältiger Weise verbunden, denn die Ausbildung und die Förderung von jungen Talenten waren für ihn immer ein Anliegen ersten Ranges. Seit 2008 war er Mitglied im Örtlichen Hochschulrat.

Keine Frage unterstützte er auch das Global Formula Racing-Team der DHBW Ravensburg. Als eine von zahlreichen Auszeichnungen hatte Grieshaber das Bundesverdienstkreuz am Bande erhalten.

„Beruf heißt Berufung“, hatte Heinrich Grieshaber vor einigen Jahren bei einem Abendessen mit Studierenden gesagt. Weniger als 100% sind für ihn nie in Frage gekommen. „Mir war immer klar, dass ich Chef werden will.

Und auch wenn ich ein paar holprige Wege gehen musste, habe ich nie Zweifel daran gehabt“, erzählte Heinrich Grieshaber den Studierenden. Mit 23 Jahren hatte er mit Maschinenbau und BWL zwei Hochschulabschlüsse in der Tasche. Und fackelte nicht lange, um in Weingarten ein Transportunternehmen zu gründen. Er fuhr Lkw, reparierte die Fahrzeuge, baute die Firma von der Pike auf. Heute arbeiten für Grieshaber Logistik rund 700 Menschen.

Gefremdelt hat der gebürtige Badener in Schwaben ganz und gar nicht. „Der Oberschwabe ist ein toller Kerle“, befand er. Und Oberschwaben hat dem Unternehmer viel zu verdanken. Immer wieder hat er sich für die Region stark gemacht, war lange Jahre Präsident der IHK Bodensee-Oberschwaben. Sein Engagement schien fast grenzenlos, viele weitere Ehren- und Funktionsämter sind das beste Zeugnis dafür. Auch der DHBW Ravensburg war er viele Jahre eng verbunden, sei es als Partnerunternehmen oder als Mitglied im Örtlichen Hochschulrat.

Zu diesem außergewöhnlichen Unternehmer passt auch die Regelung seiner Nachfolge. 2014 übereignete er das Unternehmen einer gemeinsam mit seiner Frau Gabriele gegründeten Stiftung. Sie soll Kinder und Jugendliche fördern sowie in Not geratene Mitarbeiter unterstützen.

Im 3D-Druck

Am Campus entstehen Schutzvisiere

Stark im Einsatz war im April der 3D-Drucker am Technikcampus Friedrichshafen der DHBW Ravensburg. Unter Aufsicht der Laboringenieure Wolfgang Müller und Khamis Jakob entstanden dort Halterungen für Schutzvisiere, wie sie gerade etwa im medizinischen Bereich oder in der Pflege zum Schutz gegen das Corona-Virus stark gefragt sind. Die Initiative für den Druck gab Prof. Dr. Markus Grieb, er hatte von einer ähnlichen Aktion an der Elektronikschule Tettngang gehört.

Die fertigen Exemplare wurden an das Landratsamt Bodenseekreis übergeben – an Peter Schörkhuber, stellvertretender Kreisbrandmeister, und an Christoph Keckeisen, Erster Landesbeamter. Die Masken wurden in der Fieberambulanz an der Messe Friedrichshafen eingesetzt und je nach Bedarf auch an ambu-

lante Pflegedienste und Praxen verteilt.

Nicht nur der 3D-Drucker am Campus Friedrichshafen der DHBW Ravensburg war in der Region im Dauereinsatz. Und das geht zurück auf eine Initiative der Elektronikschule Tettngang. Gemeinsam mit dem Klinikum Friedrichshafen hat die Elektronikschule eine Vorlage für eine Halterung entwickelt, in die Laminierfolie eingepasst werden kann – fertig war das Schutzvisier. Prof. Dr. Markus Grieb war auf diese Aktion aufmerksam geworden – und seitdem surrte auch der 3D-Drucker am Campus der DHBW für diesen Zweck. Die Studierenden waren schließlich gerade nicht am Campus, viele Projekte müssen derzeit ruhen. Nichtsdestotrotz war das Semester mit Online-Vorlesungen im vollen Gange.



Prof. Dr. Markus Grieb (von links), Khamis Jakob und Wolfgang Müller vom Technikcampus der DHBW Ravensburg mit den Masken, die dort im 3D-Druck entstanden sind.

Anzeige



Der Traumjob, von dem du als Kind nie geträumt hast.

Arbeiten bei der Bayerischen Landesbank.

Früher hätten wir dich sicher mit einem Rodeo begeistert. Heute sieht dein Traumjob anders aus. Du willst in der internationalen Finanzwelt durchstarten. Am liebsten bei uns. Dann leg los:

Duales Studium zum Bachelor of Arts, Fachrichtung Bank

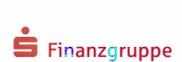
Duales Studium zum Bachelor of Science, Fachrichtung Wirtschaftsinformatik

Du hast Abitur und bringst Leistungsbereitschaft, Teamgeist und Engagement mit? Du bist neugierig auf die Welt des Bankings und an den großen Zusammenhängen ebenso interessiert wie an den kleinen Details? Dann freue dich auf eine erstklassige Ausbildung bei der BayernLB. Bei uns bekommst du faszinierende Einblicke in die Welt der Wirtschaft. Von Anfang an bist du Teil des Teams – begleitet und betreut von erfahrenen Spezialisten. In Theorie und Praxis wirst du so ein gefragter Experte – im Bankgeschäft oder rund um innovative Informationstechnologien.

Der Startschuss ist gefallen. Bewirb dich gleich online. Mehr Informationen unter bayernlb.de/traumjobs

BayernLB · Corporate Center Bereich Personal · Nachwuchsentwicklung
80277 München · Telefon +49 89 2171-27193






Neuer Studiengang: Embedded Systems

Neuer Studiengang kombiniert Inhalte aus Elektrotechnik, Informationstechnik und Systems Engineering

Die DHBW Ravensburg bietet an ihrem Technikcampus in Friedrichshafen ab 2021 mit Embedded Systems einen neuen Studiengang an. Die DHBW Ravensburg greift damit die Entwicklung auf, dass immer mehr Computersysteme in technische Umgebungen eingebettet werden. Der Studiengang kombiniert daher Inhalte aus Elektrotechnik, Informationstechnik und Systems Engineering. Die DHBW bietet den Studiengang in den zwei Studienrichtungen Aerospace Engineering und Automotive Engineering an. In der Luftfahrt spielt die Einbettung von sicherheitskritischen Systemen schon immer eine entscheidende Rolle, im Fahrzeugbereich gewinnt das Thema durch das autonome Fahren eine immer größere Relevanz.

„Ich bin überzeugt, dass die DHBW Ravensburg mit diesem interdisziplinären Studiengang eine zeitgemäße und praxisnahe Ausbildung künftiger Fach- und Führungskräfte für High-Tech-Unternehmen anbieten kann“, sagt Prof. Dr.-Ing. Heinz-Leo Dudek, Dekan der Fakultät Technik: „In meiner beruflichen Laufbahn habe ich an vielen Entwicklungsprojekten für eingebettete Systeme sowohl in der Luftfahrt, als auch in der Fahrzeugindustrie mitgewirkt und kenne die Anforderungen an qualifizierte Mitarbeiter*innen in diesem Umfeld sehr gut.“ An der Ausgestaltung dieses neuen Studienangebots sind auch namhafte duale Partnerunternehmen der DHBW Ravensburg beteiligt.

Von Smart Devices bis zum Verkehrsflugzeug

Embedded Systems, also eingebettete Systeme, sind aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken – von Smart Devices bis zu Verkehrsflugzeugen. Man versteht darunter Computersysteme, die in ein umgebendes techni-



Prof. Dr. Thomas Kibler ist bereits Studiengangsleiter im Bereich Fahrzeugelektronik und Embedded IT, er wird Ansprechpartner für Embedded Systems – Automotive Engineering.

sches System eingebettet sind und mit diesem unter Echtzeitbedingungen in Wechselwirkung stehen. Oft geht es dabei um Überwachungs-, Steuerungs-, oder Regelfunktionen in komplexen Umgebungen.

Der neue Studiengang an der DHBW Ravensburg vermittelt die notwendigen Qualifikationen für die spätere Tätigkeit der Absolvent*innen in der Softwareentwicklung, dem Software-Projektmanagement, dem Software-Qualitätsmanagement oder dem Projekt- und Produktmanagement für eingebettete Systeme.

Zwei Studienrichtungen: Aerospace Engineering + Automotive Engineering

Die DHBW Ravensburg bietet dabei die zwei Studienrichtungen Aerospace Engineering und Automotive Engineering an. Und setzt damit den Schwerpunkt auf zwei Branchen, die hohe, aber auch sehr spezifische Ansprüche an Systeme und Software in Verbindung mit Sicherheit und Funktionalität haben. In der Luft- und Raumfahrt sind es die eingebetteten Systeme, die sicherheitskritische Funktionen der Flugregelung, Flugführung und der Mensch-Ma-

schine-Kommunikation übernehmen. In der Automobilbranche stellen das autonome Fahren aber auch teilautomatisierte Vorstufen hohe Ansprüche.

Ansprechpartner Embedded Systems – Aerospace Engineering:
Prof. Dr.-Ing. Karl Trotter, trotter@dhbw-ravensburg.de

Ansprechpartner Embedded Systems – Automotive Engineering:
Prof. Dr.-Ing. Thomas Kibler, kibler@dhbw-ravensburg.de

Zitat

„Der Trend hin zu hochautomatisierten Systemen und der beständige Zuwachs an Funktionalität in Embedded Systemen, bis hin zu sicherheitskritischen Funktionen (z.B. Autonomes Fliegen, Urban Mobility, Autonomes Fahren, Elektromobilität, Hybrid-Elektrisches Fliegen usw.) ist ungebrochen und wachsend. In mehr als 30 Jahren Berufserfahrung habe ich erfahren, wie faszinierend und motivierend das Arbeiten an der Realisierung sicherheitskritischer Systeme in der Luftfahrt ist. Ich bin überzeugt, dass der gemeinsam mit unseren Partnern aus dem BDLI (Bundesverband der Deutschen Luft- und Raumfahrtindustrie) und der DHBW definierte Studiengang Embedded Systems das notwendige Wissen für einen erfolgreichen Berufsstart in Firmen der Luft- und Raumfahrt, sowie Automotive Branche darstellt.“



Benno Petersen, Leiter Innovation und R&T sowie Koordinator der ESSEI-BDLI Initiative, Diehl Aerospace GmbH

Duales Studium: Erfolgsmodell im Maschinenbau

Aktuelle Studie des Verbands des deutschen Maschinen- und Anlagenbaus (VDMA)

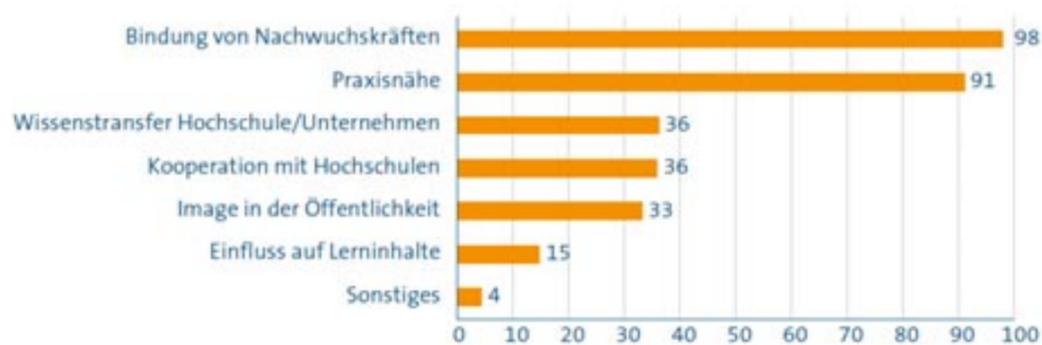
Mehr als 500 Unternehmen sind sich einig: Die Bedeutung des dualen Studiums für ihre Arbeit nimmt zu. Dies zeigt eine aktuelle Studie des Verbands des deutschen Maschinen- und Anlagenbaus (VDMA), die branchenspezifische Zahlen zum dualen Studium im Maschinen- und Anlagenbau abbildet. 65% der Befragten bieten bereits ein duales Studium an. Rund 80% derer, die noch kein duales Studium anbieten, bekräftigten derweil, dass sie darüber nachdenken, dieses künftig einzuführen.

Instrument zur Bindung von Nachwuchskräften

Nahezu jedes der befragten Unternehmen sieht das duale Studium als ein gutes Instrument zur Bindung von Nachwuchskräften. Die Fachrichtung Maschinenbau dominiert dabei: 80% der Befragten bieten diese an. Studierende der Fachrichtungen Ingenieurwissenschaften und Informatik werden dabei insbesondere im Bereich der Konstruktion (80%) sowie Forschung und Entwicklung (68%) eingesetzt.

Die Ergebnisse zeigen zudem, dass dual Studierende mit überwiegender Mehrheit nach ihrem Studium im

Abbildung 1
Gründe für das Angebot eines dualen Studiums
Nennungen in Prozent der Unternehmen, die ein duales Studium anbieten*



Quelle: VDMA, Umfrage zum dualen Studium 2020

Auszug aus der Studie „Umfrage zum dualen Studium 2020“, VDMA.

Partnerunternehmen bleiben. Dies trifft sowohl auf die unmittelbare Übernahme nach Studienabschluss zu, als auch auf eine mittelfristige

Zeitspanne von drei bis fünf Jahren: 77% der Unternehmen halten alle Studierenden direkt nach Studienabschluss; Nach drei bis fünf Jahren

sind es rund 60%.

Vernetzung zwischen Unternehmen und Hochschulen von zentraler Bedeutung

Insgesamt sind die Unternehmen zufrieden mit der inhaltlichen und organisatorischen Abstimmung mit den Hochschulen. Bestehende Formate zum Austausch im dualen Studium sollen weiterhin intensiv genutzt und durch weitere Maßnahmen wie etwa themenspezifische Workshops, Erfahrungsaustausch-Veranstaltungen oder informelle Treffen ergänzt werden.

77 % der Unternehmen halten alle Studierenden direkt nach Studienabschluss

In der aktuellen politischen Debatte um den künftigen regulativen Rahmen praxisintegrierender Studiengänge ist es daher sicher besonders wichtig, die Erfahrung und Argumente der Unternehmen und Hochschulen als relevante Akteure frühzeitig in die Diskussion mit einzubeziehen.

Bestes Animationstalent

Bestes Animationstalent! Mit dieser Auszeichnung kann sich der Mediendesigner Jonas Hurrle jetzt schmücken. Vergeben wurde sie vom Internationalen Trickfilmfestival Stuttgart, das international renommierte Festival für Animation und Trickfilm kürt jedes Jahr die besten Arbeiten. Entstanden ist Jonas Hurrles Film „Fragmente“ als Bachelorarbeit an der DHBW Ravensburg.

Jonas Hurrle gewährt in seinem Film einen ganz persönlichen Blick auf den Tod seines Großvaters. Wir sind sicher viel mehr als die Summe unserer Besitztümer. Doch sie sind es, die bleiben, wenn ein Mensch stirbt. „Fragmente“ beleuchtet das Leben von Herbert Hurrle durch die Dinge, die er in seinem Leben angesammelt, entdeckt und verwendet hat. Die Erinnerungen werden so lebendig. Zwischen all den Erinnerungen entstehen neue, ganz eigene Geschichten. Bücherrücken, die zu schwimmen scheinen, der Treppenlift ins Ungewisse und nicht zuletzt die Ausweise, die die Soldatenvergangenheit beleuchten, sind nur einige Elemente dieses Films.

„Jonas Hurrle hat mit Fragmente einen eindrucksvollen und liebevollen Film geschaffen, der mit scheinbar einfachen Mitteln ein langes Leben und dessen Ende illustriert.“

Urteil der Jury

„Die Entscheidung für einen Siegerfilm fiel uns auch dieses Jahr nicht leicht, die Qualität und Vielfalt der Einsendungen hat uns begeistert. Dennoch sticht ein Film heraus“, meinte die Jury. Betreut wurde diese Bachelorarbeit an der DHBW Ravensburg von Prof. Dr. Klaus Birk, Betty Schimmelfennig, Martin Hesselmeier und Thomas Sali.

Der FANTastische Preis Bestes Animationstalent 2020 ist mit 1.000 Euro dotiert. Gegründet 1982 hat sich das Trickfilmfestival zu einer weltweit herausragenden Veranstaltung für Animationsfilm entwickelt. Normalerweise wird die Region Stuttgart bei dem Festival an sechs Tagen und Nächten zum weltweiten Zentrum des Trickfilms. Unter dem Motto „Stay animated“ fand das Festival dieses Jahr komplett online statt. Jonas Hurrle arbeitet nach seinem Bachelor an der DHBW Ravensburg selbstständig im Bereich Grafik/Motion Design in Stuttgart.



„Helping Hands“ holt Gold

Christian Sobeck überzeugt beim European Design Award mit einem Leitfaden für die Gebärdensprache

Die Kommunikation zwischen medizinischem Personal und gehörlosen Menschen ist eine besondere Herausforderung. Christian Sobeck hat in seiner Bachelorarbeit Mediendesign an der DHBW Ravensburg daher einen Leitfaden für die Gebärdensprache mit dem Schwerpunkt Medizin entwickelt. Sein Projekt „Helping Hands“ wurde nun gleich zweifach beim European Design Award 2020 ausgezeichnet – Gold gab es in der Kategorie der selbstinitiierten Projekte und zusätzlich noch den großen Preis der Jury als besonders überzeugendes Beispiel für gesellschaftlich relevantes Design.

Kann Kommunikationsdesign die Situation von gehörlosen Menschen verbessern? Diese Frage war der Ausgangspunkt für die Bachelorarbeit von Christian Sobeck. Er konzentrierte sich dabei schnell auf die Möglichkeiten der Kommunikation zwischen Gehörlosen und medizinischem Personal. Interviews mit den Zielgruppen und weitere Recherchen schufen die Grundlagen und so entstand ein Toolkit, bestehend aus Handbuch, Kommunikationskarten, Tafel und App mit ergänzenden Videos. Das Handbuch visualisiert die nöti-



gen fachspezifischen Gebärden auf eine anschauliche Art, gibt aber auch Interessierten Einblicke in das Fingeralphabet. Gebärdensprachdozentin Kerstin begleitet dabei die Leser und zeigt die Gebärden, sie ist selbst gehörlos und leitet die mobile Gebärdensprachschule „AllerHand!“ in Augsburg. Unterstützt wird dies durch Kommunikationskarten, die wie eine Art Chat funktionieren, und eine App, die die wichtigsten Gebärden per Video abbildet. Rund 300.000 Menschen in Deutschland sind taub oder hörgeschädigt – ihnen kann „Helping Hands“ bei ihrer nonverbalen Kommunikation in Medizin und Pflege helfen.

Die European Design Awards (EDA) werden jedes Jahr von einem Verbund europäischer Fachmagazine organisiert und prämiert. Insgesamt reichten mehrere hundert Agenturen aus 35 Ländern ihre Arbeiten für den European Design Award ein. „Wir finden: Dieses Projekt transportiert so gut wie kein anderes die Bedeutung von Design in der breiten Öffentlichkeit“, sagte Jurysprecher

Johnathon Strebly, Vorsitzender des International Council of Design. „Ich bin überwältigt, dass ich für mein Herzensprojekt mit diesem hohen europäischen Designpreis ausgezeichnet wurde. Das ist eine riesige Ehre“, sagt Christian Sobeck.

Betreut wurde die Arbeit federführende von Prof. Andrea Hennig von der DHBW Ravensburg. „In der Entwicklung seiner Bachelorarbeit ging Christian Sobeck schwerwiegenden Kommunikationsproblemen von Gehörlosen mit Rettungssanitätern, Ärzten und Pflegediensten detailliert auf den Grund. Service Design als methodischer Ansatz war ein wichtiger Baustein, aber Christian Sobeck lernte lieber in wenigen Wochen selbst die Gebärdensprache, um die Perspektive der Patienten im medizinischen Kontext besser verstehen zu lernen. Um dann – im Umkehrschluss – einen leicht zugänglichen ‚Sprachführer‘ für medizinisches Personal wie auch für konkrete Notfallsituationen zu entwickeln. In der Mediendesign-Druckwerkstatt entstand in der Umsetzungsphase der

Gedanke des Neon-Siebdrucks als Visualisierung der besonderen Wertigkeit der Sign Language. Dialogisches Design als Lösung, basierend auf Empathie – das macht diese Arbeit so wertvoll.“

Christian Sobeck hat nach seinem Abschluss an der DHBW Ravensburg gemeinsam mit Lukas Gruber das Designstudio Lucra in Berkheim bei Memmingen gegründet. Die Firma berät, gestaltet und konzipiert in den Bereichen Corporate Design, Kommunikationsdesign, Motion Design und Editorial Design. Er arbeitet zudem in einem Verlag für Schulbücher im Fach Deutsch. Dort ist er für die Entwicklung von Gestaltungskonzepten und die Illustration von Lektürehilfen zu Romanen zuständig.

Das Handbuch „Helping Hands – Ein Gebärdensprachführer für helfende Hände zur Interaktion mit gehörlosen Menschen“ kann über den Schulbuchverlag Krapp & Gutknecht erworben werden oder direkt über die Webseite gebardensprache-helpinghands.de. ISBN 978-3-96323-999-1

Eine App lädt ein zum „Restekochen“

Studierende überzeugen die Jury beim D&AD London und werden mit dem Yellow Pencil ausgezeichnet

Internationale Lorbeeren haben sich vier Studierende in Mediendesign der DHBW Ravensburg geholt. Ihre App „ODDS&FRIENDS“, die junge Menschen zusammenbringt, um Essensreste bei einem lustigen Kochabend gemeinsam zu verwerten, hat die Jury beim D&AD London beeindruckt und sie beim New Blood Award mit dem Yellow Pencil – der höchsten Auszeichnung in dieser Kategorie – ausgezeichnet.

„Inspirieren Sie sinnvolle Verhaltensänderungen in Richtung eines nachhaltigen Lebensstils“ lautete die Aufgabe für den diesjährigen Wettbewerb. Franziska Engel, Viviana Reckert, Johannes Englmann und Robert Heiser haben sich dazu ans Werk gemacht. Entstanden ist die App „ODDS&FRIENDS“.

Der Hintergrund: Ein Drittel aller auf der Erde produzierten Lebensmittel wird weggeworfen. Dies hat erhebliche Auswirkungen auf die globale Erwärmung. Junge Menschen verschwenden zudem im Vergleich zu allen anderen Altersgruppen mehr Lebensmittel. Die App „ODDS&FRIENDS“ ermuntert sie nun dazu, ihre Essensreste unter der Woche einzutragen, um immer donnerstags zu einem gemeinsamen „Restessen“ mit jungen Leuten aus der Umgebung „gematcht“ zu werden. Unterstützt wird dies durch eine witzige Kampagne in Social Media, über Plakate und eine wechselnde Challenge



Johannes Englmann (von links), Franziska Engel, Viviana Reckert und Robert Heiser freuen sich, dass sie mit ihrem Projekt den Yellow Pencil gewonnen haben.

bei dem Event. Ein wichtiger Beitrag für mehr Nachhaltigkeit und letztendlich auch für den Klimaschutz.

Das Gewinner-Team: Die vier Mediendesign-Studierenden der DHBW Ravensburg haben das Projekt in ihrem fünften Semester verwirklicht, gerade sitzen sie alle an ihrer Bachelorarbeit, sie schließen im September ihr Studium ab. Ihre Partnerunternehmen im dualen Studium:

Viviana Reckert ist bei mr. pixel aus Neumarkt i. d. Oberpfalz, Robert Heiser bei der Columbus Interactive GmbH aus Ravensburg, Johannes Englmann bei der Süddeutsche Zeitung in München und Franziska Engel bei DGTLs GmbH in München.

Die Betreuer: Betreut wurde die Arbeit von Prof. Dr. Markus Rathgeb, Prof. Dr. Klaus Birk, Prof. Andrea Hennig, alle DHBW Ravensburg, sowie von

André Apel (EWERK, Leipzig), Dr. Sara Chapman (Uni Reading) und Patrik Ferrarelli (ZHDK Zürich).

Der Design and Art Direction Award (D&AD) ist einer der bedeutendsten Kreativwettbewerbe weltweit, bereits mehrfach wurden dort auch Arbeiten von der DHBW Ravensburg ausgezeichnet. Die Nachwuchssparte New Blood richtet sich vor allem an den talentierten Nachwuchs.

ADC-Gold setzt auf Nachklang durch Soundinstallation

1 x Gold, 2 x Silber, 5 x Bronze, 5x Auszeichnung: Die Mediendesigner*innen glänzen mit einer tollen Bilanz beim ADC Junior Award

Gold gab es beim ADC Junior Award für (von oben) Valentin von Uslar-Gleichen, Erik Weiss und für Lars Schönfelder:



So richtig Grund zum interaktiven Jubeln gab es für die Mediendesigner der DHBW Ravensburg bei der Online-Verleihung des ADC Junior Awards. Mit ihren Semester- und Abschlussarbeiten holten sie ein Mal Gold, zwei Mal Silber und je fünf Mal Bronze und Auszeichnungen. Vollkommen zurecht ist die DHBW Ravensburg beim ADC-Ranking der kreativsten Hochschulen erst kürzlich auf Platz 2 gelandet.

Der Art Directors Club (ADC) Deutschland ist „der“ führende Kreativverband in Deutschland. In dem Verband setzen die führenden Designer*innen und Werber*innen im Land seit Jahrzehnten Maßstäbe in der kreativen Kommunikation. Ein wichtiges Anliegen dabei ist die Förderung von Talenten, unterstützt durch einen Nachwuchswettbewerb.

Gold gab es beim diesjährigen ADC Junior Award für die Semesterarbeit „Nachklang – Eine interaktive Soundinstallation“ von Erik Weiss, Lars Schönfelder und Valentin von Uslar-Gleichen.

Eine Arbeit, die die Jury „restlos überzeugt hat und die in der heutigen Zeit ein wichtiges Zeichen setzt“. Die Studierenden haben das Mahnmal für die ermordeten Juden Europas in Berlin digital augmentiert und damit, so die Jury, „die bereits bestehende Wirkmächtigkeit des Ortes noch einmal verstärkt“. Raum und Hören vermischen sich zu einem hochemotionalen Erlebnis.

Seit dem Abschluss an der DHBW Ravensburg arbeitet Erik Weiss als



freiberuflicher Designer und Art Director im Raum Karlsruhe. Lars Schönfelder arbeitet zurzeit als User Interface Developer an einem Forschungsprojekt am „Center for Contemporary and Digital History“ der Universität Luxemburg. Valentin von Uslar-Gleichen ist als Motion Designer bei seinem dualen Ausbil-

dungsbetrieb „aha! Videos“ in Weil am Rhein geblieben.

Silberner Nagel

Semesterarbeit „SOMNOR“ von Sara Neumüller, Vera Walter, Annalena Greger und Julia Sonnleitner

Abschlussarbeit „Everywhere“ von Pascal Santaella

Bronzener Nagel

Semesterarbeit „Ein Herz für Lieferrando“ von Shannon Rogers, Johannes Lörz und Jonathan Kopetzky

Semesterarbeit „Bild mit Ton“ von Ole Bornitz

Semesterarbeit „Refraction“ von Maximilian Lahr, Janine Zimmermann und Lukas Feldhoff

Abschlussarbeit „Holy Shit – The book of the new deity“ von Johanna Schnappauf

Abschlussarbeit „Lexikon der gestalteten Rollenklischees“ von Julia Pfeiffer

Auszeichnung

Semesterarbeit „Unlocky“ von Annalena Greger, Natalie Friedrich und Ronja Krohcz

Semesterarbeit „sequential thoughts“ von Pascal Santaella, Sebastian Wilhelm und Daniel Lassak

Abschlussarbeit „K(L)ITORIS – Das Verhütungskit“ von Julia Raschke

Abschlussarbeit „Karussell“ von Laetitia Kroschewski

Abschlussarbeit „ZMS – Frissy“ von Elisabeth Peukert und Franziska Weber

Einblicke in viele der Arbeiten gibt es auf www.mediendesign-ravensburg.de

Drei Studentinnen gewinnen den Deutschen Jugendfilmpreis

Eine witzige Geschichte um Liebesschlösser überzeugt die Jury

Drei Mediendesign-Studentinnen der DHBW Ravensburg haben den Deutschen Jugendfilmpreis gewonnen. Das Werk „Unlocky“ von Natalie Friedrich, Annalena Greger und Ronja Krohcz gehört zu den neun Gewinnern, die aus rund 600 Kurzfilmen ausgewählt wurden. Der Inhalt der Filmanimation: Eine witzige Story rund um Liebesschlösser, wie sie heute von Liebenden zuhauf an Brücken und Geländern angeschlossenen werden.

Jury lobt aberwitzige Situationskomik und ganz eigenen Animationsstil

Die Jury des Deutschen Jugendfilmpreises lobt den ganz eigenen Animationsstil der Mediendesignerinnen der DHBW Ravensburg. Ebenso allerlei aberwitzige Situationskomik

und den Sinn der Nachwuchskreativen für Details.

2.700 Einzelbilder

Hinter den dreieinhalb Minuten Kurzweile stecken drei Monate ehrgeiziger Arbeit. „Brücke“ war das Thema im vierten Semester und beim Thema Film. Die Story der drei Studentinnen: Eine Liebe zerbricht und Frida verlässt Norbert. Der versucht nun, auf allerlei Arten das Schloss der verflossenen Liebe zu knacken. Und lernt dabei Emma kennen – vielleicht ja ein neuer Anfang? Annalena Greger und Natalie Friedrich erschufen mit Adobe Illustrator die Figuren, malten sage und schreibe 2.700 Einzelbilder. Ronja Krohcz setzte das Ganze mit Ton und Musik in Szene.



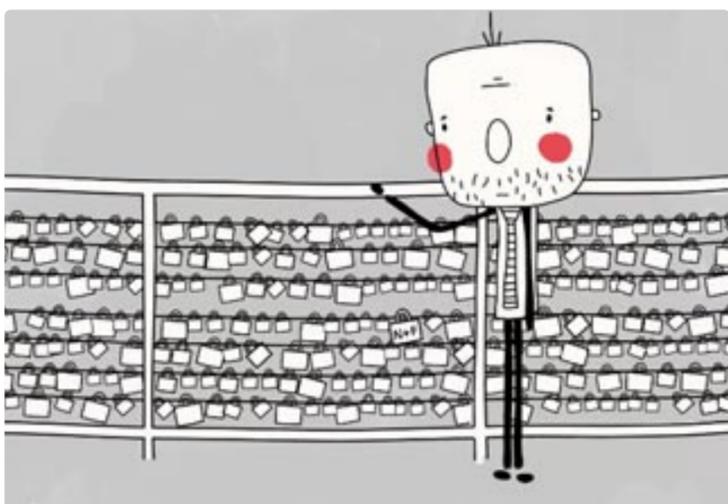
Annalena Greger, Natalie Friedrich und Ronja Krohcz.

Kreativität und Ehrgeiz der drei wurden bereits beim Jugendfilmfestival „abgedreht“ mit einem Preis belohnt. Nun folgt die große Ehre, den Deutschen Jugendfilmpreis abgesehen zu haben.

Bachelor in der Tasche

Die drei Mediendesign-Studentinnen der DHBW Ravensburg haben inzwischen den Bachelor in der Tasche. Natalie Friedrich untersuchte

dabei die Konsumenten-Bürger-Lücke in der Landwirtschaft, Ronja Krohcz beschäftigte sich mit einem verständlichen Finanzmagazin und Annalena Greger mit der akustischen Identität von Städten.



One Passion. Many Opportunities.

Für deine Zukunft brauchst du das richtige Studium. Und einen direkten Bezug zur Praxis.



„In welchem Unternehmen kannst du schon als Student richtig etwas bewegen?“

Denise Rose, Duale Studentin bei Liebherr

Bei uns kannst du etwas bewegen. Denn als Technologieunternehmen wissen wir, wie wichtig praxisnahes Lernen für deine Zukunft ist. Darum bieten wir dir zahlreiche duale Studiengänge mit starkem Praxisbezug und die Möglichkeit, dich früh in einer kollegialen Umgebung einzubringen – mit allen Möglichkeiten für deine berufliche Entwicklung.

Bereit, dich optimal auf deine Zukunft vorzubereiten? Starte wie Denise ein Duales Studium bei uns.

Unser Angebot für den Ausbildungsbeginn 2021 findest du unter www.liebherr.com/karriere

Wir freuen uns auf deine Bewerbung.

Liebherr-Components
Biberach GmbH
Hans-Liebherr-Straße 45
88400 Biberach an der Riß
Kontakt:
Agnes Paredes
Tel.: + 49 7351 41-3654

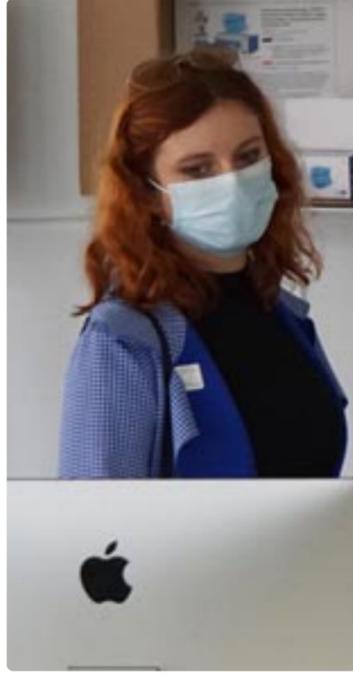
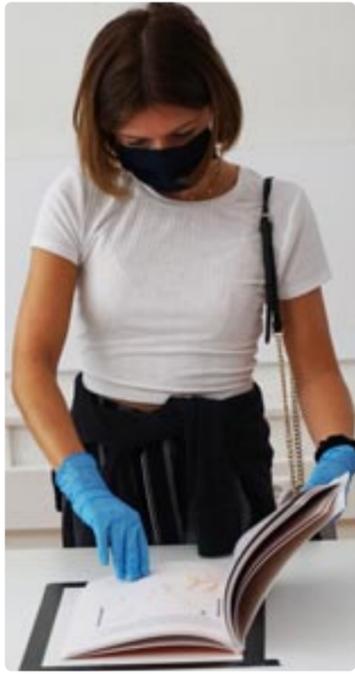
Liebherr-Werk
Biberach GmbH
Memminger Straße 120
88400 Biberach an der Riß
Kontakt:
Denise Philippe
Tel.: + 49 7351 41-3125

Liebherr-Hausgeräte
Ochsenhausen GmbH
Memminger Straße 77-79
88416 Ochsenhausen
Kontakt:
Christoph Roth
Tel.: + 49 7352 928-8570

Liebherr-Hydraulikbagger GmbH
Liebherrstraße 12
88457 Kirchdorf an der Iller
Kontakt:
Jasmin Fackler
Tel.: + 49 7354 80-6541

Mediendesigner*innen senden Signale

Werkschau der Bachelorarbeiten in Kooperation mit Kino, Kunstmuseum und Kapuziner Kreativzentrum



Rund 80 Absolvent*innen des Studiengangs Mediendesign an der DHBW Ravensburg wollten mit ihren Bachelorarbeiten Signale senden – so der Titel ihrer Ausstellung in Ravensburg. Kurzum: Es ist gelungen. Zu sehen waren die Werke im Kino „Die Burg“, im Kapuziner Kreativzentrum, im Ravensburger Kunstmuseum und im Heim der Mediendesigner, im Alten Theater.

Jedes Jahr zeigen die Mediendesigner*innen der DHBW Ravensburg ihre Abschlussarbeiten bei einer Ausstellung. In diesem Jahr haben sie es nicht leicht gehabt – „wir haben uns ja nur noch auf Kacheln gesehen“, meinte Prof. Herbert Moser beim Auftakt im Kino. Umso beeindruckender, dass die Studierenden ihre Arbeiten in dieser Corona-Zeit in Präsenz in den verschiedenen Ravensburger Kulturstätten präsentierten. Natürlich mit Hygienekonzept. Inklusive der Folgen wie Schlange stehen vor den Gebäuden und leer

ren Zwischensitzen im Kino. Mit Mundschutz, Abstand und Handschuhen. Jede Mühe hat sich dabei gelohnt – für die Besucher*innen wie für die Absolvent*innen.

„Gerade in einer Zeit, in der Rassismus, Hass und Ungerechtigkeit im öffentlichen Fokus stehen, ist das Senden von Signalen wichtiger denn je. Mit dieser besonderen Werkschau wollen wir ein Zeichen setzen und zeigen, welche Relevanz die Kultur- und Designbranche für das Leben in einer funktionierenden Gesellschaft hat“, hatten sich die Studierenden auf die Fahne geschrieben. Und sie haben sich tatsächlich mit vielen gesellschaftlichen, sozialen oder politischen Themen auseinandergesetzt. Ob mit der Tierwohl-Heuchelei, mit Kinder-Ehen in Indonesien, der Aufklärung über Voluntarismus-Tourismus, der Wegwerf-Gesellschaft, der Einsamkeit oder dem Leben für junge Menschen auf dem Land. Signale über Signale.

„Eure Arbeiten sind unter schwierigen Bedingungen entstanden, sie sind unglaublich gut geworden, Kompliment“, meinte Prof. Moser.

Rektor Prof. Dr.-Ing. Herbert Dreher

bedankte sich auch für die gute Zusammenarbeit mit den weiteren Kulturtreibern der Stadt, die für die Ausstellung der Mediendesigner*innen gerne ihre Räume zur Verfügung gestellt haben.



Markus Kistler (rechts) von der BW-Bank übergab den Ravensburger Designpreis an Laetitia Kroschewski, Prof. Dr. Klaus Birk hielt die Laudatio. Foto: Justus Steinfeldt

Designpreis geht an Laetitia Kroschewski

Der Ravensburger Designpreis ist mit 1000 Euro dotiert und wird in jedem Jahr von Markus Kistler, Bereichsleiter Unternehmenskunden BW-Bank, an eine*n verdiente*n Absolvent*in Mediendesign der DHBW Ravensburg verliehen. In diesem Jahr geht der Preis an Laetitia Kroschewski. Bereits zum achten Mal hat die BW-Bank den Ravensburger Designpreis verliehen. „Uns ist wichtig, dass wir das auch in diesem Jahr tun“, betonte Markus Kistler. Der Preis konnte zwar nicht wie sonst vor großem Publikum in Präsenz vergeben werden. Per Livestream wurde die Preisträgerin aber dennoch angemessen gewürdigt. Prof. Dr. Klaus Birk hielt die Laudatio auf die Preisträgerin. Der Preis geht an Absolvent*innen, die nicht nur fachlich geblüht haben, sondern die auch sonst im Studiengang Spuren hinterlassen haben. „Gerade jetzt sehen wir, wieviel das soziale Miteinander wert ist“, so Birk. An Laetitia Kroschewski lobte er ihre Neugierde, sich auch für allerlei Projekte neben dem Studium zu engagieren, wie etwa den Absolventenball. Ihre Abschlussarbeit „Das Karussell“ widmet sich einem Sartre-Drama, es hat beim Junior-Wettbewerb des Art Directors Club eine Auszeichnung bekommen.

Und was sagt Laetitia Kroschewski zu ihrem Studium an der DHBW Ravensburg? „Es war unfassbar schön und unglaublich intensiv. Wir hatten immer einen guten Draht zu den Professor*innen sowie Dozent*innen; und auch zu den Studierenden aller Jahrgänge. Man merkt immer, wieviel Support in diesem Studiengang steckt.“ Die Jung-Designerin ist gerade nach Berlin gezogen, wo sie für ein Start-up für Skincare-Produkte arbeitet.

Mit Ben Leschnik die Sprache üben

Milica Stankovic gewinnt mit dem YOUNG COMPRIX einen Preis für kreative Healthcare-Kommunikation

Was passiert, wenn bei Kindern die Sprache wegbleibt? Milica Stankovic hat sich in ihrer Bachelorarbeit im Studiengang Mediendesign an der DHBW Ravensburg damit beschäftigt, wie man bei Kindern nach dem Verlust der Sprache das Sprachvermögen wieder fördern kann. In diesem Fall spielerisch mit einem Set für Hobbydetektive. Dafür hat sie nun den YOUNG COMPRIX, einen renommierten Preis für Nachwuchs in der kreativen Healthcare-Kommunikation, gewonnen.

Milica Stankovic ist aufgefallen, dass sich Übungshefte für Aphasie-Patienten, also Menschen, die Sprachverlust erleiden, in der Regel an ein älteres Publikum richten. Sie hat es sich in ihrer Bachelorarbeit daher zum Ziel gesetzt, ein Medium für junge Aphasiker zu schaffen, das ihnen hilft, spielerisch die Sprache zu üben. Ihre Übungshefte sind Kriminalfälle rund um den Detektiv Ben Leschnik. Dazu gehören verschiedene Detektivutensilien, ebenso ein Poster, auf dem die Fortschritte dokumentiert werden.

„Mein Partnerunternehmen im dualen Studium an der DHBW Ravens-



Mit einem Set für Hobbydetektive sollen Kinder nach dem Verlust ihres Sprachvermögens ihre Sprache üben.

burg hat sich auf Healthcare Kommunikation fokussiert. So lernte ich die Bedeutung des Visuellen auf eine andere Art kennen und auch mit schwierigen Themen umzugehen“, beschreibt Milica Stankovic. „Je mehr ich mich damit befasste, desto mehr merke ich, wie Design für viele

Bereiche genutzt werden kann.“ Auch ihre persönliche Geschichte hat sie zu dem Thema inspiriert. Mit neun Jahren zog sie mit ihrer Familie von Serbien nach Deutschland – ohne ein Wort Deutsch sprechen zu können. „Ich war damals selbst auf die Bildsprache angewiesen“, sagt

die 27-Jährige. Seit ihrem Studium arbeitet Milica Stankovic inzwischen bei der ars publica Werbeagentur. Dabei handelt es sich um eine In-house-Werbeagentur der Alb-Gold Teigwaren GmbH in Trochtelfingen.

Jury ist beeindruckt von der Vielfalt der Elemente und Medien

Ihre Abschlussarbeit an der DHBW Ravensburg wurde betreut von Prof. Mathias Hassenstein. Die COMPRIX-Jury beeindruckte die inhaltliche Herangehensweise an das Thema, genauso wie die vielen Elemente und Medien, die Milica Stankovic erstellte und miteinander kombiniert hat.

Mit diesem nun 28. COMPRIX – dem etabliertesten Preis für kreative Healthcare-Kommunikation – werden Agenturen, Auftraggeber, Verlage und Berater im gesamten deutschsprachigen Raum prämiert. Zudem wurden vergangenes Jahr junge Kreative aufgefordert, ihre Arbeiten rund um den Bereich Healthcare einzureichen. Somit wurde dieses Jahr auch erstmals der YOUNG COMPRIX für kreativen Nachwuchs verliehen.

Zitat

„Mit neun Jahren zog ich mit meiner Familie von Serbien nach Deutschland – ohne ein Wort Deutsch sprechen zu können. Ich war damals selbst auf die Bildsprache angewiesen.“



Milica Stankovic



Tomorrow is our home.

Wir begleiten Sie auf dem Weg zum Traumberuf. Als führender Hausgerätehersteller in Europa bilden wir junge Menschen in Berufen aus, die zu ihnen passen und sie erfüllen. Mit unserem Portfolio an Marken – unter anderem Bosch, Siemens, Gaggenau und Neff – bieten wir Nachwuchskräften spannende Aufgaben und die Möglichkeit, von Anfang an Verantwortung zu übernehmen. Sowohl in der Theorie als auch in der Praxis sorgen spannende Lerninhalte dafür, dass sie sich fachlich und persönlich weiterentwickeln. Starten Sie jetzt bei der BSH Hausgeräte Gruppe, und geben Sie Ihren Träumen und Wünschen ein Zuhause.

DH-Studium (B.A.): International Business/Industrie/Handel (m/w/d)

BSH Hausgeräte GmbH | München | Vollzeit | Beginn 01.10.2021

Ihre Aufgabe

Mit unserem Dualen Studium (DHBW in Ravensburg) bieten wir Ihnen eine ideale Basis für einen erfolgreichen Start ins Berufsleben. Es erwarten Sie engagierte Ausbilder und spannende Aufgaben, wie z. B.

- / Aktive Mitarbeit in verschiedenen Unternehmensbereichen
- / Beteiligung an vielseitigen Projekten
- / Abwechslungsreiche Einsätze im In- und teilweise Ausland
- / Kennenlernen der Prozesse eines erfolgreichen Großkonzerns
- / Einblick in innovative Arbeitsmethoden

Ihre Vorteile

- / Angenehme Arbeitsatmosphäre in dynamischen und motivierten Teams
- / Auf Ihre persönliche Entwicklung zugeschnittene Qualifizierungsmodule
- / Intensive Vorbereitung auf die Anforderungen der Zukunft
- / Attraktive Arbeitgeberleistungen und Vergütung
- / Chance auf Übernahme von interessanten Aufgaben nach dem Studium

Ihr Profil

- / Erfolgreicher Abschluss der fachgebundenen bzw. allgemeinen Hochschulreife, ggf. Fachhochschulreife
- / Sehr gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- / Begeisterung für wirtschaftliche Zusammenhänge und ausgeprägtes analytisches Denkvermögen
- / Hohe Einsatzbereitschaft und Eigeninitiative sowie Kommunikationsstärke
- / Flexibilität, Mobilität und Offenheit für neue Ideen

Weitere Informationen?

Besuchen Sie uns hier karriere.bsh-group.de. Wir würden uns freuen, Sie in unserem Team willkommen zu heißen!

Finden Sie ein neues Zuhause für Ihre beruflichen Ziele:

JETZT ONLINE BEWERBEN ▶

Hausgeräte unter den Marken:



„Unternehmen leisten tolles Investment in die Zukunft“

Prof. Stefan Luppold im Interview über die Einschätzung der Lage in der Messe-, Kongress- und Eventbranche

Messe, Kongress und Event: Diese Branche ist von der Corona-Pandemie besonders stark betroffen. Prof. Stefan Luppold, Studiengangsleiter in dem Bereich, spricht im Interview über die Branche, die Aussichten für die Studierenden und die Herausforderungen für die Hochschule.

Prof. Luppold, die Partnerunternehmen in Ihrem Studiengang haben besonders mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie zu kämpfen. Wie steht es gerade um diese Betriebe und um die MKE-Branche?

Die Auswirkungen fallen für die Betriebe ganz unterschiedlich aus. Wir beobachten natürlich, dass es vielen Messebauern, Veranstaltungstechnikern, Location-Betreibern oder Caterern sehr schlecht geht, einige kämpfen mit einer Insolvenz. Andere Veranstalter konnten die Chance ergreifen und profitieren von der wachsenden Nachfrage nach digitalen oder hybriden Events oder Tagungen. Die Kommunikation wird ja nach wie vor und vor allem auch in diesen Zeiten gebraucht. Es sind die Formate, die sich derzeit wandeln.

Die DHBW Ravensburg bildet jedes Jahr rund 100 Nachwuchskräfte in dem Bereich aus. Wie hat sich ihre Lage auf dem Arbeitsmarkt verändert?

Das ist für uns eine interessante Entwicklung und bisher beobachte ich, dass die Chancen unserer Absolvent*innen weiter sehr gut sind. Das sind alles Digital Natives, die eng verbunden sind mit den neuen Technologien. Auf dem Arbeitsmarkt ist das gerade gefragt. Wir sehen das auch an einer großen Bereitschaft unserer Betriebe, weiter in das duale Studium zu investieren. Natürlich haben wir einen Rückgang an Stu-



Links im Bild Prof. Stefan Luppold. Rechts ein Beispiel für Lehre in Zeiten von Corona: Die Dozenten Volker Fuls und Johannes Schmitt senden Materialproben an die Studierenden, so bleibt ihre Vorlesung Messebau trotz digitaler Plattform anfassbar. Vorbildlich!



dienplätzen in diesem Jahr – aber bei Weitem nicht so dramatisch, wie wir das vielleicht erwartet hätten. Unsere Unternehmen leisten da gerade ein tolles Investment in die Zukunft.

Kann man der Krise aus ihrer Branchensicht auch etwas Gutes abgewinnen?

Ja natürlich, ganz viele Chancen. Viele müssen Neues ausprobieren und das gelingt ihnen auch. Und einiges davon wird die Branche sicher auch nachhaltig und positiv verändern. Die digitalen und hybriden Formate werden nicht nur Lückenbüßer bleiben – auch wenn sich herausstellt, dass andere Dinge besser real funktionieren. Wir an der Hochschule nutzen mit unseren Studierenden natürlich auch die Gelegen-

heit, um rund um die digitalen Formate zu forschen. Trotz allem eine spannende Zeit.

Wie geht es den Studierenden, an der DHBW gab es seit April keine Präsenzvorlesungen mehr? Und wie gehen die Lehrenden mit der Situation um?

Für unsere Studierenden ist das natürlich eine anstrengende Zeit. Ihnen fehlt das Soziale, sie müssen viel mehr Eigenverantwortung beim Lernen leisten. Viele sind trotzdem hier in Ravensburg, so können sie sich in Lerngruppen auch mal real austauschen. Und auch für uns Lehrende ist die Herausforderung groß. Beruhigend war natürlich, dass wir von 0 auf 100 auf digital umstellen konnten. Wichtig war aber auch, die didaktischen Konzepte umzustellen etwa auf

mehr Medienwechsel, das Einbeziehen von Lernplattformen oder einfach auch verbindliche Regeln aufzustellen. Wir freuen uns aber, wenn die Präsenzlehre wieder möglich ist, auch wenn wir uns bestimmt ein gewisses Maß an Hybridität erhalten. So ist es zum Beispiel einfacher, hochkarätige Redner für ein virtuelles „Plauderstündchen“ zu gewinnen, als sie real anreisen zu lassen.

Wir geht es jetzt im Herbst weiter?

Wir können im neuen Semester wieder Präsenzvorlesungen abhalten, wegen der Hygieneregeln aber natürlich nicht in vollem Umfang. Unser besonderer Fokus liegt dabei auf den Erstsemestern, die noch keine Gelegenheit hatten, sich oder die Hochschule kennenzulernen.

„Die digitalen und hybriden Formate werden nicht nur Lückenbüßer bleiben – auch wenn sich herausstellt, dass andere Dinge besser real funktionieren.“

*„Das ist für uns eine interessante Entwicklung und bisher beobachte ich, dass die Chancen unserer Absolvent*innen weiter sehr gut sind. Das sind alles Digital Natives, die eng verbunden sind mit den neuen Technologien.“*

„Jedes Segment ist unterschiedlich betroffen“

Prof. Dr. Wolfgang Fuchs im Interview über die Einschätzung der Lage in der Hotel- und Gastronomiebranche

Prof. Dr. Wolfgang Fuchs, Studiengangsleiter Hotel- und Gastronomie-management an der DHBW Ravensburg, gibt eine Einschätzung über die Lage der Branche in dieser Zeit. Für viele Betriebe ist die Lage sehr ernst, er plädiert aber auch für einen vorsichtigen Optimismus.

Herr Fuchs, wie ist derzeit die Stimmung in der Branche?

Die ist unterschiedlich. Einige der Betriebe sprechen von Tsunami, Schockstarre oder Verzweiflung. Der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) spricht immerhin von rund 50% der Betriebe, die derzeit um ihre Existenz bangen. Auf der anderen Seite gibt es Hotels, die gerade einen richtigen Ansturm an Gästen zu bewältigen haben.

Wer genau ist besonders betroffen und wer zählt zu den Gewinnern?

Die Ferienhotels in Deutschland oder auch in Österreich sind mit einem blauen Auge davongekommen. Gute Beispiele sind die Hotels in der Region Bodensee, Harz oder an Nord- und Ostsee. Dort brummte im Sommer das Geschäft. Man muss das aber auch relativ sehen, denn die Verluste aus den Anfangsmonaten des Lock-downs können nicht aufgeholt wer-



Prof. Dr. Wolfgang Fuchs.

den. Dramatisch sieht die Lage in den größeren Städten, bei Business-, Messe-, Flughafen- oder Tagungshotels aus. Hier fehlen die ausländischen Gäste, die Kurzurlauber, die mal in ein Musical gehen, oder die Geschäftsleute. Hier sind die Einbrüche nach wie vor massiv. Jedes Segment ist unterschiedlich betroffen. Caterer zum Beispiel leben auch von den großen privaten Feiern wie Hochzeiten, die derzeit wenig stattfinden. Ein weiteres Beispiel sind Jugendherbergen, denen gerade die Schulklassen fehlen. Ein nochmaliger Lock-

down allerdings wird die Branche vollkommen in die Knie zwingen.

Wie sieht die langfristige Prognose aus?

Das Hauptproblem ist eine große Unsicherheit – und die ist gerade gegeben. Dazu kommt ein Aspekt wie die Digitalisierung. Tagungshotels wissen nicht, ob die Firmen in Zukunft vermehrt auf Online-Meetings setzen. In den vergangenen Jahren wurden zudem viele neue Hotelkapazitäten aufgebaut, die künftige Auslastung bleibt unklar.

In anderen Teilen geht es derzeit wie schon gesagt wieder aufwärts. Das ist wichtig, denn wir brauchen Optimismus in dieser Zeit.

Auch unsere Studierenden Hotel- und Gastronomiemanager haben in ihren Betrieben in den vergangenen Monaten viele Turbulenzen erlebt. Wie ist es ihnen ergangen?

Auch da haben wir die ganze Spannweite. Bei einigen ist es fast Business as usual und bei anderen hat der Betrieb bis heute geschlossen und wir mussten eine andere Lösung finden. Für die Studierenden war es auf jeden Fall auch ein richtiger Schock, und man hat ihnen angemerkt, wie sehr sie sich wieder auf die Gäste gefreut haben.

Wie reagieren die Betriebe in punkto Ausbildung – im dualen Studium sind es ja die Betriebe, die die jungen Menschen an die Hochschule schicken?

Natürlich spüren wir die wirtschaftlichen Auswirkungen unmittelbar an der DHBW. Ich rechne mit einem Rückgang von 20 bis 30% der Verträge. Viele warten ab und sind verunsichert. Bei den Ausbildungsverhältnissen, also der Lehre, sind dieses Jahr gewaltige Einschnitte zu erwarten, dies ist übertragbar auf das duale Studium.

„Auch bei unseren Studierenden haben wir die ganze Spannweite. Bei einigen ist es fast Business as usual und bei anderen hat der Betrieb bis heute geschlossen und wir mussten eine andere Lösung finden.“

„Natürlich spüren wir die wirtschaftlichen Auswirkungen unmittelbar an der DHBW.“

„Mir war klar, dass ich komplett umplanen muss“

Lea Halm ist Dozentin im Studiengang BWL – Medien- und Kommunikationswirtschaft

Lea Halm ist seit zwei Jahren Dozentin im Studiengang BWL – Medien- und Kommunikationswirtschaft an der DHBW Ravensburg. Wie viele andere Dozent*innen musste auch sie ihre geplante Präsenzvorlesung auf online umstellen. Im Interview erzählt sie, wie es ihr dabei ergangen ist. Von den Studierenden hat sie für ihre Vorlesung bereits hervorragendes Feedback erhalten.

Frau Halm, Sie wohnen in der Nähe von Frankfurt und wollten eigentlich vier Tage nach Ravensburg kommen, um Ihre Vorlesung „Einführung in das Dialog- und Onlinemarketing“ zu halten. Wie war das, dann ganz plötzlich und komplett auf Online-Formate umzustellen?

Lea Halm: Das war schon eine große Herausforderung. Mir war gleich klar, dass ich komplett umplanen muss. Vier Tage Online-Vorlesung zu einem komplexen Thema und mehrere Stunden Vorlesung bei denselben Dozenten hintereinander, das steht kein Student durch. Und so habe ich die Inhalte neu strukturiert auf fünf Wochen verteilt.

Wie haben Sie dann konkret Ihre Vorlesung verändert?

Von der Struktur her habe ich für meine Vorlesungen zwei Formate genutzt: Moodle und das Online-Konferenzsystem. In Moodle habe ich unseren Kursraum angelegt, das war unser

Rahmen – dort fand sich die Themenstruktur wieder. Wöchentlich wurde darin neuer Content freigeschaltet. In dem Online-Konferenzsystem haben wir uns dann virtuell getroffen. Zunächst habe ich aber meine Folien gesichtet und habe die Inhalte in sinnvolle Pakete verpackt. Mir war wichtig, mehrere Formate einzubinden. In meinem Fall habe ich zum Beispiel einen Teil der Folien besprochen und als Video zur Verfügung gestellt. Damit konnten sich die Studierenden selbst einteilen, wann sie sich das anschauen wollen. Inhaltlich muss man sich gut überlegen, wie man den Spannungsbogen aufrecht erhält, also durch Zusammenfassungen am Ende der Kapitel und Wissensüberprüfungen am Ende der Einheiten. Die Studierenden haben auch Aufgabenpakete bekommen, die sie selber bearbeitet und dann auch präsentiert haben. Dieser Mix hat viel Abwechslung reingebracht – und das haben die Studierenden auch sehr positiv bewertet.

Um das zusammenzufassen: Was denken Sie sind die grundlegenden Unterschiede zwischen Präsenz und online? Und worauf kommt es online besonders an?

Ich denke die Aufmerksamkeit ist online begrenzt. Abwechslung und die Möglichkeit zur Interaktion sind daher wesentliche Elemente. Wichtig war der Mix aus verschiedenen Formaten – und die Technik muss natürlich funktionieren. Die Studierenden haben mir zudem im Nachhinein signalisiert, dass sie eine feste Struktur sehr schätzen. Sie fanden es gut zu wissen, was wann genau auf sie zukommt.



Lea Halm

Keine Frage, ein Riesenaufwand für Sie als Dozentin. Welche Unterstützung würden Sie sich denn wünschen?

Wir haben von der DHBW Ravensburg schon eine ganz gute Unterstützung bekommen. Für die Zukunft wäre eine Art „modulares Baukastensystem der virtuellen Lehre“ für die Dozenten wichtig, weil sowohl die Inhalte als auch die Dozent*innen ganz unterschiedlich sind.

Was denken Sie, wie es den Studierenden mit der Online-Lehre und der ganzen Situation so ergeht?

Sie vermissen natürlich die Präsenz, ihre Freunde und Kommilitonen – echt an der Hochschule zu sein. Was mich überrascht hat war, dass viele Studierende eine Herausforderung mit dem Switch auf eine neue Tagesstruktur hatten. Sie nehmen zudem wahr, dass das Zuhören online sehr anstrengend ist – und übrigens auch das Präsentieren. Interessant war aber auch, dass die Studierenden sehr bald schon ihre eigenen Bewältigungsstrategien entwickelt haben. Es war sehr schön, diesen Prozess begleiten zu dürfen.

Was denken Sie über die Zukunft der Lehre in Bezug auf Präsenz versus online?

Ich kann mir vorstellen, dass die Reise künftig in Richtung blended learning geht. Die Präsenz und den persönlichen Austausch finde ich extrem wichtig. Aber die Präsenz kann gut unterstützt werden durch verschiedene Online-Formate. Wir machen da gerade spannende Erfahrungen und im Bereich online Lehre ist auch noch sehr viel Luft nach oben, da können wir noch viel optimieren. Mir hat geholfen, dass ich schon lange selbstständig im Bereich CRM und Online Marketing arbeite und da bereits Online Coachings und Online Kurse gebe.

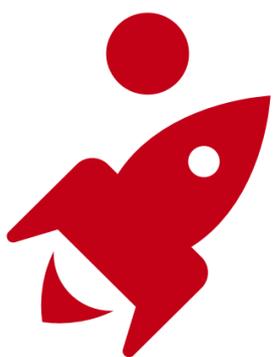
„Ich kann mir vorstellen, dass die Reise künftig in Richtung blended learning geht. Die Präsenz und den persönlichen Austausch finde ich extrem wichtig. Aber die Präsenz kann gut unterstützt werden durch verschiedene Online-Formate.“

Lea Halm

Anzeige



Schule, fertig, los?



Da geht mehr: Starte jetzt deine Ausbildung bei uns – mit einem starken Team und tollen Möglichkeiten!

Wir suchen DHBW-Studenten* Bachelor of Arts, Studiengang Bank. Wir freuen uns auf Ihre Online-Bewerbung unter www.ksk-rv.de/karriere

 Kreissparkasse Ravensburg

Lehrbeauftragte*r werden

An der DHBW lehren rund 1.000 externe Dozent*innen

An der DHBW Ravensburg lehren rund 1.000 externe, nebenamtliche Dozent*innen. Sie vermitteln den Studierenden Wissen und Erfahrungen aus ihren Berufen. Wer Spaß an der Lehre und an der Arbeit mit jungen Menschen hat, kann sich gerne mit seinem Fachgebiet einbringen und sich bewerben. Auf der Webseite der DHBW Ravensburg finden sich die aktuellen Angebote der Fakultäten Wirtschaft und Technik.

Neben den hauptamtlichen Professor*innen sind die Dozent*innen die zweite tragende Säule der Lehre an der DHBW. Externe Lehrbeauftragte schaffen die ideale Verknüpfung von beruflicher Erfahrung und Wissenschaft. Sie kommen oftmals aus der beruflichen Praxis, aber auch von anderen Hochschulen und Schulen.

Die Voraussetzungen für einen Lehrauftrag sind:

- Ein qualifizierter Abschluss einer Dualen Hochschule, Berufsakademie, Fachhochschule oder Universität

- Praxiserfahrung
- Pädagogisches Geschick
- Interesse an der praxisorientierten Vermittlung wissenschaftlicher Lehrinhalte

Lehrbeauftragte an der DHBW Ravensburg profitieren von einem Netzwerk verschiedenster Akteure, das etwa bei Veranstaltungen wie Alumni-Tagen oder Symposien gepflegt wird.

Das Zentrum für Hochschuldidaktik und lebenslanges Lernen (ZHL) der DHBW bietet zudem ein breit gefächertes Angebot an Seminaren zur Fort- und Weiterbildung etwa in der Didaktik an. Für Lehrbeauftragte sind diese Seminare kostenfrei.

Kontakt: Anna-Maria Kieferle, lehrbeauftragte@dhw-ravensburg.de

Weitere Informationen sowie das Bewerbungsformular gibt es auf der Webseite der DHBW Ravensburg.



Neuer Studiengang BWL – Digital Business Management

Neues Studienangebot reagiert auf die Herausforderungen der Digitalisierung

Ab dem Oktober 2021 wird aus dem Studiengang BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie / Reiseverkehr und Reisevertrieb der Studiengang BWL – Digital Business Management. Auch hier liegt ein Schwerpunkt auf den Bereichen Tourismus und Mobilität.

Im Zuge der Digitalisierung gilt es, die Wirtschaft in diesem Bereich fit zu machen und die Geschäftsmodelle auf die neuen digitalen Anforderungen anzupassen. Workflows laufen zunehmend digital, mithilfe der Informationstechnik werden die Abläufe automatisiert und digitalisiert. Damit müssen in diesem Prozess neue Produkte und Dienstleistungen entwickelt werden – und dieser Herausforderung stellt sich der Studiengang BWL – Digital Business Management an der DHBW Ravensburg. Ein Schwerpunkt liegt in dem Studiengang dabei auf dem Bereich Tourismus und Mobilität. Reiseveranstalter, Reisevermittler und Mobilitätsdienstleister befinden sich gegenwärtig inmitten dieses Prozesses der digitalen Transformation.

Zielsetzung

Studierende des Studiengangs BWL – Digital Business Management sind an dem Prozess der Digitalisierung beteiligt, der entscheidend ist für die Zukunft der Unternehmen. Sie ler-



nen die betriebswirtschaftlichen Anforderungen kennen und werden in ihrem Studium darauf vorbereitet, diese mit der digitalen Transformation zu verknüpfen. Der Studiengang ist an der Schnittstelle zwischen BWL und IT angesiedelt. Die DHBW

Ravensburg bereitet die Studierenden in Theorie und Praxis darauf vor, Prozesse der Digitalisierung zu planen, zu realisieren und zu optimieren sowie neue Produkte und Dienstleistungen in diesem Umfeld zu entwickeln.

Kontakt und weitere Infos:
Prof. Dr. Alexander Dingeldey,
dingeldey@dhbw-ravensburg.de

„Ich finde, wir haben uns tapfer geschlagen“

Besonders gefragt in den vergangenen Monaten war das Education Support Center (ESC)

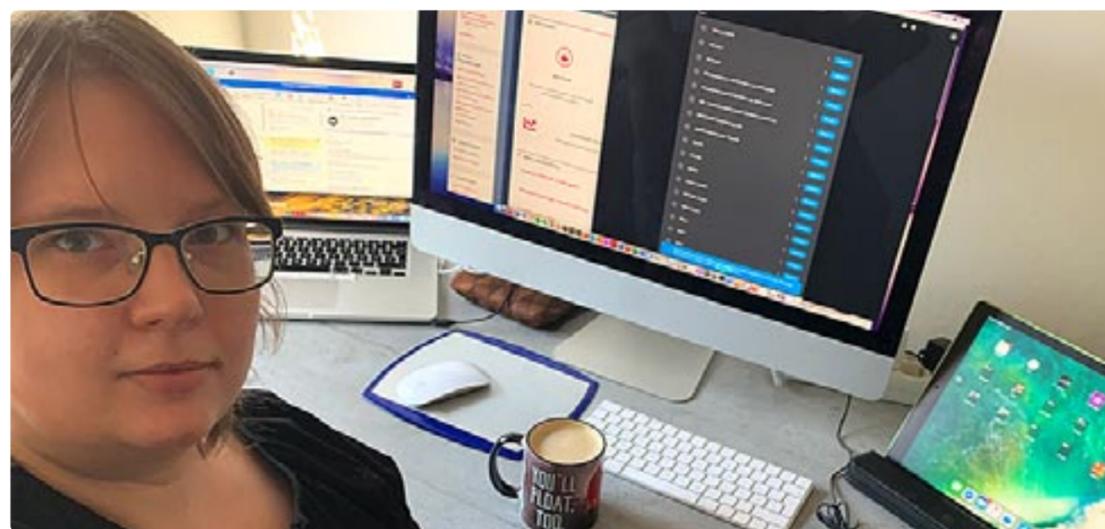
Eine der Abteilungen, die an der DHBW Ravensburg in den vergangenen Wochen stark im Fokus stand, war das Education Support Center (ESC), das unter anderem die Lernplattform Moodle zur Verfügung stellt. Die ESC-Leiterin Nicole Stuepp im Interview.

An der DHBW Ravensburg gibt es Moodle zwar seit einiger Zeit, allerdings bei Weitem nicht für alle Kurse und Dozenten. Sie hatten also sehr bewegte Wochen, nehme ich an?

Eigentlich war es ohnehin unser Plan, bis zum Semesterbeginn im Oktober 2020 erstmals alle Kurse im Voraus in Moodle anzulegen – quasi als Angebot für interessierte Lehrbeauftragte. Dieser ganze Planungsprozess ist jetzt natürlich richtig beschleunigt worden. Wir waren allerdings in äußerst kurzer Zeit dennoch erfolgreich damit, alle für das zweite Quartal notwendigen Lehrkurse und noch rund weitere 500 Lehrbeauftragte in Moodle anzulegen, die diese Kurse natürlich auch inhaltlich mit Leben füllen müssen und wollen.

Das Anlegen ist das eine – dazu kommt aber sicher noch die Schulung der Professoren und Lehrbeauftragten. Was war Ihr Eindruck: Hat das gut geklappt oder kam zwischendurch auch mal Panik auf?

Wir bieten bereits seit unserem Upgrade auf Moodle 3.5 im Jahr 2018 eine sehr gute Klick-Anleitung an, die jetzt nochmal zusätzlich mit hilfreichen Einführungs-Videos erweitert wurde. Zusätzliche Mini-Anleitungen werden ebenfalls gerade nach Bedarfslage vorbereitet. Das federt die ersten Unsicherheiten mit dem für viele Personen neuen System schon einmal ab und sorgt gleichzeitig für einen beschleunigten



Nicole Stuepp, Leiterin des Education Support Centers der DHBW Ravensburg.

Ausbau unseres Angebots an die Lehrbeauftragten. Am Wochenende vor Semesterbeginn boten wir aufgrund der großen Nachfrage dennoch zwei relativ spontane Online-Schulungen über alfaview an, um eine größere Zahl an Personen kurzfristig in die Nutzung einzuführen. Inzwischen gibt es natürlich weiterhin viele und auch spezifischere Fragen, aber die können meiner Meinung nach mittlerweile in der Individualberatung effektiv ausgeräumt werden – stellenweise sogar besser als bei größeren Online-Schulungen, weil wir mehr auf individuelle Bedürfnisse eingehen können. Wir hatten also natürlich einen ordentlichen Zeitdruck und haben weiterhin eine große Menge an Anfragen – Panik aber wirklich nicht.

Klappt der Umgang mit Moodle also ganz gut?

Ja, bislang würde ich das schon sagen. Was den Umgang mit Moodle anbe-

langt, haben wir bereits jetzt schon eine ganze Bandbreite an unterschiedlichen Nutzertypen. Manche wollen zunächst vorrangig oder ausschließlich ihr Skript hochladen oder kommunizieren, andere steigen bereits von Anfang an tiefer ein und beschäftigen sich auch didaktisch stark damit. Unter anderem dafür gibt es inzwischen auch von meiner Kollegin eine wertvolle didaktische Handreichung, die sich mit der Frage nach der sinnvollen Kombination von Moodle und alfaview auseinandersetzt und die auch bereits über das lokale ESC hinaus nachgefragt und sogar weiterentwickelt wird.

Viele sagen, Corona habe der Online-Lehre ordentlich Schwung verliehen, was meinen Sie?

Ich denke schon, dass insbesondere die einen Aha-Effekt erlebt haben, die sich bislang Online-Formate in der Lehre nicht so gut vorstellen konnten. Wenn das Ganze vorbei ist,

haben wir alle viele Erfahrungen mit solchen Lehr- und Lernszenarien gesammelt und die digitalen Anteile in der Lehre werden sich sicherlich auf ein gewisses, möglicherweise auch höheres Maß einpendeln. Wir werden dann insgesamt hoffentlich zu einem Blended Learning kommen, welches seinen Namen auch wirklich verdient hat. Man muss dann natürlich auch gründlich auf den Prüfstand stellen, wo Digitalisierung in der Lehre sinnvoll und unterstützend ist und wie wir sie kombiniert einsetzen können. Das didaktisch-inhaltliche Ausbaupotential ist enorm, etwa in der Planung und Umsetzung von didaktisch zweckdienlichen Lehrvideos. Ganz ohne Zweifel haben aber auch das Persönliche und das Praktische vor Ort, also die Präsenzveranstaltungen, weiter einen großen Stellenwert. Es gibt Vorlesungen, die sind digital eben nicht oder nur sehr schwer darstellbar und das muss man entsprechend berücksichtigen.

Wie ist es dem kleinen Team des ESC mit seiner großen Aufgabe so ergangen?

Es war viel zu tun und das hält natürlich auch noch an – ohne Engagement und Motivation für die Sache geht es da in so einem kleinen Team wie unserem natürlich nicht. Und für uns ist der schnelle und unterstützende Service für alle Lehrenden und Studierenden momentan das Wichtigste. Aber ich finde, wir haben uns insgesamt bis jetzt ganz tapfer geschlagen, trotz oder gerade

„Für uns ist der schnelle und unterstützende Service für alle Lehrenden und Studierenden momentan das Wichtigste.“

sogar wegen Homeoffice – unser Online-Video-Konferenzsystem alfaview ist uns hier zu Austausch Zwecken ebenfalls eine große Hilfe. Die Schlagkraft des ESC der DHBW Ravensburg ist aber nicht zuletzt auch dem großartigen Einsatz meiner Kollegin Birthe Warratz und der stets optimalen Unterstützung durch das IT.S hinsichtlich des technischen Supports unseres Moodles geschuldet. Weiterhin werden wir natürlich auch vom Rektorat unterstützt, das hilft uns sehr. Ich denke, wir sind in der aktuellen Situation alle weiterhin stark gefordert, um die Hochschule optimal zu unterstützen, dürfen dahingehend bis jetzt aber auch ganz zufrieden mit uns sein.

Susan Rosendahl berät rund um den Dualen Master

Neue Ansprechpartnerin für Studierende und Partnerunternehmen

Susan Rosendahl leitet seit Kurzem die Geschäftsstelle für den Master an der DHBW Ravensburg mit Campus Friedrichshafen. Sie ist damit Ansprechpartnerin vor Ort für Studierende sowie Unternehmen bei Fragen rund um die verschiedenen berufsintegrierenden Masterstudiengänge der DHBW, die unter dem Dach des Center for Advanced Studies (CAS) in Heilbronn gebündelt werden.



Susan Rosendahl.

„Viele der Studierenden hier an der DHBW Ravensburg entscheiden sich im Laufe ihres Studiums dafür, noch einen Master draufzusatteln“, sagt Susan Rosendahl. „Diesen Studierenden biete ich künftig eine offene Sprechstunde an.“ Von Montag bis Donnerstag können sie jeweils am Vormittag mehr über den berufsintegrierenden Master am CAS erfahren. „Wichtigstes Merkmal ist, dass die Berufstätigkeit ins Studium integriert wird und nicht nur parallel läuft. Der Arbeitgeber wird direkt ins Studium mit einbezogen“, so Susan Rosendahl. Für die Unternehmen ist dieser Master damit ein Angebot der gezielten Personalförderung, sie profitieren zusätzlich von den Forschungs- und Studienprojekten ihrer „studierenden“ Mitarbeiter*innen. Auch für sie ist Susan Rosendahl die Ansprechpartnerin vor Ort rund um den Master.

Voraussetzung: abgeschlossenes Bachelorstudium

Voraussetzungen für den dualen Master sind ein abgeschlossenes Bachelorstudium, mindestens ein Jahr Berufserfahrung direkt nach dem Bachelor sowie der Nachweis eines Beschäftigungsverhältnisses. Die Lehr-

veranstaltungen finden sowohl zentral am CAS in Heilbronn, sowie dezentral an den neun Standorten der DHBW statt. Das Angebot ist offen und richtet sich nicht nur an ehemalige Bachelorstudierende der DHBW. Gelehrt werden verschiedene Master in den Bereichen Wirtschaft, Technik und Sozialwesen. Ein wesentliches Merkmal ist zudem eine sehr flexible Modulwahl, so kann ein passgenauer Master zusammengestellt werden.

Susan Rosendahl leitet die Master-Geschäftsstelle an der DHBW Ravensburg, sie ist erreichbar unter: rosendahl@dhbw-ravensburg.de Telefon: 0751 / 18999 2162.

Master Wirtschaft

Der Fachbereich Wirtschaft richtet sich zum Sommersemester 2021 neu aus. Ab April starten die bisherigen Studienrichtungen des Masters in Business Management (MBM) als **eigenständige Studiengänge**. Durch den neuen Aufbau belegen die Studierenden nun mehr fachspezifische Module und schärfen dadurch ihr individuelles Profil. Zugleich halten sie mit ihrer Master-Urkunde den Nachweis über ein in der Arbeitswelt bekanntes,

klar abgegrenztes Kompetenzprofil in der Hand.

Acht duale **fachspezifische Masterstudiengänge** aus dem Bereich der Betriebswirtschaftslehre richten sich an fach- oder teilaffine Studieninteressierte:

Accounting, Controlling, Taxation

Digital Business Management (neu) Finance

Marketing

Media and Data-driven Business

Personalmanagement und Wirtschaftspsychologie

Sales (neu)

Supply Chain Management, Logistics, Production

Ein **dualer generalistischer Masterstudiengang** richtet sich ebenfalls an fach- oder teilaffine Studieninteressierte:

General Business Management

„Wichtigstes Merkmal des Dualen Masters ist, dass die Berufstätigkeit ins Studium integriert wird und nicht nur parallel läuft. Der Arbeitgeber wird direkt ins Studium mit einbezogen“,

Susan Rosendahl

Sein Schwerpunkt in der Lehre ist Industrielles Management

Prof. Dr. Thomas Seemann, neu im Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen



Prof. Dr. Thomas Seemann.

Prof. Dr. Thomas Seemann ist seit dem 1. April neu an der DHBW Ravensburg als Professor im Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen. Sein Schwerpunkt in der Lehre ist das Industrielle Management.

Thomas Seemann ist alles andere als ein Neuling an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg. Er hat bereits sieben Jahre lang an der DHBW Stuttgart Wirtschaftsingenieurwesen gelehrt. 2017 wechselte er als Dekan Technik an das

DHBW CAS. Am Center for Advanced Studies der Dualen Hochschule Baden-Württemberg werden die dualen Masterstudiengänge gelehrt. Inzwischen ist Seemann mit seiner Frau und den zwei Kindern, ein und drei Jahre alt, an den Bodensee gezogen und verstärkt dort künftig am Technikcampus Friedrichshafen der DHBW Ravensburg den Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen.

Thomas Seemann stammt aus dem

Raum Tuttlingen und hat am KIT in Karlsruhe Wirtschaftsingenieurwesen studiert. In Portland machte er seinen MBA, promoviert hat er an der Universität Erlangen-Nürnberg zu Vorhersage- und Entscheidungsprozessen in Unternehmen. Praktische Erfahrungen sammelte der 43-Jährige im Anschluss in der strategischen Unternehmensberatung bei der Boston Consulting Group, seine Kunden kamen aus dem Bereich Industriegüter, Automobile und Technologie.

Für den Wechsel an die DHBW nennt Seemann vor allem zwei Gründe. Zum einen den Spaß an der Lehre und der Arbeit mit jungen Menschen. „Zudem bedeutet die Arbeit an der Hochschule auch eine große Freiheit, sich ausgiebig mit den Themen zu beschäftigen, die einen interessieren und bewegen.“ In seinem Fall ist das das Industrielle Management. Die Frage also, welche Strategie und Ausrichtung für ein Industrieunternehmen Erfolg versprechen.

Die Digitalisierung der Wirtschaft steht in seinem Fokus

Prof. Dr. Gregor Hopf, neu als Studiengangsleiter im Medien- und Kommunikationsmanagement



Prof. Dr. Gregor Hopf.

Prof. Dr. Gregor Hopf ist seit dem 1. April neu an der DHBW Ravensburg als Studiengangsleiter im Medien- und Kommunikationsmanagement. Sein Fokus dabei ist die Digitalisierung der Wirtschaft mit dem Schwerpunkt auf der Medien- und Kommunikationsbranche.

Der digitale Wandel mit den Schwerpunkten digitale Geschäftsmodelle und Kommunikation in den sozialen Onlinemedien ist bereits seit vielen Jahren das Thema von Gregor Hopf. Seit 13 Jahren lehrte er in dem Bereich an der Hamburg School of Business Administration, der dualen Hochschule der Hamburger Wirtschaft. Dort baute er auch einen Stu-

diengang übergreifenden Wahlbereich auf, eine digitale Toolbox, die in sechs Profilen die Grundlagen für den digitalen Wandel in den Unternehmen vermittelt. Themen, die er nun auch als Studiengangsleiter Medien- und Kommunikationsmanagement an der DHBW Ravensburg voranbringen und lehren wird.

Mit dem Umzug von Hamburg in den Süden Deutschlands betritt Gregor Hopf alles andere als Neuland – als gebürtiger Bad Cannstatter freut er sich über die Rückkehr in die alte Heimat. Den Kontakt hatte er übrigens immer gehalten, mit Stationen als Mitarbeiter im Baden-Württembergischen Landtag und im Staats-

ministerium. In den Jahren 2015 und 2016 etwa hatte er im Auftrag von Ministerpräsident Winfried Kretschmann und der Landesregierung Baden-Württemberg als Leiter der Geschäftsstelle Digitalisierung alle Aspekte der digitalen Transformation des Landes koordiniert. Erstmals entstand in der Zeit ein umfassender Maßnahmenplan über alle Ressorts hinweg.

Der digitale Wandel, dessen Triebkräfte, Auswirkungen und Mechanismen sind auch das Thema verschiedener Vorträge und Publikationen von Gregor Hopf. Sein aktuelles und gerade mit zwei Kollegen veröffentlichtes Fachbuch beschäftigt

sich mit „Online-Marketing-Intelligence“.

Studiert hatte Gregor Hopf zunächst in Bayreuth, BWL und Theaterwissenschaften. Seinen MBA machte er mit einem Fulbright Stipendium an der Kelley School of Business in den USA. Aufbauend auf einem Master of Science in Wirtschaftsgeschichte von der London School of Economics, promovierte er an der LSE zum Thema der wirtschaftlichen Entwicklung Singapurs. Berufliche Stationen brachten ihn nach New York, London und Hamburg, wo er über 15 Jahre in der Medienbranche mit einem großen Schwerpunkt auf Live-Entertainment tätig war.

Strategie weiterdenken

Prof. Dr. Frederike Schwenke macht sich Gedanken, wie sich komplexe Entscheidungen meistern lassen

„Strategie weiterdenken – Das 3-Stufen-Modell zur erfolgreichen Unternehmensentscheidung“ lautet der Titel eines gerade erschienenen Buchs von Prof. Dr. Frederike Schwenke (DHBW Ravensburg) und von Andreas Beisswenger. Sie zeigen, wie leicht sich komplexe Entscheidungen meistern lassen – mit der Kraft der Ideen, der „Weisheit der vielen“ und der schöpferischen Gestaltungsfähigkeit jedes Einzelnen.

Die zunehmende Komplexität unserer Welt stellt vor allem Unternehmen vor große Herausforderungen. Die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Transformationen liefern ein ungekanntes Maß an technologischem Fortschritt, Informationsfülle und Handlungsdruck. Wie kann es unter diesen Voraussetzungen gelingen, erfolgversprechende strategische Entscheidungen zu treffen? Frederike Schwenke und Andreas Beisswenger zeigen den Weg: mit einem übersichtlichen und leicht umsetzbaren Drei-Stufen-Modell.

Kombination von rational-analytischen Ansätzen mit Methoden der Konfliktlösung und neuesten Erkenntnissen der Neurowissenschaft

Ihr neuer Ansatz der Strategiefindung soll komplexe Entscheidungen handhabbar und nachvollziehbar machen. Er kombiniert rational-analytische Ansätze mit Methoden der Konfliktlösung und neuesten Erkenntnissen der Neurowissenschaft. Dabei werden zunächst in der Diagnosephase Strategiekonflikte aufgedeckt, die dem gemeinsamen Entwickeln einer Strategie im Wege stehen können. In der Strategiefindungsphase werden besonders die Schwarmintelligenz aktiviert und eine hochkomplexe strategische Fragestellung in eine Vielzahl kognitiv einfach erfassbarer Mikroentscheidungen aufgespalten. Die Ergebnisse werden zu einem gesamthaften Entscheidungsbild zusammengeführt. Die hierarchieübergreifende Einbindung der Beteiligten zeigt in der Implementierungsphase ihre Wirkung: Alle sind der Strategie verpflichtet und tragen zu ihrer erfolgreichen



Frederike Schwenke. Foto: Fotostudio Magnus

Umsetzung bei. Das Autorenteam zeigt, wie leicht eine systematische Vorgehensweise die erforderliche Kreativität freisetzt und so zu einer

erfolgreichen Strategiefindung führt. Das Buch möchte Wegweiser sein hin zu tragfähigen und zukunftsweisen Unternehmensentscheidungen unter den Herausforderungen zunehmender Komplexität.

Über die Autoren

Prof. Dr. jur. Frederike Schwenke lehrt Wirtschaftsrecht an der DHBW Ravensburg. Sie arbeitete viele Jahre als Fachanwältin auf dem Gebiet der Unternehmensnachfolge und ist erfahrene Wirtschaftsmediatorin sowie Lehrbuchautorin. Sie war Inhaberin des Alfred Grosser Lehrstuhls der französischen Elitehochschule Sciences Po, Frankreich.

Andreas Beisswenger verfügt über eine jahrzehntelange Erfahrung in der Strategieentwicklung großer Unternehmen. Beisswenger ist Autor, Lehrbeauftragter, zertifizierter Mediator (Universität Heidelberg), Preisträger des Britischen Industrieverbandes (IoD) sowie SDRM- (Stanford University) und SDD- (INSEAD) Absolvent.

Live-Kommunikation

Der aktuelle und fünfte Band in der Studienreihe Messemanagement, herausgegeben von Studiengangsleiter Prof. Stefan Luppold, stellt vier herausragende Abschlussarbeiten von Absolvent*innen BWL-Messe-, Kongress- und Eventmanagement an der DHBW Ravensburg vor. Sie beschäftigen sich mit Deep Learning, Artificial Intelligence, Target Group Identification und Indoor Analytics bezogen auf die Branche.

In der Studienreihe Messemanagement veröffentlicht Luppold regelmäßig Bachelor- und Masterarbeiten mit dem Schwerpunkt Live-Kommunikation. Dabei wählt er Beiträge aus, die teils mit Branchen-Awards ausgezeichnet wurden und die im Hinblick auf ihre strategische Bedeutung Ansätze für das Management liefern. In den aktuellen Band wurden unter anderem der Gewinner des Deutschen Forschungspreises für Live Communication 2019, Felix Urban, und die Gewinnerin des Messe-Impuls-Preises des FAMA 2019, Sofia Zindler, aufgenommen.

Doreen Richter: Künstliche Intelligenz (KI) bzw. Artificial Intelligence (AI) muss thematisiert und vorausgedacht werden – wie kann deren sinnvoller Einsatz in der Live Communication und insbesondere bei Messen aussehen? In welcher Form können wir diese Transformation so gestalten, dass sie einen größtmöglichen Nutzen stiftet?

Sofia Zindler: Indoor Analytics ist weit mehr als ein Tool; es kann Geschäftsprozesse verändern, das Zusammenspiel zwischen Veranstalter, Aussteller und Besucher neu definieren. Dazu bedarf es eines Grundverständnisses der Möglichkeiten sowie der beispielhaften Anwendung entlang von Cases.

Felix Urban: Ein Modell zur strategischen Gewinnung relevanter Besucherzielgruppen ist einer der wichtigsten Schlüssel für das Tor, das zum Erfolg von Veranstaltungen führt. Mit dem in Zeiten kultivierter Disruption wohlthuenden Akzent des Strategischen.

Marie Gerken: Es gibt vielfältige Einsatzmöglichkeiten für Deep Learning zur Verbesserung des Besuchererlebnisses auf Messen: etwa bei Smart Speakern, dem autonomen Fahren oder in der medizinischen Diagnostik von Krankheiten – Technologien, die erst durch diese Art der Künstlichen Intelligenz möglich sind.

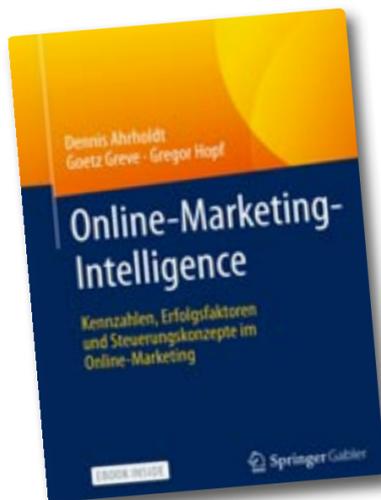
Die vier Beiträge der jungen Akademiker mit Messe-, Kongress- und Event-Expertise nehmen technologische Innovationen auf und übertragen die Anwendung auf die Veranstaltungswirtschaft. Erforschend ist dabei, dass sie die gelernten Grenzen überschreiten, tradiertes Verhalten in Frage stellen.

In seinem Vorwort verweist Professor Luppold als Herausgeber auf Johann Wolfgang von Goethe; der hat gesagt: Mit dem Wissen wächst der Zweifel. Begreift man Zweifel als Anstoß für Weiterentwicklung, Verbesserung und Fortschritt, dann hilft der Wissenserwerb aus diesem Buch sicherlich zu einem Erkenntnisgewinn!

Das Buch ist beim WFA-Medien-Verlag erschienen und als Paperback, Hardcover und E-Book erhältlich.

Kennzahlen und Erfolgswahrscheinlichkeiten im Online-Marketing

Ein Lehrbuch über Online-Marketing-Intelligence



Gemeinsam mit Prof. Dr. Dennis Ahrlholdt und Prof. Dr. Goetz Greve hat Prof. Dr. Gregor Hopf, Studiengangsleiter Medien- und Kommunikationsmanagement an der DHBW Ravensburg, aktuell das Lehrbuch „Online-Marketing-Intelligence – Kennzahlen, Erfolgsfaktoren und Steuerungskonzepte im Online-Marketing“ veröffentlicht. Das Buch ist beim Verlag Springer Gabler erschienen.

Dieses Lehrbuch bietet eine bislang einzigartige Übersicht über Kennzahlen der wichtigsten Online-Marketinginstrumente verbunden mit einer fundierten Betrachtung der Instru-

mente und Erfolgswahrscheinlichkeiten aus empirischen Forschungsergebnissen.

Aufgrund der Fülle an verfügbaren Instrumenten und Daten fehlt dem Marketing-Management häufig ein Überblick, mit welchen Kennzahlen sich der Erfolgsbeitrag ihrer Online-Marketing-Aktivitäten bestmöglich messen und dokumentieren lässt. Somit fällt auch die Entscheidung zur Ausgestaltung der Online-Marketing-Aktivitäten schwer: Das Verständnis über Erfolgswahrscheinlichkeiten ist häufig nur rudimentär vorhanden.

150 Kennzahlen, die in unterschiedlichen Kontexten und entlang der Customer Journey eingesetzt werden können

Die Autoren füllen diese Lücke und beschreiben über 150 Kennzahlen, die in unterschiedlichen Kontexten und entlang der Customer Journey eingesetzt werden können. Sie geben auch Hilfestellungen für die Entwicklung einer Online-Marketing-Intelligence. Das Ziel: trotz zunehmender Komplexität der Online-Marketing-Instrumente eine bestmögliche Budgetallokation zu erreichen. Auch dafür haben sie aus empirischen Forschungsergebnissen instrumentenspezifische Erfolgswahrscheinlichkeiten

zusammenhängen und -faktoren für den Business-Alltag extrahiert.

Der Praktiker findet in diesem Buch eine Fülle von Handlungsempfehlungen für sein Online-Marketing, um es – auch unter Berücksichtigung empirisch identifizierter Erfolgswahrscheinlichkeiten – auf state-of-the-art Niveau – zu betreiben.

Einige der Themen in dem Buch sind: KPIs für Display Marketing, Suchmaschinen-Marketing, Social-Media-Marketing, E-Mail-Marketing, Mobile-Marketing, Website- oder Online-Shop-Marketing, die Zusammenstellung der wesentlichen Erkenntnisse aus der Forschung für den Praktiker sowie Empfehlungen für den Aufbau einer Online-Marketing-Intelligence.

Die Autoren: Prof. Dr. Dennis Ahrlholdt und Prof. Dr. Goetz Greve lehren und forschen an der HSBA Hamburg School of Business Administration. Prof. Dr. Gregor Hopf ist Studiengangsleiter Medien- und Kommunikationsmanagement an der DHBW Ravensburg. Ihre Schwerpunkte sind Erfolgsfaktoren und Nutzerverhalten im E-Business und Service-Management, Online- und Social-Media-Marketing sowie Customer-Relationship-Management.

Psychografisches Targeting

Prof. Dr. Gregor Hopf ist in dem Band „Data-driven Marketing – Insights aus Wissenschaft und Praxis“ mit einem Beitrag vertreten. Der Titel lautet „Psychografisches Targeting – Wirkung und Funktionsweise als eine besondere Form des Micro-Targeting in den sozialen Medien“. Und darum geht es: Die sozialen Medien erlauben durch die Auswertung der dort verfügbaren Signale eine im Vergleich zu traditionellen Medien potenziell noch zielgenauere, personalisierte und unter Umständen psychografische Ansprache von Marketing-relevanten Zielgruppen. Erste Forschungsergebnisse zeigen, dass durch eine psychografisch optimierte Auspielung von Werbeeinheiten Konversionsraten um potenziell bis zu 50% gesteigert werden können (Matz et al. 2017). Neben Herausforderungen in der Umsetzung stehen dem auch ethische Bedenken entgegen.

Boßow-Thies, Silvia, Hofmann-Stöting, Christina, Jochims, Heike (Hrsg.: „Data-driven Marketing – Insights aus Wissenschaft und Praxis“; Wiesbaden: Springer Gabler

Tagungsband „Trends in Event Education“

Beiträge von Prof. Dr. Thomas Bauer und Prof. Stefan Luppold

Gernot Gehrke und Isabelle Thilo von der Hochschule Hannover hatten 2018 zu einer Forschungskonferenz eingeladen. Bei dem internationalen Event Education Symposium war die DHBW Ravensburg mit den Professoren Thomas Bauer und Stefan Luppold vertreten, beide als Studiengangsleiter BWL – Messe-, Kongress- und Eventmanagement nicht nur bestens mit der Materie vertraut, sondern durch die Praxisnähe des dualen Studiums auch Impulsgeber für Veränderungen.

Nun ist ein Tagungsband erschienen, der die Ergebnisse präsentiert: Renommierte Autor*innen skizzieren darin Lehrkonzepte und erläutern relevante Mega- und Branchentrends sowie deren Bezug zur Veranstaltungswirtschaft. Bilden sich Trends wie Experience Design, Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Sicherheit oder Diversität bereits in den Curricula von Studiengängen ab, die auf eine Tätigkeit in der Veranstaltungswirtschaft vorbereiten? Der Ta-

gungsband fasst alle Ergebnisse des Symposiums zusammen.

Thomas Bauer beschäftigt sich in seinem Beitrag mit dem Thema „Business Development in der Messewirtschaft“ und skizziert einen Case für den Umgang mit Innovationsmanagement im Rahmen der Lehre, der zur Nachahmung einlädt. Stefan Luppold umreißt in seiner Keynote „Kokreation“ Kontext-Relevanz, kritischen Diskurs sowie Taxonomie



und stellt Hochschulprojekte mit kreativen Elementen vor.

Das Buch ist im Verlag Springer Gabler erschienen und als Softcover sowie als eBook erhältlich.

Wissenschaft trifft Messe

Aufgrund der Corona-Pandemie mussten der AUMA (Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.) und der *Messearbeitskreis Wissenschaft e.V.* (MAK) einen für März in Potsdam geplanten Workshop absagen. Er sollte sich mit aktuellen Entwicklungen im Bereich Messe und vor allem mit der Einschätzung von wissenschaftlichen Institutionen wie Hochschulen und Forschungseinrichtungen beschäftigen.

Unter dem Titel „Wissenschaft und Messe“ ist dazu nun eine Dokumentation erschienen, die **Prof. Stefan Luppold** von der DHBW Ravensburg zusammengestellt hat. In diesem Jahr waren unter anderem Vorträge von Absolvent*innen der DHBW Ravensburg zu wissenschaftlichen Ansätzen im Zusammenhang mit Messen vorgesehen.

Dr. Thorsten Knoll, Vorstandsmitglied Messearbeitskreis Wissenschaft e.V., führt in die Dokumentation ein: „Aufgrund der bestehenden Komplexität in den einzelnen Wirtschaftsbranchen erhöht sich die Nachfrage nach wissenschaftlicher Expertise zu technischen und organisatorischen Fachfragen. Für Wissenschaft und Forschung ergibt sich dadurch die Möglichkeit, sich zusätzlich zur Messeausstellung in den unterschiedlichen Begleitveranstaltungen, wie zum Beispiel

Fachforen, Tagungen und Kongressen zu präsentieren.“

Dem folgen Beiträge zu den Themen *Messestandgestaltung* (**Saskia Krüger**), Einsatzmöglichkeiten von *Deep Learning* zur Verbesserung des Besuchererlebnisses auf Messen (**Marie-Christin Gerken**) und *Raumwirkung* (**Nora Ernst**). Professor **Stefan Luppold** und **Patrick Haag**, der als langjähriger Fachdozent an der DHBW Ravensburg das Projekt begleitet hat, bilden die Klammer und verweisen unter anderem auf die Relevanz einer klaren Zielsetzung bei Messebeteiligungen.

Die als AUMA Dokumentation 15 erschienene Zusammenstellung steht kostenfrei zur Verfügung: <https://www.auma.de/de/medien/publikationen>

CRR Visuell

In dem Buch „CRR visuell“ werden die neuen EU-Vorschriften der Capital Requirements Regulation zusammengefasst und anschaulich visuell dargestellt. **Dr. Gerhard Hellstern**, Professor an der DHBW Ravensburg, ist darin mit einem Beitrag zum Marktpreisrisiko beteiligt. Das Buch ist nun in dritter Auflage überarbeitet erschienen. Nach Inkrafttreten der CRR/CRD IV war es Aufgabe der Europäischen Bankenaufsicht, bindende Regulierungs- und Durchführungsstandards auszuarbeiten sowie weitere Leitlinien und Empfeh-

lungen zu erlassen, die die Aufsichtsbedingungen konkretisieren und auslegen. Die CRR umfasst insbesondere Regelungen zu den Bestandteilen der Eigenmittel, Eigenmittelanforderungen, Großkrediten, Berichterstattung zur Liquidität, Verschuldung und Offenlegung, darüber hinaus sind komplexe Übergangsvorschriften enthalten.

In die 3. Auflage sind die CRD V und die Überarbeitungen der CRR eingeflossen. Berücksichtigt sind auch die von der Europäischen Bankenaufsicht (EBA) erlassenen Technical Standards. Der Band bietet einen schnellen Zugriff auf das komplexe Regelwerk und Hilfestellung bei der Anwendung der Aufsichtsbedingungen.

Kulturtourismus

Drei Professor*innen aus dem Studienzentrum Tourismus, Hotellerie & Gastronomie der DHBW Ravensburg haben jeweils Beiträge geliefert für den Band *Kulturtourismus*, herausgegeben von Axel Dreyer und von Christian Antz. Städtetourismus und Studienreisen, Kulturmarketing und -vermittlung: Das erste umfassende Handbuch zum Kulturtourismus ist nun in vollständig überarbeiteter, nunmehr 3. Auflage erschienen. **Prof. Dr. Anja Brittner-Widmann** hat dabei den Geschichtstourismus näher beleuchtet, **Prof. Dr. Jan Specht** den Architektur- und Prof. **Dr. Torsten Widmann** den Filmtourismus.

Bankinterne Ratingverfahren

Gerade erschienen

Gerade erschienen ist der Band „Bankinterne Ratingverfahren – Vom TRIM zum finalisierten Basel III“. Herausgeber sind **Prof. Dr. Andreas Igl**, **Dr. Christof Walz** von der Deutschen Bundesbank und **Prof. Dr. Gerhard Hellstern** vom Studiengang *BWL – Bank* an der DHBW Ravensburg. Weitere Autoren stammen unter anderem von der Bundesbank, der BaFin sowie von Beratungsunternehmen.



Zur Ermittlung der regulatorischen Eigenkapitalunterlegung können Kreditinstitute zwei alternative Ansätze anwenden, nämlich den Risikostandardansatz (KSA) und den auf internen Ratings basierenden Ansatz (IRBA). Der interne Modelle-Ansatz ist in den letzten Jahren zunehmend in den Fokus der Aufsichtsbehörden gerückt. Basierend auf dem TRIM-Projekt (Targeted review of Internal Models – TRIM) der EZB wurden europaweit die IRBA-Verfahren der Institute geprüft. Die aus TRIM hervorgegangenen Anforderungen stellen zusammen mit diversen EBA-Guidelines ein Rahmenwerk dar, das bis Ende 2023 in Europa umgesetzt werden muss. Weitere Änderungen an den Verfahren leiten sich aus dem finalisierten Basel III ab. Auswirkungen hieraus ergeben sich insbesondere für die interne Steuerung der Institute so-

wie für die Verwendung von Parametern in den IFRS 9 Verfahren.

Das Buch bietet eine fundierte Zusammenstellung der Anforderungen an interne Ratingverfahren sowie absehbare Änderungen für den KSA. Die Darstellung erfolgt dabei sowohl aus der Sicht der Aufsicht, der Wissenschaft als auch aus Sicht der Industrie.

Veröffentlicht wurde der Band nun im **Schäffer-Poeschel Verlag**.

Anzeige

... und als sie das letzte Feature eingebaut hatte, wusste sie: Diese App wird den Kunden richtig voranbringen.

END

Werde der Held deiner eigenen IT-Geschichte. Bei **top flow** – mit einem Dualen Studium der Wirtschaftsinformatik.



mehr unter: www.top-flow.de/blog/karriere/duales-studium-bachelor-of-science-b-sc-wirtschaftsinformatik-m-w-d

Künstliche Intelligenz gegen Verkehrsprobleme

Innovationsprogramm Forschung (IPF): Chaitanya Grandhi

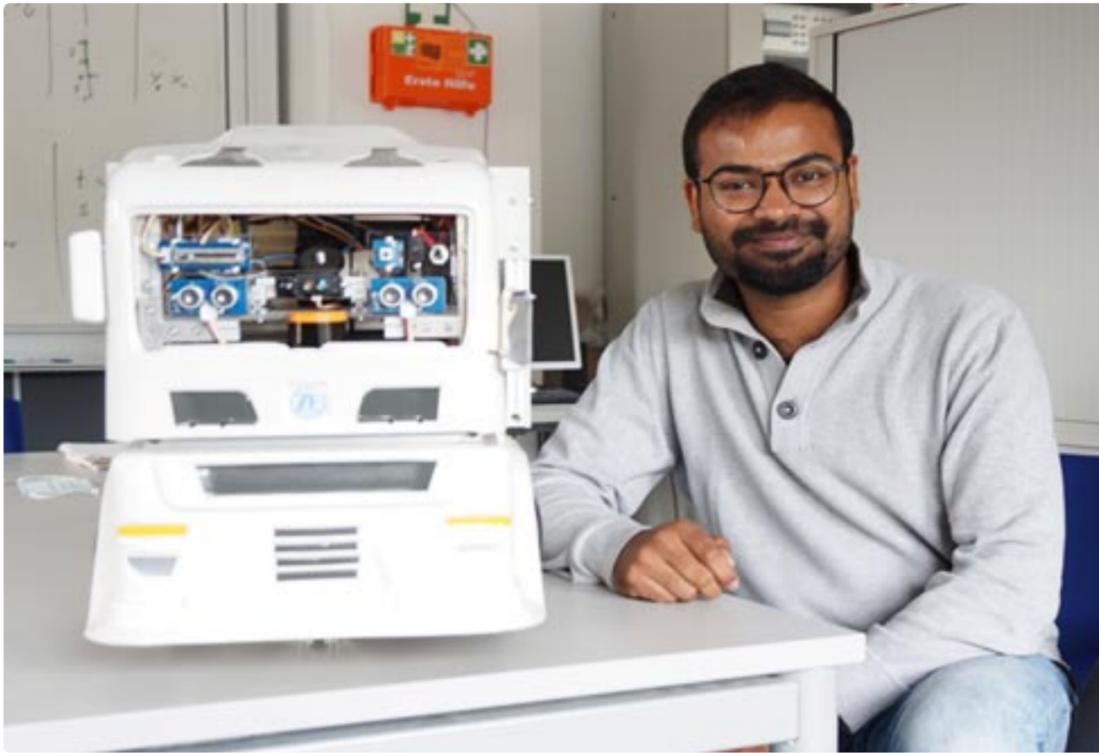
Mit dem „Innovationsprogramm Forschung“ (IPF) fördert die Duale Hochschule Baden-Württemberg den akademischen Mittelbau sowie die Themen Forschung, Innovation und Transfer. Fünf Doktoranden forschen und lehren mithilfe dieses Programms für jeweils drei Jahre an der DHBW Ravensburg. Einer davon ist Chaitanya Grandhi im Bereich Künstliche Intelligenz in der Transportlogistik.

Titel der Arbeit

„An Innovative Approach for Travel Time Prediction of a Company’s Logistic Fleet Management; Development, Implementation and Evaluation of a model for Travel-Time Prediction for specific roadways.“

Forschungsthema

Dem Autofahrer wird es heutzutage leicht gemacht, seine Fahrt zu planen. Er gibt Start und Ziel an und weiß, wann er ankommt, ebenso etwa, ob es Staus oder Umleitungen gibt. Eine Möglichkeit, die es für Lkw und größere Nutzfahrzeuge in der Logistik noch nicht gibt. Chaitanya Grandhi entwickelt in seiner Doktorarbeit daher ein Modell, das die Vorhersage der Reisezeit auch in diesem Bereich möglich macht. Das Modell soll demnach die Faktoren einbinden, die die Reisezeit beeinflussen. Einige davon wie die Urlaubszeit oder das Wetter sind allgemeiner Art. Andere wiederum spezifisch auf den Schwerlastverkehr ausgelegt, wie Geschwindigkeits- oder sonstige Beschränkungen. Die genaue Vorhersage der Reisezeit verspricht dabei verschiedene Vorteile. Der Flottenbetreiber spart Zeit und Geld und verbessert seinen Service. Gleichzeitig soll solch eine Entwicklung aber auch den Verkehr und damit die Umweltbelastung reduzieren.



Chaitanya Grandhi forscht zum Thema Künstliche Intelligenz in der Transportlogistik.

Doktorvater

Prof. Dr.-Ing. Wilhelm Ruckdeschel, DHBW Ravensburg, und Prof. Dr. Holger Schlingloff, Humboldt Universität Berlin

Hintergrund Chaitanya Grandhi

Chaitanya Grandhi hat an der Hochschule Ravensburg-Weingarten seinen Master in Mechatronik gemacht, seine Schwerpunkte waren Künstliche Intelligenz und Robotics. Im Anschluss daran arbeitete er an dem Forschungsprojekt „DigiLand“ mit, das sich mit Smart-Farming-Technologien beschäftigte. Beteiligt daran war neben den Hochschulen St. Gallen und Buchs auch die DHBW Ravensburg. Grandhi entwickelte in der

Zeit einen Prototypen für einen Apfelernter – also einen Ernteroboter.

Motivation für die Forschungsarbeit

„Wir können den Verkehr nicht immer vermeiden, aber wir können mit modernsten KI-Methoden Verkehrsprognosen erstellen und damit intelligentere Entscheidungen treffen. Das reduziert den Verkehr und die Umweltbelastung und erhöht die Verkehrssicherheit. Das Thema Künstliche Intelligenz und die sinnvolle Verwertung all der Daten, die wir sammeln, faszinieren mich. Es ist ein Thema, das sich derzeit rasant entwickelt, egal ob im Smart Home oder beim autonomen Fahren.“

„Wir können den Verkehr nicht immer vermeiden, aber wir können mit modernsten KI-Methoden Verkehrsprognosen erstellen und damit intelligentere Entscheidungen treffen.“

Erste DHBW-Promotion

Mit Martin Lichtmes hat der erste Doktor an der DHBW Ravensburg seinen Titel über ein DHBW-Programm erlangt. Nach vier Jahren ist die Promotion nun abgeschlossen, im September hat Martin Lichtmes seine Arbeit an der Universität Luxemburg verteidigt. Betreut wurde die Arbeit von Prof. Dr. Stephan Leyer (Uni Luxemburg) und von Seiten der DHBW Ravensburg von Prof. Dr.-Ing. Martin Freitag.

Martin Lichtmes hat sich in seiner Doktorarbeit mit der Methanreduktion bei Gasmotoren für Blockheizkraftwerke befasst. Beim Start seiner Arbeit war bereits absehbar, dass die Gesetzgebung die Vorgaben hier strenger formulieren würde – inzwischen sind demgemäß neue Regeln zur Methanreduktion in Kraft. Lichtmes hat in seiner Arbeit entsprechend die Mess- und Simulationsverfahren sowie Prüfstände entwickelt, um an solchen Reduktionszielen zu arbeiten. Die Arbeit ist in Kooperation mit der MTU entstanden, die solche Gasmotoren baut und am Standort in Magdeburg in stand setzt.

Martin Lichtmes hat Maschinenbau am Umwelt-Campus Birkenfeld studiert. Nach seiner Promotion arbeitet er nun in Wangen bei der Firma TEDOM SCHNELL, einem Spezialisten für Blockheizkraftwerke, Bio-Gasmotoren und Energielösungen.



Martin Lichtmes.

Innovative Verkehrskonzepte kommunizieren

Innovationsprogramm Forschung (IPF): Franziska Baar

Mit dem „Innovationsprogramm Forschung“ (IPF) fördert die Duale Hochschule Baden-Württemberg den akademischen Mittelbau sowie die Themen Forschung, Innovation und Transfer. Fünf Doktoranden forschen und lehren mithilfe dieses Programms für jeweils drei Jahre an der DHBW Ravensburg. Eine davon ist Franziska Baar im Bereich Innovationskommunikation in der Automotive-Branche.

Titel der Arbeit

Innovationskommunikation der ÖPNV-Mobilitätskonzepte von morgen – Entwicklung, Umsetzung und Evaluation strategischer Kommunikation für autonomes Fahren im ländlichen Raum

Forschungsthema

Wie steht es um unsere Mobilität der Zukunft? Das Thema autonomes Fahren rückt dabei als technische Innovation immer mehr in den Fokus. Eine neue Technologie, die auch dem Öffentlichen Personennahverkehr auf die Sprünge helfen könnte. Der macht zwar aus ökologischer Sicht Sinn, ihm fehlt jedoch vor allem im ländlichen Raum die notwendige Flexibilität und Attraktivität. Autonome Fahrzeuge, die ohne den teuren Faktor Personal auskommen, könnten ganz neue Konzepte möglich machen. Fran-



Franziska Baar forscht zu Kommunikation in der Automotive Branche. Foto: Philipp Feucht

ziska Baar untersucht in ihrer Arbeit, wie ein gelungenes Konzept für die Kommunikation solcher innovativen Mobilitätsthemen aussehen kann – von der Analyse über Planung, Umsetzung sowie Evaluation und bezogen auf den ländlichen Raum. Drei Ebenen beziehungsweise Zielgruppen spielen dabei eine Rolle: Die Nutzer, die Unternehmen und die

Öffentlichkeit.

Methode

Untersucht werden alle drei Ebenen. Eine Medien-Resonanz-Analyse soll Aufschluss geben, wie die Unternehmen bisher im Bereich Innovation kommunizieren und wie die Resonanz darauf von Seiten der Journalisten, Redakteure, der Medien und

der Öffentlichkeit ist. Die Verkehrsunternehmen werden über eine qualitative sowie eine quantitative Online-Befragung eingebunden und nach dem Status quo ihrer Kommunikation befragt. Eine weitere Untersuchung wird sich den Nutzern widmen.

Doktorvater

Prof. Dr. Frank Brettschneider, Universität Hohenheim; weitere Betreuung: Prof. Dr. Simon Otter, DHBW Ravensburg

Hintergrund Franziska Baar

Studium Medien- und Kommunikationswirtschaft / Werbung an der DHBW Ravensburg mit dem Partnerunternehmen Allgäuer Zeitungsverlag; Master MBA – Medien- und Kommunikationsmanagement an der DHBW Ravensburg; berufliche Erfahrung als Referentin Hochschulkommunikation und Referentin des Rektors an der DHBW Ravensburg sowie als freiberufliche Texterin.

Motivation für die Forschungsarbeit

„Ich möchte gerne einen Beitrag leisten, dass sich etwas verändert an unserer Art der Mobilität. Der motorisierte Individualverkehr ist ein Klimakiller, es braucht dringend alternative Konzepte. Darüber hinaus freue ich mich, einen Beitrag zu leisten für mehr Frauen in der Wissenschaft.“

„Ich möchte gerne einen Beitrag leisten, dass sich etwas verändert an unserer Art der Mobilität. Der motorisierte Individualverkehr ist ein Klimakiller, es braucht dringend alternative Konzepte.“

**Mediator-Panel
der UN**



Prof. Dr. Renate Dendorfer-Ditges ist in das Global Mediation Panel des Ombudsmanns der Vereinten Nationen – The Office of the Ombudsman for United Nations Funds and Programmes – aufgenommen worden. Das Global Mediation Panel steht als unabhängige, vertrauliche und neutrale Ressource allen Mitgliedern der UNDP, UNFPA, UNICEF, UNOPS und UN-Women offen. Der Ombudsmann hilft bei der Prävention und Lösung von Streitigkeiten am Arbeitsplatz in diesen Organisationen, Dendorfer-Ditges berät zu allen Aspekten der Schiedsgerichtsbarkeit und außergerichtlichen Streitbeilegung und verfügt über besondere Expertise und Erfahrung in der Wirtschaftsmediation, auch in englischer Sprache. Professor Dendorfer-Ditges lehrt an der DHBW Ravensburg im Bereich der alternativen Streitbeilegung und internationa-

len Verhandlungsführung. Sie leitet dort das Kontaktstudium Wirtschaftsmediation.

**Krohn: Wechsel in
Medienwirtschaft**

Prof. Dr. Tobias Krohn, bis dahin Studiengangsleiter für BWL-Medien- und Kommunikationswirtschaft an der DHBW Ravensburg, wechselte zum 1. Oktober 2020 in die Wirtschaft. Krohn übernimmt die Leitung Unternehmensentwicklung beim Schwäbischen Verlag (Schwäbisch Media) in Ravensburg. An der DHBW ist er dafür vom Dienst beurlaubt.



Krohn soll bei Schwäbisch Media als Mitglied der Geschäftsleitung die Digitalisierung der Geschäftsfelder vorantreiben sowie Organisation, Struktur und Führung des Hauses gemeinsam mit dem Geschäftsführer von Schwäbisch Media, Lutz Schumacher, neu aufstellen. „Wir freuen uns sehr, mit Prof. Krohn eine Persönlichkeit

ins Haus zu holen, die uns helfen wird, unsere komplexen und drängenden Herausforderungen zu meistern“, meint Schumacher.

Für Prof. Dr. Herbert Dreher, Rektor der DHBW Ravensburg, ist dieser Schritt ein Zeichen für die hohe Qualität der dualen Ausrichtung der DHBW: „Die Übernahme der neuen Tätigkeit von Prof. Krohn zeigt, dass wir als DHBW für die Wirtschaft im Lande eine sehr wichtige Position einnehmen. Wir freuen uns, dass wir so den Wissenschafts-Praxis-Transfer in der Medien- und Kommunikationswirtschaft vorantreiben können.“ Prof. Krohn, der an der DHBW Ravensburg vor allem im Bereich Medienwirtschaft sowie Unternehmens- und Mitarbeiterführung lehrt, wird auch während seiner Tätigkeit bei Schwäbisch Media der DHBW zur Seite stehen, wenn er – dann als externer – Prüfer bei Prüfungen eingesetzt wird. Beim Schwäbischen Verlag ist er übrigens kein Unbekannter. Bevor er an die DHBW berufen wurde, hatte er bereits schon für die Schwäbische Zeitung im Raum Biberach/Alb-Donau/Ulm gearbeitet. Inzwischen hat er mehrfach betont, wie wichtig ein radikaler Umbau der Geschäftsfelder sei.



find erstmals nach dem Lockdown wieder ein Treffen von Branchenvertretern im Rahmen einer Tagung statt. **Prof. Dr. Thomas Bauer** moderierte dabei ein Podium zum Thema „**Marketing Automation**“. Insgesamt 130 Teilnehmer waren live dabei im Congress Center Düsseldorf (CCD), weitere 107 Tagungsgäste verfolgten die zweitägige Veranstaltung virtuell. Auch damit setzte der FAMA ein sichtbares Zeichen für die Zukunft der Veranstaltungs- und Eventbranche – in einer Mischung aus Live-Act und Online-Veranstaltung.

Einer Kombination, die wegweisend sein könnte für die Entwicklung der gesamten Branche. Darüber waren sich die Diskutanten in Düsseldorf im Podium „Neue Wege, Umwege, Sackgassen? Wie sich Covid-19 auf das Messegeschäft auswirkt“ sehr einig. Das von Prof. Dr. Thomas Bauer von der DHBW Ravensburg moderierte Podium bot Impulse von Michael Freter, Geschäftsführer von Reed Deutschland, und von An-

drew Sanderson, Berater bei Ansaco Consulting zum Automatisierungspotenzial im Marketing der Messebranche. In kurzen Impulspräsentationen wurde primär die Herangehensweise an eine Automatisierung von Marketingprozessen besprochen, da die Branche relativ zu etwa dem E-Commerce noch am Anfang der Entwicklung steht.

Prof. Bauer zeigte anhand von typischer CRM-Prozesskommunikation, wie Automatisierung mit häufig bereits verwendeter CRM-Software oder in bereits formalisierten und standardisierten Prozessen sukzessive entwickelt werden kann. Am Beispiel von E-Commerce Prozessen von Hello-Fresh und Analogien im Messewesen zeigte er, wie Anstoßketten (time based) und anlassbezogene Kommunikation (trigger based) ausgesteuert werden können. Dies führt im Zielbild zu konsequenter und effektiver Kundenansprache, welche über die richtigen Kanäle und zum richtigen Zeitpunkt als Beratungsleistung (statt Werbung) wahrgenommen werden. Fragen zur möglichen Entpersonalisierung des Kundenkontakts konnte eine vermutet hohe Akzeptanz der Automatisierung von CRM- und Marketingprozessen bei großer Kundenzahl entgegen gestellt werden. Insbesondere wiederum der E-Commerce und die dort „erlernten“ Reaktionsgeschwindigkeiten sowie die hohe Akzeptanz für Self-Service Lösungen setzen auch die Rahmenbedingungen für die Branche.

**FAMA tagt präsent
und virtuell**

Mit der Fachtagung des Fachverbands Messen und Ausstellungen (FAMA), der bundesweit führenden Veranstaltung der Branche,

Anzeige

PASSION FOR PERFORMANCE

Weltklasse Biopharmazeutika aus Oberschwaben

Als führendes Dienstleistungsunternehmen für die Entwicklung und Herstellung von Wirkstoffen leistet Rentschler Biopharma einen entscheidenden Beitrag zur weltweiten Verfügbarkeit von biotechnologischen Arzneimitteln. Seit der Unternehmensgründung 1927 sind wir ein unabhängiges Familienunternehmen. Die Firmenkultur unserer knapp 1.000 Mitarbeiter ist geprägt von gegenseitigem Vertrauen, Respekt und Offenheit.




Bewirb Dich jetzt!

Rentschler Biopharma SE
Erwin-Rentschler-Str. 21 · 88471 Laupheim · Germany
www.rentschler-biopharma.com



Offene Studienplätze 2021
**Bachelor of Arts (m/w/d)
BWL International
Business**
in Kooperation mit der DHBW Ravensburg

Offene Studienplätze 2021
**Bachelor of Science (m/w/d)
Wirtschaftsinformatik
Schwerpunkt „Data Science“ und
„Business Engineering“**
in Kooperation mit der DHBW Ravensburg




Gute Gründe für Deinen Einstieg

Freue Dich auf ein **spannendes** Arbeitsumfeld in einer **innovativen, zukunftsicheren** Branche. Wir bieten Dir ein abwechslungsreiches Aufgabefeld mit attraktiven Entwicklungschancen und einem vielseitigen Gesamtpaket an Sozialleistungen. Weitere Informationen findest Du auf den Karriereseiten unserer Website www.rentschler-biopharma.com.

Wir freuen uns auf Deine aussagekräftige Onlinebewerbung!



EY Entrepreneur of The Year
Winner 2019

Gasthöfe mit Zukunft

Stimmiges Ambiente als Schlüssel zum Gast



Auch den Berggasthof Höchsten nahmen die Studierenden der DHBW Ravensburg unter die Lupe.

Eine Zusammenarbeit mit dem Magazin LandZunge machte es möglich: DHBW-Studierende im Schwerpunkt Hotel- und Gastronomiemanagement untersuchen Landgasthöfe in der Region Oberschwaben-Allgäu auf ihre Erfolgsfaktoren.

Jeder kennt die Bilder zumindest vom Vorbeifahren: Verlassene Gasthöfe prägen heute viele Dörfer oder Landstraßen. Wenn früher der „Adler“, „Ochsen“ oder die „Post“ im Mittelpunkt der ländlichen Dorfgesellschaft standen, haben sich die Zeiten mittlerweile geändert. Die Menschen haben andere Bedürfnisse, brauchen diesen Ort des Zusammenkommens nicht mehr, sind mobiler geworden und besuchen lieber die Gastronomie in der nächsten Stadt. Das „Gasthofsterben“ ist seit Jahrzehnten ein Thema und ist letztlich ein Ergebnis des Strukturwandels im ländlichen Raum.

„Wir wollten wissen, was einen erfolgreichen Gasthof heute ausmacht, wie er attraktiv für den Gast von heute wird“

Gegen diesen Trend engagiert sich in der Region Allgäu-Oberschwaben die LandZunge. Als „Aktion für Genuss und Region“ entwickelt sie Konzepte für zukunftsfähige Gasthöfe und vernetzt hierfür Akteure wie Gastronomen und Erzeuger. In einem gemeinsamen Projektseminar mit Studierenden des Studiengangs Hotel- und Gastronomiemanagement wurden dieses Jahr Gasthöfe der Region auf ihre Erfolgsfaktoren untersucht. Im Mittelpunkt der Fallstudien stand dabei die Frage nach dem Ambiente der jeweiligen Häuser. „Wir wollten wissen, was einen erfolgreichen Gasthof heute ausmacht, wie er attraktiv für den Gast von heute wird“, erläutert Studiengangsleiter Dr. Armin Müller. „Dabei haben unsere Studierenden sich in-

tensiv mit der Ausgestaltung des jeweiligen Ambientes beschäftigt.“ Mit Ambiente ist die Atmosphäre im Gasthof gemeint. Löst das Ambiente eine positive Resonanz beim Gast aus, kommt er wieder oder empfiehlt den Gasthof weiter. „Hier kommen viele sinnliche Wahrnehmungen zusammen: Geschmackserlebnisse, der Austausch mit dem Personal, mit anderen Gästen, aber auch die Innenarchitektur, Akustik und Haptik der Räume und der Einrichtung“, erläutert Dr. Rudi Holzberger von der Aktion LandZunge den Ansatz.

Über Interviews und Beobachtungen erarbeiteten und bewerteten die Studierenden das Ambiente ihres jeweiligen Gasthofes. Untersucht wurden Häuser wie der Amboss in Grünkraut, der Berggasthof Höchsten in Illmensee, das Rössle in Stiefenhofen, der Altdorfer Hof in Weingarten und das Meckatzer Bräustüble in Meckatz. Am Ende des Projektes standen Vorschläge, wie die Gastwirte ihr Konzept verbessern und weiterentwickeln können. Leider verhinderte Corona einige weitere Besuche in den Gasthöfen.

Die Wirte der ausgewählten Gasthöfe waren dennoch vom Projekt und vom Engagement der Gruppen sehr angezogen: „Die Gastronomen wissen ja oft selbst nicht, was ihren Gasthof denn stark macht, da war so ein frischer Blick von der Seite sehr nützlich“, freut sich Dr. Rudi Holzberger, der die Aktion LandZunge 2002 mit Partnern wie Brauereien und vielen anderen Firmen aus der Branche ins Leben gerufen hatte. Der Journalist und Medienwissenschaftler will die Beispiele aus dem Projekt auch für einen größeren Artikel in seinem Magazin LandZunge nutzen – „das Thema Ambiente ist für uns existentiell, aber es gibt dazu fast nur Erfahrungen aus der Praxis, kaum klar belegte Kriterien“.

Ab in den Ruhestand

Prof. Dr. Dieter Hartfelder

Als Prof. Dr. Dieter Hartfelder seinen ersten Lehrauftrag an der DHBW Ravensburg, der damaligen Berufsakademie, antrat, waren es gerade einmal um die 300 Studierende. Mit seinem Wechsel nun in den Ruhestand sind es rund 3.900 Studierende. Eine ebenso rasante Entwicklung hat sein Fachbereich, die Medien- und Kommunikationswirtschaft, genommen.

Wirtschaftswissenschaften und Publizistik hatte Hartfelder in St. Gallen studiert, promovierte in BWL. Fachbereiche, die an der noch jungen Berufsakademie Ravensburg äußerst gefragt waren. Einem ersten Lehrauftrag folgte dann 1989 ein Dozentenvertrag und zwei Jahre später die Berufung zum Professor. Unternehmensführung und Organisation waren die zentralen Fächer von Hartfelder. „Diese frühe Zeit nach der Gründung war charakterisiert durch eine wirkliche Aufbruchstimmung. Wir wollten die Weichen stellen für Wachstum und Erfolg“, erinnert sich Hartfelder. Ziel und Vision war es, Hochschule zu werden. Das ist der Dualen Hochschule Baden-Württemberg 2009 gelungen. „Und ich muss sagen, fachlich und didaktisch hatte sich das Niveau schnell gut entwickelt“, so Hartfelder.

„Bei den Jugendlichen waren die Medienstudiengänge immer beliebt, die Firmen mussten damals aber erst überzeugt werden“, so Hartfelder.

Zuletzt war Dieter Hartfelder Studiengangsleiter in der Medien- und Kommunikationswirtschaft. Einen Bereich, den damals Josef Benzinger mit einer ganzen Portion Hartnäckigkeit aufgebaut hatte. Nicht jeder gab dem Studienangebot in der „Provinz“ eine Chance. „Bei den Jugendlichen waren die Medienstudiengänge immer beliebt, die Firmen mussten damals aber erst überzeugt werden“, so Hartfelder. Aber die bis- sen dann doch schnell an, und gleich zu Beginn schickten namhafte Partnerunternehmen wie Bertelsmann und die Süddeutsche Zeitung Studierende ins beschauliche Oberschwaben.

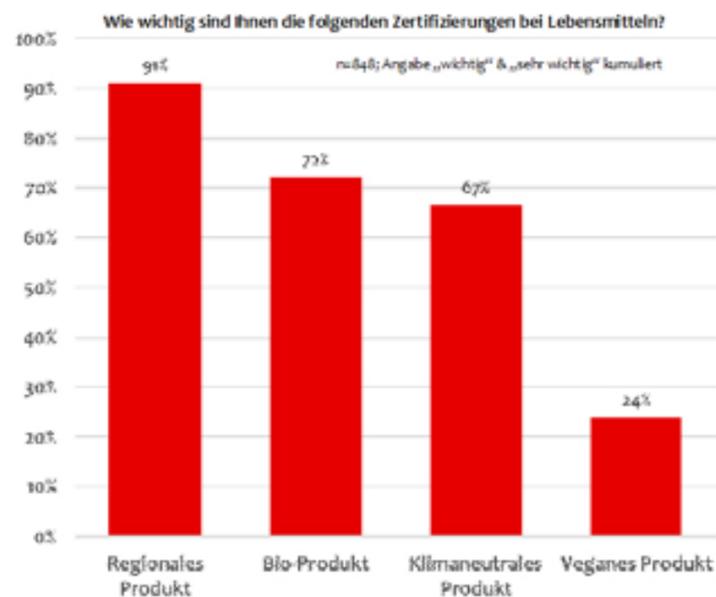
Sehr lange hat sich die Medienwirtschaft nur wenig und in beschaulichen Schritten verändert. Eine Entwicklung, die in den vergangenen Jahren rasant Fahrt aufgenommen hat. „Ich komme noch von der Gutenberg-Galaxie, im Zuge der Digitalisierung sind heute ganz andere Kompetenzen bei den Studierenden gefragt“, beschreibt es Hartfelder.



Prof. Dr. Dieter Hartfelder.

Regionalität hat für junge Weinkundinnen die höchste Bedeutung

Die Weinbranche möchte ein jüngeres Publikum ansprechen



Die Studierenden des Studiengangs **BWL – Industrie III (Jahrgang 2017)** haben für die Weinkellerei und dualen Partner **Zimmermann-Graeff & Müller GmbH (ZGM)** den Markt erforscht, betreut wurden diese von Prof. Dr. Thomas Dobbstein. Gerald Wüst, Marketing-Leiter bei der mittelständischen Weinkellerei in Rheinland-Pfalz, hat die Marktanalyse seitens ZGM unterstützt, er briefte die Studierenden.

Forschungsfrage

Die Weinbranche möchte neue Konzepte für ein jüngeres Zielpublikum entwickeln. Die neue Weinmarke „allure“ von ZGM soll speziell die weibliche Zielgruppe zwischen 20 und 35 Jahren ansprechen. Die zentrale Forschungsfrage für ZGM lautete daher: Kann die Weinmarke es schaffen, diese junge Zielgruppe für den Weinkonsum zu gewinnen? Zentrale Kennzeichen von „allure“ ist seine Zertifizierung als klimaneutrales Produkt, weshalb sich weitere Fragestellungen mit dem Einfluss von Klimaneutralität auf den Kaufentscheidungsprozess sowie dem grundsätzlichen Verständnis von Klimaneutralität beschäftigen. Die Studierenden befragten im Juli und im August Frauen der Jahrgänge 1990 bis 2000. 848 Teilnehmerinnen wurde vor allem über die sozialen

Medien sowie über die klassische E-Mail-Kaltakquise für die Befragung gewonnen.

Regionalität ist Konsumentinnen wichtiger als Klimaneutralität

Bei der Frage nach der Wichtigkeit von ausgewählten Zertifizierungen gaben 91% der Befragten an, dass sie eine Zertifizierung als regionales Produkt als „wichtig“ oder sogar als „sehr wichtig“ erachteten. Eine Zertifizierung als Bio-Produkt kommt auf 72% und steht damit sogar noch vor der Zertifizierung als klimaneutrales Produkt (67%). Eine Zertifizierung als veganes Produkt landete bei 24%. Auch wenn eine Klimaneutralitäts-Zertifizierung noch nicht als wichtigste Zertifizierung bei Lebensmitteln angesehen wird, so lassen einige weitere Ergebnisse darauf schließen, dass Klimaneutralität einen guten Zusatznutzen mit sich bringt und von vielen Konsumentinnen gewünscht ist.

Wein ist beliebtestes alkoholisches Getränk

Untersucht wurde zudem, welches alkoholhaltige Getränk von den Befragten am häufigsten getrunken wird. Dabei landete Wein (50%) mit weitem Abstand vor Bier (25%), Schaumwein (11%) und Spirituosen

(7%). Diese Erkenntnis dürfte vor allem den Auftraggeber freuen, der als einer der größten Weinkellereien in Europa in den vergangenen Jahren auf stagnierende Absatzzahlen in der Weinbranche blickt. Die Gruppe der 20-30-jährigen Frauen konnte somit als aussagekräftige Zielgruppe für den Weinmarkt bestätigt werden.

50% der jungen Frauen trinken unter den alkoholischen Getränken am liebsten Wein

Großes Lob vom Dualen Partner

Gerald Wüst von ZGM zeigte sich beeindruckt über die professionelle Aufarbeitung der Ergebnisse. „In meiner langen Berufslaufbahn habe ich bereits viele Marktforschungspräsentationen gesehen, Ihre stehen den großen Firmen hinsichtlich der Aufbereitung in nichts nach.“ Wüst lobte zudem die gute Zusammenarbeit mit den Studierenden.



Der Einfluss von Corona auf das Kaufverhalten

Studierende BWL – International Business vergleichen Deutschland und Südafrika

Studierende BWL – International Business der DHBW Ravensburg haben den Einfluss der Corona-Pandemie auf das Kaufverhalten der Generation Y in Deutschland und in Südafrika untersucht. Eine Erkenntnis: In beiden Ländern ist der Kauf von Kleidung und Freizeitartikeln zurückgegangen – in Südafrika stärker als in Deutschland.

Die Studierenden haben 1.625 Personen der Generation Y, also der zwischen 1980 und den späten 1990er Jahren Geborenen befragt. Hauptziel der Studie war es, den Einfluss von Eigenschaften wie Angst oder Stress in dieser Zeit auf das Kaufverhalten zu untersuchen. Ein weiterer Aspekt war der Ländervergleich Deutschland – Südafrika. In der Online-Auftaktveranstaltung gab Professor Vannie Naidoo von der University of Kwazulu-Natal den Studierenden dabei einen Einblick in die Situation in Südafrika. Betreut wurde die Arbeit von Prof. Dr. Thomas Dobbstein. Unterstützt wurden die Studierenden vom Zentrum für empirische Kommunikationsforschung (ZEK).

Veränderungen im Kaufverhalten

Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass in allen Pandemiephasen die Kaufintensität für Lebensmittel, Drogerieartikel, Medika-



Das Bild zeigt von links: Lukas Waldbauer, Senta Grimm, Jasmin Rühl, Fabio Lauppe, Rosalie Schilling, Bora Serpen, Max Oberscheid, Ann-Sophie Ramsperger, Melanie Schroll, Bonny Sauter und Prof. Dr. Thomas Dobbstein.

mente und Artikel zum persönlichen Schutz gestiegen ist. In beiden Ländern ist der Wunsch nach einem Kauf von Kleidung und Freizeitartikeln hingegen deutlich zurückgegangen, in Südafrika stärker als in Deutschland. Während der Alkoholkonsum in Deutschland unverändert

bleibt, geht er in Südafrika gesetzbedingst stark zurück.

Angst vor COVID-19 in Südafrika deutlich größer als in Deutschland

Auf einer Skala von 1 (sehr niedrig) bis 7 (sehr hoch) ist die Corona-spezifische

Angst in Südafrika mit 5.07 deutlich höher als in Deutschland mit 2.61. Länderübergreifend geben 71% der Befragten an, nur in Geschäfte zu gehen, wenn sie wirklich etwas benötigen. Allerdings haben 59% der Befragten trotz COVID-19 noch Spaß am Einkaufen. Unter den

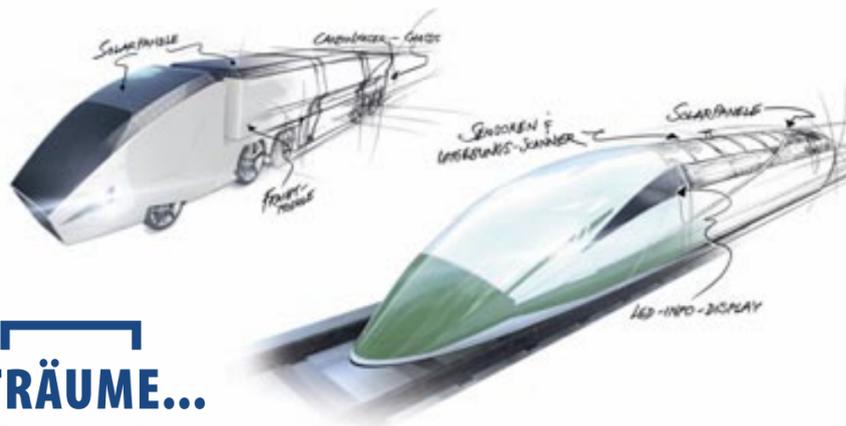
abgefragten Eigenschaften wie Angst, persönliches Wohlbefinden oder Optimismus hat die Angst den größten Einfluss auf das Kaufverhalten. Das zeigt sich beim Kauf von Lebensmitteln, Drogerieartikeln, Medikamenten und Artikeln zum persönlichen Schutz. Entsprechend der größeren Angst ist der Effekt in Südafrika ausgeprägter. Für Stress gilt: Je höher der empfundene Stress, desto mehr Alkohol wird gekauft.

In beiden Ländern ist der Wunsch nach einem Kauf von Kleidung und Freizeitartikeln deutlich zurückgegangen.

Einfluss von Bildung und Wohnort

Sowohl in Deutschland als auch in Südafrika ist die Angst vor COVID-19 in Großstädten deutlich größer als auf dem Land. Zudem nimmt die Angst mit höherem Bildungsstand zu und ist bei Selbstständigen besonders groß.

Anzeige



TRÄUME...

...WERDEN WAHR. DARAN ARBEITEN WIR JEDEN TAG. VIELLEICHT BALD MIT IHNEN!

Knorr-Bremse ist Weltmarktführer für Bremssysteme und ein führender Anbieter sicherheitskritischer Subsysteme für Schienen- und Nutzfahrzeuge. Die Produkte von Knorr-Bremse leisten weltweit einen maßgeblichen Beitrag zu mehr Sicherheit und Energieeffizienz auf Schienen und Straßen. Rund 29.000 Mitarbeiter an über 100 Standorten in mehr als 30 Ländern setzen sich mit Kompetenz und Motivation ein, um Kunden weltweit mit Produkten und Dienstleistungen zufriedenzustellen. Seit mehr als 115 Jahren treibt das Unternehmen als Innovator in seinen Branchen Entwicklungen in den Mobilitäts- und Transporttechnologien voran und hat einen Vorsprung im Bereich der vernetzten Systemlösungen. Knorr-Bremse ist einer der erfolgreichsten deutschen Industrieunternehmen und profitiert von den wichtigen globalen Megatrends: Urbanisierung, Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Mobilität.

STUDIERENDE (M/W/D)

für Praktika, Werkstudententätigkeiten oder Abschlussarbeiten (Bachelor/Master/Diplom)

ABSOLVENTEN (M/W/D)

für den direkten Berufseinstieg oder zur Teilnahme an unserem 18-monatigen Management Evolution Program (MEP)

Mehr Information im Stellenmarkt unter www.knorr-bremse.de



Oldtimer mit Elektroantrieb?

Studierende Wirtschaftsingenieurwesen starten Umfrage

Passen Oldtimer und Elektroantriebe zusammen? Dieser Frage sind Studierende Wirtschaftsingenieurwesen der DHBW Ravensburg nachgegangen. Gut 1.000 Teilnehmer haben dazu an ihrer Befragung teilgenommen. Zusätzlich haben sie ein Umbaukonzept für eine Piaggio Ape vorgelegt und zwei Anbieter unter die Lupe genommen und bewertet.

Simon Eß, Marcel Hoffmann, Marco Thum und Matthias Wastlhuber haben sich in ihrem fünften und sechsten Semester im Angewandten Projektmanagement mit der Verbindung Oldtimer & Elektromobilität beschäftigt. Sie haben die Bereitschaft abgeklöpft, einen Oldie auf einen Elektroantrieb umzurüsten. Betreut wurde die Arbeit von Prof. Dr. Stephan Sauter. 1.076 Personen haben an der Befragung teilgenommen. Die meisten haben selbst ein Auto, 18% davon fahren tatsächlich einen Oldtimer.

Nur 12 % der Oldtimer-Fahrer können sich eine Umrüstung auf E-Antrieb vorstellen

Oldtimer elektrisch umrüsten

Und wie sieht deren Bereitschaft aus, ihren Oldie elektrisch umzurüsten? Nur 12 % der Oldtimer-Fahrer können sich die Umrüstung vorstellen. Bei den Nicht-Oldtimer-Fahrern sind es dagegen mit 46% deutlich mehr. Hauptgrund für die Ablehnung ist mit 62% das Argument, dass man ein Kulturgut wie einen Oldtimer nicht verändern sollte. 21% der Befragten gaben an, eine grundsätzlich kritische Haltung gegenüber E-Antrieben zu haben.

Kfz-Antrieb der Zukunft

Die Studierenden vom Technikcampus Friedrichshafen der DHBW Ravensburg nutzten zudem die Gelegenheit, nach dem Kfz-Antrieb der Zukunft zu fragen – die Befragten konnten mehrere Antwortoptionen auswählen. 73% sehen demnach die Zukunft im Wasserstoff- und 46% im Elektroantrieb.

Konzept für den Umbau

Der zweite Teil des Projekts war ein Konzept für den Umbau eines Oldtimers – einer Piaggio Ape. Die Studierenden haben dazu die Angebote zweier Anbieter genau unter die Lupe genommen und anhand der Ergebnisse eine Handlungsempfehlung formuliert.



Neues Design rund um den Neubau des FVR

Der FV Ravensburg nutzt den Neubau in Sachen Optik und Marketing

Der FV Ravensburg plante – zumindest vor Corona – einen Neubau auf seinem Gelände und möchte dabei auch in Sachen Optik und Marketing Gas geben. Ideen und Unterstützung holt sich der Fußballverein dabei von Studierenden Mediendesigner der DHBW Ravensburg. Prof. Herbert Moser, der die Arbeiten betreut, hat die Entwürfe nun dem Geschäftsführer Fabian Hummel vorgestellt.

Einen ganzen Blumenstrauß verrückter Ideen kündigte Prof. Moser dem FV Ravensburg dabei bei der Präsentation von neun Arbeiten an. Die Ideen werden nun noch einem größeren Gremium vorgestellt, das eine Auswahl trifft. Sollte der Neubau verwirklicht werden, wird die DHBW Ravensburg das Projekt weiter unterstützen.

„Unsere Idee ist es, mit dem Neubau auch die Gelegenheit zu ergreifen, mehr Identifikation mit dem Verein zu schaffen“,

beschreibt Fabian Hummel



Die Mediendesigner der DHBW Ravensburg haben der Bahnhofstreppe einen tollen Look verpasst.

Das bezieht sich einerseits auf das Stadiondesign, als auch auf das Marketing und auf Events. Drittsemester Mediendesign hatten sich dazu in einem Entwurfseminar Gedanken ge-

macht. Als Kern hatten sie etwa die optische Aufwertung des Stadions im Visier, ebenso wie die Verbindung zur Stadt und die Bindung der Fans.

Und war da was dabei für den FV Ravensburg? Absolut! Einige Ideen haben es bei Fabian Hummel direkt in die engere Auswahl geschafft. Ein optisch aufgewerteter Eingangsbe-

reich etwa, durch den der FV Ravensburg mit großen Lettern in Szene gesetzt wird. Auch für die Präsentation der Sponsoren hatten sich die angehenden Mediendesigner optisch einiges einfallen lassen. „Im grafischen Bereich habe ich mir schon einiges notiert“, so Hummel.

Vom Trommler-Contest über „FVR goes Hollywood“ bis zum Speed Dating mit Giulia Gwinn

Die Studierenden hatten sich zudem viele Gedanken über Stimmung und Emotion rund um den FV Ravensburg gemacht. Unterschiedliche Kampagnen kamen dabei raus. „Meine 11“ zum Beispiel. Unter dem Motto kann je ein Spieler Pate für ein FVR-Event im Jahr werden. Ein witziger Film über elf Fancharaktere ist ein weiteres Beispiel. Auch einen Trommler-Contest können sich die Studierenden vorstellen – vielleicht mit der tollen Kulisse FVR-Stadion. Filmplakate mit den Ravensburger Kickern – FVR goes Hollywood – machten Eindruck („Rise of an Empire“), eine beklebte Treppe am Bahnhof, „Gwinn“ ein Speed Dating mit Giulia Gwinn und einiges mehr. Die Entwürfe werden nun beim FV Ravensburg weiter gesichtet.

Der Job mit den allerbesten Aussichten

Studierende Messe-, Kongress- und Eventmanagement kreieren Kampagne für Dachdeckerverband

Studierende BWL – Messe-, Kongress- und Eventmanagement der DHBW Ravensburg haben sich in einer Studienarbeit Gedanken über eine Kampagne für den Landesverband des Dachdeckerverbands Baden-Württemberg gemacht. Ziel ist die Gewinnung von Nachwuchs und das Image im Allgemeinen.

Ein Showtruck macht bisher junge Menschen bei Messen und in Schulen aufmerksam auf das Dachdeckerhandwerk. Die Studierenden der DHBW Ravensburg machten sich nun Gedanken darüber, was alternativ die Aufmerksamkeit erregen könnte. Und hatten dabei die Idee für eine XXL-Leiter, sind es doch die Dachdecker, so die Idee, die bei ihrer Arbeit allerbeste Aussichten haben. Garniert wird dies durch Slogans wie „Ihr seid die mit den besten Aussichten“ oder „Kein Job, bei dem du im Schatten stehst“. Verbunden mit einem Infostand könnte dies bei Auftritten in Schulen und Messen den gewünschten Effekt erzielen. Präsentiert würde dies durch entsprechende Markenbotschafter, also Azubis, die am besten für ihren Job begeistern können, und interaktive Stationen.

Überzeugende Social Media-Strategie

Dieser Auftritt ist das eine – dazu kommt eine überzeugende Social Media-Strategie. So kann vor und nach einem Event rundum berichtet werden. Dabei analysierte das Team des Studiengangs BWL – Messe-, Kongress- und Eventmanagement auch, über welche Kanäle die potenziellen Kandidaten für das Dachdeckerhandwerk erreicht werden – und wie man diese Kanäle professionell ausgestaltet.

Im Rahmend der mehrmonatigen Analyse hatten die sechs Studierenden durch Interviews und Online-

Recherchen die Stärken und Schwächen herausgearbeitet, dem Landesverband dann auch die damit verbundenen Chancen und Risiken präsentiert. Fest steht, dass Motivation und Offenheit für die Nachwuchsgewinnung bei allen Mitgliedsbetrieben vorhanden ist. Ein Fokus bei der Kommunikation ist aus Sicht der Studierenden, dass es sich um einen Beruf mit sicherer und nachhaltiger Zukunft handelt. Sie rieten zudem, auch zugewanderte Jugend-

liche direkt anzusprechen.

Gesamtkonzept mit individueller Anpassung

Das Gesamtkonzept des DHBW Ravensburg-Teams gibt einerseits einen großen Rahmen vor, kann aber auch von jedem einzelnen Mitgliedsbetrieb individuell angepasst werden. Damit zeigt sich dann nicht ein anonymer Landesverband, sondern das Unternehmen von nebenan.

Stresstest Benchmark-Analyse

Einem „Stresstest“ musste sich der Landesinnungsverband des Dachdeckerhandwerks in Form einer Benchmark-Analyse stellen: der Vergleich mit dem großen Zentralverband des deutschen Handwerks zeigte am Ende weniger Defizite, sondern Möglichkeiten zur Verbesserung.

Professor Stefan Luppold, der als Studiengangsleiter die Arbeit des Teams begleitet hat, sieht in dem Ergebnis auch eine Bestätigung des DHBW-Konzepts:

„Unsere Studenten waren als Consultants unterwegs – sie haben gezeigt, dass sie Probleme erkennen und Lösungen erarbeiten können.“

Prof. Stefan Luppold

Viele der Ideen kamen bei den Meistern der Dachdeckerinnung gut an – für die Präsentation gab es das entsprechende Lob. Die ehrenamtlichen Vorstandsmitglieder und die Hauptamtlichen der Geschäftsstelle bekamen die 150-seitige Projektdokumentation für ihre weiteren Aktivitäten mit auf den Weg. Kein fertiges Konzept – aber eine fundierte Analyse samt reichlich Input an Ideen.

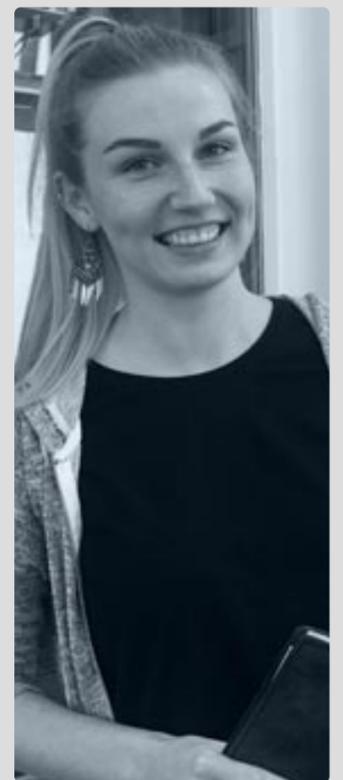


Die Studierenden präsentierten der Dachdeckerinnung ihr Ideen online. Dabei ging es um gute Aussichten, die gibt es in Ravensburg zum Beispiel vom Blaserturm,

Foto: privat / Stadt Ravensburg



Kinderuni bekommt Redesign



An der DHBW Ravensburg wird es auch in der Theoriephase praktisch: Studierende des Studiengangs Mediendesign beschäftigten sich in ihren Projektarbeiten im zweiten Semester mit einem Redesign für die Kinderuni Ravensburg-Weingarten. Clarissa Langer hat mit ihrem Entwurf die Veranstalter von Stadt und Hochschulen überzeugt. Ab dem kommenden Studienjahr werden Website, Flyer, Urkunden und alle anderen Werbe- und Infomaterialien der Kinderuni im neuen Corporate Design erscheinen.

Coca-Cola-Kampagne zu Recycling überzeugt

Am Zentrum für empirische Kommunikationsforschung (ZEK) wird die Wirkung der Coca-Cola-Kampagne untersucht

Coca-Cola Schweiz hat zu den Olympischen Jugend-Winterspielen in Lausanne gemeinsam mit PET Recycling Schweiz eine Recycling-Kampagne umgesetzt. Mit Erfolg, wie Studierende der DHBW Ravensburg am Zentrum für empirische Kommunikationsforschung (ZEK) in Bezug auf die Botschaft, deren Wahrnehmung und Wirkung, untersucht haben.

Wer bei den Olympischen Jugend-Winterspielen seine PET-Flasche in einen der 80 Recycling-Behälter einwarf, dem spendete der „Mülleimer“ Jubel, Applaus und Kuhglocken-Geläut. Verschiedene Motive auf den Behältern machten auf die Aktion aufmerksam. „Run. Drink. Recycle.“ lautete etwa einer der Slogans. Der Weg eines Skitourengängers führt dabei direkt zum Recycling-Behälter.

„Aus wahrnehmungspsychologischer Sicht funktioniert die Kampagne sehr gut.“

Prof. Dr. Simon Ottler

Im Februar nahmen Studierende der Medien- und Kommunikationswirtschaft die Kampagne in einem Lehrprojekt wissenschaftlich unter die Lupe. Sie nutzten Eye-Tracking



So bewerteten die Probanden die Kampagne von Coca-Cola Schweiz.

– dabei wurden die Augenbewegungen von 52 Testpersonen aufgezeichnet. Verbunden war dies mit einer anschließenden Befragung. Prof. Dr. Simon Ottler, Leiter des ZEK, machte bei der nun vorliegenden Auswertung zwei Kernergebnisse aus. „Aus wahrnehmungspsychologischer Sicht funktioniert die Kampagne sehr gut: Die Aufforderung ‚Run. Drink. Recycle.‘ wird visuell sofort erfasst. Innerhalb von wenigen Sekunden fällt die Aufmerksamkeit auf den Tourenträger und die Marke Coca-Cola“, so Ottler. „Der bildhaft umgesetzte Call-to-Action

unterstreicht die Botschaft nochmals auf prägnante Weise.“ Die Befragung der Studierenden macht zudem deutlich, dass die Botschaft der Kampagne ankommt. „Nachhaltigkeit im Sinne von Wiederverwertbarkeit der Flaschen“ nannte in dem Zusammenhang etwa einer der Befragten, ein anderer findet „den Streifen, der zur Hand wird, cool“. Insgesamt vergaben die Studierenden für die Kampagne die Schulnote 2,2. Stolze 96% finden die Coca-Cola-Anzeige hebt sich von anderen Anzeigen ab, ebenfalls 96% finden sie verständlich, 88% bescheinigen



Eye-Tracking: Die Heatmap verdeutlicht die Aufmerksamkeitsschwerpunkte der Betrachter.

ihr Kreativität. Und auch das dürfte Coca-Cola und der Agentur Comqed wichtig sein: 67% finden die Anzeige überzeugend – und 65% glaubwürdig.

Insgesamt vergaben die Studierenden für die Kampagne die Schulnote 2,2.

Anzeige

Für alle, die nachhaltig die Welt **verändern** wollen

*Zephyr ist das weltweit führende, solarelektrische Luftfahrzeug im Bereich der unbemannten Flugobjekte.

Jetzt bewerben und einen Ausbildungsplatz bei Airbus sichern

Nachhaltigkeit ist ein Thema, das bei Airbus größte Priorität hat. Eines unserer ehrgeizigen Ziele: Emissionsfreies Fliegen, wie es das Solarflugzeug Zephyr* bereits heute im Bereich unbemannter Flugobjekte möglich macht. Willst du mit uns gemeinsam das nächste Kapitel der Luftfahrtgeschichte schreiben? Dann sichere dir einen der begehrten Ausbildungsplätze.

Jetzt bewerben: www.airbus.com/ausbildung

AIRBUS

„Auf das Personal kommt es an in den Arztpraxen“

Studierende BWL – International Business fragen: Welche Anforderungen stellen Patient*innen an ihre Arztpraxis?

Studierende BWL – International Business der DHBW Ravensburg wollten in einer Umfrage wissen, welche Anforderungen Patienten an eine Arztpraxis stellen und was ihnen dabei besonders wichtig ist. 950 Befragte nahmen dazu im Mai 2020 an der Umfrage teil, betreut wurden sie von Prof. Dr. Thomas Dobbstein, zur Seite stand ihnen Thomas Brylla, der mit seiner Langenargener Firma VISION PRAXIS Arztpraxen einrichtet. Die Corona-Pandemie wirft dabei ein besonderes Licht auf die Ergebnisse, speziell abgefragt wurden die Anforderungen an die Hygiene. Eine Erkenntnis der Studie: Das Personal ist den Patienten am wichtigsten – dessen Freundlichkeit, Kompetenz und Fachkenntnis.

Anforderungen an Arztpraxen: Personal vor Hygiene, Organisation und Digitalisierung

Welche Anforderungen sind für die Patienten einer Arztpraxis „unbedingt erforderlich“ wollten die Ravensburger Studierenden wissen. 74% der Befragten legen dabei den größten Wert auf den Faktor Personal, dessen Freundlichkeit, Kompetenz und Fachkenntnis. Erst bei 59% landeten die Faktoren Hygiene (Tragen von Sicherheitsbekleidung, Desinfektionsspender und Sauberkeit) und Organisation (Erreichbarkeit, Wartezeit, Angebot und Sprechstunden).



keit, Wartezeit, Angebot und Sprechstunden). „Gerade in den Zeiten von Corona ist das denke ich ein interessantes Ergebnis“, so Thomas Dobbstein.

39% halten die Online-Sprechstunde für unwichtig.

Digitale Angebote wie etwa Online-Sprechstunden und -Terminbuchung sowie eine Webseite finden nur 9% der Befragten als „unbedingt erforderlich“. Im Detail: Die Online-Sprechstunde halten 39% der Befragten für unwichtig, Chat und E-Mail sehen 9% als nicht unbedingt erforderlich an.

65% halten die elektronische Patientenakte für (unbedingt) erforderlich

Am Rande abgefragt wurde auch die Meinung zur elektronischen Patientenakte. Diese halten 65% für (unbedingt) erforderlich, lediglich für 18% ist sie (völlig) unwichtig.

Auf dem letzten Platz der Anforderungen an eine Arztpraxis landete mit 7% die räumliche Gestaltung.

Desinfektionsspender als wichtigstes Hygieneinstrument

Zurück zur Hygiene – welche Anforderungen haben die Befragten hier im Detail? Von 49% der Befragten

werden Desinfektionsspender als wichtigstes Hygieneinstrument angesehen. Weit vor Hinweisen zum Sicherheitsabstand am Boden (13%) und der Trennung zwischen Patient und Praxispersonal durch eine Scheibe (11%).

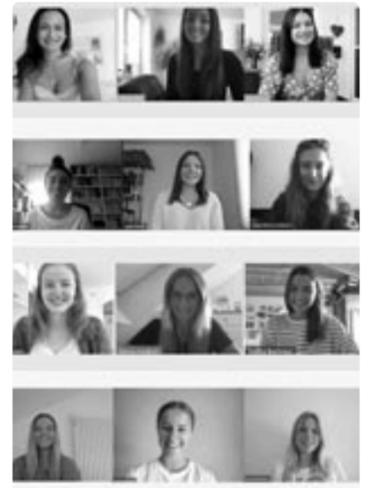
Separate Bereiche für Infizierte und Nicht-Infizierte

Besonders wichtig ist den Befragten eine Trennung von infektiösen und nicht infektiösen Patienten. Separate Wartezimmer für infektiöse Patienten sind für 57% unbedingt erforderlich, für 35% der Befragten sind es getrennte Infekt-Sprechzeiten.

Frauen sind anspruchsvoller

Während hinsichtlich Alter, Versicherungsart oder Größe des Wohnortes nur wenige und zumeist nicht systematische Unterschiede feststellbar sind, haben Frauen bei sehr vielen der untersuchten Anforderungen an eine Arztpraxis ein signifikant höheres Anspruchsniveau als Männer.

Die Ergebnisse der Umfrage der Studierenden der DHBW Ravensburg sind nicht repräsentativ, da sie verglichen mit der Gesamtbevölkerung erhöhte Anteile an Frauen, Privatversicherten und jungen Menschen aufweisen.



Fragebogenprogrammierung
Auswertung Generelle Anforderungen an eine Praxis und Datenbasis
Isea Benarbi, Melissa Tadler, Nadja Zehrlaut
Stichproben/SPSS
Auswertung Anmeldung/Rezeption in der Arztpraxis
Annalina Hausladen, Julia Guth, Maya Breetsch
Projektmanagement
Auswertung Wartebereich
Alina Dausien, Danica Herboth, Sophia Bachmayr
Fragebogendesign
Auswertung Digitale Angebote der Arztpraxis
Lorena Moll, Katja Werner, Emilia Hermann

Wenn BWL-er die Welt retten

Studierende BWL – Industrie erklären mittels Gamebooks Warteschlangentheorie und Co.

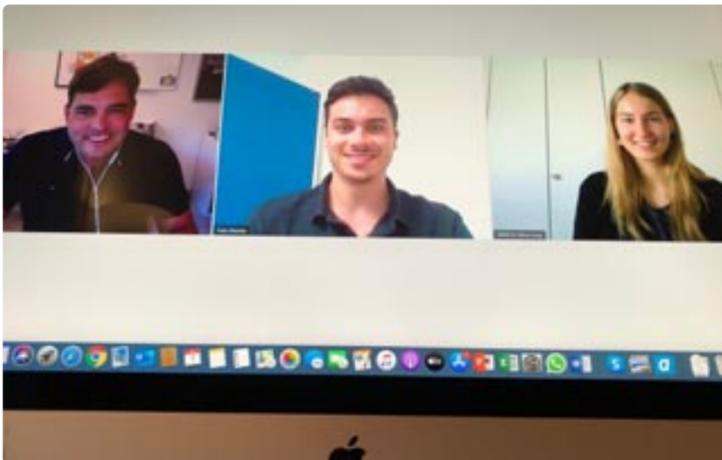
Zitat

„Für uns war das eine echte Herausforderung. Das Programmieren war natürlich neu, eine Story zu schreiben auch, das hat aber echt Spaß gemacht. Wir haben uns mit dem Simplexalgorithmus beschäftigt. Am Ende haben wir das dann getestet und von anderen durchspielen lassen – und ich denke es hat gut geklappt und es war alles verständlich, was wir gemacht hatten.“

Alina Lang

„Am Anfang konnten wir uns nicht vorstellen, was bei der Arbeit rauskommen würde. Wir waren auch ein bisschen erschrocken. Aber was am Ende rauskam, war dann richtig gut. Wir hatten uns mit der Warteschlangentheorie auseinandergesetzt. In unserer Geschichte gab es einen Bösewicht und eine Art James Bond, der mit seinen Entscheidungen die Welt retten muss. Sich auf diese Art mit einer Theorie auseinanderzusetzen war auch sehr viel Arbeit, macht aber auf jeden Fall viel mehr Spaß als nur über Vorlesungen und Klausuren. Und ich denke auch, der Stoff bleibt so sicher viel besser hängen.“

Felix Würstle



Prof. Dr. Bodo Möslein-Tröppner, Felix Würstle und Alina Lang im Austausch über alfaview.

„Die Vorlesung „Betriebswirtschaftliche Optimierungsrechnungen und Analyseverfahren“ von Studierenden BWL – Industrie an der DHBW Ravensburg mündete in ein ungewöhnliches Format – am Ende hatten die Studierenden neun abenteuerliche Gamebooks vorgelegt. Prof. Dr. Bodo Möslein-Tröppner hatte ihnen diese

Aufgabe gestellt, bei der es neben dem Lehrstoff um spielerisches Lernen mittels interaktiver Storys ging.

„Ich dachte in der Corona-Zeit haben die Studierenden viel Zeit, sich mit dieser Materie auseinanderzusetzen. Und ich muss sagen, dass die Studierenden sich sehr ehrgeizig ans

Werk gemacht haben und bin mehr als beeindruckt vom Ergebnis“, so Möslein-Tröppner.

Worum es bei einem Gamebook geht? Es geht darum, einen bestimmten lehrreichen Inhalt spielerisch und mittels einer gut erdachten Story zu vermitteln. Bei dem lehrreichen Inhalt handelt es sich um betriebliche Optimierungsverfahren wie den Simplexalgorithmus, die Warteschlangentheorie, die lineare Optimierung und die Netzplantechnik. Mit diesen Themen mussten die Studierenden sich gründlich auseinandersetzen. Im Anschluss ging es an das Gamebook, mit dem sie diese Inhalte in interaktive Storys verpacken mussten. Das Ziel: Wer sich durch das Gamebook „durchzockt“ weiß nachher, wie etwa die Warteschlangentheorie funktioniert.

Klingt ein bisschen abgefahren? Ein bisschen. Die Studierenden mussten sich tatsächlich eine gute Story ausdenken – so kann ein Spieler die Welt retten oder einen meisterlichen Banküberfall planen. Dazu noch musste all das im Anschluss per HTML auch noch programmiert werden.

Übrigens: Prof. Dr. Bodo Möslein-Tröppner ist Mit-Autor des Buchs „Digitale Gamebooks in der Bildung – Spielerisch lehren und lernen mit interaktiven Storys“, er hat es gemeinsam mit Prof. Willi Bernhard verfasst. Das Buch stellt eine neue Methode der digitalen Wissensvermittlung vor. Mit dieser Methode können Lerninhalte interaktiv, spielerisch und kollaborativ vermittelt werden – wann und wo die Lernenden dies wünschen.

Ich geb dann mal die Bachelorarbeit ab...



Das ist doch Mal eine originelle Art, seine Bachelorarbeit abzugeben! Sabrina Gwitsch studiert Wirtschaftsingenieurwesen am Campus Friedrichshafen der DHBW Ravensburg und ist dann Mal mit ihrer Abschlussarbeit im Fallenbrunnen eingeritten. Streusel ist ein Knappstrupper und hat die 40 km von RV nach FN und zurück Dank einer Jause im DHBW-Hof prima gemeistert.



„Shanghai – internationaler Wirtschaftsmotor Chinas“

Andreas Kohler hat an der DHBW Ravensburg Wirtschaftsingenieurwesen studiert und arbeitet als CEO Asia für die Schnitzer Group

Andreas Kohler ist 27 Jahre alt, hat an der DHBW Ravensburg Wirtschaftsingenieurwesen studiert und arbeitet seit 2015 am Standort der Wangener Firma Schnitzer Group in Shanghai – inzwischen als CEO Asia. In einem Interview erzählte er im Juli davon.

Herr Kohler, wie läuft es denn in diesen Corona-Zeiten gerade in China?

Das ist gerade natürlich eine spezielle Situation, ich selbst bin erst seit einem Monat wieder bei meinem Team in Shanghai, nachdem ich zuvor aufgrund von Einreisebeschränkungen ein halbes Jahr in Europa verbracht habe. Internationales Reisen war unter Auflagen wieder möglich und nach zwei Wochen in strenger Quarantäne bin ich jetzt wieder vor Ort. Hier ist inzwischen wieder alles geöffnet, Unternehmen, öffentliche Verkehrsmittel, Restaurants und Lokale... Jeder hat aber auch seine Corona-App aktiv.

Sie waren während Ihres Studiums schon in China und haben auch direkt nach Ihrem Studium an der dortigen Niederlassung der Schnitzer Group bekommen. Hat es Sie also schon immer nach China gezogen?

Mir war schon immer klar, dass ich ins Ausland will und China war da die richtige kulturelle Herausforderung. Aus zunächst einem halben Jahr sind inzwischen fünf geworden – erstmal open end.

Was genau macht die Schnitzer Group in China?

Unseren Schwerpunkt bildet das „Systemic Projectmanagement“. Typische Aufgabenpakete gehen dabei von Projektkoordination, Betriebsmittel-, Qualitäts-, und Supply Chain-Management, bis hin zu Produkt- und Prozessoptimierung. Projekte werden dabei im systemübergreifenden Zusammenhang erfasst und angepackt. Dies ist notwendig, um die erforderliche Qualität rechtzeitig und weltweit zu garantieren. Wir betreuen zum Teil Kompletprojekte, unterstützen bei der Auswahl von Lieferanten oder sind auch die Feu-

erwehr vor Ort, wenn Probleme auftreten. Rund 80% unserer Kunden hier in China kommen dabei aus der Automobilbranche. An unserem Standort haben wir acht festangestellte Mitarbeiter mit einem internationalen Arbeitsmodell.

„Flexibel sein und bereit sein, auch mal in unangenehme Regionen und Projekte zu gehen. Dann hat man die Chance, sich auch jung schon im Job zu beweisen. Ins Ausland zu gehen und eine andere Kultur und Denkweisen zu erleben, das hat mir extrem viel gebracht.“

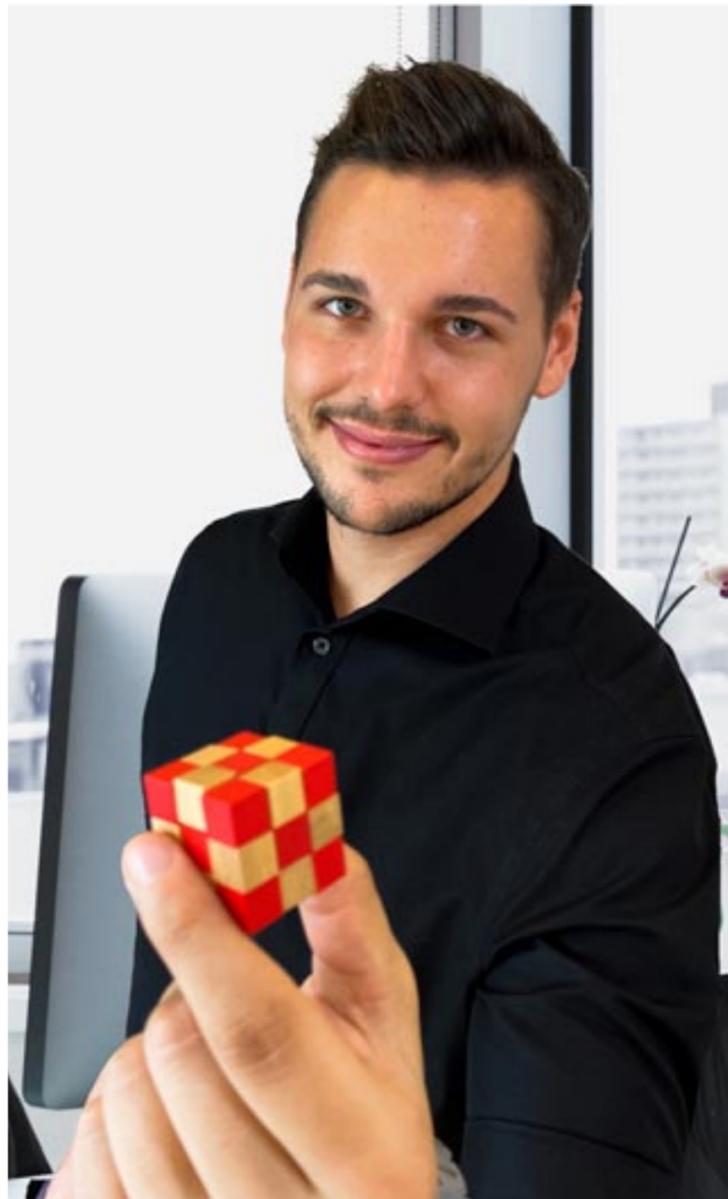
Andreas Kohler

Für die Automobilbranche läuft es derzeit nicht besonders gut – haben Sie denn gerade genug zu tun?

Unser Vorteil ist unser Netzwerk und globale Präsenz durch feste Standorte. Dadurch können wir für unsere Kunden nach wie vor bei kritischen Themen innerhalb kürzester Zeit vor Ort sein. Restriktionen, Ängste und zunehmende Intransparenz führen dabei tendenziell eher zu mehr dieser Themen.

Gab es für Sie einen Kulturschock China?

Wir haben unser Büro in Shanghai hier im German Center, hier sind viele deutsche Mittelständler ansässig. Außerdem ist Shanghai eine extrem internationale Stadt. Dieses



Andreas Kohler.

Flair genieße ich wirklich sehr. Ein tatsächlicher Kulturschock ist sicher die Arbeitsweise, das erleben wir, wenn wir mit den chinesischen Zulieferern arbeiten. Beziehungen sind hier in China auf jeden Fall alles. Und man sollte einen offenen Umgang mit den Behörden pflegen, die hier immer sehr involviert sind. China ist ein extrem großes und vielfältiges Land. Die Leute hier erlebe ich bei all den Schwierigkeiten, die es auch mal gibt, als sehr nett und

positiv. Ein ganz großer Unterschied hier ist die enorme Stellung der Familie, das Zusammenleben ist ein ganz anderes Modell als in Deutschland. Wir sind auch viel in anderen Ländern in Asien aktiv, von Japan, Korea, Vietnam bis nach Indien. Dass die Arbeitskultur in jedem Land dabei komplett unterschiedlich ist, das hatte ich zu Beginn nicht auf dem Schirm.

Wie ist denn ihr Chinesisch inzwischen?

Ich sage mal ich komme über den Tag und für Small Talk reicht es. Für die Geschäftsebene auf keinen Fall. Ich habe zwar schon an der Hochschule damals ein Jahr Chinesisch gelernt – aber es ist extrem schwierig und zeitintensiv.

Sie haben Wirtschaftsingenieurwesen an der DHBW Ravensburg studiert. Was haben Sie da für Ihre Arbeit jetzt mitgenommen?

Ich komme eher vom Maschinenbau und der Technik, bin aber extrem froh, in meinem Studium auch die BWL-Seite kennengelernt zu haben. Das hilft mir jetzt sehr, um mich etwa mit Bilanzen auseinanderzusetzen. Was mir auch heute noch in vielen Bereichen hilft, sind die Connections und das Netzwerk mit meinen ehemaligen Kommilitonen. Eine Kommilitonin zum Beispiel arbeitet bei Bosch und ist gerade auch nach Shanghai gezogen. Viel Glück gehabt habe ich auch mit meiner Firma, der Schnitzer Group, da konnte ich schon im Studium viel praktische Erfahrung machen und viele Bereiche und andere Unternehmen kennenlernen.

Sie haben Karriere gemacht und sind schon mit 27 Jahren CEO Asia in Ihrer Firma. Was raten Sie den aktuell Studierenden, sollten sie ebenfalls solche Ambitionen haben?

Flexibel sein und bereit sein, auch mal in unangenehme Regionen und Projekte zu gehen. Dann hat man die Chance, sich auch jung schon im Job zu beweisen. Ins Ausland zu gehen und eine andere Kultur und Denkweisen zu erleben, das hat mir extrem viel gebracht.

Was werden Sie vermissen, wenn Sie nicht mehr in China arbeiten?

Auf jeden Fall das internationale Umfeld hier in Shanghai. China ist außerdem extrem digital, in dem Bereich könnte Europa noch einiges aufholen. Und die Arbeitsweise ist hier spielerischer und flexibler – nicht so reguliert wie bei uns. Das ist für junge Menschen natürlich besonders interessant.

Alumni der DHBW Ravensburg bilden ein Netzwerk

Landesweites Alumnitreffen der DHBW auf der Insel Mainau wird nachgeholt

Die DHBW Ravensburg pflegt das Netzwerk aus Alumni, Unternehmensvertreter*innen, Professor*innen und Dozent*innen auch nach der Zeit an der Hochschule weiter.

Eine gemeinsame Vergangenheit schafft Kontakte für die Zukunft. Alumni-Newsletter, Soziale Netzwerke und DHBW-Kompass halten die Mitglieder unseres Netzwerks auf dem Laufenden. Alumni-Treffen, Alumni-Stammtische und Hochschulveranstaltungen bieten hervorragende Möglichkeiten, in Verbindung zu bleiben.

Im Netzwerk anmelden

Auf der Webseite der DHBW Ravensburg finden die Ehemaligen ein Formular, um sich im Alumni-Netzwerk zu registrieren oder um ihre Daten zu aktualisieren. Voraussetzung ist ein Studienabschluss an der DHBW Ravensburg oder BA Ravensburg.



Alumnitreffen auf der Insel Mainau

Das für dieses Jahr abgesagte lan-

desweite Alumnitreffen der Dualen Hochschule Baden-Württemberg auf der Insel Mainau wird nachge-

holt. Schonmal notieren: **Der neue Termin ist der 19. Juni 2021.**

Foto: Insel Mainau/Achim Mende

Impressum

DHBW Kompass 2/2020
Herausgeber und redaktionell verantwortlich:

Verein der Förderer und Alumni der DHBW Ravensburg (VFA) e.V., Marienplatz 2, 88212 Ravensburg.

Kontakt: Petra Cillar
cillar@dhbw-ravensburg.de

Redaktion: Elisabeth Ligendza
ligendza@dhbw-ravensburg.de

Autoren / Fotografen: Elisabeth Ligendza, Katrin Willamowski, Thomas Bauer, Stefan Luppold, Mathis Leicht, VDMA, Justus Settefeldt, Armin Müller, Denise Staudacher, Stadt Ravensburg, Insel Mainau

Druck: Druckerei Konstanz