

EURE FH NEWS



NEWSLETTER DER
EUROPÄISCHEN FACHHOCHSCHULE
STANDORT BRÜHL
AUSGABE # 62 | DEZEMBER 2009

EUFH ist zickenfreie Zone!

Das Studium hilft Unternehmen

EUFH ist zickenfreie Zone!

Das Studium hilft Unternehmen

Dr. Norbert Gahrens im Gespräch

Erfolg im Web-Marketing

Pitch für Handelsmanager - eine tolle Erfahrung!

Zwischen Klassenzimmer und Seminarraum

Rauf auf die Karriereleiter

Eine echte EUFH-Erfolgsstory

Der doppelte Marathon-Mann

Neuer Messestand der EUFH

Auf den Spuren des VfL Gummersbach

Mit Vollgas zum Bachelor

Und E.L.V.I.S. lebt doch!

University of Otago in Dunedin

Australisch-Neuseeländische Hochschul-

Studieren in Zypern

Rauf auf die Karriereleiter

Der doppelte Marathon-Mann

Gummersbach

zum Bachelor

lebt doch!

Dunedin

Neuseeländische Hochschul-

Studieren in Zypern

EUFH ist zickenfrei

Das Studium hilft Unternehmen

Dr. Norbert Gahrens im Gespräch

Erfolg im Web-Marketing

Pitch für Handelsmanager - eine tolle Erfahrung!

Zwischen Klassenzimmer und Seminarraum

Rauf auf die Karriereleiter

Eine echte EUFH-Erfolgsstory

Der doppelte Marathon-Mann

Neuer Messestand der EUFH

Auf den Spuren des VfL Gummersbach

Mit Vollgas zum Bachelor

Und E.L.V.I.S. lebt doch!

University of Otago in Dunedin

Australisch-Neuseeländische Hochschul-

Studieren in Zypern

62



LIEBE STUDENTINNEN UND STUDENTEN!

Die EUFH ist zickenfrei! Wer bisher dachte, dem sei nicht so, den belehren wir spätestens mit unserer Top-Story eines Besseren. Bei uns erfahrt Ihr auch alles über ein neues Forschungsprojekt zum dualen Studium in Sachsen. Neu an der EUFH ist Dr. Norbert Gahrens. Klar, dass wir ihn Euch im Gespräch vorstellen. Wir waren für Euch auf einem interessanten Themenabend des Fachbereichs Wirtschaftsinformatik und beim diesjährigen Pitch, der Englisch-Abschlussprüfung für die Händler 06.

Seit sie ihr Diplom in der Tasche hat, ist die ehemalige PR Team Reporterin Jana Dallmann die Karriereleiter emporgestiegen. Was sie heute macht, erfahrt Ihr bei uns. In Frechen spielt sich eine echte EUFH-Erfolgsstory ab. Erfahrt mehr im Praxisteil! Auf Tour war unser doppelter Marathonmann Prof. Dr. Heinz Walterscheid, sowohl mit seinen Laufschuhen als auch mit einigen Kollegen des Fachbereichs Logistik beim BVL-Kongress. Auf Tour waren auch zum ersten Mal der neue Messestand der EUFH, der Activity Club beim Handball-Bundesligaspiel und Vertreter des Fachbereichs General Management im Schatten des Henkelmännchens.

Die Klinke des Hochschultors gaben sich im letzten Monat Gastredner aus der Praxis in die Hand, die unseren großen Hörsaal mit viel Leben füllten. Bei uns könnt Ihr noch mal so gut wie live dabei sein. Wir berichten im Auslandsteil über das Studium Down Under und unter der zypriotischen Sonne. Tipps fürs Auslandssemester en masse!

Wenn Ihr auch mal eine gute Geschichte auf Lager habt und einen Beitrag zu den FH News leisten möchtet, dann zögert bitte nicht, Euch zu melden. Und jetzt wünschen wir Euch, wie immer, viel Spaß beim Schmökern und beim Knobeln im Serviceteil.

Euer PR Team 

IMPRESSUM

REDAKTION

Studentisches PR Team der EUFH
Renate Kraft, r.kraft@eufh.de

LAYOUT

Karsten Hufschlag, k.hufschlag@eufh.de

INHALT

CAMPUS

- 03 EUFH ist zickenfreie Zone!
- 06 Duales Studium hilft Unternehmen
- 07 Dr. Norbert Gahrens im Gespräch
- 10 Erfolg im Web-Marketing
- 12 Pitch für Handelsmanager - eine tolle Erfahrung!
- 14 Zwischen Klassenzimmer und Seminarraum

PRAXIS

- 15 Rauf auf die Karriereleiter
- 18 Eine echte EUFH-Erfolgsstory

AUF TOUR

- 20 Der doppelte Marathon-Mann
- 22 Neuer Messestand der EUFH
- 24 Auf den Spuren des VfL Gummersbach
- 26 Mit Vollgas zum Bachelor
- 27 Professorenteam beim BVL-Kongress in Berlin

ZU GAST

- 29 Kundenbindung nach Masterplan
- 31 Innovatives Controlling für Logistiker
- 33 Wenn Projekte schief gehen
- 35 Und E.L.V.I.S. lebt doch!
- 38 Real existierendes Prozessmanagement

AUSLAND

- 41 University of Otago in Dunedin
- 42 Australisch-Neuseeländische Hochschulmesse
- 43 Studieren in Zypern

SERVICE

- 44 Kastners Knobelkiste
- 46 Buchtipp: Der Todeskünstler
- 47 Kinotipp: The Twilight Saga - New Moon
- 49 Musiktipp: Paramore - Brand New Eyes
- 50 Newsticker
- 51 Newsticker auf Zeitreise



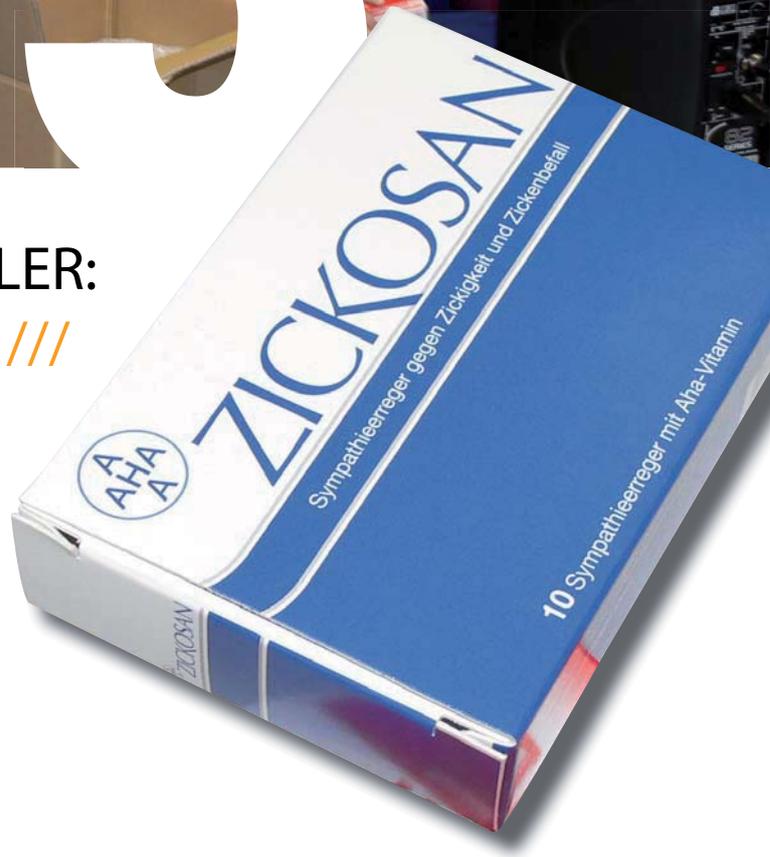


/// AHA-ERLEBNIS FÜR HÄNDLER: EUFH IST ZICKENFREIE ZONE! ///

Das neue Breitband-Therapeuticum Zickosan mit dem besonderen Wirkstoff gegen Herumzicken und Zickenbefall zu Hause und am Arbeitsplatz hat sich eindrucksvoll bewährt: Spätestens seit dem 3. November 2009 ist die EUFH absolut zickenfrei.

Das nämlich war der legendäre Tag, an dem uns Dr. Bernd Skorpil, Geschäftsführer der Aha! Agentur für Handelsmarketing in Köln, besuchte und eine große Menge des noch neuen, aber schon sehr erfolgreichen Medikaments auf dem Campus verschenkte. Zickosan ist dabei, die Medizinwelt zu revolutionieren und der Erfinder des unglaublichen Medikaments erzählte in unserem großen Hörsaal während einer Vorlesung von Prof. Dr. Katja Knigge live und in Farbe, wie alles begann.

Von Marketing hat Dr. Bernd Skorpil, wie er selbst sagt, eigentlich gar keine Ahnung, denn er studierte VWL, stieg dann aber trotzdem bei Henkel ins Marketing ein. Anfangs kam es schon mal vor, dass er Persil im Supermarkt verkaufte. Dann aber kam die Einführung des ersten flüssigen Waschmittels namens Liz und schob seine Karriere kräftig an.





Für unseren Gast, der immer mit einem Bein im Marketing und mit dem anderen Bein im Verkauf stand, gab es eigentlich nur eins – Handelsmarketing. Nachdem er als Marketingchef von Goodyear Deutschland und Europa nochmals viel dazu gelernt hatte, gründete er schließlich 1993 seine eigene Agentur.

Heute hat er 30 Mitarbeiter, die sich nicht nur um das Marketing von Handelsunternehmen kümmern, sondern auf dem ganzen Weg vom Hersteller über den Außendienst und den Handel bis hin zum Verbraucher unterwegs sind. Dabei legt Aha! besonders viel Wert auf langfristige Kundenbeziehungen – 80 Prozent ihrer Kunden betreut die Agentur bereits seit mehr als sieben Jahren. Ein besonderes Markenzeichen ist auch der branchenübergreifende Kunden-Mix. Hier macht´s Aha! anders als viele andere Agenturen, die sich stärker spezialisieren. Anders als bei anderen ist auch der Standort, denn Aha! findet man nicht in pompöser Innenstadtlage. Die Büros sind weniger faszinierend als zweckmäßig und bieten Aha! die Möglichkeit, gute Qualität zu vernünftigen Preisen anzubieten.

Diese gute Qualität allerdings ist in Krisenzeiten wie diesen nicht allzu gefragt, weil viele Kunden die Etats kürzen müssen. „Wenn die Aufträge zurückgehen, wird einem schon ein bisschen mulmig“, so Dr. Bernd Skorpil. „Eine Agentur wie Aha! kann in solchen Zeiten eigentlich nur an den Menschen sparen, aber für genau diese Menschen habe ich eine hohe Verantwortung.“ Es musste also in dieser Krisensituation was passieren und es passierte was. Eine Idee, die schon lange in der Schublade geschlummert hatte, wurde zum Leben erweckt und zur Marke gemacht. Es war die Geburts-



stunde von Zickosan. Mit der neuen Marke sollte der Aha!-Acker bestellt werden. Mehr Bekanntheit und Medienaufmerksamkeit mussten her, um potenziellen Kunden zu zeigen, was Aha! so drauf hat.



Dr. Bernd Skorpil

Das Aha!-Team packte die Sache so professionell an wie einen Kundenauftrag. In den ersten Kreativmeetings dachten einige noch, dass ihr Chef spinnt, aber spätestens, als dann die Aha-blaue, rein zufällig an Aspirin erinnernde, Verpackung fertig war und der Beipackzettel in Angriff genommen werden konnte, fing die Sache an, allen großen Spaß zu machen: „Zickosan reguliert das jeweils individuelle Stresslevel auf das Niveau einer Parkuhr und entfaltet seine volle Wirkung bei emotionalen Überreaktionen und dysfunktionaler Kompetenz und Inkompetenz.“ Klar, dass bei kreativen Köpfen Freude aufkommt, wenn sie sich beim Schreiben richtig austoben können.

In Windeseile wurde aus einer fixen Idee eine Marke, die das Aha!-Image als kreativer Problemlöser schärfte. 9,90 Euro kostet das Päckchen Traubenzucker, das wahre Wunder bewirkt. Schon nach wenigen Wochen war alles restlos ausverkauft und auf www.zickosan.de verzeichnete die Agentur über 9.000 Zugriffe täglich.

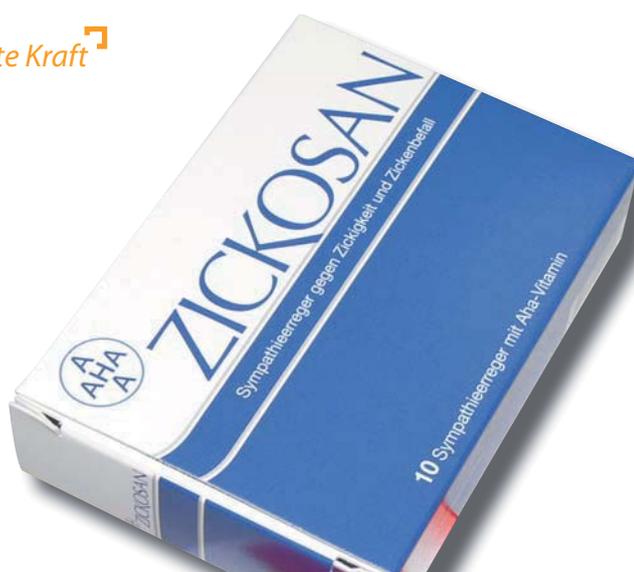
Es gab ein tolles Medienecho, zum Beispiel im Kölner Stadtanzeiger, der Rheinischen Post, dem Express oder auf RTL. Wirtschaftsminister zu Guttenberg verlieh dem Zickosan-Schöpfer die Auszeichnung „Krisenmanager 2009“. Und die hat er auch wirklich verdient, wenn man bedenkt, dass hier aus der Verantwortung für seine Mitarbeiter, die ein Chef übernimmt, ein wirklicher kreativer Hammer gelungen ist.



Zickosan fand reißenden Absatz.

Mit dem neuen Wundermittel Machosil rückt Aha! jetzt übrigens auch den Machos unter uns auf die Pelle. Aber zum Glück sind wir ja alle weder Zicken noch Machos, weshalb die Medikamente von Aha! auch immer nur für die Anderen gedacht sind und nie für uns selbst. Wir wünschen den Machern der tollen Wundermittel weiterhin viel Erfolg und kreative neue Ideen. Nach dem „Krisenmanager 2009“ möchte die FH News Redaktion Dr. Skorpil gerne noch den Titel „Gastredner des Jahres 2009“ verleihen. Vielen Dank für einen spannenden und sehr lustigen Nachmittag!

Renate Kraft



/// NEUES FORSCHUNGSPROJEKT AN DER EUFH: DUALES STUDIUM HILFT UNTERNEHMEN! ///

Nach dem Forschungsprojekt zum Export von Berufsausbildungen nach China hat die EUFH die Bewilligung für ein zusätzliches Forschungsprojekt erhalten, das sich ganz auf die weitere Verbesserung der Bildungssituation in Sachsen konzentriert.



In Gedanken schon beim Forschungsprojekt: Prof. Dr. Peter François

Gemeinsam mit der international tätigen Unternehmensberatung Rambøll Management Consulting untersucht das Projekt im Auftrag des Sächsischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Arbeit, wie besonders kleine und mittelständische Unternehmen bei der zukünftigen Ausbildung von Fach- und Führungskräften in praxisnahen, dualen Studiengängen unterstützt werden können. Dabei kommen dem Forschungsprojekt die Erfahrung der Hochschule mit dem dualen Studium und der Zusammenarbeit mit zahlreichen Partnern in der Wirtschaft zugute. Auch die European Management School (EMS) in Leipzig wird an dem Projekt beteiligt sein.

„In Sachsen gibt es, wie in vielen Bundesländern, einen großen Bedarf an gut qualifizierten Nachwuchsfachkräften und -führungskräften, besonders im naturwissenschaftlich-technischen Bereich und bei den Ingenieuren“, erläutert Prof. Dr. Peter François, Vizepräsident für Forschung und Lehre an der EUFH, der das Projekt wissenschaftlich begleitet. „Viele Unternehmen haben, besonders in ländlichen Gebieten Sachsens, wegen der wachsenden Konkurrenz in den Städten Probleme, ihre Nachwuchskräfte dauerhaft zu binden. Hier können duale Studiengänge Abhilfe schaffen, die auf die Bedürfnisse der Unternehmen Rücksicht nehmen.“



Noch ist das duale Studienangebot in Sachsen überschaubar. Das neue Forschungsprojekt wird im Dialog mit Unternehmen, Hochschulen und Studierenden ausloten, wie es so ausgebaut werden kann, dass es für alle Beteiligten von Nutzen ist. Es wird neue Wege aufzeigen, die kleinen und mittelständischen Unternehmen helfen, den zukünftigen Bedarf an Fach- und Führungskräften zu decken.

Renate Kraft

7



/// DR. NORBERT GAHRENS IM FH NEWS GESPRÄCH: 100 PROZENT THEORIE UND PRAXIS ///

Mit einer Professur für Handelsmanagement und Unternehmensführung unterstützt Dr. Norbert Gahrens seit Anfang Oktober das Dozententeam der EUFH. Ein ganz neues Gesicht auf dem Campus ist er nicht, denn seit 2006 bereits übernimmt er regelmäßig Lehraufträge bei uns. Seitdem hat er immer wieder mit dem Gedanken gespielt, zumindest teilweise fest an die Hochschule zurückzukehren. Jetzt ist er zu 50 Prozent Dozent im Fachbereich Handelsmanagement und macht zu 50 Prozent andere spannende Sachen, von denen er uns im FH News Gespräch natürlich erzählt hat.

Herr Dr. Gahrens, schön, dass Sie jetzt mehr als nur gelegentlich bei uns sind. Wie gefällt es Ihnen denn? Haben Sie sich schon eingelebt?

Klar, ich bin schon mittendrin in der Vorbereitung und Durchführung von Lehrveranstaltungen, Betreuung von Bachelorarbeiten und Fallstudien. Ich fühle mich sehr wohl, denn alle hier sind sehr aufgeschlossen. Die Türen stehen immer offen – es herrscht eine sehr angenehme Atmosphäre, sowohl innerhalb des Dozententeams als auch zwischen Lehrenden und Studierenden. Von meiner früheren Tätigkeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Köln war ich sehr große Veranstaltungen mit über 100 Teilnehmern gewohnt. Die kleinen Gruppen hier erleichtern die Arbeit für alle Beteiligten sehr.

In welchen Veranstaltungen sind Sie denn an der EUFH unterwegs?

Die Veranstaltung „Strategische Unternehmensführung“ kommt meiner Berufspraxis am nächsten, weil ich im Nebenberuf Unternehmensberater bin; die Entwicklung von Strategien ist hier ein Aufgabenschwerpunkt. Ich bin aber auch im Bereich der Sanierung und Restrukturierung tätig und habe viel mit Rechnungswesen zu tun. Daher liegt mir auch die Veranstaltung „Kosten- und Leistungsrechnung“. Außerdem unterrichte ich die „Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens“.



Dr. Norbert Gahrens

Natürlich möchten wir gerne ein bisschen mehr darüber erfahren, was Sie als Unternehmensberater in den 50 Prozent Ihrer Zeit tun, in denen Sie nicht an der EUFH sind.

Nach meinem Studium habe ich der Unternehmensberatung gearbeitet und war neun Jahre lang Geschäftsführer der IFU-Unternehmensgruppe in Bonn. Dann entstand der Wunsch, mich selbstständig zu machen und ich gründete ein Beraternetzwerk. Wir sind in der klassischen Unternehmensberatung tätig, veranstalten aber auch Seminare für Führungskräfte. Das macht großen Spaß, ist aber auch sehr anstrengend, weil man ständig in ganz Deutschland unterwegs ist.

Inzwischen habe ich mich etwas aus dem Tagesgeschäft zurückgezogen und konzentriere mich vor allem auf organisatorische Aufgaben. So habe ich mir den Freiraum geschaffen, hier in Brühl zu unterrichten.

Wie hat denn alles angefangen – was haben Sie studiert?

Angefangen habe ich mit Volkswirtschaftslehre in Bonn. Das war allerdings ziemlich theoretisch. Über einen Nebenjob hatte ich schon früh zum Handel gefunden und wollte gerne praxisbezogen studieren. Deshalb wechselte ich nach dem Grundstudium nach Köln und studierte BWL mit dem Schwerpunkt Handel und Absatz. Nach dem Examen wurde ich an dem Lehrstuhl wissenschaftlicher Mitarbeiter und habe dort promoviert. Erst danach wechselte ich endgültig in die Praxis und startete bei der Kienbaum Unternehmensberatung.

Und wie schmeckt nun Ihre Arbeit aus 50 Prozent Praxis und 50 Prozent Theorie?

Es gibt viele Synergien, denn ich nehme Fälle aus der Beratung mit in den Seminarraum. Es macht natürlich große Freude, den Studierenden Sachverhalte aus der Unternehmenspraxis vorzustellen und mich mit ihnen darüber auszutauschen. Es ist ausgesprochen interessant, die Vorstellungen junger Menschen kennen zu lernen.

Warum sollen junge Menschen eigentlich ausge-rechnet Handelsmanagement studieren und warum dual?

Der Handel ist ein sehr dynamisches, flexibles Feld. Handelsunternehmen gibt es in allen Formen und Größen – entsprechend vielfältig sind die Aufgaben. Gefragt ist vor allem der Generalist, der mit anpacken kann und stets Neues entwickeln möchte. Wie schwer

es ist, ein Handelsunternehmen auf Kurs zu halten, zeigt ja das aktuelle Beispiel Arcandor. Das heißt natürlich nicht, dass der Handel überflüssig wird – im Gegenteil, die Handelsfunktionen wird es immer geben. Aber die Anforderungen an das Management sind einfach stark gestiegen. Man kann nicht mehr davon ausgehen, dass ein gutes Handelskonzept viele Jahre lang funktioniert, sondern man muss ständig neu darüber nachdenken, wie man die Konsumenten anspricht. Die Aufgaben sind also sehr interessant und anspruchsvoll, gerade heute. Das duale Konzept bringt dabei große Vorteile, denn es reicht heutzutage nicht mehr aus, einfach nur ein Studium absolviert zu haben. Um einen guten Einstieg zu finden, muss man auch Berufserfahrung vorweisen. Die Unternehmen beteiligen sich am dualen Studium, um Nachwuchsführungskräfte auszubilden. So hat jeder Studierende die Chance, von Anfang an Engagement zu zeigen und nach dem Studium sofort in einer guten Position zu beginnen, anstatt noch jahrelange Praktika anzuschließen. So ist das duale Studium durchaus auch finanziell ein Vorteil.

Wie ist denn Ihr Eindruck von unseren Handelsstudenten?

Ich bin überrascht, wie aufgeschlossen sie sind. Besonders die sozialen Kompetenzen sind dank des Trainings schon früh gut entwickelt. Fallstudien werden wirklich professionell präsentiert. Natürlich fehlt hier und da noch ein bisschen die Routine, aber ich bin immer wieder überrascht, mit welchem Selbstbewusstsein hier präsentiert wird. Im Laufe des Studiums wird es auch inhaltlich immer besser, sodass Absolventen schließlich sehr gut auf das Berufsleben vorbereitet sind.



Dr. Norbert Gahrens
verheiratet, zwei Kinder

LIEBLINGS-

| | |
|-----------------|-----------------------|
| Farbe: | blau |
| Land: | Frankreich |
| Stadt: | Paris |
| Essen: | italienisch |
| Getränk: | Rotwein |
| Buch: | historische Literatur |

Im Aufzug möchte er am liebsten stecken bleiben mit: einem alten Freund, den er lange nicht gesehen hat.

Bleibt mir eigentlich nur noch zu fragen, was Sie in Ihrer Freizeit gerne tun, falls überhaupt noch welche übrig bleibt.

Ich halte mich mit Joggen fit. Gegen den inneren Schweinehund habe ich mir einen Hund angeschafft, der mich zwingt, bei Wind und Wetter an die frische Luft zu gehen. Mein zweites Hobby ist Motorrad fahren. Seit etwa zehn Jahren steht einmal im Jahr eine größere Tour auf dem Programm. Dieses Jahr war ich auf dem Balkan, letztes Jahr in Irland. Ansonsten verbringe ich natürlich gerne viel Zeit mit meiner Familie.

Herr Dr. Gahrens, ganz herzlichen Dank für das interessante Gespräch. Weiterhin viel Freude bei Ihrer Arbeit in Theorie und Praxis.

Renate Kraft 

/// THEMENABEND DER WIRTSCHAFTSINFORMATIKER: „ERFOLG IM WEB-MARKETING“ ///



Voller Hörsaal beim zweiten Wirtschaftsinformatik-Themenabend

Am 27. Oktober stand zum zweiten Mal der Wirtschaftsinformatik-Themenabend auf dem Programm. Diesmal drehte sich alles um den Erfolg im Web-Marketing und so waren zahlreiche interessierte Unternehmensvertreter, Studierende und Gäste in den großen Hörsaal gekommen, um spannende Vorträge über die neuesten Trends zu hören und im Anschluss noch lange miteinander zu diskutieren, zu netzwerken und sich zu neuen Ideen inspirieren zu lassen.

Prof. Dr. Tilo Hildebrandt, der den Abend für den Fachbereich Wirtschaftsinformatik vorbereitet hatte, begrüßte die Gäste und leitete schnell über zum ersten Vortrag, auf den die Zuhörer schon gespannt gewartet hatten. Dr. Kai Hudetz vom Electronic Commerce Center am Kölner Institut für Handelsforschung (ECC) stellte neueste Ergebnisse aus Markt- und Unternehmensanalysen zum Thema „Von Offline zu Online – Synergie und Wettbewerb“ vor. Demnach gibt es ein interessantes Zusammenspiel zwischen Online-Shops und Ladengeschäften bei Handelsunternehmen, die beide Vertriebskanäle anbieten. Bei

jedem vierten Kauf im Internet hat der Kunde sich vorher im stationären Einzelhandel über das Produkt informiert. Bei immerhin durchschnittlich 6,4 Prozent aller Käufe im Laden stammt der Kaufimpuls von einem Besuch des Online-Shops im Vorfeld. Solche Multi-Channel-Käufe kommen besonders häufig bei hochwertigeren Produkten vor, über die sich der Kunde eingehend informieren möchte.

Kunden, die im Internet kaufen, haben klare Gründe: Sie wollen den besten Preis, sie wollen ihre Ware nach Hause geliefert bekommen und sie wollen gute Produktinformationen. Auch Kunden, die lieber im Laden kaufen, haben ihre Motive: Es geht darum, die Ware sofort mitzunehmen, nachdem man sie vor dem Kauf begutachten und anfassen konnte. Das sind deutliche Hinweise darauf, dass die Vertriebskanäle unterschiedliche Kunden anziehen und sich sinnvoll ergänzen. Was also bringt ein Online-Kanal einem Anbieter mit Filialen? Die Fakten sprechen für sich: Internet-Shops bringen einen beträchtlichen direkten Mehrumsatz und lösen zusätzlich Impulse zum Kauf im Laden aus. Sie bringen einen positiven Image-Effekt und erhöhen die Kundenzufriedenheit. Natürlich gibt es immer auch die Gefahr der Kannibalisierung, aber die positiven Effekte überwiegen bei weitem.

Stellt sich die Frage, wie Handelsunternehmen idealerweise ihr Angebot in beiden Vertriebskanälen gestalten. Je harmonischer das Sortiment, desto größer die Gefahr der Kannibalisierung. Je unterschiedlicher aber die Sortimente, desto geringer auch die Chance, dass durch Kaufimpulse, ausgelöst im jeweils ande-

ren Kanal, der Absatz gestärkt wird. Wie Filiale und Online-Shop am besten miteinander synchronisiert werden, ist eine sehr wichtige Frage, die jedes Unternehmen individuell beantworten muss. Die Zukunft jedenfalls gehört wohl dem Multi-Channel-Handel.



Get Together...

Der Name Google ist in aller Munde, wenn um das Internet geht. Auch in punkto Web-Marketing hat die erfolgreichste Suchmaschine aller Zeiten eine Menge zu bieten. Dass man mit einfachen Textanzeigen wie den Google Adwords große Wirkung erzielen kann, veranschaulichte Verena Kuhk, Media Consultant in der Google Adwords Zentrale Deutschland. Die schlichten kleinen Anzeigen rechts und oberhalb der Suchergebnisse haben ihren Siegeszug in der Werbewelt längst angetreten. Das Besondere: Hier regiert nicht Geld allein die Welt. Nicht der, der am besten zahlt, ist auch am besten platziert. Bei Google Adwords spielt die Qualität der Anzeige eine ebenso wichtige Rolle. Der Text der Anzeige muss relevant sein für den Suchenden, die Keywords sollten eine hohe Klickrate haben und die Seite, auf die die Anzeige verlinkt, sollte möglichst auf die Keywords optimiert sein. Je besser das alles erfüllt ist, desto höher wird der Qualitätsfaktor der Anzeige sein. Multipliziert wird er mit dem Geldbetrag, den man maximal für einen Klick zu zahlen bereit ist. Das Ergebnis ist der Anzeigenrang.

Doch Google bietet weit mehr Möglichkeiten als die bekannten Adwords. Nur ein Beispiel von vielen ist die neue Chance, auf YouTube zu werben, das inzwischen auch zu Google gehört. Was nicht jeder weiß: Über die Hälfte der Nutzer dieser Plattform sind älter als 30. Hier kann man also mehr als nur die ganz jungen Zielgruppen erreichen. Die Werbeformate bei Google sind vielfältig und komplex. Bevor man also loslegt, sollte man sich eingehend beraten lassen. Auch hierfür bietet Google eine Menge Gelegenheiten.



... in der neuen Cafeteria im JDC

Bevor die Gäste zu Kölsch und Häppchen übergangen, stellte Dekan Prof. Dr. Rainer Paffrath den 2007 gestarteten Fachbereich Wirtschaftsinformatik vor, der sich wachsender Beliebtheit bei Studierenden und Unternehmen erfreut. Das Thema Web-Marketing soll auf Wunsch der Gäste dieses Abends an der EUFH demnächst vertieft werden. Die Vorbereitungen laufen schon, denn auf diesem Gebiet gibt es noch viel zu lernen und zu verbessern, wie Prof. Dr. Tilo Hildebrandt während seines abschließenden Vortrags eindrucksvoll und mit viel Humor betonte.

Renate Kraft



/// PITCH FÜR HANDELSMANAGER: EINE TOLLE ERFAHRUNG! ///

Für die Handelsmanager des Jahrgangs 2006 war Spannung angesagt, als es um die Abschlussprüfung in Englisch ging. Denn dabei handelte es sich nicht um eine „normale“ Prüfung, sondern um einen Pitch, den sie in Teams und im Wettbewerb mit ihren Kommilitonen bestritten. Während des gesamten Semesters arbeiteten sie an ihrem Projekt – diesmal drehte sich alles um eine Markteintrittsstrategie für das Unternehmen Christ in die Türkei. Die Teams gründeten zu diesem Zweck Unternehmensberatungen, für die zunächst eine Corporate Identity inklusive Logo, Code of Ethics etc. entwickelt werden musste.

Bevor die Teams gestalterisch aktiv wurden, musste zunächst geklärt werden, wer welche Stärken mitbringt und sich entsprechend einbringen konnte. Eines der Teams haben wir nach ihrer Arbeit am Projekt befragt.

„Schon am Anfang geht jede Menge Zeit drauf“, erzählt Teamleiter Matthias Dekker. „Ein Unternehmen gründet man nicht mit einem Handstreich, denn dazu gehört ja auch die sorgfältige Überlegung, wie man sich denn eigentlich positionieren möchte.“ Klar, denn das ganze Team muss sich damit identifizieren können. „Der Zeitdruck während des Semesters macht daraus eine ziemlich sportliche Herausforderung, aber es macht auch viel Spaß und wir haben das ganz gut gelöst.“

Der Name des Teams ist Conexx und steht für Consultancy Experts. Er bringt die Kompetenzen der Teammitglieder zum Ausdruck, etwa Controlling oder Contribution. Nachdem die Unternehmensberatung gegründet und die Aufgaben verteilt waren, fing die Recherchearbeit für die Markteintrittsstrategie an.

Der Teamleader und sein Deputy Stephanie Schwabe mussten schon hin und wieder auf den Tisch hauen, damit alles gut läuft. „Das ist eine komische Situation, denn außerhalb des Projekts sind wir Freunde und keiner sagt dem anderen, was er tun soll“, sagt Matthias Dekker. „Man kann sich nicht so verhalten, wie



v.l.: Alexander Mörsch, Stephanie Schwabe, Dominik Alferts, Matthias Dekker, Sabrina Hammes, Alexander Gabor, Christina Schmidt

Danach beschäftigte sich das Team intensiv mit dem konzeptionellen Design der anstehenden halbstündigen Präsentation. Bei einer Teamstärke von sieben bis acht Personen gehört dazu vor allem auch eine gute Koordination. Das, was die Mitglieder am Ende sagen, muss nicht nur in korrektem Englisch überkommen, sondern auch inhaltlich genau auf den Punkt gebracht werden. Es war nicht immer ganz einfach, sich im Team abzustimmen, weil ja auch noch ein paar andere Sachen während des Semesters auf dem Programm standen.

man das als Führungskraft gegenüber Mitarbeitern tun würde.“ Bei Conexx hat aber auch das nach einer Eingewöhnungsphase gut funktioniert.

Insgesamt hat das Team den Pitch als tolle Erfahrung erlebt, weil man dabei wirklich viel ausprobieren konnte. Die Studierenden haben am praktischen Beispiel gelernt, dass es sinnvoll ist, bei größeren Projekten eine Projektleitung einzusetzen, weil es dann einfach effizienter läuft. Die Wettbewerbssituation zwischen den Teams hat anspornend gewirkt und den ganz besonderen Reiz ausgemacht. Am 30. November präsentierten die Teams dann ihre Strategien, was sicherlich einer der Höhepunkte des gesamten Studiums gewesen sein dürfte.

Renate Kraft

14

/// JETZT NEU - JUNIORSTUDIUM AN DER EUFH: ZWISCHEN KLASSENZIMMER UND SEMINARRAUM ///

Erstmals starteten in diesem Herbst zusammen mit den Erstsemestern der EUFH in Brühl auch einige besonders begabte Oberstufenschüler in ihre ersten Lehrveranstaltungen an einer Fachhochschule. Die Pioniere im neuen Juniorstudium kommen vom Wirtschaftsgymnasium des Karl-Schiller-Berufskollegs und möchten das duale Studium aus nächster Nähe erleben. Und ganz nebenbei wollen sie auch schon einen ersten Leistungsnachweis ablegen, der ihnen im Falle eines Studiums an der EUFH anerkannt wird.

Mikroökonomie, Wirtschaftsinformatik, Marketing der Finanzdienstleister oder Buchführung und Bilanzierung – bei den vielfältigen Angeboten der EUFH für Juniorstudierende ist für jeden etwas Interessantes dabei, der sich für ein branchenspezifisches, praxisnahes Studium interessiert. Und wer nach dem Abi dann an die EUFH kommt, fängt nicht mehr bei Null an, sondern er spart sich die Klausur, die er schon als Schüler geschrieben hat. Spätestens in der Klausurphase am Ende des ersten Semesters, wenn es ein bisschen stressig ist, wird er das zu schätzen wissen.

Ein Juniorstudium ist aber nicht da, um dem Stress im Studium zu entgehen. Vielmehr ist es eine gute Chance, sich die Inhalte und Studienbedingungen an der Hochschule, an der man vielleicht studieren möchte, frühzeitig anzuschauen. Wer einmal in das duale Studium hineingeschnuppert hat, kann natürlich viel besser beurteilen, ob es das Richtige ist. Die EUFH plant, das Angebot auch für Schülerinnen und Schüler anderer Gymnasien in Brühl und Umgebung anzubieten. Teilnehmen können dann Oberstufenschüler mit besonderer, von ihrer Schule bescheinigter, Begabung. Für Juniorstudierende wird der „Klimawechsel“ vom Klassenzimmer in den Seminarraum kein Problem sein.

Renate Kraft 



RAUF
AUF DIE KARRIERELEITER

/// ZUKUNFTSPERSPEKTIVEN:
NACH DER EUFH ///



Liebe Leserinnen und Leser, in dieser Ausgabe kann ich endlich wieder einen neuen Absolventen präsentieren, der nach dem Studium an der EUFH so richtig durchgestartet ist. Jana Dallmann hat 2006 ihren Abschluss an der EUFH

gemacht und kann seitdem einen vielseitigen und spannenden Werdegang aufweisen. So ist sie heute als Inhouse-Consultant bei der Carl Zeiss Gruppe tätig, einem weltweit führenden Industrieunternehmen. Lest mehr über ihren Weg dorthin und ihre spannenden Erfahrungen in China.

Jana Dallmann startete 2002 ihr Studium an der Europäischen Fachhochschule mit dem Studiengang Industriemanagement. Sie wurde damals über eine Messe auf die EUFH aufmerksam und schnell war sie vom Konzept überzeugt. „Praxisbezug, Internationalität und der Ausbau meiner Soft Skills waren für mich wichtig bei der Wahl einer Hochschule“, so Jana. Und wenn sie sich heute an ihre EUFH-Zeit zurück erinnert, dann bereut sie ihre Entscheidung damals in keiner Weise. „Die Studienzeit habe ich heute noch in sehr positiver Erinnerung. Insgesamt gab es nur rund 50 Studierende an der EUFH. Ein richtiges Campusleben wie heute gab es also noch nicht, dafür aber eine sehr persönliche Atmosphäre, die vor allem unseren Kurs zusammenschweißt hat“, berichtet Jana von ihrem Studium. Noch heute trifft sie sich mit ihren Kommilitonen, zuletzt bei der Hochzeit eines ehemaligen EUFH-Studierenden.

Ihre Praxisphasen verbrachte Jana im Phantasialand. Ziemlich beneidenswert, wobei ich schnell aufgeklärt wurde, dass man da doch tatsächlich auch arbeiten musste und der Tag nicht aus Achterbahn fahren bestand. Das Unternehmen Phantasialand hat natürlich auch die üblichen Abteilungen eines Industrieunternehmens, so konnte Jana beispielsweise einen Einblick in die Arbeit der Abteilung zur Planung von Bauvorhaben gewinnen und in den Abteilungen Finanzen und Marketing mitarbeiten. Die längste Zeit verbrachte sie in der Personalentwicklung, welche durch die Vielzahl an unterschiedlichen Arbeitnehmern beim Phantasialand besonders spannend war, da neben kaufmännischen Angestellten auch Mitarbeiter aus der Gastronomie, Handwerker und Künstler zum Personal zählten. „Die abwechselnden Phasen zwischen Studienblöcken und der Arbeit im Unternehmen haben meine Flexibilität erhöht“, erzählt Jana. So hat sie gelernt, sich schnell in neue Situationen und in ein neues Umfeld einzuarbeiten. Genau das ist ein großer Vorteil in ihrem derzeitigen Job bei der Carl Zeiss AG, da neue Projekte keine lange Einarbeitungszeit ermöglichen. Außerdem stellte ihr Auslandssemester in Hong Kong einen wichtigen Meilenstein in ihrem bisherigen Werdegang dar.

Nachdem Jana 2006 ihren Diplomabschluss in der Tasche hatte, blieb sie vorerst für einige Monate in ihrem Ausbildungsunternehmen als Assistentin der kaufmännischen Leitung. Doch ihr Auslandssemester in Hong Kong hatte sie nachhaltig so stark beeindruckt, dass sie unbedingt noch einmal für längere Zeit nach China wollte. So bewarb sich Jana für ein Stipendienprogramm des DAAD, welches ihr ermöglichte, mit elf anderen Absolventen verschiedener Hochschulen und Fachrichtungen für sechzehn Monate nach China zu gehen. Im Rahmen des Pro-

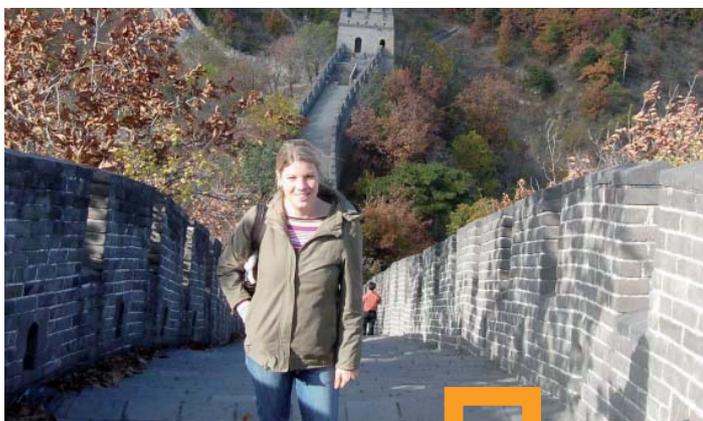
gramms Sprache und Praxis absolvierte Jana einen 10-monatigen Business-Chinesisch Kurs in Beijing und einen 6-monatigen Praxiseinsatz bei Bosch in Shanghai. „Durch zahlreiche Firmenbesuche in verschiedenen Regionen Chinas und den anschließenden Praxiseinsatz bei Bosch in Shanghai konnte ich viel über das chinesische Wirtschaftssystem und den Einfluss der kulturellen Unterschiede auf das tägliche Arbeitsleben lernen.“



Janas Weg nach oben...

Nach der Rückkehr aus China suchte Jana einen Job mit China-Bezug in einem internationalen Industrieunternehmen. Sie hatte gezielt nach internen Beratungsfirmen gesucht, weil sie sich davon eine abwechslungsreiche Tätigkeit, gute persönliche und fachliche Entwicklungsmöglichkeiten sowie Einsätze in unterschiedlichen Standorten versprach. Der Bewerbungsprozess verlief sehr erfolgreich, so dass sie am Ende mehrere Angebote vorliegen hatte. Aus diesen wählte sie die Unternehmensgruppe Carl Zeiss aus. Hilfreich bei ihrer Bewerbung waren bestimmte Schwerpunkte des Studiums an der EUFH. Besonders Themen wie Projektmanagement oder die Strukturierung von Aufgaben im Team haben mir sehr viel gebracht“, erinnert sich Jana. Auch war das Präsentationstraining an der EUFH von großem Wert. Sie merkt regelmäßig, wie wichtig es ist, Informationen logisch

zu strukturieren und übermitteln zu können. All diese Pluspunkte des EUFH-Studiums kombiniert mit Janas Auslandserfahrung und Zielstrebigkeit brachten sie schließlich zur Unternehmensgruppe Carl Zeiss.



... auf der Chinesischen Mauer und auf der Karriereleiter

Carl Zeiss wurde 1846 in Jena als Werkstatt für Feinmechanik und Optik gegründet und gilt heute als eine weltweit führende Unternehmensgruppe der optischen und opto-elektronischen Industrie mit rund 13.000 Beschäftigten. Produktionsstätten befinden sich in Europa, Nord- und Mittelamerika sowie in Asien. „Unsere wichtigste Aufgabe sehen wir darin, Wissenschaft und Technologie die Möglichkeit zu geben, bisher Unsichtbares zu erkennen“, erklärt mir Jana. Genau diese Unternehmensphilosophie wird durch den Slogan „We make it visible“ unterstrichen. Carl Zeiss ist in der Mehrheit seiner Betätigungsfelder Marktführer und bietet ein außerordentlich vielfältiges Spektrum an technologisch hochwertigen Lösungen und Produkten.

Jana Dallmann arbeitet in dem Bereich Inhouse Consulting, der Beratungsdienstleistungen auf den Gebieten Change- und Projektmanagement, Process Consulting und Corporate Performance Management innerhalb der Carl Zeiss Gruppe und in zunehmenden Maße auch für externe Kunden anbietet. Zu ihren Aufgaben zählen die Initiierung und Durchführung von Kunden-

projekten sowie die Konzeption und Begleitung von Beratungsprojekten. Seit einem Jahr koordiniert Jana ein weltweites Logistikprojekt. Diese Aufgabe ist für sie sehr spannend und immer wieder herausfordernd: Sie hat Kontakt zu allen Hierarchieebenen des Unternehmens, aber auch zu Unternehmenseinheiten im In- und Ausland mit unterschiedlichen Kulturkreisen. Im Rahmen des Projekts besuchte sie schon mehrere Standorten in den USA, Japan und China.

Nach dem Gespräch mit Jana bin ich schwer beeindruckt. Es ist toll zu sehen, welche Karrieremöglichkeiten das Studium an der EUFH mit sich bringen kann. Ein herzlichen Dankeschön an Jana Dallmann für die Bereitschaft, an der Kolumne mitzuwirken, trotz ihres vollgepackten Terminkalenders. Das PR Team, in dem Jana selbst lange mitgearbeitet hat, wünscht ihr alles Gute und weiterhin viel Erfolg für die Zukunft!

Carolin Böcking

JANAS TIPPS FÜR DIE EUFH – STUDIERENDEN:

Folgt Euren eigenen Interessen bei der Schwerpunkt- und Praktikumswahl. Man ist in den Themengebieten am besten, die einem am meisten Spaß machen.

Erfahrungen in unterschiedlichen Bereichen helfen bei der Einarbeitung in einen neuen Kontext und ermöglichen Euch, ein Problem aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu analysieren und kreativere Lösungsansätze zu finden.

Nutzt das Präsentationstraining an der EUFH. Wer Informationen richtig aufbereiten kann, überzeugt andere viel leichter von seinen Ideen.

Überlegt Euch, welche Werte Ihr im Berufsleben vertreten möchtet und richtet Eure Berufswahl so aus, dass Ihr Euch selbst treu bleiben könnt.



/// MERLOH IN FRECHEN: EINE ECHTE EUFH ERFOLGSSTORY ///

Es begann von ungefähr fünf Jahren. Ich fuhr nach einem Bewerbertraining, das ich seit Jahren an der EUFH regelmäßig mit durchführe, an meine Tankstelle und kam auf die Idee den Besitzer der AVEX Tankstelle in Frechen nach einem Ausbildungsplatz bzw. einem Langzeitpraktikum für unsere Studenten zu fragen. Herr Ohrem hörte sich alles genau an und schüttelte dann den Kopf. „Tut mir leid, habe ich leider nicht, aber das wäre was für meinen Sohn.“ Noch ahnte ich nichts. Doch die EUFH-Erfolgsstory begann mit diesem Gespräch.

Am 19. November 2009 hat diese Geschichte einen ersten Höhepunkt erreicht. Die Eröffnung von Merloh – dem Getränkehandel in Frechen und Umgebung. Christian Ohrem, der Geschäftsführer, hat drei

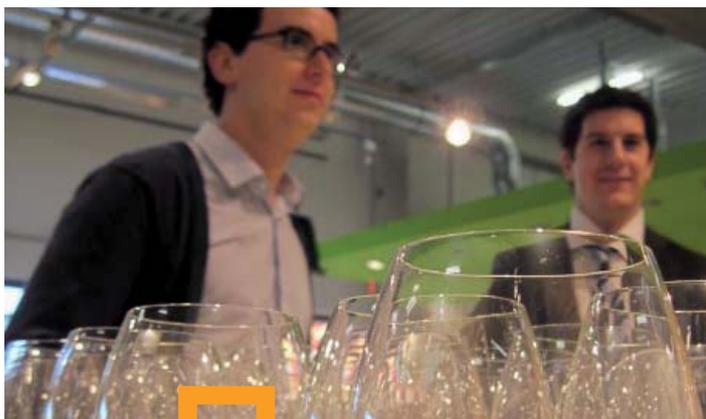
seiner Kinder inzwischen an der EUFH. Der älteste Sohn Christian hat Handelsmanagement studiert und ist seit dem Sommer fertig. Er hat den Getränkehandel geplant. Direkt neben der Tankstelle und – was auch wichtig ist – neben einer neuen Aldifiliale. Seine beiden Brüder studieren übrigens auch Handelsmanagement bei uns und werden sicher im Familienunternehmen kräftig mit eingreifen. Zwei Azubis unterstützen das Team um Christopher Utsch. Keine Frage, die Azubis sind natürlich auch EUFHler, genau wie Christopher.





Der Laden läuft!

Am Eröffnungstag wurde das Team noch von den Freundinnen der drei Ohrembrüder unterstützt. Was machen die wohl beruflich? Sie studieren bzw. haben an der EUFH studiert. Christian Ohrem erzählte mir in einem Gespräch, eine Woche vor der Eröffnung, wie hilfreich ihm das Netzwerk EUFH beim Bau und der Planung war. So hat ITAB, ein Kooperationspartner der EUFH, den Ladenbau übernommen, die Firma Papi ist vertreten, ebenso Tee Gschwendner und Wajos Peter Oster mit erlesenen Ölen, Essigsorten und hervorragenden Spirituosen. Davon konnte ich mich selbst überzeugen. Keine Frage, auch Peter Oster ist EUFH-Absolvent.



Ein Gläschen auf die EUFH

Im Angebot sind neben den üblichen Getränkemarktprodukten hervorragende Weine, ausgesuchte Säfte der Spitzenklasse, Spirituosen, Tabakwaren und alles rund um die Welt der Getränke. Wenn Sie ein kleines Geschenk suchen, hier bekommen Sie auch Gläser oder ein Päckchen mit einem Kommissar Stein Krimi und einer Flasche Blutorangensaft.



Mit Optimismus in die Zukunft

Schon vor der Eröffnung standen die Menschen vor dem großzügigen Eingang und drückten die Nasen an die frisch geputzten Scheiben. Ich werde wohl Stammkunde werden, wie an der Tankstelle und beim Ölhandel auch. Liegt wohl an der Freundlichkeit der Ohrems.

P.S. Drehen Sie den Namen Ohrem doch mal um und versetzen Sie das ‚h‘, dann haben Sie (fast) den Namen der Firma Merloh. Ich glaube, wir können dem jungen Team gratulieren und viel Glück und Erfolg wünschen und uns bei einem Vater bedanken, der zwar keinen Platz für einen Azubi hatte, aber dann seine drei Söhne zu uns schickte und jetzt zwei Azubis dazu eingestellt hat. Ein wenig stolz bin ich selbst auch, irgendwie habe ich ja auch den Stein mit ins Rollen gebracht.

Peter Wolfgang Klose

20

/// DER DOPPELTE MARATHON-MANN: BERLIN UND KÖLN AUF EINEN STREICH! ///

Nach dem Spiel ist vor dem Spiel, sagen die Fußballer. Nach dem Marathon ist vor dem Marathon, sagt Prof. Dr. Heinz Walterscheid vom Fachbereich Logistikmanagement. Und das setzte er prompt in die Tat um, nachdem er den Berlin-Marathon am 20. September in einer tollen neuen Bestzeit von glatten 3 Stunden und 33 Minuten absolviert hatte. Denn während die anderen 40.000 Teilnehmer erst einmal Ruhe und Erholung genossen, setzte unser Professor bereits zum zweiten Streich an: Am 4. Oktober startete er schon wieder beim Köln-Marathon und wiederholte seine Leistung mit exakt derselben Endzeit. Zwei Marathon-Strecken innerhalb von zwei Wochen in rasantem Tempo – das ist auf jeden Fall einen dicken Glückwunsch wert, Herr Professor. Hut ab!

„Geplant war nur der Start in Berlin, auf den ich mich sehr gut vorbereitet hatte“, erzählt Prof. Walterscheid. Schließlich ist die Teilnahme bei Deutschlands größtem Marathon allein schon eine riesige Herausforderung. „Es ist ein ganz besonderer Lauf. Auf den breiten Strecken, die lange geradeaus führen, sieht es aus, als wäre ein gut gefülltes Fußballstadion unterwegs. Wirklich sehr beeindruckend!“ Erst so etwa ab Kilometer 10 konnte der schnelle Hochschullehrer wirklich frei laufen – vorher wurde er vom Gedränge ein bisschen gebremst.





Dr. Heinz Walterscheid

Nach dem Rennen fühlte sich Prof. Walterscheid noch richtig gut und weil Freunde von ihm in Köln starten wollten, entschloss er sich kurzfristig, noch nachzumelden.

Die Laufbedingungen in Köln waren dann gut. Das kühle Wetter und die schöne kölsche Atmosphäre am Wegesrand halfen mit, die Strecke erneut in 3:33 zu bewältigen. „Auf den letzten zehn Kilometern des zweiten Laufs habe ich dann aber schon gemerkt, dass Marathon kein Zuckerschlecken ist“, lacht der Professor. Zwischen den Läufen hatte er nur ganz locker trainiert und sein Akku war beim zweiten Start noch gut gefüllt. Nach dem zweiten Zieldurchlauf war er aber, wen wundert's, dann doch etwas leer. Wenn man bedenkt, dass Marathonläufer normalerweise drei bis maximal vier Rennen übers Jahr verteilt angehen, dann sind zwei in zwei Wochen schon eine enorme Belastung.

Schon denkt Prof. Walterscheid wieder ans Training und er plant, auch im nächsten Jahr wieder einen Marathon in Angriff zu nehmen. Wo und wann er laufen wird, steht noch nicht fest, aber unser Professor ist immer für eine Überraschung gut und wir bleiben natürlich dran.

Renate Kraft





/// NEUER MESSESTAND DER EUFH: AUFFALLEN, ANSPRECHEN, WIRKEN ///

„Er soll auffallen, junge Leute ansprechen, sympathisch wirken, modern, einzigartig und repräsentativ sein. Er soll einfach eine gewisse Grundlage für viele interessante Gespräche bieten können ...“ Was auch wie eine ideale Partnerschaftsanzeige für „Sie sucht Ihn“ klingt, ist in Wahrheit das Anforderungsprofil an eines der wichtigsten Marketingwerkzeuge unserer Hochschule.

In einer intensiven und vor allem auch langwierigen Ideensammlungs-, Findungs- und Produktentwicklungsphase wurde ein Konzept geboren, das sowohl bei Studenten als auch bei unserem Hochschulpräsidium großen Anklang gefunden hat.

Anfang November war es dann endlich soweit. Die ersten Möbel des Standes wurden fertig gestellt und



Messebauer Daniel Dragic (3.v.r.) besuchte unseren neuen Stand am ersten Einsatztag.

man konnte die Ausmaße erkennen. Eine drei Meter hohe Rückwand streckt sich gen Hallendecke. An ihr befindet sich ein 1,5 x 1,5 Meter großer EUFH-Würfel. Ein bordeauxfarbener Hochfloorteppich, gesäumt von einem dunklen Kirschholzlaminat, bereitet den Boden für intensive Beratungsgespräche. Hierfür

stehen vor der drei Meter breiten Rückwand ein Tisch und einige gemütliche Hocker zur Verfügung. Drei massive, beleuchtete Theken umschließen den Hochschulstand.



... ist am neuen Stand bereitet.

Der neue Stand ist ein Produkt aus der Zusammenarbeit der Firma Zenit Werbung und unserem Hochschulmarketing. Nachdem unser Stand in einer Produktionszeit von nur 1 ½ Wochen in den Werkshallen in Köln-Porz entstand, testeten wir seine Wirkung direkt auf der folgenden Messe „Berufe live“ in Köln. Hier präsentierten wir uns neben weiteren 150 Hochschulen und Unternehmen.

Und eines war gewiss: Wir wurden gesehen, wir waren Gesprächsthema, wir haben beraten. Und das nicht zu knapp. Nach einer anstrengenden Messe mit über 1000 Gesprächen sind wir übereingekommen, dass unser neuer Messestand unsere beiden Standorte Brühl und Neuss ideal präsentiert.

Dieses Gefühl wurde uns auf dem zweiten Einsatz des Standes in München bestätigt und wir können nun mit Stolz UNSER Studium auf einem Stand präsentieren, der Wärme ausstrahlt, repräsentativ, einzigartig und modern ist, einen sympathischen Eindruck macht und der vor allem junge Leute, unsere Studieninteressenten, anspricht.

Benedikt Enders

23



Der Boden für gute Beratung...

Die EUFH hat einen neuen Messestand, der allen Anforderungen an Präsenz und Kommunikation entspricht und den wichtigsten Bereich hier nicht vergessen lässt: Wir präsentieren das typische EUFH-Gefühl – Spaß haben an einem anspruchsvollen Studium in familiärer Atmosphäre und das nun professionell in ganz Deutschland.



/// ACTIVITY CLUB SPORTLICH: AUF DEN SPUREN DES VFL GUMMERSBACH ///

Die November Activity hatte endlich mal wieder einen sportlichen Charakter, auch wenn wir selbst nicht aktiv wurden, so konnten wir über tolle Leistungen des heimischen Handballvereins VFL Gummersbach staunen und die Lanxess Arena einmal so richtig unter die Lupe nehmen.

Am 8. November trafen sich Studierende und Mitarbeiter der EUFH vor der Lanxess Arena in Köln. Dort wurden wir freudig von einem Mitarbeiter des VFL Gummersbach erwartet, der uns einmal durch die komplette Arena führen sollte. Diese Führung wurde durch einige interessante historische Daten ergänzt. So erfuhren wir, dass die Kölnarena 1998 fertig gestellt wurde, nur zwei Jahre nach dem ersten Spatenstich im Juli 1996. Damit entstand Deutschlands größte und modernste Arena. Finan-

ziert wurde sie allein durch private Geldgeber, daher trägt sie heute auch den Namen Lanxess-Arena. Interessant war zudem noch, dass die Arena allein durch die Arena Management GmbH geführt wird und jegliche Angestellten, Aushilfen und Mitarbeiter, die irgendwo in der Arena rumlaufen, auch zu diesem Unternehmen gehören, egal ob es der Fanshopbetreiber, das Security-Team oder der Würstchenverkäufer ist.





Tor für die EUFH!

Die Führung brachte uns in alle geheimnisvollen Ecken der modernen Mehrzweckhalle. Wir konnten einen Blick in die Spielerkabinen werfen, schauten uns den VIP Bereich an und durften sogar einmal übers Spielfeld laufen. Es war ein tolles Gefühl, mitten auf dem Spielfeld zu stehen.



Handball-Bundesliga hautnah!

Für die Spieler ist es sicherlich atemberaubend, vor so einer Kulisse zu spielen. Aber auch als Zuschauer hat die Arena eine tolle Atmosphäre zu bieten, wie wir später beim Handballspiel gegen die Rhein-Neckar-Löwen feststellen konnten.

Die Rhein-Neckar-Löwen aus Mannheim waren wahrscheinlich der klare Favorit mit Tabellenplatz 3 gegenüber dem VFL Gummersbach auf Platz 5. Doch schon zu Beginn des Spiels zeigte sich, dass es keine eindeutige Überlegenheit gab, sondern beide Teams ihren Kampfgeist zeigen wollten. Es fielen Tore auf beiden Seiten bis zum (Fast-)Endstand 26:27 für die Löwen. Doch zehn Sekunden vor dem Schlusspfiff sorgte der Gummersbacher Robert Gunnarsson mit seinem vierten Treffer für den Ausgleich. Der VFL ist somit seit dem fünften Spiel ungeschlagen und mehr als zufrieden mit diesem Ergebnis.

Zufrieden waren wir auch, denn an diesem Nachmittag haben wir neben interessanten Infos zur Lanxess-Arena auch bemerkt, wie spannend so ein Handballspiel sein kann. Der Mitarbeiter des VFL hat uns viele spannende Aspekte dieser Sportart nähergebracht, die leider unter der harten Konkurrenz mit den Kölner Haien und dem 1.FC Köln oft zu kurz kommt. Aber alle, die diese Activity mitgemacht haben, können bestätigen, dass der Handball den anderen Sportarten in Spannung und Atmosphäre in der Halle in nichts nachsteht! Vielen Dank an den VFL Gummersbach für diesen tollen Tag!

Carolin Böcking



/// NEUE KOOPERATION MIT KÖLNER FACHSCHULE: MIT VOLLGAS ZUM BACHELOR! ///

Beim berufsbegleitenden Bachelor-Programm General Management kooperiert die EUFH mit Fachschulen im Umkreis ihrer Standorte in Köln und Neuss. Staatlich geprüfte Betriebswirte kooperierender Fachschulen starten sofort durch ins vierte Semester. Jetzt gibt es diese Chance auch für die Absolventen der Fachschule für Wirtschaft am Berufskolleg Deutzer Freiheit in Köln, die auf diese Weise in nur dreieinhalb Semestern neben dem Beruf einen akademischen Grad erlangen können.



Prof. Dr. Hermann Hansis und Dr. Karl Schneider bei der Unterzeichnung des Kooperationsvertrages

„Immer mehr Fachschulen kooperieren mit der EUFH und geben ihren Absolventen so die Möglichkeit, an einer Hochschule zu studieren, die das Top-Gütesiegel einer selten vergebenen zehnjährigen Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat trägt“, betonte EUFH-Vizepräsident Prof. Dr. Hermann Hansis, der gemeinsam mit Dr. Karl Schneider, dem Leiter des Berufskollegs Deutzer Freiheit, den neuen Kooperationsvertrag unterzeichnete.

Der Zusammenarbeit ging ein mehrstufiges Äquivalenzprüfungsverfahren voraus, in dem die Ausbildungsleistungen und Prüfungsanforderungen der Fachschule für Wirtschaft mit den Schwerpunkten Rechnungswesen und Wirtschaftsinformatik mit dem Curriculum des Studiengangs General Management abgeglichen wurden. Das Ergebnis: Erfolgreichen Fachschulabsolventen werden 90 Credit Points auf das Bachelor-Studium angerechnet. Das ist bereits „die halbe Miete“. Quereinsteiger starten mit dem vierten Semester und schreiben ihre Bachelorarbeit bereits unmittelbar nach dem sechsten Semester.

Gleich nach der Vertragsunterzeichnung gab es an der Fachschule im Schatten des Henkelmännchens in Deutz eine erste Informationsveranstaltung zum Studium an der EUFH, an der viele interessierte Fachschüler und Ehemalige teilnahmen. Der nächste Studienstart für die Quereinsteiger ist im Oktober 2010 in Köln und Neuss.

Natürlich können aber auch junge Berufstätige, die keine Fachschule absolviert haben, an der EUFH General Management studieren. Der Weg zum Bachelor ohne Unterbrechung des beruflichen Engagements dauert dann 7,5 Semester. Die Lehrveranstaltungen finden an zwei Abenden in der Woche und etwa jeden zweiten Samstag statt. Vorlesungsfreie Zeiten orientieren sich an den Schulferien des Landes NRW. Für die Erstsemester geht es bereits im April 2010 in beiden Städten los.

Renate Kraft 



/// PROFESSORENTEAM BESUCHTE DIE HAUPTSTADT: ZU GAST BEIM BVL-KONGRESS IN BERLIN ///

Vom 21. bis zum 23. Oktober fand in Berlin der 26. Deutsche Logistik-Kongress statt und ein ganzes Team von Professoren aus unserem Fachbereich Logistikmanagement war mit am Start, als 3.100 Teilnehmer aus 40 Ländern, 180 Aussteller und jede Menge Medienvertreter sich zum fachlichen Austausch trafen und die neuen Trends der Branche diskutierten. Vizepräsident Prof. Dr. Hermann Hansis, Dekan Prof. Dr. Johannes Wolf, Prof. Dr. Heinz Walterscheid und Prof. Dr. Thomas Krupp vertraten die EUFH bei diesem zentralen Event der Logistik.

Nachdem die EUFH im letzten Jahr mit einem eigenen Stand als Aussteller auf dem Kongress vertreten war und sehr gut wahrgenommen wurde, verfolgte die Hochschule diesmal ein etwas anderes Konzept. Das starke Professorenteam nutzte die Berliner Tage vor allem, um neue Kontakte zu knüpfen und vorhandene zu vertiefen. „Der Kongress stellt eine sehr wertvolle Plattform für Inhalte und Kontakte dar“, so Prof. Dr. Johannes Wolf. Jahr für Jahr ist das Who-is-Who der Logistik vertreten.

Viele prominente Gäste aus Wirtschaft und Politik gaben sich in diesem Jahr in Berlin das Mikro in die Hand. Auf Seiten der Logistikunternehmen sprachen z.B. Deutsche Post DHL Chef Dr. Frank Appel und Deutsche Bahn Chef Dr. Rüdiger Grube über ihre Unternehmen und deren aktuelle Strategien. BDI Präsident Prof. Hans-Peter Keitel erläuterte die kurz- und langfristigen Perspektiven für den Industrie- und Logistikstandort Deutschland und Dr. Werner Bahlsen stellte beispielsweise die wichtigsten Veränderungen bei seinem Traditionsunternehmen Bahlsen vor. Zur Lage in den USA, dem diesjährigen Gastland des Kongresses, gab es u.a. Reden vom ehemaligen US-Botschafter John C. Kornblum und von Walgreen-Manager Randy Lewis sowie von unserem ehemaligen Außenminister Dr. Joschka Fischer. Joachim Gauck hielt einen Vortrag anlässlich des Jubiläums des Berliner Mauerfalls.

Natürlich ist es sehr interessant, über welche Themen bei derartigen Veranstaltungen besonders viel gesprochen wird. „Das Hauptthema, das ich wahrgenommen habe, war Green Logistics und Nachhaltigkeit im ökonomischen, ökologischen und sozialen Bereich“, so Prof. Dr. Walterscheid, der viele neue Trends mit nach Brühl gebracht und, wie die anderen Dozenten auch, neue Inhalte unmittelbar in die Lehrveranstaltungen integriert hat.

8



Dr. Joschka Fischer

Übrigens gibt es Jahr für Jahr auf dem Logistik-Kongress auch die Chance für Studierende, bei der Organisation der Veranstaltung mitzuhelfen, Anfahrt und Übernachtung finanziert zu bekommen und live dabei zu sein. Diesmal waren Philipp Dosterschill und Lukas Ackermann aus dem Jahrgang LM 07 mit von der Partie. Wer Interesse hat, auf diesem Weg zum nächsten Logistik-Kongress zu fahren, der kann sich bei den Organisatoren der Bundesvereinigung Logistik e.V. (BVL) informieren oder einfach mal die Kommilitonen fragen, die schon Erfahrung gesammelt haben. Der nächste Kongress findet vom 20. bis zum 22. Oktober 2010 in Berlin statt.

Renate Kraft 

/// DIE GALERIA RETAIL BRAND STRATEGIE: KUNDENBINDUNG NACH MASTERPLAN ///



Ralf Pütmann

Während einer Vorlesung von Prof. Dr. Jutta Franke war am 10. November Ralf Pütmann, stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsführung der Galeria Kaufhof GmbH in Köln, zu Gast im Hörsaal bei den Handelsmanagern des Jahrgangs 2006. Mit der Galeria Retail Brand Strategie präsentierte er den Studierenden ein eindrucksvolles Praxisbeispiel für Krisenmanagement im Zusammenhang mit dem Thema Warenhaus. Seit 2004, als die Rabattschlachten auf ihrem Höhepunkt angelangt waren, hat der deutsche Warenhausmarkt eine echte Reinigung durchlaufen. Alle hatten dieselbe Ausgangslage – die entwurzelten Kunden hatten nur noch Augen für Schnäppchen aller Art. Die Umsätze und die Margen waren rückläufig. Nach 125 Jahren Warenhausgeschichte gab es für Kaufhof herausfordernden Handlungsbedarf, bevor die neue Strategie zur Kundenbindung nach Masterplan in Angriff genommen wurde.

Vom ersten Moment an maßgeblich daran beteiligt war Ralf Pütmann, der bereits seit 2004 Vorstand für Einkauf, Marketing und Werbung war und für die Retail Brand Strategie sowie für das Innovationsmanagement des Unternehmens zuständig. 1990 schon war er nach seinem BWL-Studium in Köln und an der Pennsylvania State University als Trainee ins Unternehmen ein- und dann zügig aufgestiegen.

Die von unserem Gast erdachte Strategie trug schnell Früchte – seit ihrer Einführung verzeichnet die Galeria Kaufhof ein jährliches Ergebniswachstum von fast 20 Prozent und das, obwohl der Wettbewerb in Deutschland, wo es pro Einwohner doppelt so viel Einzelhandels-Verkaufsfläche gibt wie etwa in Großbritannien, weiterhin extrem hart ist.

Die Grundidee für die 113 Kaufhof-Filialen war die, dass man sich so schnell wie möglich vom Rabattkrieg um die Kunden verabschieden musste. Die Erkenntnis, dass „Discounting eigentlich nur die Discounter können“ und Warenhäuser wegen hoher Mieten, wegen der viel größeren Mitarbeiterzahl und wegen hochwertigerer Produkte einfach nicht im reinen Preiswettbewerb mithalten können, führte zu einschneidenden Veränderungen. Was folgte, war eine klare Positionierung in ausgewählten Zielgruppen der Marktmittte.

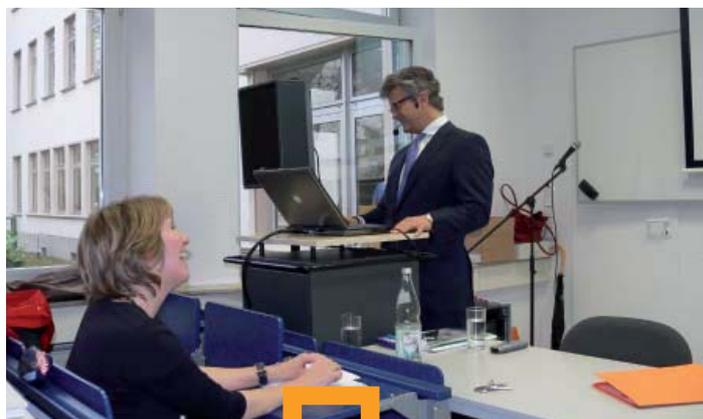
Primäre Zielgruppe war fortan die aktive Lebensmitte, die ihren Stil schon gefunden hat und attraktive Marken statt „täglich einen neuen Fummel“ zu schätzen weiß. Die Wettbewerber waren nicht länger in erster Linie andere Warenhäuser, sondern Spezialisten wie Douglas, Ikea, H&M oder Mediamarkt, Handelsunternehmen also, die sich durch klare Markenführung, ein klares Leistungsversprechen und eine Ausrichtung auszeichnen, bei der die ganze Wertschöpfungskette auf den Kundennutzen zugeschnitten ist.

Die Strategie, bei der viel Sorgfalt für die Bestimmung der neuen Zielgruppen aufgewendet wurde, war klar. Aber sie musste auch umgesetzt werden und draußen bei den Menschen ankommen. Dazu entwickelte sich die Galeria Kaufhof ganz bewusst weg vom Generalisten und trennte sich von Sortimenten, die nicht zum neuen Konzept passten. So gibt es dort keine Mode für Teenager mehr, denn innerhalb der Zielgruppe Familie sind Mode für Kinder und Mode für Eltern wichtig. „Die 13-jährige Tochter will sowieso nicht mit der Mutter einkaufen – die geht lieber zu H&M“, erklärt Ralf Pütmann.

Als moderner Anbieter von Lifestyle-Welten forcierte die Galeria Kaufhof ihre Aktivitäten in den hierfür relevanten Geschäftsfeldern, beispielsweise Fashion, Schuhe, Lederwaren, Accessoires, Parfümerie, Uhren/Schmuck oder Galeria Gourmet. Zahlreiche Markenshops sorgen heute für die Qualität und die Atmosphäre, die der Kunde erwartet, wenn er sagt: „Ich freu´ mich drauf!“

Viel Wert legt die Galeria Kaufhof auf die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter, die sie noch weiter für das Thema Service begeistern möchte. Das Angebot an international renommierten Marken wird kontinuierlich ausgebaut,

genauso wie die Auswahl an Galeria-Exklusivmarken, sorgfältig aufgebaute Eigenmarken des Kaufhofs. Das Unternehmen legt außerdem einen starken Akzent auf das Design der Warenhäuser, in denen die Kunden sich wohl fühlen und mit Freude einkaufen sollen.



Ralf Pütmann erfreute seine Zuhörer.

In Spitzenzeiten besuchen täglich rund zwei Millionen Kunden die Filialen der Galeria Kaufhof, die sich inzwischen trendy und lifestyle-orientiert zeigen. Die Geschäfte findet man fast immer in absoluten Top-Lagen der Innenstädte. Unter ihnen gibt es kleinere, wie etwa bei uns in Brühl, mittelgroße und große Filialen, die Galeria Kaufhof als Leuchttürme in der Handelslandschaft bezeichnet. Zu nennen ist vor allem die 2006 wieder eröffnete Galeria am Berliner Alexanderplatz, aber auch die Geschäfte in Bonn, Frankfurt, Hamburg oder Hannover. Die auffällige grüne Banderole der Galeria-Häuser ist inzwischen wohl bekannt und steht für ein Unternehmen, das sich in Krisenzeiten durch eine konsequente Neuausrichtung am Markt erfolgreich behaupten konnte.

Renate Kraft



/// INNOVATIVES CONTROLLING FÜR LOGISTIKER: GUTE VISUALISIERUNG IST TRUMPF ///

Zum Thema „Transparenz in Logistikdaten und innovatives Controlling“ war am 4. November Dr. Roland Zimmermann von der Bissantz & Company GmbH den weiten Weg von Nürnberg nach Brühl gekommen. Im großen Hörsaal hielt er während einer Vorlesung von Prof. Dr. Thomas Krupp einen Gastvortrag für den Jahrgang Logistik 08. Am Beispiel der Software DeltaMaster stellte unser Gast den Studierenden neue Ansätze im Bereich Business Intelligence anschaulich und eindrucksvoll vor. Dr. Roland Zimmermann kennt sich sowohl mit Logistikthemen als auch mit IT sehr gut aus, denn nach seinem BWL-Studium mit Schwerpunkt Wirtschaftsinformatik an der Uni Erlangen-Nürnberg forschte er dort mehrere Jahre lang

insbesondere zu den Themenfeldern Supply Chain Management und autonomen Softwareagenten. Bei Bissantz ist er für den Bereich Business Development mit Schwerpunkt Logistikcontrolling zuständig.

Die vorgestellte Software ist eine Lösung für das ewige Problem, dass keine der 1.000 Fragen, die man sich im Logistikcontrolling stellt, wirklich erschöpfend beantwortet werden kann. Welche Produkte werden am häufigsten umgeschlagen? Mit welcher Art von Aufträgen wird das Lager konfrontiert? Wie hoch waren die Umsätze letztes Jahr? Jede einzelne Antwort wirft wieder neue Fragen auf. Antworten sind nie Selbstzweck, sondern immer die Grundlage für Verbesse-

rungen in der Sortimentsauswahl oder im Transport, oder, oder, oder. Wir analysieren ständig verschiedenste Logistikdaten, lesen Berichte und schmieden Pläne, um möglichst viel zu verbessern, bevor wir aufs Neue analysieren. Da ist Datenmanagement gefragt!



Dr. Roland Zimmermann

Mit dem DeltaMaster kann sich der geplagte Geschäftsführer, gutes Datenmaterial natürlich vorausgesetzt, bequem in seinem Cockpit zurücklehnen und an seinen Instrumenten den Zustand des Unternehmens jederzeit ablesen. Das Programm hilft, die Daten und die damit verbundene Komplexität zu beherrschen. Übersichtliche Überblicksansichten lassen es zu, dass man sich adhoc bei Auffälligkeiten auftauchende Fragen beantworten lässt. Ausgangspunkt dabei ist ein so genanntes Dashboard als Informations-Überblick, in das man nach Wunsch hineinzoomen und interaktiv seine Fragen stellen kann. Es ist ein bisschen so, als hätte man einen Steuerknüppel in der Hand, mit dem man kritische bzw. auffällige Sachverhalte entdecken und ggf. in das Geschehen einschreiten oder gegenlenken kann.

Das System wertet Kennzahlen nach verschiedenen Dimensionen aus, je nach der Perspektive des Users, der gerade Fragen stellt. So möchte ein Manager beispielsweise wissen, wie der Absatz eines bestimmten

Produkts in einer eingegrenzten Region über einen genau definierten Zeitraum war. Vielleicht interessieren ihn die letzten drei Jahre, vielleicht aber auch nur der letzte Monat. Innerhalb der verschiedenen Dimensionen, die sich in etwa mit den Seiten eines Würfels vergleichen lassen, kann man beliebig in die Tiefe gehen.

Solche mehrdimensionalen Datenwürfel gibt es heute schon in vielen Unternehmen – häufig werden sie aber nicht optimal genutzt. Oft liegt das an der Visualisierung. Eine Grafik, die unnötigerweise den ganzen Bildschirm ausfüllt, lässt schnell den Blick fürs große Ganze verloren gehen. Eine Tachodarstellung mag zwar schick sein, aber es dauert manchmal reichlich lang, bis die enthaltene Information wirklich verstanden ist. Und das sehr beliebte Ampelmodell hat die Schwäche, dass das Controlling der Geschäftsführung oftmals die Entscheidungen vorwegnimmt: Wenn für eine Entscheidung alle Ampeln auf grün stehen, dann wird vermutlich zugestimmt. Die Entscheidung ist durch das Setzen des Grenzwertes für eine „grüne Ampel“ bereits faktisch vorweggenommen. Die Verlockung jedenfalls besteht.

Eine neue Art der Visualisierung sind sogenannte „Sparklines“, miniaturisierte Grafiken, die einen schnellen Überblick erlauben. Bei Bedarf kann man hineinklicken und sich Details ansehen. So kann man wesentlich schneller hinter die Zahlen schauen, als das bei fünf Grafiken auf fünf Seiten der Fall wäre. Die Visualisierung ist also nicht nur was fürs Auge, sondern sie kann auch den Unterschied machen, wenn es darum geht, schnelle Antworten auf drängende Fragen zu finden.

Renate Kraft

/// WENN PROJEKTE SCHIEF GEHEN: WER HAT DEN SCHWARZEN PETER? ///

Am 10. November stand während der Vorlesung im Wahlfach IT-Consulting bei Prof. Dr. Rainer Paffrath und Prof. Dr. Frank Zimmer für die Wirtschaftsinformatiker das Thema Projektmanagement auf der Agenda. Zu Gast war der Diplom-Wirtschaftsingenieur Ingo Bollhöfer von unserem Partnerunternehmen PMCS. „Wer nicht weiß, wer im Projekt den schwarzen Peter hat, der hat ihn selbst“, fasste der erfahrene Projektmanager gleich zu Beginn seines Vortrags zusammen und sorgte so für gebührende Neugier unter den Studierenden.



Ingo Bollhöfer

Ingo Bollhöfer stieg gleich nach seinem Studium in Darmstadt und Glasgow bei PMCS ein, einem jungen und schnell gewachsenen IT-Unternehmen mit heute 160 Mitarbeitern und einer tollen Ausbildungsquote von satten 20 Prozent. Der Hauptsitz von PMCS ist in Bad Camberg; Niederlassungen gibt es im nahen Hürth, in Berlin und München. Bei PMCS dreht sich alles um Software, ob im Zusammenhang mit dem selbst entwickelten Produkt helpLine, das

alle im IT-Bereich anfallenden Anfragen und Aufgaben organisiert, oder bei der Bereitstellung von Softwarelösungen aller Art für mittlere und große Unternehmen. Dabei gibt es natürlich eine Menge Projekte zu bewältigen und unser Gast hat im Laufe der Jahre schon so ziemlich alles Positive und Negative erlebt, was im Projektmanagement so passieren kann.

Zuerst mal ist es gut zu wissen, dass in einem Projekt wirklich eine ganze Menge schief laufen kann. Die Wahrscheinlichkeit, sechs Richtige im Lotto zu haben, ist verschwindend gering, die richtige Zahl im Roulette hingegen liegt schon bei 2,6 Prozent und eine Sechs würfelt man schon mit einer Wahrscheinlichkeit mit 16,6 Prozent. Die Chance, beim Nachwuchs einen kleinen Jungen zu bekommen, beträgt etwa 52 Prozent, aber die Chance, dass ein Projekt schief läuft, liegt bei sagenhaften 76 Prozent. Die Gründe sind meist mangelhafte Kommunikation, fehlende Ressourcen oder schlechte Planung. Wer sich also um Projekte kümmert, der hat den Ärger quasi abonniert. Warum sollte man also Projekte managen wollen? Weil es einfach eine spannende Herausforderung ist und auch Spaß macht, Dinge in einem Unternehmen neu zu gestalten oder kreative Produkte zu entwickeln und Mitarbeiter und Kunden gemeinsam soweit zu bringen, dass sie gemeinsam das Ziel erreichen.

Ein Projekt ist erfolgreich, wenn es das Ziel in der Qualität erreicht, die der Kunde definiert hat und dabei im Zeit- und Kostenrahmen bleibt. Doch wie

schaft man, was sich einfach anhört? Zunächst mal muss man die Sache natürlich systematisch angehen. Planmäßig und konsequent vorzugehen, kann man lernen, obwohl das Abarbeiten von Checklisten eine gute Portion Disziplin erfordert. Was systematisches Projektmanagement bedeutet, haben wir alle schon 1000mal gehört. Es funktioniert wie das Kochen nach Rezept. Meilensteine müssen geplant und kontrolliert werden, den „kritischen Pfad“ muss man kennen und wissen, was wovon abhängt. Auch muss der Projektstatus dokumentiert und an alle Projektbeteiligten kommuniziert werden etc. pp.

Systematisches Vorgehen ist die Grundvoraussetzung, quasi das Handwerkszeug, ohne das Projekte einfach nicht funktionieren. Zum Projektmanagement gehört aber noch weit mehr als diese Routine-tätigkeiten. Man spricht hier auch von der systemischen Betrachtungsweise eines Projekts, und die hat nichts mit mehr Routine zu tun, ist aber gleichwohl enorm wichtig. Ein Projekt ist ein komplexes System, dessen einzelne Teile man immer im Zusammenhang sehen muss.

Die größte Gefahr in einem Projekt ist der so genannte „Scope-Creep“, also das Phänomen der schleichenden Veränderung des Projektumfangs. Wenn im Pflichtenheft steht, dass wir ein Haus bauen sollen und der Kunde fragt so zwischen Tür und Angel, ob wir nicht auch noch schnell eine kleine Hundehütte daneben stellen können, dann kann das in Teufels Küche führen. Die Waffe dagegen heißt Change Management. Wir müssen zeitig mit dem Kunden klären, welche Auswirkungen auf Kosten, Zeit und Qualität solche nachträglichen Änderungswünsche haben. Mehraufwand und Konsequenzen müssen besprochen und dokumentiert sein. Schließlich

ist es zwar kein Drama, wenn das Projekt nicht nach Plan läuft, aber es ist sehr wohl ein Drama, wenn der Projektleiter nichts davon weiß.

Insgesamt kann man Projekte niemals wirklich beherrschen, weil sie einfach zu komplex sind. So hat man es zum Beispiel einfach nicht in der Hand, wenn der wichtigste Mitarbeiter überraschend im Lotto gewinnt und die Segel streicht. Im Grunde hat man es mit zahlreichen Unsicherheiten zu tun und Projektmanagement ist in letzter Konsequenz nichts anderes als Risikomanagement. Natürlich gibt es eine Menge Hilfsmittel und Modelle, die dabei helfen, Projekte schon im Vorfeld richtig einzuschätzen und ungefähr abzusehen, wo die größten Risiken liegen könnten. Die Wirtschaftsinformatiker lernten während des spannenden Vortrags solche Modelle kennen und sahen am Beispiel eines IT-Projekts aus der Praxis, dass der Teufel in jedem Detail liegen kann und der schwarze Peter sich gerne versteckt oder sich erst zeigt, wenn das Kind schon im Brunnen ist.

Renate Kraft 





35

/// MITTELSTÄNDISCHE LOGISTIKDIENSTLEISTER KOOPERIEREN: UND E.L.V.I.S. LEBT DOCH! ///

E.L.V.I.S. lebt – den Beweis trat am 10. November Dr. Norbert Leven in unserem großen Hörsaal an, als er in seinem Praxisvortrag während einer Vorlesung von Prof. Dr. Thomas Krupp die junge und rasant wachsende Kooperation von mehr als 50 mittelständischen Logistikdienstleistern mit dem markanten Namen vorstellte. Der Gastvortrag war auf Initiative der Studentin Adriane Karstedt zustande gekommen. E.L.V.I.S. heißt „Europäischer Ladungs-Verbund Internationaler Spediteure“ – in diesem Netzwerk haben sich europäische Spediteure mit einer Flotte von insgesamt 4.000 LKWs zusammengeschlossen, um ihre Chancen und Kapazitäten gemeinsam besser zu nutzen.

Die innovative Idee zum Zusammenschluss entstand gedanklich vor rund drei Jahren und seit über zwei Jahren rollen die Fahrzeuge von E.L.V.I.S. über unsere Straßen. Die Partner sind Unternehmen wie die Karl Schnug Kraftwagen Spedition GmbH mit Hauptsitz in Solingen, wo unser Gast Geschäftsführer ist. Das traditionsreiche Familienunternehmen mit 200 Mitarbeitern und einem Fuhrpark von 100 LKWs hatte auch vor E.L.V.I.S. immer wieder Vereinbarungen geschlossen, um mit Partnern gemeinsam Aufträge abzuwickeln. Doch wie sieht der Markt aus, an dem viele Mittelständler glauben, gemeinsam bessere Karten zu haben als im Alleingang?

36



Dr. Norbert Leven

Der gewerbliche Komplettlagermarkt in Europa wird laut Dr. Leven bis 2025 um 84 Prozent wachsen, sodass alle die Chance haben, daran zu partizipieren. Dabei vergeben immer weniger Verlager immer größere Mengen von zu transportierenden Waren. Im Zuge eines Konzentrationsprozesses verdichten sich die Ladungsströme. Dadurch wächst die Verhandlungsmacht der Verlager. Zusätzlich steigt der internationale Wettbewerb und damit der Druck auf die Frachtpreise, verschärft durch Preistransparenz „rund um die Uhr“ in Frachtbörsen bzw. im Internet. Die Spediteure von heute sind gläsern, ihre Kundenbeziehungen zunehmend instabil, kurzfristig und jederzeit lösbar. Das Risiko also wächst.

Die Politik reagiert bislang hilflos auf die wachsende Belastung durch den Schwerverkehr. Staatliche Auflagen und Vorschriften zur Eindämmung der LKW-Lawine nehmen zu. Nicht zuletzt dadurch explodieren die Kosten. Wegen des großen Wettbewerbs ist eine Weitergabe an die Kunden einfach nicht drin. Ein weiterer kritischer Faktor ist die Verfügbarkeit guter Fahrer. Der Cowboy der Landstraße war gestern – heute sind präzise Abläufe gefragt, die mit Brummi-Romantik wenig zu tun haben. Laut Dr. Leven steigen die Anforderungen an die Fahrer stetig an, LKW-Fahrer könnte bald ein eigener Ausbildungsberuf werden. In Zukunft wird es schwieriger sein, gute Fahrer zu finden als ausreichende Mengen Ladung.

Nach der Euphorie von 2007, als die Branche rosige Zeiten auf sich zukommen sah, wurden viel zu viele LKWs neu angeschafft. Die Folge ist, dass heute viel zu viel Laderaum zur Verfügung steht und die Preise weiter fallen, obwohl die Kosten steigen. Wir haben es also mit einem stabilen und überproportional wachsenden LKW-Ladungsmarkt in Europa zu tun, dessen Rahmenbedingungen sich aber rapide zu Lasten der Anbieter verändern. Das erfordert neue Konzepte und Lösungen.

Speziell für den deutschen Mittelstand verschärfen einige Probleme die Situation. So hat eine Spedition im Durchschnitt nur sechs LKWs – die Einkaufsmacht ist gering, die Betriebe jederzeit austauschbar trotz insgesamt sehr guter Transportleistungen. Bei klassischer Ein-Mann-Besetzung rollt ein LKW von 24 Stunden gerade mal sechseinhalb. Das bedeutet eine Standzeit von 73 Prozent, ausgelöst auch durch das neue Fahrpersonalrecht mit seinen strengen Vorschriften.

Hinzu kommen zu viele Leerkilometer, verursacht beispielsweise durch fehlende Rückladungen. In vielen Unternehmen ist die Eigenkapitaldecke dünn, die Mittel sind knapp. Bei oft geringen Umsatzrenditen sind die Zahlungsziele der Kunden großzügig bemessen, während Kosten sofort fällig werden. Da haut ein kleiner Windstoß so manche Spedition um.

37



Was tun in dieser Situation? Traditionelle Handlungsoptionen wie Branchen- oder Länderroutenspezialisierungen sind nicht der Weisheit letzter Schluss, denn alle erkennbaren Nischen scheinen schon besetzt zu sein. Die Antwort unseres Gastes heißt E.L.V.I.S., denn das Netzwerk sorgt für gut verteiltes lokales Ladungsaufkommen in Europa. Es bietet eine gute Struktur von Fahrern und Stützpunkten und eine gemeinsame computergestützte Disposition von Kunden- und Auftragspools. Professionelles Fuhrparkmanagement und die partnerschaftliche Nutzung von modernen Kommunikations-, Lokalisierungs- und Auftragsabwicklungstechnologien bringen Vorteile für alle Beteiligten. Und E.L.V.I.S. sorgt für Kundennähe durch den Netzwerkpartner vor Ort.

Mit E.L.V.I.S. wurde keine neue Großflotte geschaffen – die bewährten mittelständischen Strukturen der Mitglieder sind erhalten geblieben. Aber die Zusammenarbeit hilft allen, den neuen Herausforderungen am Markt zu begegnen. Das Risiko von Leerkilometern und fehlenden Rückladungen kann durch die Partner minimiert werden. Die Einsatzplanung der Fahrer wird im Verbund sehr erleichtert, Kostenvorteile können genutzt und Einkaufspotenzial gebündelt werden. Die LKWs und die Fahrer können unabhängig voneinander disponiert werden – so wird ein Mehrschichtbetrieb für die LKWs möglich, eine Industrialisierung der Ganzladungsverkehre durchgeführt. Dies ist schlussendlich nicht nur für die mittelständischen Kooperationspartner ein Vorteil, sondern entlastet die Straßen und nutzt so auch der Umwelt.

E.L.V.I.S. ist also auf dem besten Wege, wirklich was zu bewegen, aber das ist ja nicht Neues und war in den 50er Jahren auch schon so.

Renate Kraft 



/// SO LÄUFT'S IN DER PRAXIS: REAL EXISTIERENDES PROZESSMANAGEMENT ///

Am 3. November war Dr. Alfred Mathy, zuständig für den Bereich Betriebsorganisation und zentrale Dienste bei der ROLAND Rechtsschutz-Versicherungs-AG, zu Gast bei den Wirtschaftsinformatikern 07. Während der Vorlesung im Wahlfach IT-Consulting bei Prof. Dr. Rainer Paffrath und Prof. Dr. Frank Zimmer zeigte er am Beispiel seines Unternehmens, wie das wirklich läuft im real existierenden Prozessmanagement. Während dieses Gastvortrags ging es nicht um das Management von Prozessen, wie es in den Hochglanzbroschüren der großen Unternehmensberatungen beschrieben ist. Hier ging es um das richtige Leben.

Die ROLAND Rechtsschutz mit Hauptsitz in Köln bietet ihren Kunden umfassenden Rechtsschutz sowie Versicherungs- und Serviceleistungen rund um die

Themen Mobilität und Dienstleistungslogistik. Mit dem Ritter Roland im Namen und im Logo steht das 1957 von verschiedenen Versicherern gegründete Unternehmen für Recht und Gerechtigkeit und für die Durchsetzung der berechtigten Interessen des Einzelnen. Wie bei vielen Versicherungen kümmerte man sich lange Zeit nicht wirklich um den Wettbewerb und um Geschäftsprozesse. Es genügte, gute Leistungen und umfassenden Schutz zu bieten.

Doch die Zeiten haben sich nun auch für Versicherungen geändert – das Thema Prozessmanagement und –optimierung ist inzwischen auch hier längst als ein sehr wichtiges identifiziert worden. Es kommt eben nicht nur auf die Leistung an sich an, sondern auch darauf, wie gut, wie schnell und mit welchen Kosten sie erbracht wird.

Die Leistungen einer Versicherung sind Schadensregulierung, Risikoübernahme, Kapitalanlage oder vielleicht auch die Vermittlung eines ruhigen Gefühls für den Kunden. Alles eher abstrakte Dinge, doch welche Geschäftsprozesse brauchen wir dafür? Eigentlich klar: Wir müssen Risiken bewerten, Leistungen vertreiben, Schäden bearbeiten, Verträge verwalten.



Dr. Alfred Mathy

Doch was ist überhaupt genau ein Geschäftsprozess? Nach einer gängigen Definition ist es eine funktionsüberschreitende Verkettung wertschöpfender Aktivitäten, um die vom Kunden erwartete Leistung zu erzeugen. Geschäftsprozesse können sich über Unternehmensgrenzen hinweg erstrecken und Aktivitäten von Kunden, Lieferanten und Partnern einbinden. Immer ganz wichtig dabei: Jeder Geschäftsprozess beginnt und endet beim Kunden. Denn bevor irgend etwas optimiert werden kann, muss man schließlich schauen, was der Markt eigentlich will.

Unterscheiden kann man primäre und sekundäre Prozesse. Primär sind alle Prozesse mit originärer Wertschöpfung, im Fall von ROLAND sind das Risikobewertungs-, Vertriebs-, Vertragsverwaltungs- und Schadensregulierungsprozess. Hinzu kommen die sekundären Prozesse wie zum Personalmanagement, zur Bereitstellung von IT, zum Gebäude- oder Quali-

tätsmanagement. Hier geht es nicht um die unmittelbare Leistungserstellung, sondern eher um die unterstützende Infrastruktur.

Noch bevor das Prozessmanagement bei ROLAND eingeführt wurde, schaute man sich zunächst viele taktische Kennzahlen an. Für die Schadensregulierung waren das zum Beispiel die Durchlaufzeit oder die Kulanzquote, für die Produktentwicklung die Anzahl der Produktideen oder der eingeführten Produkte, für den Vertrieb die Anzahl der Makler oder Hauptvermittler und für die Bestandsverwaltung die Anzahl bearbeiteter Vorgänge je Mitarbeiter oder die Dunkelverarbeitungsquote. Die was? Was ein bisschen unseriös klingt, ist einfach der Grad der automatisierten Verarbeitung, für die keine Mitarbeiter nötig sind. Diese und viele andere Zahlen sind in erster Linie aus der Vogelperspektive, also für Vorstand und Aufsichtsrat, interessant.

Wenn man sich wirklich die Prozesse anschauen will, kommt man so nicht weit. Deshalb wurde bei ROLAND das Prozess Performance Controlling eingeführt. Dabei handelt es sich um ein Ampelsystem, bei dem für unterschiedliche operative Bereiche Schwellwerte festgelegt und einmal im Monat überprüft werden. In Abteilungsleitersitzungen wird dann gecheckt und diskutiert, welche Ampeln auf grün, gelb oder rot stehen, warum das so ist und was man nötigenfalls gegen zu viele rote Lämpchen tun will. Der Teufel steckt dabei im Detail, denn beispielsweise hinter den Ampeln für die schriftliche, telefonische oder elektronische Kundenbetreuung verstecken sich, wenn man in die Tiefe schaut, zahlreiche Ampeln für kleinste Details und Unterkategorien. Und sobald eine kleine Detailampel auf rot steht, steht die ganze Kategorie auf rot.



Inzwischen geht man bei ROLAND mit dem Produktivitätsfortschrittsystem (PFS) sogar noch einen Schritt weiter. Die Software kann beispielsweise Fragen beantworten wie: Wie viel Mitarbeiterkapazität brauchen wir für ein Stück Neugeschäft? Die hierfür benötigten Größen sind die Summe der operativen Zeit und die Stückzahlen der erledigten operativen Vorgangsarten. Ermittelt man diese Zahlen eine ganze Weile lang kontinuierlich, dann kennt man sich irgendwann mit den Ist-Zeiten gut aus und kann Soll-Zahlen festlegen.

Doch wozu der ganze Aufwand, für den die Mitarbeiter täglich in eine so genannte „Aktivitätenkachel“ eingeben müssen, welche Haupt- und Sonderaufgaben oder Projekte sie bearbeitet haben. Und die Zeit, eigentlich logisch, wird in die „Zeitkachel“ eingegeben. Der Nutzen ist vielfältig: Man kann verschiedene Teams miteinander vergleichen oder schnell identifizieren, welche Faktoren die Produktivität negativ beeinflussen. Man kann Veränderungen frühzeitig erkennen und hat eine gute Grundlage für die Personalplanung.

All das gibt es schon jetzt bei ROLAND, aber die Rechtsschützer wollen weiter am Prozessmanagement arbeiten. Der Gastvortrag lieferte eine authentische Momentaufnahme aus der wirklichen Unternehmenspraxis - Dr. Alfred Mathy gewährte den Studierenden einen interessanten Einblick in ein Thema, das nicht nur für den Bereich IT-Consulting sehr wichtig ist. Dr. Alfred Mathy wurde zuletzt von den Dozenten und Studierenden für sein Engagement und seinen Vortrag gelobt: „Sie könnten auch gerne regelmäßig Vorlesungen bei uns halten!“

Renate Kraft 

40

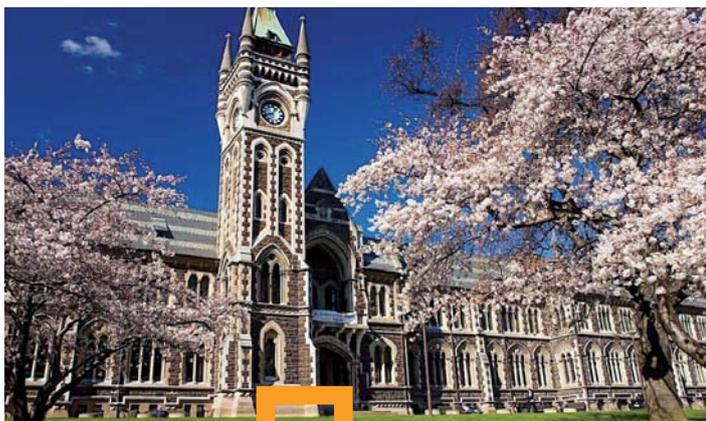


/// INFOVERANSTALTUNG DES AKADEMISCHEN AUSLANDSAMTS: UNIVERSITY OF OTAGO IN DUNEDIN ///



Typische Studentenwohnungen in Dunedin

Amy Rutherford, Repräsentantin der University of Otago in Dunedin, Neuseeland, referierte am 23. November während einer Infoveranstaltung des Akademischen Auslandsamts über die Universität und das Land. Die University of Otago liegt im Süden der Südinsel von Neuseeland in Dunedin. Dunedin ist eine der größten Städte auf der Südinsel mit 121.000 Einwohnern. Sie ist als Studentenstadt bekannt. 20% der Einwohner sind Studenten.



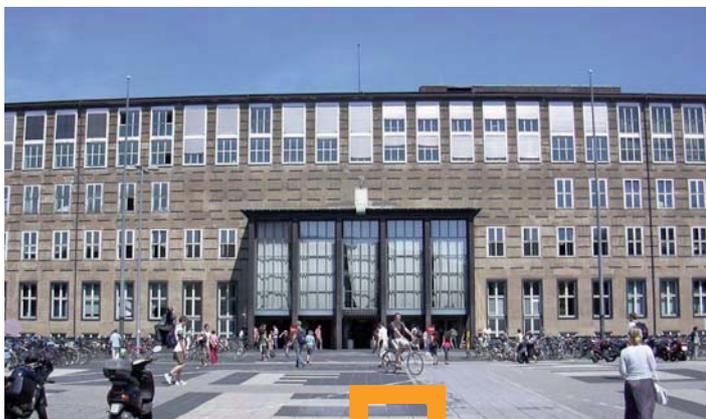
Das Hauptgebäude der Universität

Die Universität ist die erste Universität Neuseelands. Dies, ihr damit verbundener guter Ruf, die Tatsache, dass sie zu den Top 100 Universitäten der Welt gehört und weitere Pluspunkte führen dazu, dass über 80% der Studentenschaft extra von außerhalb nach Dunedin kommen.

Leider war auf die Informationsveranstaltung keine sonderliche Resonanz der EUFH-Studenten zu spüren, da nur drei zum Vortrag erschienen waren. Dies führte allerdings dazu, dass Amy Rutherford ein persönliches Gespräch mit den Studenten führen konnte, bei welchem durchaus Fragen geklärt wurden, die bei anderen Vorträgen gar nicht erst zu Tage kommen. Außerdem gab sie einen Einblick in das neuseeländische Englisch und die Wohnsituation in Dunedin. Es besteht auch die Möglichkeit, neben den drei obligatorischen Kursen, die in der EUFH anerkannt werden müssen, einen weiteren Kurs zu belegen. Hier besteht keinerlei Einschränkung: Marine Science, Zoologie oder auch Psychologie können belegt werden. Durch Amy Rutherfords Erzählungen fühlte man sich, als sei man bereits dort. Zumindest wünscht man sich, nun sehr bald alles live zu erleben.

Svenja Seidel

/// AN DER UNIVERSITÄT ZU KÖLN: AUSTRALISCH-NEUSEELÄNDISCHE HOCHSCHULMESSE ///



Von der Kölner Universität nach Down Under

Vom 14. bis 21. November lud das Institut Ranke-Heinemann zur alljährlichen Australisch-Neuseeländischen Hochschulmesse an verschiedenen Standorten in Deutschland und Österreich ein. Am 18. November machten sie an der Universität zu Köln halt. Dort bot sich dem interessierten Studenten die Möglichkeit, persönlich mit australischen und neuseeländischen Hochschulmitarbeitern von über dreißig Universitäten aus besagten Ländern in Kontakt zu treten und konkrete Fragen zu stellen. Diese Chance ist wahrlich einmalig, da natürlich nicht alle Vertreter auch in Kontakt mit der EUFH stehen und so ein direktes Zusammentreffen nicht immer möglich ist. Denn Informationen aus erster Hand zu erhalten, ist bei der Vielfalt an Möglichkeiten für das obligatorische Auslandssemester manchmal Gold wert.

Die Hochschulmitarbeiter hatten für ihre Universität jeweils einen kleinen Messestand mit Informationen bereitgestellt. Außerdem bot sich die Gelegenheit, an diversen Vorträgen des Ranke-Heinemann Instituts teilzunehmen. Dort wurde der generelle Informati-

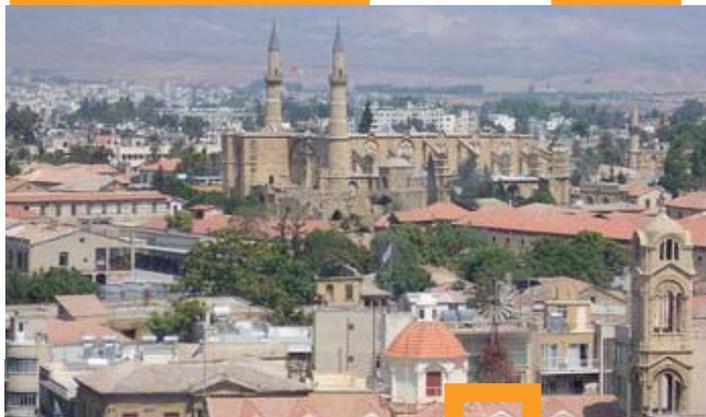
onsbedarf über ein Studium Down Under geklärt. Es wurde sowohl über das „Study Abroad“ Programm als auch über ganze Studiengänge wie den Bachelor oder den Master referiert. Zu den jeweiligen Themen gab es unterschiedliche Universitäten, die sich kurz in Bezug zu dem Thema vorstellten. Zudem sehr hilfreich war der angesetzte Workshop mit drei ehemaligen Down Under Studenten. In der Diskussionsrunde wurden Fragen bezüglich der Wohnungssuche, des Klimas, der Studiengänge sowie der besuchten Universitäten als auch zu Sehenswürdigkeiten und Reise- und Freizeitaktivitäten geklärt.

Wer die Messe verpasst hat, kann sich mit dem Ranke-Heinemann Institut in Verbindung setzen und dort die Kontaktdaten der Universität, die von Interesse ist, erfragen. Das Ranke-Heinemann Institut steht auch für weitere Fragen zur Verfügung und hilft bei der Abwicklung der Bewerbungen. Als besonderes Extra vergibt das Institut Stipendien an die Studenten, die ihren Auslandsaufenthalt mit ihm planen.

Svenja Seidel

/// STUDIEREN IN ZYPERN: WO AFRIKA, EUROPA UND ASIEN AUF EINANDER TREFFEN ///

Geographisch gehört Nikosia schon zu Asien - politisch jedoch noch zu Europa. Seit 2004 ist Zypern, die drittgrößte Insel des Mittelmeers, Teil der Europäischen Union. Die Hauptstadt Nikosia ist das Zentrum der Insel - und das im wahrsten Sinne des Wortes. Sie liegt sowohl im griechisch-zypriotischen als auch im türkisch-zypriotischen Teil der Insel. Mit 100.000 Einwohnern ist Nikosia eine übersichtliche und idyllische Hauptstadt. Dennoch sind reichlich Universitäten vertreten: Neben der Universität Zypern oder Universität des Nahen Ostens liegt auch die private European University of Cyprus, Partnerhochschule der EUFH, in Nikosia.



Griechisch und türkisch zugleich: die Hauptstadt Nikosia

Mittelmeer-Flair kommt bei einem Studium in Nikosia sicherlich nicht zu kurz: Zur Küste sind es nur etwa 20 Kilometer, im südlichen Teil der Stadt finden sich Restaurants und Kneipen und traditionelle kleine Läden sind über die ganze Altstadt verstreut. Sehenswürdigkeiten reichen von Kathedralen aus dem 18. Jahrhundert bis hin zu einem Classic Motorcycle Museum. Auch griechische Mythen haben bis heute ihre Spuren hinterlassen: So ist Zypern auch als Insel der

Aphrodite, Göttin der Liebe und der Schönheit, die der Mythologie zufolge hier geboren wurde, bekannt.

Wie der Rest der Insel lebt auch Nikosia hauptsächlich vom Tourismus. Doch auch die Industrie und die Landwirtschaft tragen einen großen Teil zur Wirtschaftsleistung des Landes bei. Zitrusfrüchte, Textilien und Baustoffe sind wichtige Exportgüter der ehemaligen britischen Kolonie. Und nicht zuletzt sind die Bodenschätze der Insel zu erwähnen. Die Kupfervorkommen sind sogar so bedeutend, dass das Metall Kupfer (lat. cuprum) der Insel seinen Namen verdankt (lat. aes cyprum - „Zyprisches Erz“).

Warum also sein Auslandssemester nicht dort verbringen, wo Europa, Asien und Afrika aufeinander treffen?

Christina Bidmon 

ZYPRIOTISCHE UNIVERSITÄTEN

- Amerikanische Universität Girne
- Europäische Universität von Lefka
- European University of Cyprus (EUC)
- Frederick Institute of Technology (FIT)
- Frederick University
- Internationale Universität Zypern
- Open University of Cyprus (OUC)
- Ostmediterrane Universität
- Technische Universität Zypern (CUT)
- Universität des Nahen Ostens
- Universität Nikosia (UNIC)
- Universität Zypern (UCY)





/// DENKEN IST KEINE GLÜCKSSACHE: DAS MYSTERIÖSE WEIHNACHTSGESCHENK ///

Sie wollen in diesem Jahr Ihrem Partner ein ganz besonderes Weihnachtsgeschenk machen; nicht wie in all den Jahren zuvor wieder Schmuck, Parfüm oder Theaterkarten. Das erwarten Sie ja schon als Besenkerter. Sie haben eine pfiffige Idee, die garantiert für Spannung unterm Weihnachtsbaum sorgt.

Sie stecken in einen von zwei gleich aussehenden Briefumschlägen 100 Euro hinein. Dann werfen Sie eine (faire) Münze. Bei Kopf legen Sie in den zweiten Umschlag 200 Euro, bei Zahl lediglich 50 Euro.

An Weihnachten geben Sie Ihrem Partner die beiden Briefumschläge und sagen: „In einem der beiden Umschläge steckt doppelt so viel Geld wie in dem anderen. Ich sage Dir aber nicht wieviel. Du darfst einen Umschlag öffnen und entscheiden, ob Du bei Deiner Wahl bleibst oder lieber tauschen möchtest. Der zweite Umschlag geht an mich zurück. Mit dem Geldgeschenk gehen wir dann lecker essen – entweder an der Imbissbude, im Brauhaus oder im Gourmet-Restaurant, je nachdem, wie glücklich deine Wahl ist.“

Was sollte Ihr Partner tun? Hat Tauschen überhaupt einen Einfluss auf die Gewinnchance und falls ja, gibt es eine Strategie, die besser ist als bloßes Raten?

Wer als Erster die richtige und begründete Lösung an m.kastner@eufh.de sendet, erhält einen knalligen EUFH-Seesack zum Verstauen der anderen Geschenke, wie Schmuck, Parfüm oder Theaterkarten!

Marc Kastner 



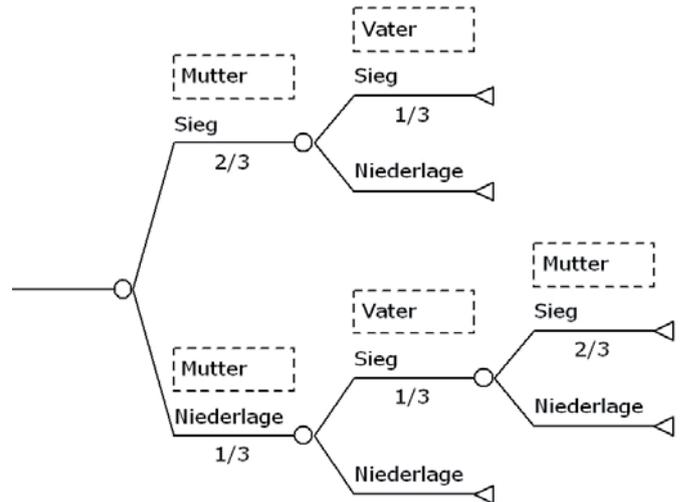
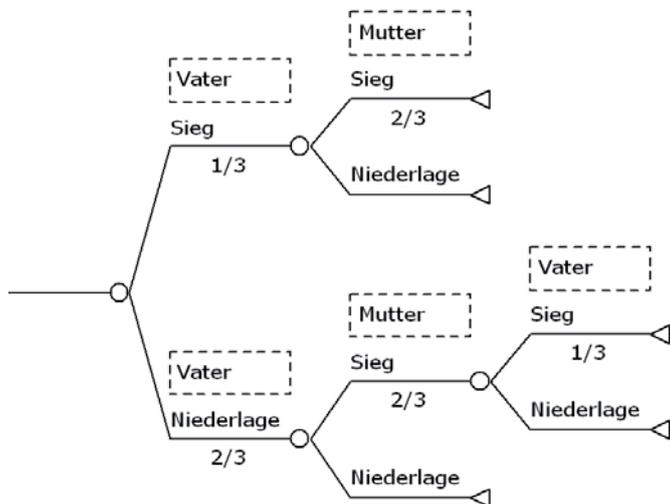


/// LÖSUNG DER KNOBELKISTE 61/09: DAS TISCHTENNIS-TURNIER ///

In der letzten Knobelkiste ging es um ein Tischtennis-Turnier, das mein Sohn gewinnt, wenn er bei insgesamt drei Matches zwei Spiele hintereinander siegt. Er muss dabei abwechselnd gegen mich und meine Frau spielen. Erfahrungsgemäß hat er bisher gegen meine Frau zwei von drei Spielen gewonnen, gegen mich allerdings nur eines von drei. Soll mein Sohn nun zuerst gegen mich oder gegen meine Frau antreten, oder ist es für seine Gewinnchance egal, in welcher Reihenfolge die Spiele ausgetragen werden?

Mein Sohn kann zwischen zwei Strategien wählen: Mutter – Vater – Mutter (M – V – M) oder Vater – Mutter – Vater (V – M – V). Intuitiv könnte man meinen, dass es besser sei, wenn er zuerst gegen die Mutter spielt, da er hier die besseren Gewinnchancen hat und bei diesem Verlauf zweimal gegen sie spielt. Doch diese Überlegung ist falsch.

Am besten veranschaulicht man sich die beiden Strategien aus Sicht meines Sohnes in jeweils einem Baumdiagramm.



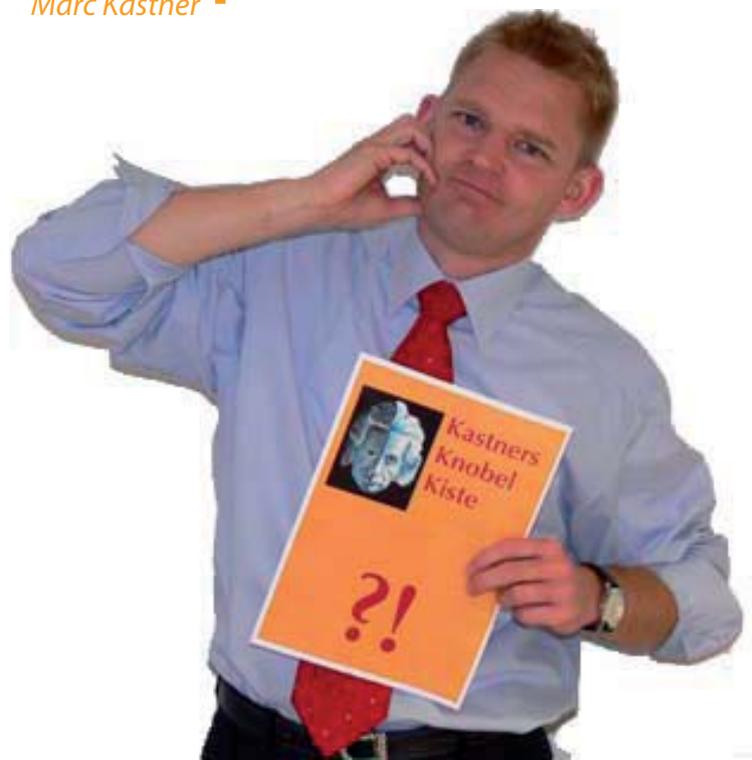
Die Gewinnwahrscheinlichkeiten errechnen sich demnach wie folgt:

$$P(V - M - V) = \frac{1}{3} \cdot \frac{2}{3} + \frac{2}{3} \cdot \frac{2}{3} \cdot \frac{1}{3} = \frac{10}{27} = 0,\overline{307}$$

$$P(M - V - M) = \frac{2}{3} \cdot \frac{1}{3} + \frac{1}{3} \cdot \frac{1}{3} \cdot \frac{2}{3} = \frac{8}{27} = 0,\overline{296}$$

Die Strategie, zuerst gegen den Vater zu spielen, beschert dem Sohn also eine um 7,4 % höhere Gewinnchance! Paradox, oder?

Marc Kastner



/// BUCHTIPP IM DEZEMBER: CODY MCFADYEN: DER TODESKÜNSTLER ///



Cody McFadyen

Das Grauen ist hier. Smoky Barrett riecht den Tod, als sie die Türe öffnet. Der Boden und die Wände sind mit Blut getränkt. Auf dem Bett liegen zwei tote Körper – geschändet, entstellt und ausgeweidet. Neben ihnen kauert ein Mädchen. Der Todeskünstler hat sie besucht. Seit Jahren zerstört er ihr Leben, tötet jeden, der ihr lieb ist. Er will sie in den Wahnsinn treiben und nach seinem Bild neu erschaffen. Er wird wieder zu ihr kommen ...

Die vorangegangenen Zeilen finden sich auf dem Umschlag des Buches „Der Todeskünstler“ („The Face Of Death“) wieder, das ich an dieser Stelle gerne in ein paar Sätzen vorstellen möchte.

Der Thriller wurde von dem amerikanischen Autor Cody McFadyen geschrieben und kam 2009 erstmals in die deutschen Buchläden. Es ist die Fortsetzung von McFadyen's erstem Werk „Die Blutlinie“, - auch nur zu empfehlen, jedoch muss man dieses nicht vorher gelesen haben, um Zusammenhänge zu verstehen.

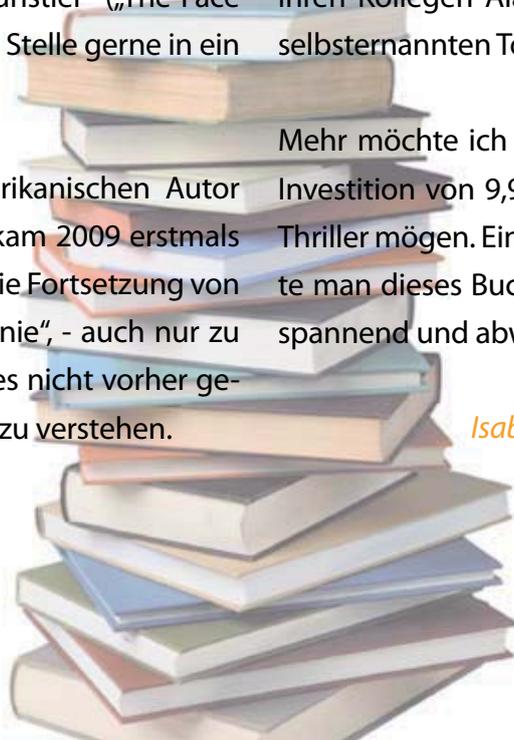
Protagonistin ist Smoky Barrett, eine FBI-Agentin in Los Angeles, die in der nahen Vergangenheit

ihren Mann, ihre kleine

Tochter, sowie ihre beste Freundin auf grausame Art und Weise verloren hat. Sie wird an einen Tatort gerufen. Eine ganze Familie – Vater, Mutter und Sohn – wurde bestialisch ermordet und die sechzehnjährige Pflegetochter droht mit Selbstmord, wenn sie nicht mit der Agentin sprechen kann. Sarah, die blutverschmiert neben den Leichen ausharrt, erzählt Smoky von einem Mann, dem Todeskünstler, der seit ihrer Kindheit immer wieder in ihr Leben tritt und ihr alles nimmt, was sie glücklich macht. Das junge Mädchen übergibt ihr ein Tagebuch, in dem die tragischen Ereignisse ihrer Vergangenheit niedergeschrieben sind und Smoky nimmt sich ihrer an. Fortan macht sie mit ihren Kollegen Alan, Callie und James Jagd auf den selbsternannten Todeskünstler ...

Mehr möchte ich hier nicht mehr verraten, denn die Investition von 9,95 € lohnt sich definitiv für alle, die Thriller mögen. Einmal in die Hand genommen, möchte man dieses Buch nicht mehr weglegen, da es sehr spannend und abwechslungsreich aufgebaut ist.

Isabelle Kirschke



/// KINOTIPP IM DEZEMBER: NEW MOON - BIS(S) ZUR MITTAGSSTUNDE ///

Über ein Jahr hat die Fangemeinde warten müssen, bis der zweite Teil der erfolgreichen Twilight Saga endlich in die Kinos kommt. Nun ist er da!

Wenn wir uns den ersten Teil noch einmal vor Augen führen, die Liebesgeschichte zwischen Bella Swan (Kirsten Stewart) und Edward Cullen (Robert Pattinson) nahm ein gutes Ende, trotz des nahen Todes von Bella. Der Film war zwar sehr erfolgreich, doch war das Budget sehr mager und das sah man an einigen Stellen. Durch den großen Erfolg hatte man nun mehr Geld zur Verfügung und man sieht eine deutliche Entwicklung in Sachen Effekten und auch Schminke(!).

Zum Thema des zweiten Films: An ihrem 18. Geburtstag ist Bella bei den Cullens eingeladen. Sie öffnet ein paar Geschenke, schneidet sich jedoch am Papier. Kurz danach kann sich Jasper (Jackson Rathbone) nicht mehr halten und stürzt sich auf Bella, Edward kann ihn abwehren und ihr geschieht nichts. Edward ist jedoch so betroffen, dass er es für das Beste befindet, Bella zu verlassen und aus ihrem Leben zu verschwinden.

Lange Rede, kurzer Sinn, Edward ist weg und Bella fällt in ein tiefes Loch. Monate verstreichen, sie schreibt E-Mails an Alice Cullen (Ashley Greene), die jedoch nicht ankommen. Nach kurzer Zeit merkt Bella, dass sie Edward „sieht“, wenn sie sich in gefährliche Situationen bringt. Kurz darauf geht sie zu Jakob Black (Taylor Lautner), damit er ihr hilft, zwei Motorräder wieder zusammenzusetzen, weil sie so hofft, einen weiteren „Kick“ zu kriegen. Über die Zeit steigen ihre Gefühle für Jakob stark an, er ist jedoch mehr wie ein Bruder für



sie. Jakob quält sich selbst in dieser Zeit, da er offensichtlich etwas mehr für sie empfindet.

Mit der Zeit häufen sich Unfälle, in denen Menschen von einer Art „Bär“ getötet werden und auch das Verhalten der Jungen im Reservat verändert sich drastisch. Zudem droht Bella immer noch die Gefahr, getötet zu werden, da Viktoria (Rachelle Lefevre) noch Rache glüste gegen sie hegt.

Ganz viele Handlungsstränge laufen hier parallel, im Film wirkt dies aber alles etwas träger als im Buch. Mit einer Länge von zwei Stunden ist es kein kurzes Filmerlebnis. Die meisten Fans werden wohl auch das Buch gelesen haben und freuen sich mehr auf die cineastische Umsetzung als wirklich auf die Story.

Der zweite Teil ist mit der langatmigste der Saga, bietet jedoch viel Gefühl und Spannung am Ende. Im Kino kommt das ganze etwas schwerfällig ins Rollen, punktet aber durch die starken Emotionen von Bella, die von einem ins nächste schwarze Loch fällt und sich zwischen zwei Fraktionen wiederfindet. Wird sie ihren Willen durchsetzen und die Cullens überzeugen, sie zu verwandeln, oder wird sie Jacob, der nun als Werwolf umherstreift, nachgeben und ihm zuliebe Mensch bleiben?

FAZIT: New Moon, Bis(s) zur Mittagsstunde ist der zweite Film der Saga und wirkt im neuen Gewand (mit mehr Kapital) deutlich besser und professioneller. Er macht definitiv Lust auf mehr und ist für Fans ein Muss. Ansonsten auch für Leute, die auf Hungerhaken und Steroidmonster stehen und die ein bisschen Romantik nicht abschreckt. Wer die Bücher nicht kennt, sollte aber mindestens den ersten Film gesehen haben, da ihm sonst ein paar Handlungsstränge verworren vorkommen könnten. Fakt ist, das Fieber ist auch in Deutschland und hält uns heiß bis(s) zum dritten Film, „Eclipse“, der allein von der Buchvorlage her eine ganz andere Richtung einschlagen wird und voraussichtlich nächsten Sommer zu uns in die Kinos kommt.

Sebastian Förster ↗

48



/// MUSIKTIPP IM DEZEMBER: PARAMORE - BRAND NEW EYES ///

Am 29.09.2009 war es endlich soweit, Paramore veröffentlichten ihr drittes Album, das wir uns an dieser Stelle etwas genauer anschauen wollen. Nachdem Sie mit ihrem zweiten Album „Riot!“ 2007 international bekannt und erfolgreich wurden, erwartete die Welt natürlich mit Spannung, was wir von Paramore (aus dem englischen „Paramour“ = Geliebte/r) hören, nachdem die Messlatte schon ziemlich hoch hing.



Paramore rockt einfach!

Das Album beginnt, Paramore typisch, mit einem krachenden Opener. Trotz der relativ kurzen Existenz der Band (Gründung 2004) erkennt man sofort den Paramore-Sound und fühlt sich sofort wie zu Hause. Nachdem uns „Careful“ aufgewärmt hat, bekommen wir die erste Singleauskopplung des Albums zu hören: „Ignorance“. Spätestens hier spürt man die unglaubliche Energie, die die jungen Musiker, die im Durchschnitt erst 20 sind, ausstrahlen.

Nach dieser geballten Ladung folgt nun ein etwas verspielterer Song „Playing God“. Hier wird die Thematik der Teenager behandelt, die langsam in das Alter kommen, ihre eigenen Entscheidungen zu treffen und sich

nichts mehr sagen lassen. Der vierte Song „Brick by boring Brick“ ist mit einer der stärksten Songs des Albums, die Harmonien der zwei Gitarren in dem Song sind unglaublich eingängig und sprechen für die Qualität ihres Songwritings. Die folgenden Songs sind nicht besser, aber auch nicht schlechter als die vorigen, besonders erwähnen sollte man die beiden sehr ruhigen und nachdenklichen Songs „The Only Exception“ und „Misguided Ghosts“, die einen starken Kontrast zu den übrigen Krachern des Albums bilden. Zum Schluss kriegen wir noch den schon aus dem Twilight Soundtrack bekannten Titel „Decode“ zu hören. Und so endet auch schon das 12 Titel starke Album „Brand New Eyes“.

FAZIT: Abschliessend kann man sagen, dass das neue Werk von Paramore einfach rockt! Sie geben noch einmal ordentlich Gas in Sachen Vielseitigkeit und Kreativität. Das Album klingt stimmig und wenn man die früheren beiden Alben kennt, kann man sich nicht nur an der gesanglichen Entwicklung von Haley Williams erfreuen. Ich denke, wir werden in der Zukunft noch viel von Paramore hören, und da die meisten ihrer Konzerte ausverkauft sind, ist der Weg damit geebnet. Wer nun neugierig geworden ist, sollte sich auch nicht den MTV Unplugged Auftritt entgehen lassen, den man sich auf der US Site ansehen kann. Es lohnt sich.

Sebastian Förster



/// NEWSTICKER ///

++KÖLSCH LIEF BESTENS BEIM EINSTAND+++

Das EUFH-Team ist in den letzten Monaten wieder beträchtlich gewachsen. Und wie es an der EUFH so Sitte ist, luden die neuen EUFHler ihre Kolleginnen und Kollegen zu einer schönen Party im Café Europa ein. Gastgeber waren diesmal Kerstin Kraus, Referentin der Geschäftsführung, Mirja Burdanowski von der Bibliothek, Industrie-Dozent Dr. Carsten Suntrup, Michael Lohmar, wissenschaftlicher Mitarbeiter im Fachbereich Industrie, Handels-Dozent Dr. Norbert Gahrens, Robert Elsner, der an einem Forschungsprojekt arbeitet, bei dem es um Bildungsexport nach China geht, und Industrie-Dozent Dr. Oliver Schlösser.

++++ALOHA HAWAII++++

Eine Hochschule, die das Auslandssemester ganz sicher zu einem echten Erlebnis macht, ist die Hawaii Pacific University (HPU), die mit knapp 9.000 Studierenden aus etwa hundert Ländern der Erde ihre Gäste mit einem ganz besonderen Flair begrüßt. Eine gute Portion hawaiianische Campus-Atmosphäre brachte Stephanie Demin, Associate Director im International Center, am 11. November mit an die EUFH, als sie zu einer Informationsveranstaltung des Akademischen Auslandsamts auf dem Brühler Campus zu Gast war. Sie hatte nicht nur Sommer, Sonne, Strand und Meer im Gepäck, sondern auch viele handfeste Informationen für alle, die sich für ein Auslandssemester „in the middle of nowhere“ zwischen Asien und der Westküste der USA interessieren. Wer die Veranstaltung verpasst hat (da soll ja parallel in Köln ein bisschen ge-

feiert worden sein), der kann sich natürlich an Frau Sauer in unserem Auslandsamt wenden.

++++ZOLL IN DER SUPPLYCHAIN++++

Reinhard Fischer, der weltweit für den Bereich Zoll bei der Deutschen Post/DHL zuständig ist, hielt für unsere Logistiker auch in diesem Semester wieder einen spannenden Gastvortrag zum Thema „Zoll in der Supply Chain“. Die Studierenden bekamen einen Einblick in die vielfältigen strategisch-politischen Aufgaben, die in der Konzernzentrale eines großen Logistikunternehmens im Bereich Zoll anfallen. Sage und schreibe 11.000 Mitarbeiter sind bei der Deutschen Post rund um den Globus mit dem Thema Zoll beschäftigt. Schon allein daran lässt sich die große Verantwortung erkennen, die auf den Schultern unseres Gastes liegt, der als „geborener Zöllner“ vor langer Zeit bei der Deutschen Zollverwaltung tätig war, bevor er sich elf Jahre lang bei Porsche weiterhin mit Zollthemen beschäftigte.

++++POS; POP, POD, POC++++

Prof. Dr. Bernd Hallier von der European Retail Academy hielt Anfang November einen interessanten Gastvortrag zur rasanten Entwicklung des Handels vom Tante Emma Laden über den POS (Point of Sales), den POP (Point of Purchase), den POD (Point of Differentiation) hin zum POC (Point of Consumer). Die EUFH arbeitet seit Jahren eng mit der European Retail Academy zusammen, die auf vielfältige Weise und mit originellen Projekten für einen kontinuierlichen Dialog zwischen Handelspraxis und Hochschulen sorgt.



1968: Der Atomwaffensperrvertrag wird von der Sowjetunion und Großbritannien unterzeichnet.
1997: Großbritannien gibt Hongkong in einem offiziellen Festakt an die Volksrepublik China zurück.

51

/// NEWSTICKER: AUF ZEITREISE ///

+++POLITIK UND WELTGESCHEHEN+++++

1791: Die Bill of Rights wird als Zusatzartikel eins bis zehn in die Verfassung der Vereinigten Staaten aufgenommen.

1848: Märzrevolution: Die Frankfurter Nationalversammlung setzt das Reichsgesetz betreffend die Grundrechte des deutschen Volkes in Kraft. Es bildet später das Kernstück der Paulskirchenverfassung.

1971: Pakistan bombardiert Ziele in Indien. Daraufhin kommt es im Bangladesch-Krieg auch zu offenen Kampfhandlungen im indisch-westpakistanischen Grenzgebiet.

1999: Zum ersten Mal seit 1972 erhält Nordirland seine Autonomie wieder.

+++WIRTSCHAFT+++++

1854: Ernst Litfaß erhält von der Stadt Berlin die erste Genehmigung für die Aufstellung der später nach ihm benannten Litfaßsäulen.

2001: Der US-Konzern Enron meldet im Zuge eines Bilanzfälschungsskandals Insolvenz an, was einen weltweiten Vertrauensverlust der An-

leger und in den USA eine Reform der Unternehmensberichterstattung durch den Sarbanes-Oxley Act zur Folge hat.

+++WISSENSCHAFT UND TECHNIK+++++

1831: Charles Darwin geht zu seiner fünfjährigen historischen Reise an Bord der HMS Beagle.

1900: Reginald Fessenden führt die erste drahtlose Sprachübertragung durch.

1917: Der Normenausschuss der deutschen Industrie, ein Vorläufer des DIN, wird gegründet.

1942: An der Universität von Chicago löst der Physiker Enrico Fermi im Rahmen des Manhattan-Projekts die erste kontrollierte Kettenreaktion aus. Das Zeitalter der Kernenergie beginnt.

+++SPORT+++++

1891: Das erste Basketballspiel findet auf der Basis von dreizehn von James Naismith erdachten Regeln statt.

1935: Mit dem Finale des Tschammerpokals findet in Deutschland erstmals ein Finale eines Pokalwettbewerbs für Fußballvereinsmannschaften statt.



1968: Der Atomwaffensperrvertrag wird von der Sowjetunion und Großbritannien unterzeichnet.

1997: Großbritannien gibt Hongkong in einem offiziellen Festakt an die Volksrepublik China zurück.