



## Liebe Studentinnen und Studenten,

Euch allen wünschen wir ein richtig gutes Jahr 2009 mit ganz viel Spaß und Erfolg an der EUFH! Den Erfolg hat Handelsmanagement-Absolvent Niklas Hosang schon gehabt, denn er gewann kürzlich einen renommierten Handelspreis. Klar, dass wir mit ihm gesprochen haben. Genauso wie mit Daniel Hildebrandt, dessen Diplom schon ein bisschen länger zurückliegt und der jetzt bereits selbst eine Studentin aus Handel 08 eingestellt hat. Daniel vom PR Team hat derweil seine erste spannende Praxisphase beendet und berichtet von seinem Einstieg in die Finanzwelt.

Das neue Stupa ist gewählt und hat auch schon getagt. Und die DCI hat einen schicken neuen Internetauftritt. Lest mehr darüber im Campusteil. Und informiert Euch unter anderem auch über die letzten Partys nach Ende der Klausurenphase!

Grete und Nicole waren während ihrer Praxisphase in Rom und erzählen Euch davon. Schon mit einem Bein wieder in Brühl war Britta, die kurz vor dem Heimflug nochmals aus Mexiko berichtet. Und Christina schlägt Euch diesmal Dublin fürs Auslandssemester vor. Lasst Euch Appetit machen! Die Industrieler waren mal wieder auf Achse - diesmal ging's ins Metro Innovation Center nach Neuss und zu Pfeifer & Langen in Euskirchen. Wir waren dabei und wir berichten ebenfalls über ein Forum für Handel und Nachhaltigkeit sowie über den Absolventenkongress in Köln.

In den Fachbereichen Handel, Wirtschaftsinformatik und Finanz- und Anlagemanagement gab es kurz vor dem Jahreswechsel wieder interessante Gastvorträge. Bei uns erfahrt Ihr, worum es dabei ging. Wir wünschen viel Vergnügen beim Lesen und beim Knobeln im Serviceteil!

Bitte zögert nicht, Euch bei uns zu melden, wenn Ihr von einer interessanten Geschichte rund um die EUFH wisst, über die wir mal berichten sollten. Oder haut doch einfach selbst in die Tasten - wir freuen uns über Eure Beiträge!

Euer PR-Team

**Impressum:** Studentisches PR-Team der EUFH

Wünsche, Anregungen und Kritik bitte an: [r.kraft@eufh.de](mailto:r.kraft@eufh.de)

## Praxis:

Den Handel im Blut	Seite 2
Gefunden fürs Findernet	Seite 4
Start in die Finanzwelt	Seite 6

## Campus:

Es lebe das Stupa!	Seite 8
DCI 2.0	Seite 10
Brühler unterstützen die EUFH	Seite 12
Eine Aufgabe, eine Vision, ein Ziel	Seite 13
Semester Closing Party	Seite 14
Black Butterfly Party	Seite 15

## Ausland:

Beruflich in Rom	Seite 16
Kurz vor dem Heimflug	Seite 18
Keltischer Tiger, Leprechaun und Gaelic Football	Seite 20

## Unterwegs:

Ein Blick in die Zukunft	Seite 22
Aus Freude am Genuss	Seite 24
Zurück in die Zukunft	Seite 25
Absolventenkongress in Köln	Seite 27

## Zu Gast:

Praktisches Informationsmanagement	Seite 28
Workshop für Händler	Seite 30
"More out of Ore"	Seite 32
Finanzberatung in Krisenzeiten	Seite 34

## Service:

Kastners Knobelkiste	Seite 36
Büchertipp	Seite 38
Christians Kochwelt	Seite 39
Newsticker	Seite 41

## Absolvent gewinnt renommierten Handelspreis:

### Den Handel im Blut

Niklas Hosang ist nach seinem dualen Handelsmanagement-Studium an der EUFH und einer parallel absolvierten Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann bei der Kölner Rewe-Zentrale in diesem Frühjahr sofort in die Karriere durchgestartet. Jetzt wurde er mit dem über die Handelsbranche hinaus renommierten und alljährlich von der Lebensmittel-Zeitung verliehenen Nachwuchsförderpreis „Goldener Zuckerhut“ ausgezeichnet.

Niklas Hosang hat den Handel sozusagen im Blut, denn seine Eltern betreiben seit fast 30 Jahren einen Rewe-Markt in einem kleinen Ort im Süden Niedersachsens. Dem 24-Jährigen hat die Mitarbeit dort immer schon sehr viel Freude gemacht. Er wusste aber auch schon früh, dass er nicht für immer dort auf dem Lande bleiben wollte, um Tag für Tag im Supermarkt zu stehen. Nach dem Abi war er dann eine zeitlang mit einem Gebietsverkaufsleiter der Rewe auf Achse, der damals die Verantwortung für rund hundert Märkte hatte. „Er hatte den Fuß in Gips und ich habe ihn gefahren und hatte so die Chance, seinen Tagesablauf wirklich von A bis Z mitzubekommen. Seit damals weiß ich genau, was ich will.“ Das duale Konzept der EUFH bot sowohl die Möglichkeit zu studieren als auch den direkten Einstieg in die REWE Zentrale. Er bewarb sich und bekam einen Studienplatz in Brühl.

Schon seit fünf oder sechs Jahren wusste Niklas Hosang auch, dass er eines Tages unbedingt den renommierten „Goldenen Zuckerhut“, der in Handelskreisen auch Branchen-Oskar heißt, gewinnen will. Dass es ihm so schnell nach Abschluss des Studiums gelingen würde, den mit 5.000 Euro dotierten Nachwuchs-Preis „einzuheimen“, hätte er aber wohl selbst nicht gedacht. Das gewonnene Geld möchte er jetzt in eine Management-Weiterbildung in St. Gallen investieren.

Wie kam es dazu, dass der junge Handelsmanager aus Brühl derart erfolgreich in den Beruf gestartet ist? Alles fing 2007 damit an, dass er sein Auslandssemester in Prag verbrachte und anschließend ein Praktikum bei Penny in Tschechien machte, weil er damals schon mit dem Gedanken spielte, nach dem Studium vielleicht ins Ausland zu gehen. Von Anfang an fühlte sich der junge Deutsche sehr wohl und hatte schnell Freundschaften geschlossen.



Niklas Hosang

Als er das Diplom in der Tasche hatte, sollten eigentlich zunächst 18 Monate Einarbeitungszeit in Deutschland auf dem Programm stehen. Niklas Hosang freute sich schon auf das Jahr 2010, in dem er demnach wieder ins Ausland konnte. Doch dann lief alles ganz anders, denn Rewe kaufte 146 Plus-Filialen in Tschechien. Und um bei diesem Projekt mitzuwirken, durfte der Absolvent zurück nach Prag. Dort arbeitete er gemeinsam mit den Geschäftsführungen von Penny und Plus sowie mit Unternehmensberatern der Boston Consulting Group an der Integration der neuen Märkte. Das Integrationsprojekt bot täglich neue Facetten und Aufgaben und dabei mitten drin zu sein, war für den Brühler natürlich eine große Herausforderung. Am 17. September konnte der erste alte Plus-Markt als neue Penny-Filiale eröffnet werden, nachdem Niklas Hosang das Projekt begleitet hatte.

Die Zusammenarbeit mit den Beratungsprofis von der Boston Consulting Group hat super geklappt. „Für die beiden jungen tschechischen Berater und den deutschen Projektleiter war es das erste Projekt im Lebensmittelhandel und so konnten wir sehr gut voneinander lernen und uns gegenseitig weiterhelfen. Die Arbeit war ausgesprochen konstruktiv“, so der Handelsmanager. Und auch die Kooperation mit den Geschäftsführungen und Kollegen von Penny und Plus hat hervorragend funktioniert. „Ich habe viele positive Erfahrungen im zwischenmenschlichen Bereich gemacht, die ich nie vergessen werde.“

Mit seiner Hochschule verbindet den Absolventen noch viel. Längst ist er Mitglied im Alumni-Club und wann immer er Zeit hat, schaut er auf einen Sprung vorbei auf dem Brühler Campus. „Alles das, was ich im Berufsleben an Handwerkszeug brauche, hat die EUFH mir vermittelt“, blickt Niklas Hosang zurück auf sein Studium. „Auch bei ganz spezifischen Fragen, die beim Integrationsprojekt in Tschechien hin und wieder aufgetaucht sind, konnte ich jederzeit mitreden. Ich habe alles gelernt, was ich brauche.“ Besonders gut gebrauchen konnte er in Prag natürlich seine an der EUFH perfektionierten Englischkenntnisse und die professionellen Präsentationsfähigkeiten. „Nach dem guten Training an der Hochschule habe ich die nötige Selbstsicherheit gewonnen, ganz ohne Bauchschmerzen vor einer Reihe von Führungskräften zu sprechen. Was Andere nach ihrem Studium erst noch lernen müssen, hatte ich vom ersten Tag an ohne jede Scheu drauf.“

Anfang Februar wird der Preisträger nach Prag zurückkehren, um sich neuen Aufgaben in Tschechien zu stellen und in erster Linie im Vertrieb von Penny Erfahrungen sammeln. „Es wird sicherlich eine Herausforderung, mit den Leuten vor Ort auf Tschechisch klarzukommen, aber danach weiß ich dann, wo´s langgeht.“ Die Weichen sind also gestellt für die Karriere des jungen Mannes, der den Handel im Blut hat.

*Renate Kraft*



## Absolvent stellte Praktikantin ein:

### Gefunden fürs Findernet

Daniel Hildebrandt gehörte vor drei Jahren gemeinsam mit 13 Kommilitonen zu den allerersten Absolventen der EUFH. Nach seinem Handelsmanagement-Studium leitet er inzwischen den wachsenden Immobilienbereich des regionalen Findernets kalaydo.de in Köln. Und er ist der erste ehemalige EUFH-Student, der nun selbst eine Studentin von seiner Hochschule für die Praxisphasen des dualen Studiums in sein Unternehmen geholt hat. Sarah Nadjafi (21) studiert seit Oktober 2008 ebenfalls Handelsmanagement, aber im Gegensatz zu ihrem Chef ist die Praktikantin gemeinsam mit 320 anderen jungen Leuten an der inzwischen nicht mehr ganz so kleinen EUFH ins erste Semester gestartet.

„Nach meinen sehr guten Erfahrungen mit dem dualen Studium an der EUFH lag es ja nahe, genau von dort eine Praktikantin einzustellen“, begründet Daniel Hildebrandt seine Personalentscheidung. „Wir brauchen dringend jemanden, der mit viel Engagement bei der Sache ist und durch die kontinuierlichen Praxisphasen über das gesamte Studium hinweg können wir Frau Nadjafi sehr gut einarbeiten und mit ihr viel länger als nur für ein paar Monate planen.“

Er selbst kam vor eineinhalb Jahren zu kalaydo.de, nachdem er schon Praxiserfahrung im Bereich E-Business bei kleineren Unternehmen gesammelt und das Mittelstandsmarketing von der Pieve auf gelernt hatte. Seine Diplomarbeit hatte er über das Immobilienangebot der Sparkassen geschrieben, sodass er in Häusern und Wohnungen schon zu Hause war, als er zum Findernet kam.

Sarah Nadjafi hat sich bereits gut eingelebt und ihr Job bei kalaydo.de macht ihr viel Spaß. Es freut sie, dass Daniel Hildebrandt ihr schon früh verantwortungsvolle Aufgaben überträgt. „Nur so kann ich schließlich zeigen, was ich drauf habe.“ Momentan unterstützt die Studentin den Vertriebsleiter des Profit Centers Immobilien besonders im Qualitätsmanagement. Sie erstellt Präsentationen, Markt- und Wettbewerbsanalysen, die ihrem Chef bei Entscheidungen helfen. Beide sind froh, dass auch das Lachen bei der gemeinsamen Arbeit nie zu kurz kommt.



So geht Vieles leichter von der Hand und das ist wichtig, denn bei kalaydo.de ist wahrlich genug zu tun. Nachdem das Findernet vor zweieinhalb Jahren von Verlagshäusern der Region gegründet wurde, um den Rückgang des Anzeigengeschäfts im Printbereich abzufedern, hat sich die Online-Welt rasant entwickelt. Immer mehr Menschen kaufen und verkaufen über das Internet. Im Auto-, Immobilien- und Stellenmarkt sowie bei den Kleinanzeigen gibt es auf kalaydo.de mittlerweile mehr als 450.000 registrierte Nutzer. Im Immobilienbereich sind über 46.000 Objekte ständig online. Vom Apartment über die Ferienwohnung bis hin zum eigenen Haus ist alles dabei.

Für Sarah Nadjafi also gute Aussichten auf einen spannenden Job, bei dem sie viel lernen kann. Und wie gefällt ihr die theoretische Seite der Medaille, also ihr Studium an der EUFH? „Ich bin rundum zufrieden. Besonders das Lernen in kleinen Gruppen und die Möglichkeit, jederzeit Fragen zu stellen, gefällt mir sehr. Ich habe vorher schon mal ein Semester woanders studiert und weiß deshalb, dass das nicht selbstverständlich ist.“

Ihre Arbeit bei kalaydo.de wird wohl, wenn weiterhin alles so gut klappt, über ihr Studium hinaus andauern. „Das wäre schön“, sagt die Studentin. „Ich fühle mich in dem jungen Team hier ausgesprochen wohl. Das war schon beim ersten Bewerbungsgespräch so.“ Und ihr Chef fügt hinzu: „Frau Nadjafi war ganz einfach ein Glücksgriff. Die Kooperation mit der EUFH klappt super und ich bin mir ganz sicher, dass schon sehr bald viele weitere Absolventen in leitender Funktion auf dieselbe Idee kommen werden wie ich. Sie alle wissen ja um die Qualität des Studiums und um die enormen Vorteile, die eine gründliche Einarbeitung in den Praxisphasen für alle Beteiligten mit sich bringt“ Daniel Hildebrandt hat das früh erkannt. Voraussichtlich werden seinem Beispiel bald viele weitere Absolventen folgen.

*Renate Kraft*



**HAUS**  
**& WOHNUNG DIREKT AUS DER REGION.**

AUTO, IMMOBILIE, JOB UND MARKTPLATZ.  
 ÜBER 180.000 ANGEBOTE ONLINE. JETZT  
 KOSTENLOSE KLEINANZEIGEN AUFGEBEN.

**kalaydo.de**  
 das regionale Findernet



**WIR SUCHEN VIER ZIMMER FÜR  
 DREI MENSCHEN UND 117 PUPPEN.**

WWW.KALAYDO.DE/HOFFMANN

**kalaydo.de**  
 das regionale Findernet

## Meine erste Praxisphase: Start in die Finanzwelt

Seit Oktober dieses Jahres studiere ich Finanz- und Anlagemanagement und habe direkt mit dem ersten Praktikum gestartet. Diese Zeit ging, wie alles, was Spaß macht, sehr schnell vorbei und ich möchte noch einmal auf diese schöne Erfahrungen zurückblicken.

Ich habe mich für ein Praktikum bei OnVista, speziell im Product Management, entschieden, da ich mich sehr für Finanzen und besonders für die Unmengen an zugänglichen Informationen zu diesem Bereich interessiere. Ich finde, dass OnVista sehr gut zu meinem Wunsch passte und habe mich daraufhin beworben.

Ausschlaggebend für OnVista war und ist allerdings für mich, dass es das führende Finanzportal in Deutschland ist und ich somit einen umfassenden Einblick in diesen Bereich erhalten konnte. Zudem finde ich es sehr positiv, dass ich von Anfang meines Praktikums an in Projekte eingebunden wurde und nicht nur einfache Arbeit ausführen musste, sondern auch selbstständig Ideen mitentwickeln durfte.

Auf OnVista sind zahlreiche Informationen zu allen erdenklichen Anlageklassen, von Aktien über Optionsscheine bis hin zu Zertifikaten, zu finden. Informationen bedeuten bei OnVista aber keineswegs nur einseitige Zahlensammlungen. Es gibt viele Zusatzbereiche, die alles aufführen, was die jeweiligen Anlageklassen bewegt. Zum klassischen Aktienbereich findet man also nicht nur Kurse, sondern auch Nachrichten, Vergleiche und genaue Kennzahlen und Analysen der jeweiligen Unternehmen.

In den Vordergrund rücken bei OnVista immer mehr interaktive Tools. So sind besonders die Vergleiche von Wertpapieren, Top- und Floplisten oder Risikoindikatoren für den Benutzer wichtiger geworden.

OnVista konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr 2007 26,67 Mio. € Umsatz (Vorjahr: 14,06 Mio. €) bei einem Gewinn von 2,86 Mio. € (Vorjahr: 1,58 Mio. €) erwirtschaften. Zum dritten Quartal 2008 beschäftigte die OnVista Group 81 Mitarbeiter und verfügt über rund 620.000 Unique-User, der





Branchenzweite über 380.000. Diese Kennzahl drückt aus, wie viele verschiedene Benutzer ein Portal benutzen. Zu beachten ist, dass diese Kennzahl eine Monatsangabe ist, somit sind auf dem Finanzportal im Jahr viel mehr Nutzer unterwegs.

Ich habe während meines dreimonatigen Praktikums im Product Management gearbeitet. In dieser Abteilung entstehen die Ideen und Konzepte für die Weiterentwicklung der OnVista-Seite. Es werden aber auch vorhandene Tools oder Bereiche überarbeitet und verbessert. Eine meiner Lieblingsaufgaben war es, einen neuen Wissensbereich für alle Anlageklassen zu entwickeln. Im Detail wurde z. B. für Zertifikate erklärt, was diese überhaupt sind, wie sie funktionieren, welche Arten es gibt und natürlich auch für welche Anlegertypen sie sich eignen. Diese Inhalte habe ich selbst erstellt und dann mit dem zuständigen Mitarbeiter für diesen Bereich abgesprochen. Während des gesamten Prozesses habe ich mich mit dem Projektleiter immer wieder zusammengesetzt und das Layout für diesen Bereich definiert.

Sobald die Inhalte für die einzelnen Bereiche fertig gestellt waren, habe ich die Texte in ein sogenanntes Content Management System (CMS) eingepflegt. Das CMS hält meinen redaktionellen Teil des Wissensbereichs zur Darstellung auf der Seite bereit. Die IT wird ihn im Zertifikatebereich unter einem Subnavigationspunkt „Wissen“ endgültig einbinden.

Besonders wichtig war es, den Bereich ansprechend zu gestalten und an logischen Plätzen zu verlinken. Es gibt also z. B. Links in fast allen Zertifikatebereichen und nicht im Aktienabschnitt.

Zusätzlich freute es mich sehr, dass ich eine Präsentation über die „Ursachen der Finanzmarktkrise“ halten durfte. Denn OnVista führt regelmäßig interne Präsentationen zu Finanzmarkthemen durch und in diesem Rahmen durfte ich dieses Thema dem OnVista-Team vorstellen. Dieser Vortrag dauerte rund eine Stunde und ich bin auf Themen von der unverantwortlichen Kreditvergabe in den USA über Bilanzierungsvorschriften bis zum Austrocknen des Interbankenmarktes eingegangen. Die Präsentation hat mir sehr viel Spaß gemacht, da ich mich so mit einem Thema intensiv auseinandersetzen durfte, das mich auch privat sehr interessiert.

Zusammenfassend ist zu sagen, dass OnVista ein sehr angenehmes und zugleich interessantes Unternehmen ist, um dort ein Praktikum zu absolvieren. Besonders der Bereich, in dem ich gearbeitet habe, bringt viele Vorteile mit sich. Nicht nur, dass dort eine sehr freundliche Arbeitsatmosphäre herrscht, auch die Tätigkeiten sind interessant und, sofern man sich engagiert, ist es durchaus möglich, sehr selbstständig zu arbeiten. Besonders interessant ist OnVista wohl für Studierende in den ersten Semestern, da es dort möglich ist, ein sehr fundiertes Grundwissen aufzubauen und von vielen verschiedenen Finanzbereichen einen Eindruck zu erhalten. Auf diese Weise wäre es dann möglich, sich weiter zu spezialisieren.

*Daniel Grigat*

# OnVista.

## Das Stupa ist tot:

## Es lebe das Stupa!

Zu einem Jahreswechsel an der EUFH gehört neben den Klausuren und der Vorbereitung auf das Weihnachtsfest auch die Wahl des neuen Studierendenparlaments. Anfang Dezember war es dann wieder soweit, 24 Studierende unserer Hochschule standen zur Wahl. Alle mit dem Wunsch und dem Ziel, das Leben und Lernen „unserer EUFH“ mit zu gestalten und aktiv zum stetigen Verbesserungsprozess einer wachsenden Hochschule beizutragen. Nach langen Tagen des Wartens stand am 12. Dezember dann endlich das Ergebnis fest. Jeweils drei Vertreter aus den Fachbereichen Handel, Industrie und Logistik, sowie zwei aus dem Fachbereich Finanz- und Anlagemanagement und einer aus dem Fachbereich Wirtschaftsinformatik hätten gewählt werden können. Da es trotz der großen Bewerbungsflut um einen Platz auf der Liste nur einen Bewerber aus dem Fachbereich Finanz- und Anlagemanagement gab und sich im Fachbereich Wirtschaftsinformatik niemand zur Wahl aufstellen ließ, konnten zwei Plätze unabhängig von der Fachbereichszugehörigkeit vergeben werden.

### Das Wahlergebnis

<b>Vertreter Handelsmanagement</b>	
Christoph Garten	4,78 %
Rebecca Kleidon	4,66 %
Sebastian Budnik	2,8 %
<b>Vertreter Industrie management</b>	
Torben Rohr	10,78 %
Carolin Böcking	7,93 %
Stefanie Schäfers	4,66 %
<b>Vertreter Logistikmanagement</b>	
Peter Hellweg	13,64 %
Figo Demir Fikeriye	5,01 %
Christopher van Laack	4,78 %
<b>Vertreter Finanz- und Anlagemanagement</b>	
Timon Bouws	3,5 %
<b>Vertreter unabhängig von der Fachbereichszugehörigkeit</b>	
Enita Büscher	4,55 %
Lisa Hankammer	4,2 %

### Das StuPa nimmt die Arbeit auf

In der konstituierenden Sitzung Anfang Januar wurde nicht nur der Studierendenrat gewählt, sondern es wurden auch diverse Ämter und Zuständigkeiten vergeben. Der Studierendenrat besteht aus drei Mitgliedern und ist der Vorsitz des Studierendenparlaments. Dieser Rat übernimmt zusätzliche noch weitere Aufgaben, wie beispielsweise die Besprechungen mit der Hochschulleitung, diverse Verhandlungen oder die offizielle Vertretung nach außen. Man könnte dieses Gremium quasi als geschäftsführendes Organ des StuPa bezeichnen. Aus dem Kreis des neuen StuPa wurden folgende Mitglieder in den Studierendenrat gewählt: Peter Hellweg, Christopher van Laack und Stefanie Schäfers.

Den Haushaltsausschuss, der Revisionstätigkeiten innerhalb des Studierendenparlaments übernimmt und für die Finanzen zuständig ist, bilden in diesem Amtsjahr Christoph Garten und Lisa Hankammer.

Viele stellen sich immer wieder die Frage, wer eigentlich das Gesicht hinter „stupa@eufh.de“ ist, der Mann, der Fragen beantwortet, Anfragen weiterleitet und Mailings verfasst hat einen Namen: Sebastian Budnik. Er wird in diesem Jahr diese wichtige Tätigkeit begleiten.



Das alte StuPa hat eine tolle Arbeit geleistet. Es gilt nun, diesem Ruf und den Erwartungen gerecht zu werden. Es gibt neue Pläne, neue Ideen. Eine wahrhaft spannende Zeit bricht nun an. Traditionen aufrecht zu erhalten, sie auszubauen oder neue Visionen zu verwirklichen; viel Arbeit wird auf die frisch gebackenen Parlamentarier zukommen. Viel Arbeit, auf die sich die Mitglieder freuen. Denn eines war in der ersten Sitzung ganz klar zu spüren. Motivation. Nämlich die Motivation, für uns alle die bestmögliche Ausgangsposition zu schaffen. Kein einfaches Unterfangen, wenn man dabei die Interessen möglichst vieler gleichermaßen vertreten möchte. Wie sagt man so schön: „Jedem Recht getan, ist eine Kunst die niemand kann“. Und das kann auch keiner. Einer Sache können sich unsere Leser aber sicher sein: Das neue Studierendenparlament wird alles in seiner Macht Stehende tun, um das Unmögliche möglich zu machen. Ob es ihm immer gelingen wird? - Wohl kaum. Aber das ist auch nicht das Wichtigste. Das Wichtigste ist, dass jeder von uns darauf vertrauen kann, dass unsere Anliegen ernst genommen werden und Berücksichtigung finden und die Mitglieder des StuPa ihr Möglichstes tun werden, um allen Anliegen und Nöten gerecht zu werden. Dem neuen StuPa wünscht die Redaktion im Namen aller Studierenden eine glückliche Hand bei der Wahrnehmung seiner Aufgaben und dankt zugleich dem StuPa 2008 für seine hervorragende Arbeit. Wie sagte Ingvar Kamprad einst so treffend: „Das meiste ist noch nicht getan - wunderbare Zukunft“ Seien wir gespannt auf das, was kommen wird und das was uns erwartet.

*Torben Rohr*



### Ein starkes Team - für Dich

hinten von links: Lisa Hankammer, Peter Hellweg, Christopher van Laack, Timon Bouws, Rebecca Kleidon, Stefanie Schäfers, Torben Rohr  
 vorne von links: Britta Büscher, Christoph Garten, Sebastian Budnik und Carolin Böcking

## DCI 2.0:

### Neue Webpräsenz der DCI ist online

Wir haben es geschafft: Seit Ende November ist auf [www.dci-online.net](http://www.dci-online.net) die neue Website der DCI erreichbar! Als einmonatiges Projekt „Redesign Homepage“ angesetzt, hat es sich - wie kann es bei IT-Projektarbeit anders sein - auf ein sechsmonatiges Projekt mit vielen Herausforderungen ausgedehnt. Für ihr großes Engagement während dieser Zeit möchten wir uns ganz herzlich bei Christoph Tietz und Andreas Bell, unseren zwei DCI'ern aus Wirtschaftsinformatik 2007, bedanken. Ebenso geht ein Dank an Guido Lokietek von der EDV-Abteilung der Cologne Business School für die Hilfe bei der Umsetzung!

*Marc Fröhlich, Ressortleiter Public Relations der DCI*

Seit einer Weile schon stand eine Auffrischung der bestehenden Homepage auf dem Plan. Die tatsächliche Umsetzung wurde dann aber als große Herausforderung erkannt. Mit dem Redesign der Corporate Identity der DCI wurde auch das Aussehen des Internetauftrittes erneuert. Der Besucher wird jetzt mit dem neuen Slogan empfangen: „Hochschule, Studenten, Wirtschaft... Vernetzt!“. Damit ist die Mission der DCI klar erkennbar. Neben dem Logo, das klassisch in der linken oberen Ecke platziert ist, findet sich eine Flash-Animation, die zur Auflockerung der Seite beitragen soll. Der große Content-Bereich der alten Seite ist einem dreispaltigen Layout gewichen. Die Navigation in der linken Spalte ermöglicht den Zugriff auf alle Informationen. Auf der rechten Seite sind die zuletzt erstellten Beiträge aufgelistet. Um auch ältere Beiträge lesen zu können, genügt ein Klick auf den Button „alle Beiträge“.



The screenshot shows the DCI website homepage with the following elements:

- Header:** DCI DYNAMIC CAMPUS INITIATIVE E.V. logo and a green spiderweb graphic.
- Navigation Menu (Left):**
  - Über uns
    - Mission und Vision
    - Ressorts
    - Mitglieder
  - Unser Engagement
  - Unsere Aktivitäten
  - Unsere Förderer
  - Mitgliedschaft
  - Presse
  - Gästebuch
  - Impressum und Kontakt
- Main Content:**
  - Headline: Hochschule Studenten Wirtschaft... Vernetzt!
  - Image: A group photo of the DCI team with the text "Team" and "neue Visionen" overlaid.
  - Section: "Über uns" with text: "Wir, DCI - Dynamic Campus Initiative e.V., haben es uns zum Ziel gemacht, engagierten Studierenden einen praktisch orientierten Einstieg in das Wirtschaftsleben zu ermöglichen. Unsere Vereinsmitglieder stehen in engem Dialog mit Unternehmen aus der Wirtschaft und haben so die Möglichkeit, neue Visionen für das Management von morgen mitzugestalten. Bei der Erarbeitung wirtschaftsnaher Projekte für und mit den Unternehmen werden von unseren Mitgliedern wichtige Erfahrungen gesammelt, die sie auf das zukünftige..."
- Right Column (News/Articles):**
  - Neuigkeiten
    - Strategiefahrt 2008 (18.11.2008)
    - Motiviere Mitglieder, anspruchsvolle Ziele für das Jahr 2009, eine Sauna und ein Whirlpool - das war die Mischung für ein wunderschönes verlängertes Wochenende in Trendelburg bei...
    - Eine Banane mit Beistück essen? (18.11.2008)
    - Resturlaubung - "Zahokampf der BWL" (18.11.2008)
    - Der Marathon "Diplom vs. Bachelor" (14.11.2008)
    - Strategiefahrt 2007 (04.11.2008)
  - alle Beiträge >>>
- Footer:**
  - Unsere Sponsoren: GRASOLIN coatings logo

Auf einige Inhalte sei besonders hingewiesen: Lesenswert sind die Profile der Mitglieder, die Aufschluss über die individuelle Motivation der Studenten zu einem Engagement in der DCI geben. Der Unterpunkt „Unser Engagement“ gibt Aufschluss über die wirtschaftsnahen Projekte der DCI. Es können Informationen über vergangene und aktuelle Veranstaltungen abgerufen werden. Dort ist auch die Campuszeitschrift „trialogue“ zu finden, die zweimal jährlich von der DCI herausgegeben wird. Auch die regelmäßig stattfindenden Kaminzimmersgespräche werden in dieser Kategorie näher beleuchtet.

Unter „Unsere Aktivitäten“ kann sich jeder über Seminare informieren, die von der DCI für ihre Mitglieder angeboten werden. Die Strategiefahrt als Meilenstein der jährlichen Aktivitäten findet hier auch Erwähnung. Es sind Artikel der letzten beiden Strategiefahrten verfügbar. Unter dem Punkt Mitgliedschaft sieht sich das Ressort Human Resources vertreten. Hier werden aktuelle Stellenausschreibungen veröffentlicht. Bewerbungen sind natürlich jederzeit willkommen!

Prominent platziert sind neuerdings auch die Sponsoren der DCI: Für sie gibt es eine Slideshow unterhalb des Hauptmenüs. So wird jedem Besucher der Homepage vor Augen geführt, dass sich ein Sponsoring der DCI nur lohnen kann.

Für 2009 hat das Homepage-Team noch ein paar gute Vorsätze: Die Interaktivität der Seite soll mit zusätzlichen Funktionalitäten noch ausgebaut werden. Ein regelmäßiger Blick auf [www.dci-online.net](http://www.dci-online.net) lohnt sich also in jedem Fall!

*Christoph Tietz, Mitglied Public Relations Ressort der DCI*



## Bürger helfen bei Klausuraufsicht:

### Brühler unterstützen die EUFH

Über tausend junge Leute studieren bekanntlich mittlerweile an der EUFH. Vor sieben Jahren fing alles ganz klein mit 14 Studierenden an, aber in wenigen Jahren hat sich die Hochschule rasant entwickelt. Das duale Studienmodell ist zum Erfolgsmodell geworden. Regelmäßig starten Absolventen von der EUFH aus ohne Warteschleife sofort in den Job. An einer Hochschule, die junge Menschen fit macht fürs Berufsleben, gehören eine Menge Prüfungen ganz einfach dazu. Alle drei Monate steht der Campus deshalb zwei Wochen lang ganz im Zeichen einer für die Studierenden anstrengenden Klausurphase. Was für Euch mit viel Arbeit verbunden ist, bot im Dezember Brühler Bürgern die Möglichkeit, die Hochschule in ihrer Stadt ganz aus der Nähe kennen zu lernen.

Mehr als 250 Klausuren stehen während einer Prüfungsphase an der EUFH auf dem Programm. Hinzu kommen eventuell nötig werdende Wiederholungsprüfungen. Dabei stehen nicht nur die Prüflinge unter Klausurstress. Auch das EUFH-Team arbeitet in diesen Phasen unter Hochdruck, und mit zu erwartenden weiter steigenden Studierendenzahlen ist keine Entspannung in Sicht.

Deshalb unterstützen jetzt Brühler Bürger das Prüfungsamt der Hochschule bei der Durchführung der Prüfungsphasen. Nach einem ausführlichen Workshop auf dem Campus sind sie jetzt bereit, Klausuraufsichten zu führen und zu einem reibungslosen Ablauf der Prüfungen beizutragen. Juristen, Psychotherapeuten, Ingenieure, Rechnungsprüfer oder Architekten aus der Schlossstadt werden künftig mit vereinten Kräften dafür sorgen, dass alles mit rechten Dingen zugeht, wenn die Studierenden ihre Klausuren schreiben. Im Workshop wurden Sie auf alle Eventualitäten vorbereitet, die bei Prüfungen auftreten können.

Für die Brühler Prüfungshelfer ist die neue Tätigkeit mehr als ein kleiner Nebenjob. Sie haben dabei auch Gelegenheit, Campusluft zu schnuppern und die Hochschule an ihrem Wohnort einmal wirklich kennen zu lernen. Und die EUFH ist dankbar für die Unterstützung der Brühler.

*Renate Kraft*



Beim Workshop für Brühler: Gründungsrektor Prof. Dr. Jürgen Dröge und Sven Hardersen, Leiter der Hochschulverwaltung

## The Pitch:

### Eine Aufgabe, eine Vision, ein Ziel

Zum Abschluss des Studiums mussten die Logistiker und die Industrieller 05 noch ein letztes Mal alles geben. „The Pitch“ war in aller Munde. Es stand in Englisch eine Mammut-Aufgabe auf dem Programm. Diese Übung sollte sich wie ein roter Faden durch das ganze Semester ziehen, Tag ein Tag aus. Mit dem einzigen Ziel: den einen, den wichtigsten, den Klasse A-Kunden überhaupt - unsere Dozenten - vom Erfolg des jeweiligen Konzeptes in einer Präsentation an das jeweilige Unternehmen zu binden. Klangvolle Namen, die in der Logistikbranche noch Gehör finden werden, waren dabei: HiCo, Compass und viele mehr. Jedes Team versuchte, den Kunden während der Präsentationen durch eigene kleine Tricks an sich zu binden. Die einen versuchten es mit Plakaten, Visitenkarten, Analysecharts, die anderen mit selbstgebackenen Glückskekzen. Nachdem der ganze Spaß ein Ende gefunden hatte, waren die einen zufrieden, die anderen unzufrieden. The winner takes it all!

Jetzt aber erst mal von vorne! Es ging darum, fiktive Consulting Unternehmen mit einem CEO und einem Vize zu gründen. Diese stellten jeweils ein Team aus Experten des Kurses zusammen und sollten einen Kunden - unseren Dozenten - beim Markteintritt nach China behilflich sein. Die entwickelte Strategie wurde von jeder Gruppe professionell in einem Pitch vorgestellt. Die Teams trafen sich regelmäßig, um an dem Projekt zu arbeiten. Die vorgegebene Aufgabenstellung stellte uns regelmäßig vor neue Herausforderungen. Anfangs wurde auch darüber diskutiert, ob der Logistikbereich gegen die Industrieller antreten sollte oder darüber, wie viel Zeit insgesamt investiert werden sollte. Letztendlich war es vielleicht etwas ungewohnt, dass der „Kunde“ nicht das ganz große spezifische Fachwissen mitbrachte. Hier wäre ein Logistik- oder Industriedozent sicherlich kritischer gewesen. Aber es war ja eine Englischprüfung. Am Ende waren wir wohl alle froh, als der Pitch vorüber war. Ich denke, jeder einzelne hat etwas über Outsourcing dazugelernt und konnte seine Präsentationstechniken ein letztes Mal trainieren, bevor es hinaus geht in die richtige Welt des Lebens!

Für mich heißt es auch Abschied nehmen. Fast schon Abschied von der EUFH - auch wenn ich die Diplomarbeit noch kurz schreiben muss - Abschied auch von drei Jahren PR-Team. Drei Jahre voller wunder Finger, abgenutzter Tastaturen, zigtausender Interviews - darunter übrigens auch interviewte Prominenz wie den Bürgermeister von Brühl, Herrn Kreuzberg, oder auch den Präsidenten der EUFH, Herrn Weischer. Ganz zu schweigen von schlaflosen Nächten des Recherchierens. Dies alles für ein gutes Gelingen des EUFH Newsletters. Mal im Ernst, es hat mir immer sehr viel Freude bereitet, über die EUFH und für Euch zu schreiben. Ich hoffe, Ihr hattet Spaß an einigen Artikeln und ich wünsche den übrigen Reportern vom PR-Team ganz viel Spaß im neuen Jahr! Und Euch allen wünsche ich ein tolles Studium!

*Christian Ullrich*



## Nie wieder Klausuren im Jahr 2008: Semester Closing Party

Nachdem wir von den höheren Semestern immer hören, dass das Studium jedes Semester schwieriger und anspruchsvoller wird, so haben wir es diesmal richtig zu spüren bekommen. Zwei Wochen, elf Prüfungsfächer abgefragt in sieben Klausuren und dann noch einen Marketingplan erstellen. So hart kam es bisher noch nie für meinen Industriejahrgang 2007 und mich. Die Kombiklausuren über mehrere Semester versüßten uns da leider auch nicht die Zeit. Doch dann am Mittwoch, den 17. Dezember um 14.15 Uhr haben wir unseren letzten Klausurbogen abgegeben und dafür unser Leben zurückbekommen. Welch ein wundervolles Gefühl! Und es gibt keine bessere Möglichkeit, als solch ein Gefühl mit einer gemeinsamen Party abzurunden. Tobias Christiansen und Florian Müller aus Finanz- und Anlagemanagement 2007 hatten sich das schon vor ein paar Wochen gedacht und für uns den ultimativen Partyabend geplant. Mit der Lokalität, dem Edel & Weiß in der Kölner Südstadt, wurden die meisten Erwartungen übertroffen. Alles schick in weiß, riesengroße Liegewiesen und der DJ aus dem Triple A sorgten für eine ausgelassene Partystimmung bis in die frühen Morgenstunden. Denn wir hatten alle den gleichen Grund zum Feiern: Nie wieder Klausuren im Jahr 2008!!!!

*Carolin Böcking*



## Zum Semesterausklang:

### Black Butterfly Party im Triple A

Am 18. Dezember letzten Jahres konnten die Studierenden, vor allem aus dem Jahrgang 05, zum Jahresausklang nach den Klausuren noch einmal so richtig Gas geben. Nachdem die zuerst anvisierte Location - das Ivory - aus Technikgründen kurzfristig absagen musste, gelang es den Veranstaltern kurzerhand, eine neue Räumlichkeit für die Party zu finden. Im Triple A durfte ausgiebig zu Longdrinks und Kölsch bis in den frühen Morgen hinein gefeiert werden. Einige alte Hasen zeigten dabei zum letzten Mal, was sie drauf haben. Nachdem die Türen geschlossen wurden, zog es einige noch weiter in ein paar benachbarte Lokalitäten.

Was einige nicht wussten, war, dass die Logistiker und Industrieler '05 am Mittag bereits ihre eigene Abschlussparty an der EUFH auf die Beine gestellt hatten. Dort wurde mit einigen Dozenten zum Abschluss noch einmal das Glas auf die erfolgreich zurückgelegte Strecke erhoben.

Bleibt noch anzumerken, dass es in diesem Semester nicht gelungen ist, alle Studierenden unter ein Hut zu bekommen, da ein Tag zuvor bereits eine andere Party (siehe Seite 14) organisiert wurde. Eine gemeinsame Semester-Closing-Party wäre für die Zukunft schön!

*Christian Ullrich*

Schön ist auf jeden Fall auch, dass die Veranstalter der Party, eine Gruppe engagierter Studierender mit dem sprechenden Namen *E.U.f.H.*, den Erlös des Abends an die Brühler Tafel spenden möchten.



## Der etwas andere Reisebericht:

### Beruflich in Rom

Bis zu dem Moment, in dem wir tatsächlich am Flughafen in Köln/Bonn saßen, hatten wir nicht richtig begriffen, dass wir tatsächlich die nächsten zwei Wochen in Rom verbringen würden. Nicole und ich (Grete) wurden von unserer Firma, der TX Logistik AG, im Rahmen eines Austauschprogramms für zwei Wochen zu unserer Mutterfirma, der Trenitalia, geschickt, um dort Eindrücke zu sammeln und aktiv am Geschehen mitzuarbeiten. Geplant war jeweils eine Woche in der Automotive Abteilung und im Bereich Intermodalverkehre.

Das Büro der Trenitalia befindet sich im Gebäude der FS Gruppe (Ferrovie dello Stato - die italienische Staatsbahn) am Piazza della Croce Rossa - Platz des roten Kreuzes. Gerade angekommen, wurden wir auch schon in die Abteilungen aufgeteilt, in denen wir die nächste Woche arbeiten würden. Nicole kam in den Intermodal Bereich und ich in den Automotive Bereich.

Zunächst konnte ich dort mit den Kollegen aus dem Sales Büro arbeiten. Dort kümmern sich die Mitarbeiter um die Initialisierung neuer Automobil-Verkehre, ebenso aber auch um das Key Account Management von Großkunden (in diesem Fall Automobilmarken). Nachdem ich einen Überblick gewonnen hatte, was jeder einzelne Kollege in dem Büro für Aufgaben hat, konnte ich erst einmal mit meinen Deutschkenntnissen eine Hilfe sein und einige Telefonate erledigen, unter anderem auch mit den Kollegen unseres Hauptsitzes in Bad Honnef. Einmal habe ich auch mit einer Kollegin zusammen potenzielle Ladung im Raum Deutschland gesucht und anhand einer Analyse festgestellt, ob sich ein Verkehr in eine bestimmte Region realisieren ließe. Das alles war schon sehr spannend!

Die Italiener habe ich als sehr offenes und freundliches Volk kennen gelernt. Mit den italienischen Kollegen konnte man sehr viel lachen, vor allem bei der Menge Kaffee, die wir dort getrunken haben. Das einzige Problem, das hin und wieder zur Barriere wurde, war die Kommunikation. Die Italiener sprachen kein Deutsch und wir sprachen kein Italienisch. Und mit Englisch kamen wir manchmal auch nicht weiter. So verständigte man sich teilweise mit einem Gemisch aus Englisch, Spanisch, Französisch. Und wenn selbst das alles nichts geholfen hat, ja dann habe ich eben versucht, Italienisch zu verstehen!



Grete (links) und Nicole



Ich - Nicole - war die meiste Zeit im Bereich Kombiniertes Verkehr und habe dort mit dem International Sales Manager zusammengearbeitet. Er verkauft Transportdienstleistungen im Kombinierten Verkehr an Kunden im Ausland. Meine Hilfe war ebenfalls vor allem sprachlich gefragt. Die beste und spannendste Erfahrung, die ich dort machen konnte, war, an einem fünfstündigen Meeting teilzunehmen. Es kamen Partner und Kunden aus Österreich, Italien, Tschechien und Polen. Meine Aufgabe bestand darin, das Englisch, das von den Italienern gesprochen wurde, dem Österreicher und den Tschechen ins Deutsche zu übersetzen und für den polnischen Dienstleister ins Polnische. Es war sehr anstrengend, sich so lange zu konzentrieren und mit drei verschiedenen Sprachen im Wechsel zu sprechen, aber es war auch sehr interessant! Die Hauptthemen waren die Preisverhandlungen für das nächste Jahr sowie logistische Überlegungen und mögliche Umsetzungsmöglichkeiten im Osten.

Rom selbst ist eine beeindruckende und sehr schöne Stadt. Wir hatten die Gelegenheit, viel von der Stadt zu sehen, wenn auch nur von außen. Ein Freund aus Rom hat sich bereit erklärt, unser City Guide zu sein und machte eine kleine Tour mit uns durch die Stadt - vom Colosseum vorbei am Forum Romanum, zur Piazza Venezia, dann durch die Innenstadt zur Fontana di Trevi (man muss sich mit dem Rücken zum Brunnen stellen und mit der rechten Hand eine Münze über die linke Schulter werfen und sich etwas wünschen!) und schließlich bis zur spanischen Treppe an der Piazza di Spagna. Und natürlich noch vieles mehr! Wir hatten auch noch genügend Zeit zum Entspannen im Kino, zu Shoppingtouren und Clubbing natürlich.

Rom hatte aber trotz seiner fantastischen Architektur, der wunderbaren Shoppingmöglichkeiten, tollen Restaurants und Clubs auch so seine Nachteile: viel Hektik und schrecklicher Verkehr! Schon morgens wurde man von Hupkonzerten geweckt und tagsüber war es gefährlich, die Straße zu überqueren. Die Parkgewohnheiten in Rom waren immer wieder ein Grund zum Schmunzeln! Da wurden Autos von allen Seiten doppelt und dreifach zugeparkt oder ein Auto stand mitten auf dem Zebrastreifen, um nur wenige Beispiele zu nennen. Wir waren sehr froh darüber, dass wir nicht mit dem Auto fahren mussten. Das Netz der öffentlichen Verkehrsmittel ist sehr dicht, übersichtlich und vor allem sehr günstig. Für nur einen Euro kann man 70 Minuten lang durch die ganze Stadt mit Bahn und Bus fahren!

Bleibt zum Schluss nur noch zu sagen, dass wir Rom voll und ganz ins Herz geschlossen haben und auf jeden Fall noch einmal wiederkommen werden!

*Grete Mentis und Nicole Bebek*



Grete und Nicole mit dem International Sales Manager des Intermodal Bereichs

## Kurz vor dem Heimflug:

### Mexiko-Reiseführer im Schnelldurchlauf

Wenn man von einem Ort, an dem man sich zu Hause fühlt, für längere Zeit Abschied nehmen muss, stimmt dies die meisten Menschen traurig. Zu Beginn meines Auslandssemesters war auch ich ein wenig traurig, all meine Freunde und meine Familie zu Hause lassen zu müssen, auch wenn ich wusste: Ich komme wieder.

Nun schaue ich auf den Kalender, sehe das Jahr 2009 und frage mich, wo das letzte halbe Jahr eigentlich geblieben ist. Bald heißt es, von Mexiko Abschied zu nehmen. In meiner Zeit hier habe ich viel von Land und Leuten gesehen, und die schönsten, aufregendsten und besten Plätze haben es nun in die FH-News geschafft:

**Guanajuato** - Eine Stadt inmitten Mexikos, die mit ihren vielen kleinen bunten Häuschen einen ganz besonderen Charme ausstrahlt. Ich habe Guanajuato im Oktober besucht, als dort das Cervantino-Festival stattfand, benannt nach dem Schriftsteller Miguel de Cervantes, der „Don Quijote“ geschaffen hat. Bei diesem Festival wimmelt es in Guanajuatos Straßen von Musikern, Künstlern, und Besuchern aus aller Welt! Da ist es sogar voller als zur Rush Hour auf dem Kölner Weihnachtsmarkt!

**Pachuca** aus der Luft - Im November haben wir einen Wochenendausflug nach Pachuca in Hidalgo gemacht, und obwohl es - zumindest für die Verhältnisse hier - unglaublich kalt war und ich zum ersten und einzigen Mal in Mexiko



Guanajuato



Britta frierend in Mexiko

richtig gefroren habe, hat es mir sehr gut gefallen, vor allem unsere Fahrt im Heißluftballon. Bei dieser haben wir uns den Sonnenaufgang, den man unten auf der Erde dank Bewölkung nicht sehen konnte, einfach über den Wolken angeschaut.

**Tulum** - Feinkörniger weißer Sand, Palmen, türkisfarbenes Wasser, hier und dort vereinzelt ein paar Menschen, und dazu Maya-Ruinen mit unvergleichlichem Meeresblick. Klingt nach Karibik? Ist es auch. Und wenn ich nicht selbst dort gewesen wäre, könnte ich nicht glauben, wie schön es aussieht.

**Machu Picchu** - Nicht in Mexiko sondern in Peru war dies für mich der beeindruckendste Ort, den ich je gesehen habe. Ein Inkadorf taucht inmitten von Wald und Bergen wie aus dem Nichts auf. Ich frage mich nur: Hatten die damals eigentlich noch alle Tassen im Schrank? - So ein Dorf zu bauen ohne all die Hilfsmittel, die wir heute kennen. Aber schön, dass es für die Nachwelt so gut erhalten geblieben ist.

**Ocosingo**, Chiapas - Ocosingo ist eine kleine Stadt im südlichen Teil Mexikos, die von den meisten Touristen wohl eher unbeachtet auf dem Weg von den Ruinen in Palenque zur nächsten größeren Stadt San Cristóbal links liegen gelassen wird. Von außen sieht das Städtchen eher wie ein verschlafenes Dorf aus, aber wenn man sich ein bisschen in den Straßen umschaut, pulsiert das mexikanische Leben hier wie kaum woanders.

So könnte ich noch stundenlang weiterschreiben, und vor allem auch weiter reisen, denn jeder einzelne Ort, den ich gesehen habe, hat seinen ganz eigenen Charme. Und ich bin mir sicher, dass es davon noch viele mehr gibt. Doch leider ist meine Zeit hier nun fast um, das neue Semester in Deutschland beginnt, und ich werde nun wieder öfter frieren müssen. Doch eines steht fest: Ich werde zurückkommen, mi lindo México!

*Britta Fischenich*



Machu Picchu

## Auslandssemester in europäischen Metropolen: Keltischer Tiger, Leprechaun und Gaelic Football

Irland, irisch auch *Éire*, verbindet man erst einmal mit viel Grün und rauen Küsten. Vom Pferdewagen winken Männer mit Tweedkappen und rothaarige Frauen tanzen Stepdance; Whiskey und Butter sind ebenso bekannte Produkte des Landes wie das traditionelle Guinness. Wie passt ein solches Bild zum Auslandsaufenthalt eines jungen Betriebswirtschaftlers?

Dem traditionellen Charme wird man sicher nicht entkommen können (und das auch gar nicht wollen), man wird aber auch ein Land kennen lernen, das sich in den letzten Jahren rasant zu einem der reichsten Staaten der Europäischen Union, sogar der Welt, entwickelt hat. Aus diesem Grund ist Irland heute auch als der „*Keltische Tiger*“ bekannt.

Besonders erwähnenswert sind die vielen ausländischen Unternehmen, die heute in Irland tätig sind und hierbei vor allem die der Finanzbranche. In Dublin wurde nun sogar ein *International Financial Services Centre* (IFCS) erbaut. Interessant also für die Finanz- und Anlagemanager unter uns! Aber wie sollte es auch anders sein, in einem Land dessen Wahrzeichen unter anderem der kleine Leprechaun ist? Das ist nämlich eine Art grüner Kobold, der laut irischen Fabeln Unmengen Gold besitzt und es vor allem versteht, damit umzugehen! Gute Bankiers sind also quasi schon in der irischen Mythologie verwurzelt.

Doch auch Studenten aller anderen Fachbereiche werden in Dublin voll auf ihre Kosten kommen: in den mit 500.000 Einwohnern gefüllten Stadtgrenzen gehört zum Beispiel das *Trinity College* zu einer der absoluten Sehenswürdigkeiten. Schon 1592 wurde es gegründet und hat so einige bekannte Persönlichkeiten hervorgebracht. Hauptattraktion ist das *Book of Kells* in der alten Bibliothek. Neben diesem altherwürdigen College finden sich noch zahlreiche weitere attraktive Hochschulen in Dublin.





Die Freizeit verbringt man als Student in Irland beispielsweise beim beliebten Gaelic Football oder Hurling. Doch auch ein Bummel durch die Stadtviertel lohnt sich, denn fast jedes Viertel hat einen besonderen Stil. So ist *Marino* die absolut typische Mittelschicht-Siedlung, in *Beaumont* gibt es fast nur Doppelhaushälften und im alten Arbeiterviertel *Cabra* dominieren winzige Häuser aus Backsteinen. Bars, Clubs und Restaurants findet man im Touristenviertel *Temple Bar*. Neben ganz normaler, moderner Musik hört man auch oft noch Irish-Folk mit Instrumenten wie der Fiddle, Thin Whistle und Harfe.

Sehenswert sind auch der große Phoenix-Park oder der Botanische Garten, anglikanische Kirchen wie die Saint Patrick's Cathedral und natürlich zahlreiche Museen und Bauwerke. Rund um Dublin findet man viele alte Schlösser und Grabhügel und auch ein Besuch der *Wicklow Mountains* oder des Seebades *Malahide* bietet Abwechslung zum Stadtleben.

Dabei kommt es einem zugute, dass das irische Verkehrssystem komplett auf Dublin als Knotenpunkt ausgerichtet ist. Flughafen, Bahnhöfe und Fähren verbinden Dublin mit dem Rest des Landes; innerhalb der Stadt verkehrt die elektrische Stadtbahn der *DART*-Linie. Seit 2004 hat Dublin auch wieder eine Straßenbahn, die neue *Luas*. Zumeist fährt man aber Bus in Dublin: der *Dublin Bus* verkehrt auf ungefähr 200 Linien, Nachtbusse gibt es auch.

Und was für ein Völkchen kommt mit den Iren so auf einen ausländischen Studenten zu? Pauschal lässt sich das natürlich nicht beantworten, aber ein altes irisches Sprichwort sagt:

*"Ein Fremder ist nur ein Freund, den man noch nicht kennt."*

*Christina Bidmon*

#### Hochschulen in Dublin:

- Trinity College Dublin
- Portobello College
- Griffith College
- EBS European Business School Dublin
- University College Dublin
- Dublin City University
- Dublin Institute of Technology
- National College of Ireland

## Ein Blick in die Zukunft:

### Im RFID Innovation Center in Neuss

Im Dezember des vergangenen Jahres hatten wir die Gelegenheit, während unserer Vorlesungsreihe „Materialwirtschaft und Supply Chain Management“ bei Professor Michael Lorth das RFID Innovation Center der Metro Group in Neuss zu besuchen. Die Abkürzung RFID steht für Radiofrequenz-Identifikation. Mit dieser Identifikationstechnik soll über kurz oder lang der jetzige Barcode abgelöst werden. Vorteil des RFID-Codes ist, dass Daten berührunglos und ohne Sichtkontakt per Funk übertragen werden können. Er ermöglicht es, Objekte entlang der gesamten Prozesskette eindeutig per Funksignal zu identifizieren. Somit entsteht eine schnelle und präzise Wareneingangs- und ausgangskontrolle, effizientes Bestands- und Lagermanagement, niedrige Lagerhaltungskosten sowie permanente Bestandsaufnahme und verbesserte Warenverfügbarkeit.

Mit dem 2004 gegründeten RFID Innovation Center in Neuss hat die Metro Group eine in Europa einmalige Informations- und Entwicklungsplattform geschaffen. In einem ehemaligen Kaufhof-Lager beherbergt das Innovation Center auf 2000 Quadratmetern einen Testbereich mit mehr als 40 Anlagen, die die Einsatzbereiche von RFID in verschiedenen Anwendungen demonstrieren sollen. Die Exponate sind in die Bereiche Kommissionierung, Lagermanagement, Warenhaus, Verbrauchermarkt und Haushalt eingeteilt. Diese Demonstrierungszwecke dienen in erster Linie Vertretern und Partnern aus Handel, Industrie und Technologie oder eben uns praxisorientierten Studierenden.

Aufgeteilt in mehrere kleine Gruppen wurden wir durch die einzelnen Räume und Anlagen geführt. Interessant war es zu sehen, wo RFID bereits schon seit einiger Zeit eingesetzt wird: in Sportschuhen von Marathonläufern, um nachzuvollziehen, wann wer ins Ziel gekommen ist oder bei Golfbällen, um auszurechnen, wer näher am Loch ist. Wir konnten uns anschauen, wie die Radiofrequenz-Identifikation in den verschiedenen Bereichen funktioniert und inwieweit diese Anwendungen wohl auch umgesetzt werden können.

Da wir ja nicht nur interessierte Studierende sind, sondern auch Kunden in Einkaufsgeschäften, die natürlich gerne von solchen Systemen profitieren würden, waren die Bereiche Warenhaus und Haushalt besonders interessant. Es besteht beispielsweise die Möglichkeit, in einem Beklei-



dingungsgeschäft einen intelligenten Kleiderständer oder etwa eine intelligente Umkleidekabine einzurichten. In der Umkleidekabine kann man direkt nachsehen, ob das ausgesuchte Kleidungsstück noch in anderen Größen, Farben, etc. vorhanden ist und darüber hinaus kann man sich das Kleidungsstück von einer Verkäuferin bringen lassen. Entnimmt ein Kunde ein Produkt von der intelligenten Kleiderstange, so zeigt ein Bildschirm Informationen zu Preis, Größe und Werbebotschaften an.

Im Haushaltsbereich ist es vor allem der intelligente Kühlschrank, der es uns angetan hat. Dieser erkennt, wann ein bestimmter Artikel nachgekauft werden muss, erstellt eine elektronische Einkaufsliste und signalisiert, wann ein Mindesthaltbarkeitsdatum abläuft. Ähnliche Funktionen gibt es auch für die Waschmaschine, den Trockner oder den Gefrierschrank.

Für die Zukunft wird RFID die Prozesse in Handel und Logistik maßgeblich verändern und somit auch deutlich transparenter, effizienter und kostengünstiger gestalten. Der Weg eines Produktes kann vom Hersteller bis ins Verkaufsregal lückenlos nachvollzogen werden. Somit führt RFID auch in der Qualitätssicherung zu deutlichen Fortschritten. Allerdings ist heute noch nicht vorauszusagen, inwieweit all diese Anwendungen auch in der Wirtschaft Fuß fassen. Denn neben den vielen Vorteilen kann RFID sicherlich auch zu Nachteilen führen. So könnte man die Produkte beispielsweise auch noch beim Kunden zu Hause „beobachten“ und mit diesen Informationen das Kundenverhalten noch weiter analysieren.

Uns Studierenden hat die Exkursion viel Spaß bereitet und wir konnten einmal wieder hautnah die Praxis und diesmal auch die Zukunft miterleben. Wir danken Professor Lorth für die Organisation und dem Innovation Center in Neuss für den informativen Tag.

*Carolin Böcking*



## Aus Freude am Genuss:

### Ein Ausflug zu Pfeifer & Langen

Unser Kurs (IM 07 B) hatte dieses Semester das Vergnügen, zusammen mit Prof. Dr. Meyer-Thamer und Dr. Foit einen Ausflug in die Zuckerfabrik Pfeifer & Langen nach Euskirchen zu unternehmen, nachdem es im letzten Semester hierzu keine Möglichkeit gab.

Zu Beginn gab es einen herzlichen Empfang im Konferenzraum des Unternehmens mit belegten Brötchen und Kaffee zur Stärkung für die anschließende Betriebsbesichtigung. Hier wurde uns zuerst das Unternehmen Pfeifer & Langen vorgestellt, seine Gründung und Entwicklung in den vergangenen Jahren, sowie seine Produktvielfalt.

Pfeifer & Langen wurde bereits 1870 gegründet und hat sich seitdem erfolgreich an die Spitze der Zuckerrübenwirtschaft entwickelt. 1991 erwarb das Unternehmen durch die Tochtergesellschaft Diamant-Zucker KG Anteile an ostdeutschen Zuckergesellschaften. In Könnern, Sachsen-Anhalt wurde 1993 eine der modernsten Zuckerfabriken in Europa in Betrieb genommen. Zudem wurden Beteiligungen an Zuckergesellschaften in Polen, Ungarn, Rumänien, Kroatien, Tschechien, der Ukraine und Italien erworben.

Neben der Herstellung von Zucker und Kandis für den täglichen Bedarf im Haushalt liefert das Familienunternehmen große Mengen an die weiterzuverarbeitende Industrie. Nennenswerte Kunden sind hierbei beispielsweise die Getränkehersteller Coca Cola und Krombacher. Zurzeit beschäftigt das Unternehmen deutschlandweit circa 1.200 Mitarbeiter. Im letzten Jahr wurde ein stattlicher Umsatz von 754 Millionen Euro erwirtschaftet.

Der Besuch und die damit verbundene Möglichkeit, einmal „hautnah“ an der Zuckergewinnung teilzuhaben, hat unserem Kurs, und wir denken, hier sprechen wir für die Gesamtheit aller Teilnehmer, gut gefallen. Ein Besuch ist allemal lohnenswert - und am Ende jeder Führung ist ein kleines Tütchen, gefüllt mit einer Auswahl der „süßen Vielfalt“, sicher.

*Andrea Brämer und Corinna Kunze*





## Forum für Handel und Nachhaltigkeit: Zurück in die Zukunft

Wo sind wir denn jetzt gelandet? Das fragten sich Katrin und ich, als wir nach einer kurvenreichen Fahrt durch die Berge des Saar-Hunsrück im Dörfchen Otzenhausen aus dem Bus stiegen. Wider Erwarten fanden wir mit der Wegbeschreibung eines Anwohners ohne Schwierigkeiten den Weg durch den Novembernebel zur Europäischen Akademie Otzenhausen. Die moderne Anlage, welche die Türen für Veranstaltungen der Jugend- und Erwachsenenbildung offen hält, bietet auch dem Forum Europrofession alljährlich Raum. Per Mail von Frau Prof. Dr. Franke hatten wir von dem seit 1995 stattfindenden Forum erfahren. Veranstalter dieser Plattform für Erfahrungstransfer, Diskussion und Impulse für Handel und Dienstleistungsunternehmen ist die in Saarbrücken ansässige Stiftung Europrofession. Experten von Universitäten und aus der Wirtschaft präsentierten in ihren Vorträgen ihre Forschungsergebnisse und Erfahrungen. Wir mischten uns unter die Zuhörerschaft, die größtenteils von Vertretern des Einzel- und Großhandels, wie *tegut* und *Praktiker*, gestellt wurde.

Einen mitreißenden Auftakt gab es durch Klaus Wiegand, Stifter und Vorstand der Stiftung *Forum für Verantwortung*. Sein Vortrag „Mut zur Nachhaltigkeit“ eröffnete uns das weite Spektrum, dessen Facetten die folgenden Vorträge behandeln würden. Atemberaubend prägnant führte er uns die Brisanz des Themas „Handel und Nachhaltigkeit“ vor Augen. Mehr als 6,7 Milliarden Menschen leben derzeit auf der Erde. Nur 7 Millionen Menschen könnten im momentanen westlichen Lebensstil umweltkonform leben. Fakt ist, den großen Bedrohungen wie der Klimaerwärmung, der Wasser- und Ressourcenknappheit, den Unwettern und der Bevölkerungsexplosion muss umgehend entgegengewirkt werden. Viel wurde schon von Politikern und Forschern vorgeschlagen und diskutiert, doch bis jetzt nur wenig realisiert. Wie kommt es, dass das riesengroße Wissen, das täglich in den Medien kursiert, kaum Veränderung bewirkt? Weil es uns alle betrifft. Nicht nur die Politiker



der ökologische Fußabdruck

auf Staatsebene müssen verändern, nicht nur die Wirtschaft, bis in das private Leben muss und wird die Nachhaltigkeit vordringen und unsere Lebensvorstellungen und Lebensarten revolutionieren. Es ist von höchster Wichtigkeit, den Menschen Wertschätzung für die Natur zu vermitteln und Quantität wieder durch Qualität zu ersetzen. Unser Konsumverhalten muss in Zukunft also wieder eingedämmt werden, ähnlich früheren Zeiten.

Einer der ersten Schritte, Theorie in Praxis umzuwandeln, ist Information und Bildung. Aus diesem Grund initiierte die Stiftung *Forum für Verantwortung* die Herausgabe der Buchreihe „Mut zur Nachhaltigkeit“ - zwölf Bücher über die Zukunft der Erde. Eine empfehlenswerte Schilderung von Fakten, Trends und Szenarien rund um Mensch und Erde.

Einen angemessenen Rahmen für umweltverträgliches Handeln kann die Politik geben. Globale Zusammenarbeit ist dabei unabdingbar. Licht ins Dunkel der Umweltschänder, die Ressourcen verschwenden und die Umwelt mit giftigen Emissionen überfluten, können entgeltliche Nutzungsrechte für Natur und Ressourcen bringen. Dies würde zudem den wahren Wert der Waren, die heute in Übermengen zu ungerechten Preisen angeboten werden, wieder erkennbar machen. In diesen Preisen müsste der ökologische Rucksack berücksichtigt werden. Der ökologische Rucksack ist die sinnbildliche Darstellung der Menge an Ressourcen, die bei der Herstellung, dem Gebrauch und der Entsorgung eines Produktes oder einer Dienstleistung verbraucht werden.

Dass die Wirtschaft große Möglichkeiten hat, Bedürfnisse und damit unseren Lebensstil zu ändern, wurde anhand der Perspektiven der folgenden Redner klar. Nachhaltigkeit im Personalmanagement ist durch optimierte Organisation und Einsatzplanung möglich. Weitere Stellschrauben sind papierintensive Bürokratie und Geschäftsreisen. An Beispielen aus dem Arbeitsalltag auf Baustellen zeigte Wolfgang Garden von *hagebau* Reserven in Logistik und Beschaffung auf. Diese liegen vor allem in der langfristigen Planung und Vollständigkeit der Bestellungen. Ein weiterer Vortrag behandelte die Effektivität und Lebensdauer von Verpackungen. Ein brillantes Beispiel für Nachhaltigkeit am Point of Sale gibt *coop*, eine aus der Schweiz stammende Supermarktkette. Das erfolgreiche Unternehmen gibt Leitbilder der Supermarktgestaltung, Warenkennzeichnung und -beschaffung. Solarstromversorgte Geschäfte, eigene Fair Trade Marken, die Zusammenarbeit mit dem WWF und Bevorzugung einheimischer Produkte sind nur einige Beispiele. Mustergültiges Handeln demonstrieren auch die „By Air“ Etiketten auf allen Produkten, die per Flugzeug importiert wurden. Sie sorgen für höchste Transparenz und sollen die Kunden für den immensen CO<sub>2</sub> Ausstoß, der durch solche Transporte erzeugt wird, sensibilisieren.

In dem etwas abgelegenen Ort wurden bedeutende Ideen vorgestellt und besprochen, die in der Umsetzung entscheidende Veränderungen bewirken können. Wir waren höchst begeistert von den Anregungen und fühlten uns als Handelsmanagementstudenten direkt angesprochen. Denn Nachhaltigkeit ist gleichzusetzen mit Zukunftsfähigkeit: In Zukunft werden wir unser Privatleben und unseren Arbeitsplatz kritisch betrachten und unseren persönlichen Beitrag zur Umweltschonung leisten.

*Elisabeth Starke*

## Informationen pur:

### Absolventenkongress in Köln



Am 19. und 20. November 2008 fand der alljährliche Hobsons Absolventenkongress in der Köln Messe statt. Es handelt sich hierbei um Deutschlands größte Jobbörse für junge Fachkräfte und akademischen Nachwuchs. Durch einen Busshuttle wurden die bahnfahrenden Interessenten bequem vor die Tore der Messehallen 7 und 8 kutschiert. 300 Unternehmen quer durch alle Branchen stellten sich vor und gaben Studenten, angehenden Trainees oder Direkteinsteigern Gelegenheit für Networking und Bewerbungsgespräche. Auch für Interessenten an Master- oder Bachelorstudiengängen war gesorgt. Es gab die Möglichkeit, sich bei Expertenrunden bezüglich dieses Themas zu informieren oder auch das direkte Gespräch mit den zuständigen Hochschulen zu suchen.

Der Hobsons Absolventenkongress bot etliche Beratungsmöglichkeiten, angefangen bei Expertenrunden zu verschiedenen Themen über Unternehmensvorträge bis hin zu kostenlosen CV-Checks durch Kienbaum, wo die Lebensläufe der Hilfesuchenden bis ins kleinste Detail geprüft wurden. Überdies gab es 20 kostenlose persönliche Beratungen bei Hobsons zu gewinnen, bei denen in einem individuellen Gespräch Hobsons-Berater alle Fragen zu Bewerbungsmappen, Beruf und Karriere beantworteten.

Um den Absolventenkongress besuchen zu können, mussten sich die Interessenten anmelden. Dies war online vorher möglich aber natürlich auch vor Ort. Die Teilnahmegebühr betrug bis zum 26. Oktober sieben Euro, bis zum 16. November zwölf Euro und an der Tageskasse 15 Euro. Für Anreisende aus ganz Deutschland wurde in Kooperation mit der Deutschen Bahn ein Spezial-Preis von 76 Euro geboten. Man kann also sehen: Wer zuerst kommt, mahlt zuerst.

Die konkreten Informationen über die verschiedenen Wege des Berufseinstiegs und der Weiterbildung ließen sich Tausende von Interessenten nicht entgehen und die 150 Vorträge während der zwei Tage waren reichlich besucht. Schlussendlich kann ich nur jedem Studenten der EUFH empfehlen, den Absolventenkongress zu besuchen, da hier eine unglaubliche Fülle an Informationen angeboten wird.

*Julia Myritz*



## Von der Parkbank an die EUFH:

### Praktisches Informationsmanagement

Google, Hewlett Packard, Apple - erfolgreiche IT-Unternehmen werden oft an ungewöhnlichen Orten gegründet. Im Fall von PMCS war es zugebenermaßen keine Garage. Dafür war es eine Parkbank im New Yorker Central Park, wo die beiden Firmengründer 1997 beschlossen, den Weg in die Selbstständigkeit zu wagen. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Bad Camberg und mehreren Standorten im deutschsprachigen Raum, unter anderem auch in Hürth, beschäftigt mittlerweile 140 Mitarbeiter. Nicht nur durch die Kooperation mit der EUFH engagiert sich PMCS sehr intensiv in der Ausbildung des Branchennachwuchses. In den ersten zehn Jahren seines Bestehens hat das Unternehmen bereits 45 junge Leute ausgebildet. Die gegenwärtige Ausbildungsquote liegt bei stolzen 20 Prozent.

Junge Leute zu fördern, ist gerade in der IT-Branche, die mit heftigen Nachwuchsproblemen zu kämpfen hat, eine wichtige Sache. Und so hatte auch Michael Rettig, seit acht Jahren bei PMCS und heute als Senior Consultant für den Geschäftsbereich helpLine tätig, zum Gastvortrag für die angehenden Wirtschaftsinformatiker der EUFH jede Menge interessante Informationen auf Lager.

Die Produktfamilie helpLine bietet den Kunden von PMCS eine vielfältig anwendbare und durch unterschiedliche Basis- und Zusatzprodukte auf individuelle Bedürfnisse anpassungsfähige Informationsplattform. Mittlerweile hat sich helpLine zu einer der führenden Service-Management-Lösungen entwickelt. Im Kern bietet das System eine Lösung für den IT-Support von internen und externen Kunden. Es ist aber durchaus auch für andere Kommunikationsaufgaben geeignet. Medizinische Beratungshotlines sind hier ein Beispiel.

Während der Vorlesung „Operative und administrative Aufgaben des Informationsmanagements“ bei Prof. Dr. Rainer Paffrath hatten sich die Wirtschaftsinformatiker schon theoretisch mit Problem-, Incident- und Change Management auseinandergesetzt und waren nun entsprechend gespannt auf ein konkretes Beispiel für die praktische Umsetzung. Genau dieses Beispiel hatte Michael Rettig mit an die Hochschule gebracht. Normalerweise ist es seine Aufgabe, Neukunden-Workshops zu leiten, die Anforderungen der Kunden aufzunehmen, Prozesse zu optimieren oder Umsetzungskonzepte zu schreiben. An der EUFH zeigte er den Studierenden die technischen Möglichkeiten und die Vorteile von helpLine auf.



Michael Rettig

Im Seminarraum stellte er eine Demo-Version des serverbasierten Systems vor. Clientseitig sieht das helpLine Classic Desk aus wie die Oberfläche von Outlook. Das ist Absicht und bietet den Vorteil, dass sich Anwender schnell einfinden können. Im normalen Anwendungsfall nimmt ein Mitarbeiter aus dem IT-Umfeld mit Hilfe des Systems Anfragen von Mitarbeitern aus verschiedenen Abteilungen oder auch von unterschiedlichen Standorten entgegen und leitet sie dann an Expertenteams weiter. Alle Anfragen landen zunächst am so genannten Service Desk, dem First Level. Von hier aus werden sie an die auf die jeweiligen Vorfälle spezialisierten Teams automatisch weitergeleitet.

Am Service Desk landen alle Anfragen in der Warteschlange, die dem Posteingang von Outlook ähnelt. Drucker kaputt? Emails funktionieren nicht? Der Server ist abgestürzt? SAP macht Probleme? Egal wo der Schuh drückt - die Bearbeiter, die sich am besten mit dem jeweiligen Problemchen auskennen, holen sich den Vorgang auf ihren Arbeitstisch. Aus der Warteschleife verschwindet er dann, sodass nichts doppelt bearbeitet wird. Ein „Ticket reservieren“ heißt das bei helpLine.

Doch wie kommen neue Vorgänge überhaupt in die Warteschleife hinein? Zum einen geht das ganz einfach per Email. Für jede neue Mail wird automatisch ein neues Ticket in helpLine angelegt. Wenn die Emails aber gerade nicht funktionieren, kann das schwierig sein. Eine Alternative ist deshalb die Eingabe über das Online-Portal oder auch ganz einfach ein Anruf. Ist das Ticket in der Warteschleife, läuft auch schon die Zeit, die für die Lösung eines Problems zur Verfügung steht. helpLine ist mit den ganz individuellen Servicevereinbarungen, die für einen bestimmten Kunden gelten, gekoppelt. In jedem Ticket steht deshalb ganz genau, wie viel Zeit bleibt, bis alles wieder funktionieren muss am Arbeitsplatz des Kunden.

Ein Ticket enthält neben der Anfrageart, zum Beispiel Störungsmeldung, und einer vom Nutzer gemeldeten Dringlichkeitsstufe immer auch eine Angabe zur Auswirkung des Vorfalls. Denn natürlich ist es ein gewaltiger Unterschied, ob nur ein Arbeitsplatz, eine Abteilung oder ein ganzes Unternehmen betroffen ist. Aus der Kombination von Dringlichkeit und Auswirkung errechnet das System selbsttätig eine Priorität. So wird sichergestellt, dass vordringliche Aufgaben auch tatsächlich zuerst erledigt werden.

Damit nicht jedes einzelne Ticket zum Ausfall des Internets, der vielleicht von 20 Mitarbeitern gemeldet wird, das System unnötig füllt, können zusammenhängende Vorgänge zu einem Fall zusammengefasst werden. Gibt es Nachfragen an die User oder ist das Problem gelöst, dann wird per Mail kommuniziert. So ist auch der Kunde vor Ort jederzeit darüber informiert, wie es um die Lösung seines Problemchens bestellt ist.

Während seines Besuchs an der EUFH beantwortete Michael Rettig geduldig und kompetent zahlreiche detaillierte Fragen der sehr interessierten Wirtschaftsinformatiker. Der Gastvortrag bot den Studierenden ein ganz praktisches Anwendungsbeispiel für das, was sie im Laufe des Semesters gelernt hatten.

Für die Zukunft ist ein Ausbau der Beziehungen zwischen EUFH und PMCS geplant, der sich nicht nur auf die direkte Ausbildung, sondern auch auf den Bereich der angewandten Forschung bezieht. Hierauf freuen sich die jungen Forscher schon sehr!

*Renate Kraft*



## Workshop für Händler: Spannender als ein Krimi

Im Wahlfach „Strategische Unternehmensführung“ bei Frau Prof. Dr. Jutta Franke war Ende November Gunther Settelmeier, ein erfahrener Manager in großen Mineralölkonzernen, an der EUFH zu Gast und leitete für Handelsmanager einen spannenden Workshop zum Thema Merger & Acquisitions am ganz konkreten Beispiel des Verkaufs der Schweizer Tochtergesellschaft „Alpha Oil“ eines großen Konzerns. Das gewählte Fallbeispiel war zwar anonymisiert und bei den Zahlen verändert, aber es war einem realen Unternehmensverkauf entlehnt und daher sehr realistisch.

Gunther Settelmeier war genau der richtige Gast, um den Studierenden nach viel Theorie und dem Kennen lernen einer Menge Fachausdrücke während ihrer Vorlesung nun den Bezug zur Praxis aufzuzeigen. Der Mathematiker und Betriebswirt war seit 1975 in unterschiedlichen Positionen im Energiebereich tätig, zuletzt als Manager bei BP, bevor er sich dazu entschloss, als freiberuflicher Unternehmensberater zu arbeiten. Im Laufe seiner Karriere hat er öfters Kauf- und Verkaufsprozesse von Unternehmen geleitet oder hautnah miterlebt und dabei auf beiden Seiten des Tisches gesessen.

Um Unternehmenszusammenschlüsse und Unternehmensübertragungen geht es bei Merger & Acquisitions, kurz auch M & A genannt. In den letzten zwei Jahrzehnten hat es eine wahre Fusionswelle in Deutschland gegeben, die sich auf fast alle Branchen erstreckte. Dabei gehen längst nicht alle Kaufgeschäfte reibungslos über die Bühne. Kein Wunder, denn bei derart großen Veränderungen in Unternehmen ist der Weg mit Stolpersteinen gepflastert. Gründe für ein mögliches Scheitern gibt es genug, allein schon durch fehlende oder mangelnde Übergabe von Informationen, Wissen oder Erfahrungen. Oft genug werden die Mitarbeiter nicht rechtzeitig informiert und die Folgen von Unsicherheit, Misstrauen und Angst in der Belegschaft massiv unterschätzt. Um so wichtiger für angehende Manager, sich mit den verschiedenen Stufen eines M & A Projekts gut auszukennen und darüber hinaus Tipps und Tricks aus der Praxis kennen zu lernen, die man nicht so einfach in Lehrbüchern nachlesen kann.

Im vorliegenden Fall hatte der Vorstand unseres Mineralölkonzerns entschieden, das Schweizer Tochterunternehmen „Alpha Oil“ zu verkaufen, das einen Marktanteil von drei Prozent auf dem Schweizer Markt hatte. Das war „zum Leben zu wenig, zum Sterben zu viel“, wie Gunther Settelmeier es ausdrückte. Am kleinen Schweizer Markt tummelten sich neun größere Wettbewerber, von denen nur fünf einen Marktanteil von mehr als zehn Prozent aufweisen konnten. Obwohl der Bedarf an Benzin auch in den nächsten Jahren in etwa gleich bleiben würde, drohten die Margen an den etwa 160 Tankstellen in der deutschsprachigen Schweiz, der französischsprachigen Westschweiz und im Tessin weiter zu sinken. Der Absatz der „Alpha Oil“-Tankstellen lag unter dem Durchschnitt, die Standorte waren teilweise schlecht und die Verluste der letzten Jahre drohten sich fortzusetzen.

Nachdem der Aufsichtsrat der Verkaufsentscheidung des Vorstands zugestimmt hatte, begann der Geschäftsführer des Schweizer Tochterunternehmens mit der Umsetzung. Ein Information Memorandum, eine



erste schriftliche Zusammenfassung von relevanten Informationen über „Alpha Oil“ wurde erstellt. Nun stand die Entscheidung für eine von mehreren möglichen Verkaufsformen an. Wollte man eine Auktion durchführen, bei der gewöhnlich ein guter Preis zu erzielen ist, weil die Interessenten sich gegenseitig überbieten und bei der so ganz nebenbei auch noch der Bekanntheitsgrad des verkaufenden Unternehmens erhöht werden kann? Oder würde das nach hinten losgehen, weil zu viel von der Unternehmensstrategie an die Öffentlichkeit und vor allem an die Wettbewerber dringen würde? Und könnte nicht das frühe Bekanntwerden der Verkaufsabsicht Kunden abschrecken und die Mitarbeiterfluktuation erhöhen? Nach Abwägen aller Vor- und Nachteile beschloss die Geschäftsführung, sich auf einige wenige ausgesuchte Interessenten zu konzentrieren. Eine selektive Auswahl erschien sinnvoller als eine Auktion, weil ohnehin nur wenige Unternehmen für den Kauf in Frage kamen.

Als Antwort auf das Information Memorandum gaben in der Folge einige Interessenten ihr Indicative Bid ab, ein noch unverbindliches Angebot. Anschließend wurden in Frage kommende Interessenten in den Datenraum eingeladen, wo ihnen detaillierte Unternehmensdaten zur Verfügung gestellt wurden. Diese Dateneinsicht kann sowohl physisch als auch rein elektronisch erfolgen. Dabei ist Vorsicht geboten, denn allzu leicht können vertrauliche Informationen nach außen dringen. In der ersten Phase des geplanten Verkaufs hatte sich herausgestellt, dass der Geschäftsführer von „Alpha Oil“ allein das Geschäft nicht problemlos abwickeln konnte. Deshalb war ein kleines Projektteam gegründet worden, zu dem auch der Leiter des Controlling und ein fachkundiger Jurist gehörten.

Wie es sich für einen Workshop gehört, wurden die Studierenden sozusagen live in den laufenden Verkaufsprozess eingebunden. Ihre Aufgabe bestand darin, zu beurteilen, welche Wettbewerber als Käufer in Frage kommen könnten und warum. Wie nicht anders zu erwarten, kamen die Gruppen zu unterschiedlichen Ergebnissen, denn die in Frage kommenden Wettbewerber waren sehr verschieden. Große internationale Mineralölkonzerne waren genauso dabei wie typisch schweizerische Bewerber, etwa ein auf die Zielgruppe Landwirtschaft fokussiertes Unternehmen mit 90 Prozent Automatentankstellen oder ein genossenschaftlich organisiertes Unternehmen, das auch Supermärkte hat.

Nun waren Binding Bids erwartet, also eigentlich schon verbindliche Angebote, und es kam genau ein einziges Angebot, und zwar ein mehr als schlechtes. „Es hätte einen Verlust von rund 30 Millionen Schweizer Franken bedeutet. Das war natürlich ein Schlag und konnte keinesfalls akzeptiert werden. Deshalb mussten völlig neue Strategien ausgetüftelt werden und es entstand die Idee, das Unternehmen nicht als komplettes Paket zu verkaufen, sondern es in mundgerechte Happen aufzuteilen. Die neue Strategie bestand darin, drei regionale Pakete für die deutschsprachige Schweiz, die Westschweiz und das Tessin zu schnüren. Dabei war es ganz wichtig, dass auch die jeweiligen „Altlasten“, also zum Beispiel Verbindlichkeiten, mit veräußert werden mussten. Es durfte kein Paket dabei sein, das als Sahnestückchen reißenden Absatz finden und ein anderes, das als Ladenhüter zurückbleiben würde. Das erforderte einen immensen Arbeitsaufwand, aber am Ende zeigte sich, dass die Mühe sich gelohnt hatte. Denn als drei passende Angebote von regionalen Wettbewerbern eingegangen waren, hatte sich der drohende Verlust fast in Wohlgefallen aufgelöst.

Im Detail erzählte Gunther Settelmeier von den Verhandlungen, die „spannender als jeder Krimi“ waren. Die Studierenden erfuhren auch, wie ein solcher Unternehmensübergang kommunikativ begleitet wird, denn es ist natürlich immens wichtig, den richtigen Zeitpunkt zu finden, um die Mitarbeiter, Kunden und andere Beteiligte zu informieren. Und dabei muss man auch noch den richtigen Ton treffen. Eine knifflige Aufgabe.

Am Ende war alles doch noch gut über die Bühne gegangen. Wäre der Verkauf gescheitert, dann hätten erforderliche Veränderungen bei „Alpha Oil“ viele Managementkapazitäten gebunden und viel Kapital erfordert. Die Erfolgsaussichten, dauerhafte Verluste, die das Vertrauen von Aktionären in den gesamten Konzern schädigen können, zu verhindern, wären zumindest zweifelhaft gewesen.

Das Feedback der Studierenden auf diesen besonderen Vorlesungstag war sehr gut. Sie hatten im Seminarraum nicht nur von den Höhen und Tiefen solcher Verhandlungen gehört, sondern sie hatten sie durch die spannende und authentische Schilderung von Gunther Settelmeier beinahe spüren können. Sie haben gelernt, dass das Fachwissen rund um M & A zwar wichtig ist, dass es hier aber in erster Linie um Verhandlungsgeschick und um strategische Überlegungen geht. Der Gast gab wertvolles Wissen weiter, das er selbst unter harten Bedingungen erwerben musste. Ein Workshop, den man als Student wohl nicht so schnell vergisst.

*Renate Kraft*

## "More out of Ore":

### Rotes Gestein wird zu leichtem Metall

Wer bisher immer noch geglaubt hat, dass Wirtschaftsinformatiker nichts Anderes als Bits und Bytes im Kopf haben, der wurde spätestens durch den Gastvortrag von Manfred Beilstein, der während einer Vorlesung von Prof. Dr. Marc Kastner an der EUFH zu Gast war, eines Besseren belehrt. Manfred Beilstein kam vom Standort Köln-Wahn des finnischen Unternehmens Outotec nach Brühl.

Outotec, das Unternehmen mit dem Slogan „More out of Ore“, entstand 2006 durch einen Börsengang aus der finnischen Bergbaugesellschaft Outokumpu. Heute hat Outotec rund 2000 Mitarbeiter in 20 Ländern rund um den Globus. Das Unternehmen erzielte im Jahr 2007 einen Umsatz von etwa einer Milliarde Euro durch die Herstellung von Produktionsanlagen, mit denen aus verschiedenen Erzen raffinierte Metalle wie Nickel, Zink, Eisen, Aluminium, aber auch zum Beispiel Platin hergestellt werden.

Während des Gastvortrags von Manfred Beilstein drehte sich alles um das in der Industrie nach Stahl am häufigsten verwendete Metall Aluminium, das für den Fahrzeug- und Flugzeugbau ebenso gebraucht wird wie für die Herstellung von Kabeln, für Verpackungen oder in der Bauindustrie. Die äußerst vielfältige Verwendung von Aluminium ist kein Zufall, denn das Metall bietet ungewöhnlich viele positive Eigenschaften. Es ist nicht nur dreimal so leicht wie Stahl. Zugleich weist es eine hohe Festigkeit auf, ist aber auch gut verformbar. Es ist korrosionsbeständig und hat eine gute elektrische Leitfähigkeit.

Doch Aluminium ist nicht nur leicht, sondern auch vergleichsweise noch sehr jung, denn erst Anfang des 19. Jahrhunderts wurde es als metallisches Element entdeckt. Bis die industrielle Nutzung beginnen konnte, dauerte es noch eine ganze Weile. 1886 gelang dem Franzosen Héroult und dem Amerikaner Hall zeitgleich, aber unabhängig voneinander, der Durchbruch. Sie meldeten beide ein Patent auf den bis heute angewandten Herstellungsprozess an, der seither nicht grundsätzlich, sondern nur in seiner Effizienz immer weiter verbessert werden konnte. Kurioserweise sind die Forscher beide im Jahr 1863 geboren und im Jahr 1914 gestorben.



Manfred Beilstein



Seit 1887 wird aus dem Rohstoff Bauxit, einem roten Gestein, das seinen Namen von seinem ersten Fundort, dem französischen Les Baux, hat, in zwei Schritten Aluminium hergestellt. Das Erz wird zunächst im Tagebau gewonnen und zu Aluminiumoxid raffiniert, einem weißen Pulver, das auch Tonerde genannt wird. Bauxit findet man in großen Mengen im tropischen und subtropischen Gürtel, beispielsweise in Australien, Brasilien oder Guinea. Australien steht dabei klar an der Spitze der Förderländer.

Um Aluminium erzeugen zu können, muss noch der Sauerstoff von der Tonerde abgespalten werden. Das geschieht durch Elektrolyse in den Aluminiumhütten. Durch die Elektrolysezellen wird Strom geleitet, bis die Tonerde flüssig wird. In den Bodenwannen liegen riesige Kohle-Briketts, die während des Vorgangs den Sauerstoff aus der Tonerde binden und CO<sub>2</sub> bilden. Anschließend kann das fertige Aluminium abgezapft werden. Während des Produktionsprozesses gewinnt man aus vier Kilo Bauxit zunächst zwei Kilo Aluminiumoxid und dann ein Kilo so genanntes Primäraluminium. So heißt das aus dem Rohstoff erzeugte fertige Metall. Im Gegensatz dazu gibt es auch Sekundäraluminium, das aus Aluminiumschrott hergestellt wird.

Während das Verfahren im Prinzip seit den Anfängen gleich geblieben ist, haben sich die Rahmenbedingungen ganz erheblich verändert. Dass sich die in Deutschland produzierte Menge von jährlich 600.000 Tonnen noch vor 15 Jahren auf heute 14 Millionen Tonnen vervielfacht hat, ist eine Entwicklung, die mit steigender Produktivität einherging. In den Anfängen musste man sich noch mit einer Stromstärke von 5.000 Ampere begnügen. Heute ist 100mal so viel möglich. Auch der Energieverbrauch ist auf ca. 13.000 Kilowattstunden pro Tonne erheblich gesunken, was sich bei den gegenwärtigen Energiepreisen extrem positiv auf die Kosten auswirkt, denn 35 bis 40 Prozent der Herstellungskosten sind Stromkosten.

Die Aluminiumproduktion ist weltweit stark konzentriert in den Händen weniger Großunternehmen. Die Top Ten produzieren allein 75 Prozent des Aluminiums. Das liegt vor allem daran, dass es wichtige Standortfaktoren gibt, ohne die eine Produktion zu einem erträglichen Preis einfach nicht möglich ist, die man aber zugleich nur an wenigen Orten dieser Welt findet. Wichtig sind wegen der Transportkosten die Nähe zu einer Bauxit-Grube und der Zugang zu einem Seehafen. Und natürlich spielen die Energiepreise am Standort eine bedeutende Rolle.

Nachdem die Produktion seit den Anfängen kontinuierlich stark gestiegen ist, geht die augenblickliche Finanzkrise auch am Leichtmetall nicht spurlos vorbei. Nach einem Preissturz von 3.400 US-Dollar noch im Juli 2008 auf jetzt 1.700 US-Dollar wurde die Produktion erheblich heruntergefahren. Bleibt abzuwarten, wie der Markt sich weiter entwickelt. Trotz Angebotsüberhang und Kostendruck wird aber wohl längerfristig eine Erweiterung der Produktion unumgänglich sein, um mit der Bedarfsentwicklung Schritt zu halten.

Wie in so vielen Wirtschaftsbereichen spielt auch bei der Aluminiumherstellung der „China-Faktor“ eine immer wichtigere Rolle. Von den weltweit 250 Aluminiumhütten stehen 60 allein im Land der Mitte. Aus diesen 60 Anlagen kommen heute 34 Prozent der Weltproduktion. Dies lässt sich allerdings nicht unbegrenzt weiter steigern, weil es in China keine nennenswerten Bauxitvorkommen gibt und die chinesischen Unternehmen auf Importe aus Indien oder Indonesien angewiesen sind. Für Anlagenbauer aus Europa wie unseren Gast hat der „China-Faktor“ noch einen besonderen Haken, denn Chinesen kopieren nicht nur gerne Handtaschen, T-Shirts und Schuhe. Sie kopieren auch ganze dorthin gelieferte Maschinen. Plagiate sind in jedem Bereich ein Problem.

Der Gastvortrag von Manfred Beilstein bot einen interessanten Blick über den Tellerrand in die Welt der Metallproduktion. Und die Wirtschaftsinformatiker bekamen eine praxisnahe Einführung in ein interessantes Thema weitab von Bits und Bytes.

*Renate Kraft*

**Outotec**  
More out of ore

**Finanzberatung in Krisenzeiten:****Es geht um Vertrauen**

Im Rahmen der Veranstaltung „Finanzplanung und Vermögensmanagement“ bei Dr. Thomas Holtfort war Ende November Ralf Habeth von der Deutschen Apotheker- und Ärztebank (apoBank) in Köln zu Gast und hielt für Finanz- und Anlagemanager einen Gastvortrag zum Thema „Kundenberatung in Zeiten der Finanzkrise“.

Die genossenschaftlich organisierte apoBank mit Hauptsitz in Düsseldorf und mit über 2.100 Mitarbeitern an etwa 50 Standorten in ganz Deutschland ist zwar eine relativ wenig bekannte Bank, die aber in den letzten Jahren sehr erfolgreich war und stetig gewachsen ist. Fokussiert auf den heilberuflich-pharmazeutischen Sektor betreut die apoBank in ihren Zielgruppen ca. 320.000 Kunden, was einen Marktanteil von bis zu 50 Prozent bedeutet. Fragen Sie also Ihren Arzt oder Apotheker nach seiner Hausbank, dann lautet jede zweite Antwort: „apoBank“. Viele Heilberufler sind zugleich Mitglied der Bank und sitzen in den Entscheidungsgremien. Auch durch die enge Kooperation mit verschiedenen kassenärztlichen Vereinigungen hat die apoBank ihren Kernzielgruppen eine Menge Know-how zu bieten, das speziell auf die Bedürfnisse von Heilberuflern zugeschnitten ist.

Schon im Namen steht deutlich zu lesen, was die Bank am besten kann. Die Zusammenarbeit mit der Kernkundschaft funktioniert bestens, doch letzten Endes ist und bleibt sie zahlenmäßig begrenzt. Wegen des gegenwärtigen Trends weg von der Einzelpraxis und hin zu größeren Einheiten in Ärzte- oder Gesundheitscentern wird die Zielgruppe sich eher verkleinern als vergrößern. Deshalb öffnet sich die apoBank zunehmend auch für neue Kundenkreise, ohne allerdings ihren deutlichen Schwerpunkt zu verändern. Verstärkt möchte sich die Bank auch um Studierende kümmern. Vor Ort in den Filialen gibt es bereits spezielle Beraterteams, die sich beispielsweise um Studienfinanzierung oder um Existenzgründungen aus der Hochschule kümmern.

Auch wenn Genossenschaftsbanken oder Sparkassen mit der aktuellen Finanzkrise weniger zu kämpfen haben als die großen Privatbanken, so hören doch auch ihre Berater gelegentlich Äußerungen von Kunden wie: „Ich wollte doch Sicherheit!“, „Das hat mir niemand gesagt!“, „Ich wurde überrumpelt!“ oder „Warum sind wir nicht vorher ausgestiegen?“ Das kommt natürlich auch bei der apoBank in Köln vor, auch wenn dort die Depotstruktur eine fundamental andere ist als in anderen Banken, wo Kunden bis zu 60 Prozent ihres Vermögens in Aktien angelegt haben. Aktien und



Ralf Habeth



Zertifikate, also die Anlageformen, die im Moment für Unzufriedenheit sorgen können, machen bei der apoBank gerade einmal rund 25 Prozent aus. Bei 75 Prozent aller Anlagen gibt es also keinerlei Probleme.

Trotzdem laufen auch hier die Telefone seit vielen Wochen heiß. Jeder Berater führt im Schnitt 30 bis 40 Kundentelefonate täglich. Und das sind wegen des hohen Informationsbedarfs sehr ausführliche, ins Detail gehende Gespräche, die viel Zeit binden. Wahrscheinlich wegen der ausführlichen, vor allem in der Boulevardpresse nicht immer sachlich-nüchternen, medialen Berichterstattung gibt es bei Besuchern der Bank hin und wieder überzogene Reaktionen. „Es wundert einen schon, wenn plötzlich ein gestandener Akademiker vor einem steht und fragt, ob es morgen noch Geld gibt.“

Seit Beginn der Finanzkrise gibt es einen kontinuierlichen und intensiven Austausch der apoBank-Berater untereinander. Das einzige und zentrale Thema dabei: Wie stellen wir das Vertrauen der Kunden wieder her? Obwohl die apoBank sofort neue Mitarbeiter eingestellt hat, um die Telefone zu bedienen, sodass jeder Anrufer spätestens noch am selben Tag zurückgerufen werden kann, ist man dort zurzeit in einer Situation, in der man ständig reagieren muss, ohne selbst viel agieren zu können. Und das, obwohl „bei uns der allererste Euro genauso abgesichert ist wie der allerletzte“, so Ralf Habeth.

Und wie geht man am besten mit der aktuellen Situation um? „Ganz wichtig ist es, Stellung zu beziehen, auch wenn das vielleicht manchmal ein bisschen schwierig ist. Und vor allem müssen wir jeden Kunden da abholen, wo er gerade steht.“ Mindestens vier grundverschiedene Kundentypen im Umgang mit der Finanzkrise hat Ralf Habeth identifiziert. Viele haben einfach die Nase voll, wollen raus aus dem Markt und reagieren emotional. Eher rational ist der Wunsch, jetzt einzusteigen, weil es billig ist. Verbreitet ist auch die Vogel-Strauß-Politik, eine resignierte Stimmung, in der Kunden einfach gar nichts mehr machen möchten. Und natürlich gibt es auch immer die Unentschlossenen, die nicht genau wissen, wie sie reagieren sollen.

Bei allen Kunden muss das Vertrauen in funktionierende Finanzmärkte erst wieder wachsen. Und das braucht Zeit, denn wie sollen Kunden neues Vertrauen fassen, wenn sich nicht einmal die Banken gegenseitig über den Weg trauen? Aber auch wenn es noch ein weiter Weg ist, bis die Kunden ihren Banken mit dem alten Vertrauen begegnen. Ein Trend im Finanzgeschäft ist auch jetzt schon deutlich erkennbar, meint der Experte: „Es ist eine Rückkehr zum „alten“ Wertpapiergeschäft im Gange. Die Kunden wollen jetzt Transparenz und keine Produkte mehr mit acht Wenss und Abers.“ Eine Rückbesinnung auf die einfachen Geldanlagen scheint sich anzubahnen.

Die apoBank agiert trotz Schwierigkeiten offensiv in diesen schwierigen Zeiten. Ein wichtiger Baustein dabei sind regelmäßige Kundenveranstaltungen, bei denen es aber nicht um die Vorstellung von Produkten geht, sondern in ausgesuchtem Ambiente um die schönen Dinge des Lebens. Das kann ein Kochkurs bei einem Sternekoch, ein asiatischer Abend oder vieles mehr sein. „Das Wichtigste ist das Kennen lernen in angenehmer Atmosphäre. Der Berater ist das Gesicht der Bank. Deshalb geht es um die persönliche Beziehung zwischen Kunde und Berater.“

*Renate Kraft*

## Denken ist keine Glückssache:

### Das Slotcar-Sammelfieber

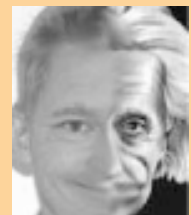
Vor einigen Jahren entdeckte mein Sohn auf dem Speicher meine alte Carrerabahn aus Jugendzeiten. „Wow, Papi, das ist ja eine tolle Autorennbahn“, staunte Benedikt. „Komm, wir bauen sie auf und fahren ein Rennen. Ich nehme den Notarztwagen und Du den Jägermeister-BMW.“ Als ich den blauen Karton mit der Aufschrift „Universal 132“ sah, erinnerte ich mich sofort an wilde Rennen, Verfolgungsjagden mit schweren Unfällen und Massenkarambolagen. Man sah einigen Fahrzeugen die Kampfspuren auch an.

Nach etwas Schleifen und Polieren brachten wir eine kleine Teststrecke ans Laufen. Das erste Rennen konnte ich gegen Benedikt noch gewinnen. Nach einigen Runden am Drücker war er schon ziemlich geschickt und schließlich gewann er sein erstes Rennen mit einer Wagenlänge Vorsprung. Ich tröstete mich damit, dass der Notarzt-BMW schon damals einen Tick schneller war als die Jägermeister-Karosse.

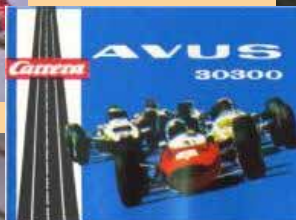
Inzwischen haben Benedikt und ich die Bahn deutlich erweitert und auf Trödelmärkten etliche Fahrzeuge hinzugekauft. Bei uns ist sozusagen das Slotcar-Sammelfieber ausgebrochen. Vor einigen Wochen fand ich bei einem Antiquitätenhändler ein altes Plakat. Darauf stand:

„Jetzt neu im Zeitschriftenhandel: Ihr Carrera-Universalauto im Sammelabonnement zum Selberbauen! Werden Sie Ihr eigener Rennfahrer und erstellen Sie mit *Carreraristi*, dem Modellbau-Spezialisten, ein originalgetreues Modell des legendären Spaghettiferraris im Maßstab 1:1. In jeder Ausgabe dieser einmaligen Sammelreihe finden Sie ein hochwertiges Bauteil, mit dem Sie an einem Stück Renngeschichte teilhaben. Heft 1 mit dem extrastarken Bühler-Motor erwartet Sie jetzt im Fachhandel!

Die weiteren Ausgaben liefern Ihnen Stück für Stück alle weiteren Bauteile für Ihren Rennwagen. Ihre Nachbarn werden Sie um dieses wertvolle Slotcar-Sammlerstück beneiden. Dazu in jeder Ausgabe ein exklusives dreiseitiges Begleitbuch mit sorgfältig recherchierten Fakten und Hintergrundinformationen. So werden Sie zum Experten auf dem Gebiet des Slotcar-Modellbaus.



Kastners  
Knobel  
Kiste



Heft 1 jetzt im Zeitschriftenhandel zum Preis von nur 2 D-Mark! Alle weiteren Hefte erscheinen in Abständen von 14 Tagen. Die Folgen sind durchnummeriert, so daß Sie garantiert kein Bauteil verpassen! Jedes Heft kostet pro Ziffer seiner fortlaufenden Nummer nur 2 D-Mark. Der gesamte Bausatz liegt somit bei unschlagbar günstigen 13.786 D-Mark!

Lassen Sie sich dieses Angebot nicht entgehen und werden Sie Rennfahrer eines Modells des Spaghetti-Ferraris im Originalmaßstab! Wenn Sie Ihre Sammlung noch heute starten, ist Ihr persönliches Exemplar bereits in Wochen komplett.“

Was für ein Pech: Auf dem Plakat war leider die Angabe verschmiert, wie lange es dauert, alle Teile des Carreramodells zu sammeln. Aber vielleicht können Sie das schnell ausrechnen, bevor uns dieses unglaubliche Angebot entgeht?

Wer als Erster die richtige und begründete Lösung an [m.kastner@eufh.de](mailto:m.kastner@eufh.de) schickt, kann sich auf ein schickes EUFH-Shirt freuen. Für heiße Slotcar-Rennen sozusagen. Viel Erfolg!

### Lösung der Knobelkiste Ausgabe 50, Dezember 2008 (Handschläge auf der Weihnachtsfeier)

In der vorigen Ausgabe der FH-News wurde gefragt, wie viele Handschläge nötig wären, wenn sich auf einer Weihnachtsfeier alle 120 Gäste persönlich per Handschlag voneinander verschieden würden.

Bei zwei Personen gibt es nur einen Handschlag. Verabschieden sich drei Personen voneinander, sind es drei Handschläge, bei Vieren sechs und bei Fünfen bereits zehn. Allgemein gilt:  $n$  Personen geben  $(n - 1)$  Personen die Hand. Da zu einem Handschlag immer zwei Hände gereicht werden, gibt es also insgesamt

$$x = \frac{n \cdot (n - 1)}{2},$$

im Beispiel also 7.140 Handschläge.

*Marc Kastner*



**Büchertipp im Januar:****Die Winterrose - Jennifer Donnelly**

Nach dem großen Erfolg des ersten Romans „Die Teerose“ folgt nun die Fortsetzung „Die Winterrose“, wobei die Hauptcharaktere des ersten Romans (Fiona und Joe) im neuen Roman in Nebenrollen auftreten. Der Hauptteil der Geschichte aber handelt von der jungen, aus gutem Hause stammenden Ärztin India Selwyn-Jones und spielt in London um 1900.

India möchte nach abgeschlossenem Medizinstudium als Ärztin in einem der schlimmsten Londoner Armenviertel arbeiten und eine Wohltätigkeitsklinik eröffnen, in der auch die ärmsten Patienten behandelt werden, ohne bezahlen zu müssen.

Als sie dem berüchtigten Gangsterboss Sid Malone das Leben rettet, stellt dies ihre Welt auf den Kopf. Sie setzt nicht nur die Verlobung mit ihrem Jugendfreund und dem jetzigen Parlamentsabgeordneten Freddie Lytton aufs Spiel, sondern auch ihr Herz.

Betrug und zahlreiche Intrigen führen India und Sid von der Londoner Unterwelt in die Savanne Afrikas und schließlich -nach vielen Irrungen und Wirrungen - in die Neue Welt.

Der neue Roman kann es an Spannung, Dramatik, Sinnlichkeit und Einfühlungsvermögen für vergangene Epochen und Denkweisen mit dem Debütroman aufnehmen und ist ebenso fesselnd wie der erste Teil! Für alle Fans von Fiona, Joe und ihren Familien ist dieser Roman absolut empfehlenswert!

*Philippa Scholl*



Jennifer Donnelly

## Christians Kochwelt:

### Stempelfäden namens Safran



Übersetzt heißt Safran „sei gelb“, der wissenschaftliche Name ist *Crocus sativus*. Safran ist also eine Krokus-Art, aus deren im Herbst erscheinenden violetten Blüten die Stempel als das ebenfalls Safran genannte Gewürz gewonnen werden.

Jede Blüte enthält einen sich in drei Narben verzweigenden Griffel. Nur diese süß-aromatisch duftenden Stempelfäden werden getrocknet als Gewürz verwendet. Um ein Kilogramm von ihnen zu gewinnen, benötigt man etwa 80.000 bis 150.000 Blüten aus einer Anbaufläche von ca. 1000 Quadratmetern; die Ernte ist reine Handarbeit. Ein Pflücker schafft 60 bis 80 Gramm am Tag. Wobei Safran nur einmal pro Jahr im Herbst (und das nur für zwei Wochen) blüht. Deshalb zählt Safran zu den teuersten Gewürzen. Im Handel zahlt man zwischen vier und 14 Euro pro Gramm.

Angebaut wird die Pflanze im Iran, in Marokko und in Europa, dort vor allem im Mittelmeerraum. Anbaugeländer sind hier Südfrankreich, Spanien, Griechenland, die Türkei und seit 2006 Österreich. Ein kleines Anbaugeländer von 2.500 Quadratmetern existiert in der Schweiz im Dörfchen Mund. Pro Jahr werden ungefähr 200 Tonnen Safran produziert. Wenn man nach Produktionsmengen beurteilt, so steht Iran mit ca. 170 bis 180 Tonnen jährlich an erster Stelle. Dies macht einen Marktanteil von bis zu 91 Prozent aus. Safran ist eine ungewöhnlich schöne Pflanze, aus der man klassisches Gewürz bekommt. Sie ist uns schon aus der antiken Welt bekannt, aber keiner kennt zu 100 Prozent das Ursprungsgeländer, weil man Safran nirgendwo wild wachsend findet. Bis vor kurzem war man der Meinung, dass Safran aus Klein- und Mittelasien, Iran oder Indien kommt. Diese Meinung ist heute botanisch widerlegt und man tippt auf Kreta.

Der Name der Pflanze hat seinen Ursprung in der Antike und wird in Verbindung mit dem schönen Jüngling Krokus gebracht. Es existieren zwei unterschiedliche Legenden, die den Ursprung der Pflanze auf der Erde erklären. Die erste Legende besagt, dass der griechische Gott Hermes in einen wunderschönen Jungen verliebt war, den er aus Versehen tötete. An der Stelle, wo sich das Blut vom Jüngling Krokus auf den Erdboden ergoss, wuchs die allererste Krokusblume. Nach der zweiten Legende war der junge Krokus in die Nymphe Smilax so verliebt, dass sie unzertrennlich waren. Die Götter, die diese Liebesgeschichte verfolgt haben, waren irgendwann müde davon und verwandelten die Nymphe Smilax in eine Eibe und den Jungen in eine Blume Krokus. Der Name Krokus kommt aus dem Griechischen "krókos" und bedeutet „Faden“, was auf die fadenähnlichen Narben der Blume hinweisen sollte.



Im Nahen Osten ist die Pflanze schon sehr lange bekannt. In den ägyptischen Medizinbüchern wird sie bereits im Jahre 1500 v. C. erwähnt. Die Spuren dieser Pflanze wurden in Mesopotamien gefunden und in den schriftlichen Quellen der Sumererzivilisation wurde Safran sogar noch früher erwähnt. Es existiert die Meinung, dass Safran zu den ältesten Gewürzen der Welt gehört. Der Name taucht mehrmals auch im Alten Testament auf. So wird zum Beispiel Safran im Hohelied 4, 12-14 bei der Beschreibung des Paradieses erwähnt. Babylonier und Assyrer benutzten die Pflanze als Heilmittel. In den chinesischen Medizinbüchern, die vom Jahre 2600 v. C. datiert sind, gibt es Hinweise auf die Heilkräfte von Safran. Die Chinesen waren der Meinung, dass Safran Energie verleiht und die Potenz steigert. Phönizier handelten sehr erfolgreich mit Safran, indem sie ihn zuerst in den Hafen der Stadt Tir brachten, von wo er weiter in die West-Türkei und nach Griechenland verfrachtet wurde.

Von großem Interesse war Safran auch für die Abenteurer, die mit diesem Gewürz schnell und leicht Geld verdienen wollten. Ähnlich wie beim Pfeffer versuchten sie, Safran zu fälschen: Es wurden andere Pflanzen hinzugefügt, die ähnliche Farbe hatten, oder andere Methoden benutzt, um diese Gewürze durch Beimischen von Gips, Mehl, Talkpulver und dergleichen etwas schwerer zu machen. Auch Diebstahl und Schmuggeln gehörten zu den kriminellen Handlungen, durch die sich einige bereichern wollten. Aus der Geschichte wurde uns ein Überfall aus dem Jahre 1374 durch den Freiherr von Bechburg überliefert. Der Freiherr überfiel mit seinem Gefolge einen Kaufmannszug, der auf dem Weg aus Lyon nach Basel war. Dabei erbeuteten die Diebe ca. 400 Kilo Safranfäden.

Aus diesem Grund suchten die Händler das Recht vor Gericht. Die Fälschung von Gewürzen wurde in Deutschland mit der Verbrennung auf dem Feuer oder mit dem lebendigen Begraben bestraft. So ist ein Fakt der Verbrennung von Elise aus Prag im Jahre 1456 bekannt. Zu späteren Zeiten wurde als Strafe das Vermögen von Fälschern beschlagnahmt und die Ware verbrannt.

Safran schmeckt bitter-scharf, was bei normaler Dosierung - anders als der typische Duft - nicht zum Tragen kommt, und enthält Carotinoide, die dafür verantwortlich sind, dass mit Safran gewürzte Gerichte sich intensiv goldgelb färben. Weiter enthält er den Bitterstoff Safranbitter. In Europa bekannte Gerichte, die Safran enthalten, sind Bouillabaisse, Risotto alla Milanese und Paella. Im Iran werden besonders Reisgerichte gerne mit Safran verfeinert. Safran muss vor Licht und Feuchtigkeit geschützt in fest schließenden Metall- oder Glasgefäßen aufbewahrt werden, da das Gewürz am Licht schnell ausbleicht und sich das ätherische Öl relativ leicht verflüchtigt.

*Christian Ullrich*





**+++EUFH-Newsticker+++  
Neues am laufenden Band**



**+++Get together Logistics+++**

Unsere Logistiker trafen sich beim Freibier wieder einmal in der Cafeteria. Für den Jahrgang 2005 war es zugleich der letzte Vorlesungstag und entsprechend war jede Menge los beim Get together. Und hinterher fuhren viele Logistiker noch zusammen nach Köln, um dort weiter zu feiern.



**+++Die Neuen luden zur Einstandsparty+++**

In den letzten Monaten ist das EUFH Team wieder gewaltig gewachsen und die neuen EUFHler luden alle Kolleginnen und Kollegen zu einer schönen Einstandsparty ins Café Europa ein. Sekt, Kölsch und leckeres Essen gab's von Nadja Sauer, der neuen Mitarbeiterin im Akademischen Auslandsamt, von Doris Kerschgens, der neuen Marketingleitung, von Dr. Thomas Holtfort, der den Fachbereich Finanz- und Anlagemanagement verstärkt, und von Dr. Kristian Foit vom Fachbereich Industriemanagement. Eingeladen hatte auch FAM-Dekan Prof. Dr. Volker Eickenberg, dessen Tochter vor nicht allzu langer Zeit zur Welt gekommen ist. Auch das ist natürlich ein Grund, um mit den Kollegen anzustoßen.



## +++Abschied vom Campus+++

Die allerletzten Klausuren sind geschrieben, die allerletzten Präsentationen abgehakt. Die Jahrgänge Logistik und Industrie 05 verabschiedeten sich mit einer anständigen Party am 18. Dezember vom EUFH-Campus. Dazu hatten sie alle Kommilitonen und das ganze EUFH Team eingeladen. Gekommen waren nicht nur viele Dozenten, sondern beispielsweise der Berufsschullehrer Klaus Lange, den die Logistiker natürlich bestens kennen.

Wir bedanken uns bei dieser Gelegenheit bei Wibke Hedwig und Julia Myritz (Industrie 05) und bei Christian Ullrich (Logistik 05) für viele FH News Beiträge. Besonders Dir, Christian, ein dickes Dankeschön für Deine kontinuierliche Mitarbeit im PR Team über Dein ganzes Studium hinweg!



Berufsschullehrer Klaus Lange besuchte die Logistiker an ihrem letzten Tag.





# EUre FHnews

Ausgabe 51/Januar 2009

+++Herzlich willkommen!+++

Die Studierenden aus Industrie 08, FAM 08 und Wirtschaftsinformatik 08 sind seit Anfang Januar bei uns auf dem Campus. Am ersten Tag hieß es nicht nur Gruppenfotos machen, sondern vor allem Tests schreiben in Englisch, Mathe und einer zweiten Fremdsprache. Wir wünschen allen Neuen eine tolle Zeit an der EUFH!





### +++Weihnachtsfeier im Western Saloon+++

Im Western Saloon des Phantasialands fand am 5. Dezember die Weihnachtsfeier des EUFH Teams statt. Zu diesem schönen gemeinsamen Abschluss des Jahres gab es nicht nur unzählige Köstlichkeiten vom feierlichen Buffet, sondern das Team tanzte anschließend auch getreu dem diesjährigen Motto unserer Semestereröffnungsfeier „Step by Step“ mit DJ Little Man in die Weihnachtszeit.



### +++Studierenden-Wettbewerb 2009+++

„Wir sind ein Volk ...“ - dieser Ruf begleitete vor 20 Jahren den Prozess der friedlichen Wiedervereinigung des deutschen Volkes und damit die Überwindung der Teilung Deutschlands. Seitdem hat sich für alle viel verändert. Deshalb schreibt das Bundesministerium des Innern zum 20. Jahrestag der Wiedervereinigung einen Wettbewerb für Studierende aller Fachrichtungen aus. Wettbewerbsbeiträge können in den Kategorien Essay/Reportage oder Fotografie eingereicht werden. In den beiden Kategorien werden erste, zweite und dritte Preise in Höhe von 2.500 Euro, 1.500 Euro und 1.000 Euro vergeben. Bei Gruppenarbeiten wird der Preis geteilt. Einsendeschluss für den Wettbewerb 2009 ist der 15. Juni 2009.

Weitere Informationen und die Teilnahmebedingungen unter:  
[www.bmi.bund.de](http://www.bmi.bund.de)  
 Bundesministerium des Innern, Referat Öffentlichkeitsarbeit, 11014 Berlin



### +++College Contact zu Gast+++

Auf Einladung des Akademischen Auslandsamts präsentierte College Contact am 1. Dezember an einem Info-Stand in der Cafeteria ein umfangreiches Angebot zur Unterstützung von Studierenden, die ihr Auslandssemester vorbereiten. Besonderes Augenmerk lag dabei auf den unterschiedlichen Möglichkeiten für ein mit den Studienplänen der EUFH abgestimmtes Auslandssemester in englisch- und spanischsprachigen Ländern.



### +++Kreative EUFH+++

Das EUFH Team ist kreativ. Einen Beweis lieferte kürzlich Birte Bornemann von der Abteilung Unternehmenskooperationen, als sie in der Stadtbücherei Brühl an einer Lesung unter dem Motto „Bunte Blätter“ teilnahm. Sie war eine von zwölf Autorinnen und Autoren, die aus ihren neuen Texten lasen, die alle in der Schreibwerkstatt der VHS Rhein-Erft entstanden waren.

## +++Newsticker auf Zeitreise+++

### Politik und Weltgeschehen

- 1500: Vicente Yáñez Pinzón setzt im heutigen Pernambuco als erster Spanier seinen Fuß auf den Boden Brasiliens.
- 1790: Nach der Brabanter Revolution entstehen auf dem Gebiet der österreichischen Niederlande die Vereinigten Belgischen Staaten. Doch schon im Dezember des Jahres wird das Land durch eingerückte Truppen wieder österreichisch.
- 1802: Die Cisalpinische Republik wird in Italienische Republik umbenannt und wählt Napoléon Bonaparte zu ihrem Präsidenten.
- 1827: Die Stadt Bremen kauft vom Königreich Hannover das Dorf Bremerhaven, um dort einen neuen Seehafen zu bauen.
- 1861: Alabama schließt sich den Konföderierten Staaten von Amerika an.
- 1871: Rom wird offiziell zur Hauptstadt des Königreichs Italien bestimmt.
- 1942: Japan erklärt den Niederlanden den Krieg und beginnt am gleichen Tag in der Schlacht um Tarakan mit der Eroberung von Niederländisch-Ostindien im Pazifikkrieg.

### Wirtschaft

- 1569: Der Losverkauf für die erste in England durchgeführte Lotterie beginnt westlich neben der Saint Paul's Cathedral in London.
- 1963: Mit dem Whisky A Go-Go wird am Sunset Boulevard in Los Angeles die erste Diskothek in den USA eröffnet.



### Wissenschaft und Technik

- 1787: Wilhelm Herschel entdeckt die beiden größten Monde des Uranus, die später von seinem Sohn John Herschel Oberon und Titania getauft werden.
- 1911: Auf Vorschlag des Theologen Adolf von Harnack wird in Berlin die Kaiser-Wilhelm-Gesellschaft, die Vorläuferin der Max-Planck-Gesellschaft, als Trägerin zahlreicher Forschungsinstitute gegründet.
- 1922: Frederick Banting und Charles Best gelingt die erste erfolgreiche Behandlung eines Diabetikers mit Insulin.
- 1977: Die erste Ausgabe der feministischen Zeitschrift EMMA von Alice Schwarzer erscheint.
- 1986: Die Gateway Bridge über den Brisbane River bei Brisbane, Queensland, Australien, die zu diesem Zeitpunkt längste Auslegerbrücke aus Stahlbeton, wird eröffnet.
- 1990: Die Deutsche Terminbörse (DTB) nimmt als erste überregionale und erste vollelektronische Börse Deutschlands den Handel mit Optionen auf.

### Kultur

- 1769: In Mannheim findet die Uraufführung des Drama per musica Adriano in Siria von Ignaz Holzbauer statt.
- 1879: Am Teatro Regio in Turin wird die Oper Hero und Leander von Giovanni Bottesini uraufgeführt.
- 1908: Das Gebiet um den Grand Canyon wird von US-Präsident Theodore Roosevelt zum National Monument erklärt.
- 1988: Das Musical „Das Phantom der Oper“ von Andrew Lloyd Webber feiert seine Broadwaypremiere.

