wiwi-journal

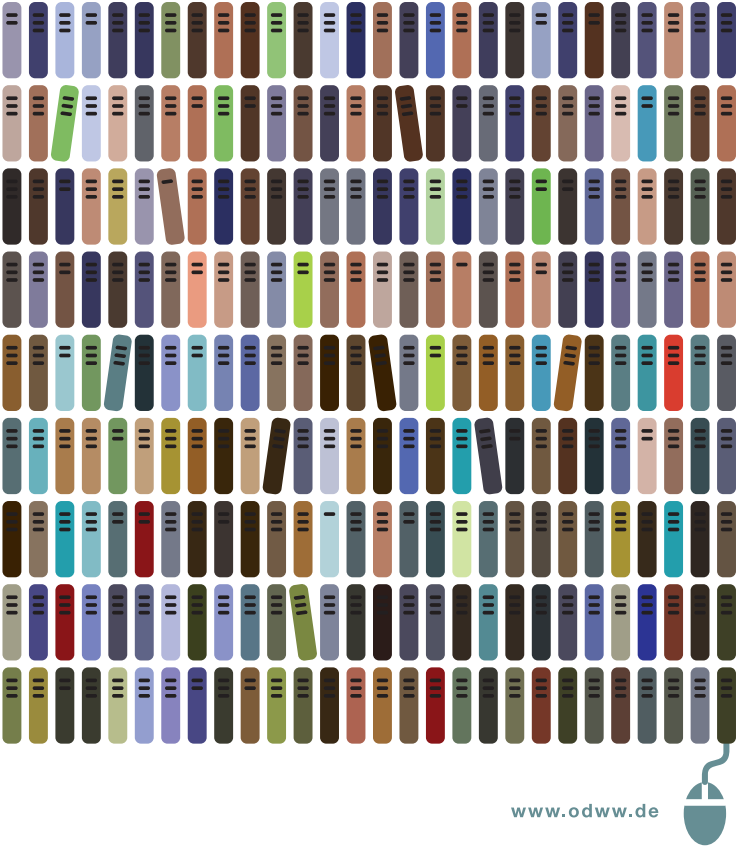
ISSN 1867-1225

Dezember 08 / Januar 2009

Entscheide über Deine Studiengebühren!

Boom für private Hochschulen in Nordrhein-Westfalen

Social Networking - Deutschlandweit einmaliger Kurs an der HHL



odww

Online-Wörterbuch der Wirtschaftswissenschaften

Editorial

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

das WiWi-Journal erfüllt mit seiner 6. Ausgabe eine Doppelfunktion. Das Journal erscheint gleichzeitig für die Monate Dezember 2008 und Januar 2009. Neben den bewährten Berichten aus den Fakultäten informieren wir darüber, dass aus der WiWi-Online AG die WiWi-Media AG wurde.

Zum weiteren Inhalt gehören unter anderem ein Bericht über den Boom privater Hochschulen in Nordrhein-Westfalen, ein Auslandssemester an Europas Nr. 1 Business-School für Immobilienmana¬gement sowie im Rahmen der Unternehmensvorstellung nähere Informationen über die Firma LIDL.

Abschließend wünschen wir Ihnen ein frohes Weihnachtsfest und einen guten Rutsch in ein erfolgrei¬ches Neues Jahr 2009. Wir möchten diese Gelegenheit nutzen, uns für Ihre treue Leserschaft recht herzlich zu bedanken. Diese hat mit dazu beigetragen, dass sich das WiWi-Journal im ersten Jahr seines Bestehens so erfolgreich positionieren konnte.

Viel Vergnügen bei der Lektüre
wünscht Ihnen

Dr. René M. Schröder
Herausgeber

Inhalt 12.2008 / 01.2009

Dezember 2008 & Januar 2009 Ausgabe

3 **EDITORIAL**

6 **WIWI-ONLINE INTERN**

66 **IMPRESSUM**

STUDIUM

10 Kurzmeldungen aus den Fakultäten

13 Boom für private Hochschulen in Nordrhein-Westfalen

14 Reform-Modell Stiftungsuniversität: Goethe-Universität Frankfurt

16 BMBF-Aufstiegsstipendien kommen hervorragend an

18 Koreanische Studentin und FH-Student tauschen ihre Studienplätze

UNTERNEHMEN

22 Unternehmen klagen: Bachelor-Studierende haben zu wenig Zeit

24 Unternehmensvorstellung: LIDL

GELD & BÖRSE

28 Studie über Finanzinvestoren : „Heuschrecke“ ist nicht gleich „Heuschrecke“

29 Markttechnik - Ein schlagkräftiges Arbeitsinstrumentarium

34 STELLENANGEBOTE

VERANSTALTUNGEN

56 WHU – Campus for Taxation

60 Veranstaltungen im Oktober

58 Vor der Messe ist nach der Messe

BUSINESS SCHOOLS

38 Auslandssemester an Europas Nr. 1 für Immobilienmanagement

40 Open University: Hilfe in der Finanzkrise

42 Social Networking - Deutschlandweit einmaliger Kurs an der HHL

FORSCHUNG & LEHRE

46 Strategien der Internationalisierung des Lebensmittel-Discountmarkts im Vergleich

48 Lehrstuhl der TU München und DSW analysieren Vorstandsgehälter

50 Studie zu Effizienz und Effektivität von Projekten

52 Buchvorstellung

Aus WiWi-Online AG wird WiWi-Media AG

WIWIMEDIA
Successful Branding

Acht Jahre nach Gründung wird der Name WiWi-Online den unternehmerischen Tätigkeiten nicht mehr gerecht. Stand die erste Zeit die Wissens- und Networkingplattform www.wiwi-online.net im Mittelpunkt der Aktivitäten, so ist sie heute zusätzliche, wichtige Geburtsstätte weiterer Services und Produkte zum Thema Wirtschaftswissenschaften. „Wir haben uns immer mehr zu einem digitalen Medienhaus rund um die Wirtschaftswissenschaften mit Fokus auf Wirtschaft und Wissenschaft entwickelt, so dass der Ursprungsname unsere Leistungen nicht mehr ausreichend abbildete“, erklärt Dr. René M. Schröder, Vorstand der WiWi-Media AG diesen Schritt.

So etablierte das Unternehmen in den letzten Jahren wirtschaftswissenschaftliche Formelsammlungen, einen Business School Guide und einen Recherchepool für Lehrende und Lernende erfolgreich an Hochschulen und in der Wirtschaft. Weiter führte es Talents- und Stipendienprogramme zur Förderung hochbegabter Studenten ein und entwickelte in den letzten Monaten die Online-Publikation WiWi-Journal. Letztes Produkt ist das Online-Wörterbuch OdWW, welches aus der eigentlichen Plattform WiWi-Online entstand und auf Grund steigender Nachfrage zu einer eigenen Marke heranwuchs.

www.wiwi-media.ag

Persönlichkeit trifft Perspektive

Sie stecken voller Ideen?
Wir voller Möglichkeiten.

Ob Praktikum, Traineeprogramm oder Direkteinstieg: Wir setzen auf den individuellen Einsatz kompetenter Impulsgeber, die sich mit uns in vielseitigen Geschäfts- und Themenfeldern engagieren. Ihr Studium, Ihre Praxiserfahrung und Ihre fachlichen Interessen sprechen für eine Zukunft im Bereich Finanzdienstleistungen? Sie denken zudem unternehmerisch, sind serviceorientiert und möchten Ihre Persönlichkeit in einen Job einbringen, der Sie fordert und Ihnen interessante Perspektiven bietet? Dann entdecken Sie, was bei uns möglich ist!

Umfassende Informationen finden Sie immer aktuell
auf unseren Karriereseiten unter
www.dresdner-bank.com/karriere

Dresdner Bank
Die Beraterbank

Ein Unternehmen der **Allianz**

STUDIUM

Kurzmeldungen aus den Fakultäten

Marketing-Fallstudie zum Golf V im Internet verfügbar

Die „Fallstudie Volkswagen Golf V - Ein Praxisbeispiel für erfolgreiches Marketing“ ist ab sofort im Internet unter http://www.gabler.de/fallstudie_vw_golf frei verfügbar. Vor allem Studierenden in marketingorientierten Bachelor- und Masterstudiengängen, aber auch interessierten Praktikern innerhalb und außerhalb der Automobilwirtschaft, soll ebenso anspruchsvoll wie anschaulich die Umsetzung der theoretischen Grundlagen des modernen Marketings in der Unternehmenspraxis vermittelt werden. Die Online- Fallstudie hat einen Umfang von 293 Seiten und wurde gewissermaßen am Vorabend der Vorstellung des Golf VI durch die Volkswagen AG anlässlich des Pariser Automobilsalons im Oktober 2008 fertig gestellt.

Neuer transatlantischer Executive MBA mit Doppeldiplom

Ab Januar 2009 startet die Hochschule für internationales Management der Ecole des Ponts in Paris zusammen mit der Fox School of Business der Temple University in Philadelphia (USA) einen Executive MBA mit Doppeldiplom, den „ENPC/Fox EMBA“. Die Absolventen des von der AMBA und der AACSB akkreditierten Programms erhalten gleichzeitig einen europäischen und amerikanischen Diplomabschluß. Der Unterricht in englischer Sprache findet in Paris statt, zudem sind Studienreisen in die USA und nach China geplant. Anmeldungen sind bis zum 10. Januar 2009 möglich.

RheinAhrCampus erhält bundesweit beachtliches Forschungsprojekt

Der RheinAhrCampus Remagen der Fachhochschule Koblenz ist auch in der Forschung Spitze. Das beweist einmal mehr der jüngste Zuschlag eines durch das Bundesministerium für Forschung und Technologie (BMBF) geförderten Projektes, den Prof. Dr. Rüdiger H. Jung vom Fachbereich Betriebs- und Sozialwirtschaft des Remagener Campus erhalten hat. Ziel des Forschungsprojektes ist, durch Einsatz moderner Informations- und Kommunikatonstechnologien (Stichwort Web 2.0) und

durch Selbstorganisationsprozesse die innovativen Ideen der Beschäftigten von Unternehmen für die Lösung aktueller Probleme der Arbeitswelt zu nutzen. Gefördert wird es aus Mitteln des Bundes und der EU.

BA Stuttgart startet mit Rekordzahlen ins neue Studienjahr

Rund 2.500 Erstsemester begannen am 1. Oktober an der Berufsakademie Stuttgart ihr Studium in den Bereichen Wirtschaft, Technik und Sozialwesen. Dies entspricht einem Zuwachs von 21,7 % gegenüber dem Vorjahr. Damit ist die Gesamt-Studierendenzahl am größten Standort der Berufsakademie Baden-Württemberg erstmals über 6.000 gestiegen.

Neues MBA-Programm für norddeutsche Nachwuchsführungskräfte an der GISMA Business School

Speziell auf die Bedürfnisse norddeutscher Unternehmen und Nachwuchsmanager zugeschnitten, bringt die GISMA Business School ab August 2009 ein neues MBA-Angebot auf den Markt: Das Young Professional MBA Programm. „Wir unterstützen damit die Unternehmen bei der Förderung ihres Führungsnachwuchs“, erklärt Dr. Annegret Zurawski, Akademische Leiterin der GISMA Business School. „Und wir bieten ihnen eine höchst anspruchsvolle Managementausbildung vor Ort.“ Ein doppelter Vorteil für Arbeitgeber und Arbeitnehmer, denn die Teilnehmer des Programms müssen nicht freigestellt werden. „Das Format ist speziell auf die Anforderungen junger Berufstätiger ausgelegt, der Unterricht findet Freitag und Sonnabend statt. Dadurch lassen sich berufliche Herausforderung und Studium problemlos verbinden“, so Zurawski.

Erfolgreiche AMBA-Akkreditierung für MBA-Programm

Die European Business School (EBS) hat für ihr berufsbegleitendes MBA-Programmm ein wichtiges und international renommiertes Gütesiegel erhalten: die Akkreditierung der britischen Association of MBAs, kurz AMBA genannt. Die Organisation, 1967 in London gegründet, akkreditiert nach strengen Standards postgraduale Studienprogramme für die Managementausbildung. Der EBS Studiengang dauert zwei Jahre und wird in Kooperation mit der Durham Business School (DBS) in Großbritannien durchgeführt.

Weiterbildung für mehr Erfolg im Management

Die Kompetenz der Führungskräfte ist eine wichtige Voraussetzung für den Erfolg von Unternehmen. Die heilbronn

business school (hbs) präsentiert dazu jetzt ein neues, umfangreiches Fortbildungsangebot, so genannte ‚Executive Trainings' in den Hauptdisziplinen Management und Recht. Damit ergänzt die private Hochschule ihr berufsbegleitendes Studienangebot um zweitägige Intensivseminare. Unter der Leitung von Prof. Dr. Dirk Zupancic, Vice-President der hbs und verantwortlich für die Executive Trainings, ist ein Angebot entstanden, welches auf drängende Fragen vieler Unternehmen eingeht. ‚Strategisches Marketing', ‚Key Account Management', ‚Financial Management', ‚Haftungsfragen für Geschäftsführer' oder auch ‚Vertriebsrecht' sind einige Beispiele dieser Trainings.

Fachbereich Wirtschafswissenschaften beendet den Bologna-Prozess

Zum Wintersemester 2009/2010 schließt der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Universität Erlangen-Nürnberg die Umstellung auf die neuen Abschlüsse mit der Einführung der Master-Studiengänge ab. Insgesamt neun Master-Studiengänge bietet der Fachbereich seinen Studierenden an. Neben dem bereits existierenden Studiengang „International Information Systems" (IIS) können die Bachelor-Absolventen acht weitere Schwerpunkte in betriebs- und volkswirtschaftlichen Disziplinen sowie im Bereich Sozialökonomik wählen.

Anmeldungen für den MBA Business Information Systems

Ab sofort nimmt die Graduate School Rhein-Neckar Bewerbungen für den bereits 5. Jahrgang des berufsbegleitenden MBA-Studiengangs Business Information Systems entgegen. Die Unterlagen müssen spätestens bis zum 15. Januar 2009 eingereicht werden.
Das Sommersemester startet am 6. Februar 2009. Letztmalig kann der Studiengang in drei Semestern abgelegt werden. Ab dem Wintersemester 2009 erfolgt eine Umstellung auf vier Semester. Ein zusätzlicher Auslandsaufenthalt, z. B. mit dem Besuch von Veranstaltungen an einer renommierten indischen Universität ist möglich.

Boom für private Hochschulen in Nordrhein-Westfalen - Zahl der Studierenden seit 2004 nahezu verdoppelt.

Die Zahl der Studierenden an privaten Hochschulen ist in diesem Wintersemester gegenüber dem Vorjahr um 14 Prozent auf rund 35.000 gestiegen. Diese Zahl gab Innovationsminister Prof. Andreas Pinkwart bekannt. Erst im Oktober hatte das Innovationsministerium mit der „EBZ Business School“ in Bochum, die ab Dezember Studiengänge im Bereich der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft anbietet, die 23. private Hochschule in Nordrhein-Westfalen anerkannt. Damit ist Nordrhein-Westfalen das Bundesland mit den meisten privaten Hochschulen, gefolgt von Baden-Württemberg mit 22 privaten Hochschulen.

Die Zahl der privaten Hochschulen in NRW ist in den vergangenen Jahren stetig angestiegen. Im Schnitt kam in den letzten zehn Jahren jährlich eine neue Hochschule dazu; seit dem Wintersemester 2004/05 hat sich die Zahl der Studierenden nahezu verdoppelt. Pinkwart unterstrich die Bedeutung der nichtstaatlichen Hochschulen: „Unterschiedliche Hochschulformen sind gut für die Hochschullandschaft. Sie schaffen produktiven akademischen Wettbewerb und sind eine wichtige Bereicherung unserer Hochschullandschaft auf dem Weg zum Innovationsland Nr. 1.“ Weitere Anfragen zu Hochschulgründungen liegen dem Ministerium vor. „Ich begrüße diese Entwicklung auch mit Blick auf den notwendigen Ausbau der Hochschullandschaft wegen der zu erwartenden steigenden Studierendenzahlen in den kommenden Jahren sehr“, so Pinkwart.

Aktuelle Studie des Centrums für Hochschulentwicklung (CHE) bestätigt das Reform-Modell der Goethe-Universität

„Stiftungsuniversitäten sind ein wichtiges Reformprojekt für die Entwicklung der Hochschulen in Deutschland.“ Zu diesem Fazit kommt eine aktuelle Studie des renommierten Centrums für Hochschulentwicklung in Gütersloh. Das CHE empfiehlt neben Hessen, Niedersachsen und Brandenburg, in denen bereits Stiftungsuniversitäten existieren, auch anderen Bundesländern, „diesen Weg zu fördern.“ Laut CHE ließen sich vor allem folgende „übergeordnete Erfolgsfaktoren“ identifizieren: „Attraktivitätsgewinn für Stiftungsmittel durch höhere Staatsferne“ sowie „positiv besetzte Wahrnehmung durch höhere Autonomie.“

Insbesondere das seit 1. Januar 2008 in Kraft befindliche Stiftungsmodell der Goethe-Universität Frankfurt findet in den abschließenden zehn Thesen des Berichts gleich mehrfach anerkennende Berücksichtigung:

Stichwort Bürgeruniversität (These 6): Die Studie kommt zu dem Ergebnis, dass die Stiftungsuniversität dann „einen besonderen Stellenwert erfährt, wenn sie auf die Tradition der Bürgergesellschaft zurückgreift und die Verantwortung der Bürgerschaft und nicht die des Staates für die Wissenschaft in den Vordergrund stellt. Dies hat die Universität Frankfurt eindrucksvoll bewiesen. Offenbar ist der symbolische Wert der Universität mit dieser Traditionsbindung erheblich gestiegen.“

Stichwort Personalisierung (These 8): Der Grad der Entfaltung und Wahrnehmung der Stiftungshochschule in ihrem jeweiligen Umfeld sei „entscheidend“ von den leitenden Personen abhängig. „Dabei spielt auch die mediale Präsenz der Stiftungshochschulen, verkörpert durch den jeweiligen Präsidenten, eine wichtige Rolle. Die Erfolge der Universität Frankfurt in der Anfangszeit

weisen auf den Zusammenhang dieser Bemühungen und möglicher Erfolge hin“, so die Studie.

Stichwort Einflussnahme privater Dritter (These 9): Die Studie sieht die Befürchtung, „wissenschaftliche Grundwerte seien durch die Einflussnahme Externer (z.B. Sponsoren, Stifter) auf die Stiftungshochschule gefährdet“, als „gegenstandslos“ an. „An der Stiftungsuniversität Frankfurt wird entsprechend vorgesorgt und ein Ehrenkodex zur Zusammenarbeit mit externen Partnern erstellt“, hebt die Studie hervor. „Auf diese Weise erhöhe sich nicht nur die Transparenz von Art, Form und Umfang der Einflussmöglichkeiten. Sie werden vor allen Dingen zugunsten einer besseren Überprüfbarkeit dargestellt und geregelt“.

Universitätspräsident Prof. Rudolf Steinberg sieht in den Ergebnissen der CHE-Studie „einen eindrucksvollen Beleg für die Richtigkeit des an der Goethe-Universität eingeschlagenen Weges.“ Die Studie mache deutlich, dass das Frankfurter Modell der Stiftungsuniversität bereits weniger als ein Jahr nach seiner Umsetzung auch in der Forschung diskutiert werde. Bemerkenswert sei, so Steinberg, dass die Untersuchung auch die Anstrengungen der Goethe-Universität hervorhebe, das Verhältnis im Umgang mit privaten Dritten transparent zu regeln. Der am 22. Oktober vom Senat der Goethe-Universität einstimmig verabschiedete Kodex zum Umgang mit Zuwendungen privater Dritter stärke die Stiftungsuniversität, weil dieser die auch schon bisher vorhandenen Kriterien für die Annahme solcher Mittel in einem klaren Verfahren niederlege. Auch international erfahre das Frankfurter Stiftungsmodell eine gute Aufmerksamkeit. So hatte sich unlängst der britische Botschafter, Sir Michael Arthur, bei einem Besuch in der Goethe-Universität über die Vorteile der Stiftungsuniversität informiert.

Aufstiegsstipendien kommen hervorragend an

Über 2.700 berufserfahrene Frauen und Männer haben sich in der ersten Auswahlrunde um ein Aufstiegsstipendium des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) beworben. Damit wurden die Erwartungen zur Nachfrage nach einem Studienstipendium für begabte Berufstätige weit übertroffen. Bundesbildungsministerin Annette Schavan machte am Freitag in Berlin die Bedeutung dieser hervorragenden Resonanz deutlich: „Das große Interesse an den Aufstiegsstipendien zeigt die hohe Bereitschaft zum Aufstieg durch Bildung. Wir schaffen mit unserem Stipendium wichtige Anreize zum Studium ohne Abitur." Im nächsten Jahr soll es zwei weitere Auswahlrunden geben.

Bis Ende 2009 ist zunächst die Aufnahme von 1.000 Stipendiatinnen und Stipendiaten geplant. Aufgrund der großen Nachfrage prüft die Bundesregierung derzeit die Möglichkeit einer Aufstockung des Programms. „Mit den Aufstiegsstipendien fördern wir gezielt die bessere Durchlässigkeit zwischen beruflicher und akademischer Bildung", sagte Schavan. „Wir brauchen hier mehr Flexibilität bei der Anerkennung beruflicher Qualifikationen."

Das Programm „Aufstiegsstipendium" ist ein Kernelement der Qualifizierungsinitiative der Bundesregierung „Aufstieg durch Bildung". Es richtet sich insbesondere an diejenigen, die die Möglichkeit des Hochschulzugangs durch die Ausbildung, Fortbildung oder Berufspraxis erworben haben.

„Die Biografien der Bewerberinnen und Bewerber um das Aufstiegsstipendium beweisen schon heute, dass Bildung der Schlüssel für individuelle Aufstiegschancen ist", so die Ministerin. Einige Beispiele für solche Aufstiegsbiografien unter den Bewerbungen verdeutlichen dies: Ein 33-jähriger Industriemechaniker mit Hauptschulabschluss, der bereits einen landesweiten Meisterpreis gewann, und eine 29-jährige gelernte technische Zeichnerin planen zum Beispiel nun das Studium der Ingenieurwissenschaften. Pflegepä-

dagoge ist dagegen das Berufsziel eines 45-jährigen Krankenpflegers, der sich mit einem Bachelor-Studium beruflich neu orientieren möchte. Insgesamt erlangt allein ein Drittel aller Bewerberinnen und Bewerber den Zugang zu einem Studium durch eine Eignungsprüfung oder einen Meistertitel.

Für die erste Auswahlrunde der BMBF-Aufstiegsstipendien werden Anfang Dezember dieses Jahres die ersten Stipendiatinnen und Stipendiaten feststehen. Für Studierende im Vollzeitstudium beträgt das Stipendium 650 Euro sowie 80 Euro Büchergeld im Monat. Zusätzlich wird eine Kinderbetreuungspauschale (113 Euro für das 1. Kind, jeweils 85 Euro für jedes weitere) gewährt. Die Stipendien müssen nicht zurück gezahlt werden. Stipendiatinnen und Stipendiaten, die in einem berufsbegleitenden Studiengang studieren, erhalten jährlich 1.700 Euro für Maßnahmekosten.
Nach Angaben des Statistischen Bundesamts betrug die Zahl der Studierenden an deutschen Hochschulen, die ein Studium aufgrund ihrer beruflichen Qualifikation aufgenommen haben – also ohne formalen Hochschulzugang und ohne zusätzliche Aufnahmeprüfung – zum Stand Wintersemester 2007/08 genau 10.778. Das entspricht 0,56 Prozent aller Studierenden.

www.aufstieg-durch-bildung.info

In Korea gibt's Bratwurst am Stiel, in Deutschland viel zu viele Regeln.

Die BWL-Studenten Hyunjin Yim und Andreas Klein leben über acht Tausend Kilometer voneinander getrennt. Hyunjin Yim in Südkorea in der Nähe von Seoul, Andreas Klein in Mainz-Finthen. Im Wintersemester 2008/09 tauschten die beiden ihre Studienplätze. Die 21-jährige Koreanerin studiert am Fachbereich Wirtschaft der Fachhochschule Mainz, Andreas Klein erweitert seinen Horizont an der Sungkyunkwan University (SKKU) in Seoul. Den Studientausch machte die Organisation ASEMDUO möglich, die die beiden Austauschstudierenden mit jeweils 4.000 Euro unterstützt. ASEMDUO finanziert Austauschprogramme zwischen zwei Partnerhochschulen.

Hyunjin Yim lebt seit drei Wochen am Rhein. An der FH Mainz belegt sie Kurse in International Business, Internationaler Unternehmensführung und in Europäischer und Internationaler Volkswirtschaftslehre. Einen großen Teil ihres Unterrichts widmet sie der deutschen Sprache. Denn auch wenn die Lehrveranstaltungen in Englisch sind, will die junge Koreanerin so viel wie möglich auf Deutsch lernen. Hyunjin hat sich in Mainz gut eingelebt und fühlt sich hier sehr wohl. „Alle sind sehr nett und hilfsbereit", so Hyunjin. Nach einem Besuch auf dem Münchner Oktoberfest war sie sehr froh „wieder zu Hause in Mainz zu sein". Nur das Wetter und die vielen „unverständlichen Vorschriften" machen ihr das Leben etwas schwer. Die Studentin will bis zum Frühjahr in der Landeshauptstadt bleiben und auf alle Fälle die Mainzer Fastnacht erleben.

Während Hyunjin Yim in Mainz studiert, paukt ein „echter Finther-Bub" in Seoul unter anderem Organisationstheorie, Internationale Kommunikation und Management und Kultur in Korea. Der 25-jährige Mainzer ist seit Anfang September an der SKKU. Die Universität wurde im 14. Jahrhundert gegründet und gehört zu den renommiertesten des Landes. Die Bildungsstätte bietet den Studierenden nicht nur eine sehr

hochwertige technische Ausstattung, sondern auch einen besonderen Ohrenschmaus. „Jeden Morgen um 9 Uhr wird am Campus klassische Musik gespielt", berichtet Andreas Klein. Er vermutet, dass es sich um eine Art Motivation für die mit vielen Klausuren geplagten Studierenden handelt. Allein im Fach Organisationstheorie muss der Mainzer fünf Klausuren schreiben; dazu kommen einige Fallstudien und Präsentationen. Aufgrund der hohen Studienbelastung ist das Leben für ihn in Korea im Moment stressiger als in Mainz.

In Seoul fällt der Mainzer schon auf. „Ich bin der einzige Blondschopf zwischen vielen Koreanern", erzählt Klein, der in der 11-Millionen-Stadt so manchmal die Orientierung verliert. Wenn er nicht gerade für Klausuren pauken muss, vermisst er als „echter Finther" die Spargelfelder und die Heimspiele der 05er. „Eine Brezel wäre auch nicht schlecht", so Klein.

Neben dem Studium bereitet sich der Mainzer auf den Seoul-Marathon vor der am 2. November startet. Außerdem versucht er versucht so viel wie nur möglich von der asiatischen Kultur, der Küche und dem Leben in Korea mitzunehmen. Einige Unterschiede hat der BWL-Student bereits festgestellt: In Korea gibt es kein Vollkornbrot und „die Bratwurst wird wie Eis am Stiel gegrillt". Dafür gibt es aber viel Reis und andere leckere Gerichte. Nach dem Ende des Semesters startet er eine Reise durch Japan, China und Südostasien und kehrt zum Sommersemester 2009 an die FH zurück.

Andreas Klein berichtet über seine Zeit in Korea in seinem Blog unter:
www.andiontour.blogspot.com

UNTERNEHMEN

Unternehmen klagen: Bachelor-Studierende haben zu wenig Zeit

Viele Unternehmen blicken mit gemischten Gefühlen auf das neue Hochschulsystem mit den kürzeren Bachelor-Studiengängen. Einerseits begrüßen es die Firmen, dass schneller und praxisorientierter studiert wird. Andererseits fällt es vielen Personalern wegen der zunehmenden Verschulung schwerer, studentische Mitarbeiter als Werkstudenten und Praktikanten zu rekrutieren. Denn wie es scheint, wird Zeit für Studierende zunehmend Mangelware.

„Es soll schneller und verschulter werden und dann soll noch Platz für Praktika geschaffen werden", beschreibt Walter Loibl, Ausbildungsexperte bei der Industrie- und Handelskammer, das Dilemma. Da die Prüfungen jeweils unmittelbar am Anschluss an das Semester stattfinden, hätten die Studierenden heute weniger Möglichkeiten, andere Tätigkeiten unterzubringen. Verstärkend wirke auch, dass viele Unis ihre Studiengänge einfach umetikettieren, sagt Loibl. Sie packen dann den Stoff eines klassischen Diplom-Studiums in das kürzere sechs- bis achtsemestrige Bachelor-Studium.
Eine Befragung von 2.100 Unternehmen im vergangenen Wintersemester ergab, dass die Akzeptanz für Bachelor-Absolventen recht hoch ist: Zwei Drittel finden, dass das reformierte Studium anwendungsorientierter und schneller über die Bühne geht. Mit 58 Prozent hielten jedoch auch weit über die Hälfte ins Studium integrierte Praktika für wichtig bis sehr wichtig.

Ob das zeitlich noch zu machen ist, ist die Frage. Denn das Arbeitspensum eines Vollzeit-Studiengangs in Europa gleicht nach Angaben der Europäischen Kommission einem Vollzeit-Job. „In den meisten Fällen rund 1.500 bis 1.800 Stunden pro Jahr", gibt die Kommission auf ihrer Internetseite an. Auf so viel kommt auch ein Arbeiter mit einer 40-Stunden-Woche samt sechs Wochen Urlaub. Da bleibt kaum Zeit, um neben dem Studium als Werkstudent noch regelmäßig Erfahrungen im Betrieb zu sammeln und etwas Geld zu verdienen.

Und was machen Sie nach dem Studium?

Exklusive Praktika, Traineeprogramme und Stellenangebote speziell für Wirtschaftswissenschaftler finden Sie auf **www.wiwi-online.net**. Durch unsere direkten Kontakte zu führenden Unternehmen bringen wir Sie in die besten Positionen.

Kümmern Sie sich um Ihr Studium,
wir kümmern uns um Ihre Karriere!

wiwi-online.net
Der Begleitfaden für Studium & Karriere

Unternehmenspräsentation
Lidl

Informationen sind die Grundlage für wichtige Entscheidungen.

In Neckarsulm laufen die Fäden zusammen. Auch was die IT betrifft. Die Verfügbarkeit und Verlässlichkeit der Systeme und Prozesse ist ein entscheidender Faktor für unseren Unternehmenserfolg. Die richtigen Informationen müssen zur richtigen Zeit am richtigen Ort abrufbar sein. Unternehmensübergreifende Standards müssen definiert, programmiert und implementiert werden. Denn ohne IT und entsprechende Prozesse bleiben in unseren Filialen die Regale leer. Dass alles wie gewohnt oder sogar besser weiterläuft, gewährleistet der Unternehmensbereich IT, der die über 20 europäischen Landesgesellschaften mit insgesamt über 8000 Filialen bei ihrer täglichen Arbeit mit IT und Consulting aus einer Hand unterstützt.

Was Sie über uns wissen sollten.

Der Handel ist eine Branche mit Zukunft. Daher investieren wir auch in unsere Zukunft: unsere Mitarbeiter. Wir bieten Ihnen flache Hierarchien, kurze Entscheidungswege und die Möglichkeit, schon früh Verantwortung zu übernehmen. Und weil wir nicht glauben, dass IT-Leute nichts weiter zu ihrem Glück brauchen als ab und zu eine Tüte Chips und Cola, bezahlen wir für überdurchschnittliches Engagement überdurchschnittlich gut.

Sind Sie bereit dafür?

Sie sind hoch motiviert, möchten sich weiterentwickeln und haben Spaß an der Arbeit in einem teamorientierten, internationalen Umfeld? Und sind noch dazu Absolvent der Wirtschaftsinformatik, Informatik oder Betriebswirt mit Interesse an neuen Technologien?

Dann sind Sie bei uns genau richtig! Interessante Stellenangebote finden Sie unter www.lidl.de.

Wir freuen uns auf Sie!

www.lidl.de

Sie suchen einen sicheren Job. Wir eine sichere IT.

Dann sollten wir uns sicherheitshalber kennenlernen.

Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG
Mitarbeiter & Soziales · Rötelstr. 30 · 74166 Neckarsulm · bewerbung@lidl.de · www.lidl.de

IT-JOBS BEI LIDL

Lidl lohnt sich.

GELD & BÖRSE

Markttechnik.

Ein schlagkräftiges Arbeitsinstrumentarium für den Börsenanleger

Die Markttechnik oder auch Indikatorlehre gehört zu den jüngsten Teilbereichen der Technischen Analyse und umfasst den gesamten Bereich der Technischen Indikatoren. Ihren Durchbruch erfuhren die Technischen Indikatoren in den siebziger Jahren, Hand in Hand mit der Verbreitung der Personalcomputer in den breiteren Bevölkerungsschichten. Obwohl erste einfache Technische Indikatoren schon wesentlich früher Anwendung fanden, stieg ihre Bedeutung und Verbreitung erst in den letzten vierzig Jahren sprunghaft an. Die Markttechnik ist eine Form der Analyse des Marktes bzw. einzelner Werte, die ausschließlich auf vordefinierten, mathematischen bzw. statistischen Berechnungen basiert und nur durch die Kombination mit anderen Indikatoren relativiert werden kann. Das heißt, Kursverläufe werden nicht mehr nach Kursverlaufsmuster untersucht, sondern mathematisch zerlegt – sie werden geglättet, Verhältnisse zueinander werden verglichen und Ableitungen errechnet.

Was ist ein Technischer Indikator?

Die Bezeichnung „Technischer Indikator“ stellt einen Oberbegriff dar, unter dem sich verschiedene Arten von Indikatoren versammeln. Innerhalb der Indikatorlehre unterteilt man die einzelnen Indikatorarten zunächst nach ihrer inhaltlichen Aussage und dann nach der Art ihrer Ermittlung bzw. Berechnung.

In der ersten Unterteilung unterscheidet man zunächst die markttechnischen Indikatoren, die sich direkt aus dem Kursverlauf eines Basiswertes, dessen Volatilität bzw. dessen Umsatzvolumen ermitteln oder sich aus statistisch-mathematischen Auswertungen ableiten lassen. Daneben werden die „Stimmungsindikatoren“ (Sentimentindikatoren) bzw. die „Volkswirtschaftlichen Indikatoren“ in Gruppen zusammengefasst. Als Stimmungsindikatoren werden all jene Informationen bezeichnet, die sich mit dem Stimmungsbild der Marktteilnehmer im Zusammenhang mit ihrer Erwartung der künftigen Marktentwicklung befassen.

In der zweiten Unterteilung steht die Art der Berechnung im Mittelpunkt. Hier unterscheidet man Indikatoren auf absoluter Berechnungsbasis und Indikatoren auf relativer Basis.

Kompletten Artikel lesen

Studie über Finanzinvestoren:
„Heuschrecke“ ist nicht gleich „Heuschrecke“.

Finanzinvestoren schielen nicht unbedingt nur auf die kurzfristige Steigerung der Aktienkurse. Gerade die viel gescholtenen Private Equity Fonds verfolgen oft das Ziel, das Unternehmen langfristig fit für den Markt zu machen. Ihre Beteiligung ist denn auch meist auf mehrere Jahre ausgerichtet. Bei Hedge Fonds scheint das Bild der Heuschrecke, die nur die kurzfristige Steigerung des Shareholder Value im Blick hat und dann weiter zieht, dagegen eher zu stimmen. Das zeigt eine Studie von Ökonomen der Universität Bonn und der Technischen Universität München.

Während Unternehmensbeteiligungen nur eine von vielen Hedge Fonds-Aktivitäten sind - darunter sind zum Beispiel der Handel mit Rohstoffen, derivativen Finanzinstrumenten oder Währungen -, stellen sie den Kern des Private Equity-Geschäftes dar. Die Forscher untersuchen in ihrer Arbeit die Investitionsmotive dieser Finanzinvestoren am deutschen Kapitalmarkt, der hauptsächlichen Schnittstelle beider Geschäftsmodelle. Dazu nahmen sie 57

Private Equity- und 96 Hedge Fonds-Beteiligungen unter die Lupe.

Sowohl Private Equity- als auch Hedge Fonds sind dafür bekannt, dass sie aktiv in die Geschäftspolitik ihrer Beteiligungen eingreifen. Ein Beispiel ist das mittelständische Modellbau-Unternehmen Märklin. Der Private Equity Fonds Kingsbridge Capital änderte dort unter anderem das Preissystem und implementierte neue Vertriebswege über das Internet. Bei TUI setzten sich die Hedge Fonds MarCap und Wyser-Pratte erfolgreich für die Abspaltung der Schiffsbausparte Hapag-Lloyd ein. Öffentlichkeit und Politik stehen Finanzinvestoren überwiegend kritisch gegenüber. Das gilt insbesondere hierzulande: Ihr Engagement sei nur auf kurzfristige Gewinnmitnahmen ihrer Anteilseigner ausgerichtet. Für den langfristigen Unternehmenserfolg und die Beschäftigungssituation könne das sogar schädlich sein.

Dieses Urteil ist jedoch zu undifferenziert, wie Dr. André Betzer und Jasmin Gider (beide Uni Bonn) sowie Professor Dr. Ann-Kristin Achleitner (TU München) zeigen konnten. Das beginnt schon bei den Geschäftsmodellen: Private Equitiy Fonds zählen zu den geschlossenen Fonds; sie sammeln vor Investitionsbeginn einmalig Geld finanzkräftiger Kapitalgeber ein. Diese Mittel sind dann für eine zuvor festgelegte Laufzeit gebunden. Die Anteilseigner können ihr Kapital nicht vorher abziehen. Kapitalgeber von Hedge Fonds haben dagegen die Möglichkeit, relativ kurzfristig auszusteigen.

Private Equity Fonds wollen den langfristigen Unternehmenserfolg

Schon allein aufgrund dieses Unterschieds engagieren sich Private Equity Fonds viel längerfristig als Hedge Fonds: Im Schnitt stellen die Anteilseigner ihr Kapital für zehn Jahre zur Verfügung. Diese lange Laufzeit nutzen Private Equity Fonds für Maßnahmen, die das Unternehmen langfristig fitter für den Wettbewerb machen. Das Beispiel Märklin verdeutlicht dies; dort nahm Kingsbridge Capital sogar Einfluss auf die Produktpalette. Um ihre Pläne durchzusetzen, streben Private Equity Fonds in der Regel Mehrheitsbeteiligungen an: Die in der Studie untersuchten Fonds hielten meist mehr als 30 Prozent der Unternehmensanteile. „Natürlich stehen auch bei Private Equity Fonds letztlich finanzielle Motive im Vordergrund.“, erklärt André Betzer.

„Sie haben aber länger Zeit, Gewinne zu realisieren, und ergreifen dazu in der Regel nachhaltigere Maßnahmen."

Hedge Fonds zielen auf kurzfristige Kurssteigerungen

Bei Hedge Fonds können die Investoren durchschnittlich nach zehn Monaten ihr Geld wieder abziehen. „Wenn Hedge Fonds in ein Unternehmen einsteigen, wollen sie daher binnen kurzer Zeit einen wahrnehmbaren Effekt erzielen", sagt Professor Dr. Ann-Kristin Achleitner. „Sie setzen dazu vor allem auf Maßnahmen, die sich kurzfristig auf die Börsenkurse auswirken." Dazu gehören beispielsweise Dividenden-Steigerungen, aber auch spektakuläre Personalentscheidungen. So versuchte der Hedge-Fonds Wyser-Pratte vergeblich, den TUI-Vorstandvorsitzenden Michael Frenzel aus dem Amt zu drängen. „Natürlich können auch solche kurzfristig wirkenden Maßnahmen langfristig den Unternehmenserfolg steigern", betont Jasmin Gider. Hedge Fonds steigen oft in Unternehmen mit einer kleinteiligen Aktionärsstruktur ein. Dort fehlt es häufig an einer effektiven Kontrolle des Managements, wie sie normalerweise durch Großaktionäre ausgeübt wird. Hedge Fonds springen in diese Bresche und versuchen, schädliche Entscheidungen zu verhindern - beispielsweise Unternehmens-Übernahmen, die aus ihrer Sicht keinen Sinn machen. Dazu reichen ihnen vergleichsweise geringe Aktienpakete, weil sie ja keinen großen Gegenspieler haben: Im Schnitt halten die Fonds nur gut acht Prozent der Stimmrechtsanteile. Nicht alle Hedge Fonds greifen jedoch in die Geschäftspolitik ein. Ihr Engagement kann auch auf rein spekulativen Motiven beruhen, wie zum Beispiel im Fall Volkswagen.

Als Fazit lässt sich festhalten, dass sich das Investitionsverhalten von Private Equity Fonds und Hedge Fonds in ihrem gemeinsamen Betätigungsfeld nicht annähert. Die Unterschiede in ihren Investitionsmotiven sind weitestgehend auf ihre charakteristischen Geschäftsmodelle zurückzuführen.

STELLENANGEBOTE

vailable
Director of Research
Director
Program
Preservation
Program C
ger
eer
rs
ger
Trainee`s

Stellenangebote

C1 CONEXUS GmbH
Praktikanten (m/w)
–
TUI Travel PLC
Referent (w/m) Controlling Europa Mitte
–
PricewaterhouseCoopers
Hochschulabsolventen (w/m) und Teammanager (w/m) für den Bereich Assurance Financial Services
–
Volksbanken Raiffeisenbanken
Aufstiegschancen beim Top-Arbeitgeber
–
Deutsche Ärzte Finanz Beratungs- und Vermittlungs AG
Finanzberater oder -beraterin
–
Deutsche Postbank AG
Trainee Finanzmanager (m/w)
–
HSBC Trinkaus & Burkhardt AG
Vorstandsassistent (m/w)

Wüstenrot&Württembergische AG
Stabsmitarbeiter/in Rechnungswesen
–
IBM Deutschland GmbH
Consultant SAP Supply Chain Management
–
OBI Bau- und Heimwerkermärkte GmbH & Co. Franchise Center KG
Trainee Finance (m/w)
–
KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Mitarbeiter (m/w) Recruitment Operations Berlin
–
WiWi-Media AG
Persönlichkeiten (m/w)
–
FAS AG
Consultant im Bereich Industry
–
Deutsche Akademikerfinanz
Finanzberater (m/w)

Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG
Assistent (m/w) für den Einkauf Food
–
Deutsche Post World Net
Management Consultants (m/f)
–
Deloitte
Praktikant (m/w) Reorganisation Services mit Schwerpunkt Telekommunikation, Düsseldorf
–
Deutsche Bundesbank
Betriebswirte (m/w) / Wirtschafts-informatiker (m/w)
–
Tchibo GmbH
Praktikant Strategische Unternehmensentwicklung m/w
–
Bertelsmann AG
Junior Projektmanager SCM (m/w)
–
Lidl Stiftung & Co. KG
Einkaufsleiter International (w/m)

MLP Finanzdienstleistungen AG
Financial Trainee
–
BearingPoint
Junior-Berater (m/w) Financial Services (Banking/Insurance)
–
BDO Deutsche Warentreuhand AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Hochschulabsolventen (w/m) für den Bereich Internal Audit Services, München

BUSINESS SCHOOLS

Auslandssemester an Europas Nr. 1 für Immobilienmanagement

Student der International Business School (IBS) in Lippstadt-Bad Waldliesborn erwirbt sich an der Henley Business School das Rüstzeug für die internationale Karriere

Für Studenten mit dem Schwerpunkt Immobilienmanagement ist sie die Nr. 1 in Europa: Die Universität in Reading im Osten von London mit der Henley Business School. Und wie alle Universitäten mit hervorragendem Ruf kann sie sich ihre Studenten aussuchen. In diesem Sommer fiel die Wahl u.a. auf Sven Ole Koch (22), Student der International Business School in Lippstadt-Bad Waldliesborn. Der junge Mann, der hier seit zwei Jahren Internationale Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Immobilienmanagement studiert, absolviert hier sein Auslandssemester. Ein Traum ging damit für den 22-jährigen gebürtigen Flensburger in Erfüllung, der an der Lippstädter International Business School schon durch außeruniversitäres Engagement wie der Projektleitung des XV. Wirtschaftssymposiums, der Gründung der Marketing AG sowie dem zweiten Vorsitz in der Students´ and Alumni Association e.V. auffiel.

„Jeder Student, der Immobilienmanagement studiert, sollte versuchen, in Henley einen Platz zu bekommen. Doch das ist gar nicht so einfach, denn die University setzt gute bis sehr gute Noten voraus“, resümiert Koch. „Ich finde mein Auslandssemester sehr interessant, weil ich so lerne, neue Herausforderungen zu bewältigen, andere Sicht- und Arbeitsweisen und eine andere Kultur erfahren kann“, so Koch. Der Immobilien-Student hat bisher Praktika bei der Immobilienfondsgesellschaft HCI Capital AG in Hamburg und beim Gewerbeimmobilienportal Tekton Consulting in Barcelona, Spanien, absolviert. Seinem Berufswunsch nach der Mitarbeit an der Entwicklung von Immobilienfonds oder der Beratung bei Fusionen und Akquisitionen ist er mit dem Auslandssemester sicher ein ganzes Stück näher gekommen: „Die Henley Business School hat 7000 Studenten und ist daher entsprechend organisiert.“ fügt Herr Koch hinzu. „Anders ist auch

die Art und Weise des Unterrichtens. Man unterscheidet zwischen Lectures, also Vorlesungen, Seminaren und Tutorials. Besonders bemerkenswert ist, wie die Dozenten in den Vorlesungen bemüht sind, den Vortrag lebendig zu gestalten – meist mit Hilfe von PowerPoint-Präsentationen, aber auch mit Diskussionen und Konversation mit einzelnen Studenten. Der Bezug zur Praxis ist immer da – auch in den Prüfungen übrigens, die häufig in Rollenspielen ablaufen."

Sven Ole Koch wird viele neue Eindrücke und Erfahrungen, eine Verbesserung seiner Englischkenntnisse und natürlich Kontakte zu internationalen Unternehmen mitnehmen, wenn er Ende des Wintersemesters an die International Business School in Lippstadt zurückkehrt, um hier sein Studium abzuschließen.

„Den Schwerpunkt Immobilienmanagement haben wir vor zwölf Jahren ins Studienprogramm aufgenommen. Inzwischen sind die Absolventen auf dem Arbeitsmarkt begehrte Spezialisten," so Studienleiter Dr. Matthias Zünkler. "Früher waren Maklerberufe und Immobilienspezialisten Quereinsteiger aus anderen Branchen, heute kann man im IBS Studium ganz gezielt das Handwerkszeug für das Immobilienmanagement erwerben". Immobilienmanagement umfasst sowohl immobilienwirtschaftliche Aspekte von der Erschließung eines Baugebiets über die Betreuung und Verwaltung von Mietobjekten bis hin zu immobilienrechtlichen Aspekten. Die hohen Vermittlungsquoten der Absolventen belegen, dass auf dem Arbeitsmarkt ein großer Bedarf besteht: „Immobilienmanagern stehen viele Berufsfelder offen: Als klassischer Immobilienmanager, als Berater für Kapitalanlagen bei Banken und Unternehmensberatungen, als Projektentwickler oder Facility Manager", betont Dr. Zünkler.

Weitere aktuelle Informationen über die International Business School (IBS)
www.ibs-lippstadt.de

Hilfe in der Finanzkrise: Open University setzt sich für Verbraucheraufklärung und Weiterbildung von Bankservicemitarbeitern und Führungskräften ein.

In Großbritannien laufen angesichts der Finanzkrise öffentlich geförderte und von der Finanzregulierungsbehörde genehmigte Fernseh- und Weiterbildungsprogramme an, um Anleger und Kreditnehmer über Risiken aufzuklären. Dabei geht es um eine Reihe von gleichermaßen informativen wie auch brisanten Themen: Warum werde es den britischen Verbrauchern zu leicht gemacht, Schulden zu machen? Wieso haben viele Anleger nicht genau hingesehen, als ihnen Bankberater „faule" Finanzanlagen verkauften? Weshalb sind Zehntausende Eigenheimbesitzer - trotz Hilfen der britischen Regierung - von Zwangsversteigerungen betroffen?
Fast 40 Prozent der Briten wohnen in Eigentum. Gut 8,2 Millionen Haushalte haben Hypotheken aufgenommen. Die Autoren der Serie stellen die kritische Frage, warum der Besitz eines eigenen Hauses so stark in der britischen Mentalität verwurzelt ist, dass die meisten lieber extrem hohe Schulden in Kauf nehmen, als zur Miete zu wohnen, auch wenn sie es sich nicht leisten können.

„Hier sind Aufklärung und eine Änderung der Einstellungen bitter nötig", erklärte Janette Rutterford, Professorin für Finanzmanagement an der OU Business School und Ratgeberin der TV-Produktion, ihren 40 Gästen, die ihrem Vortrag zur weltweiten Kreditkrise in Frankfurt am Main im Oktober besuchten. Die Deutschen seien von der Schuldenfalle nicht so stark betroffen wie viele Engländer oder Amerikaner, meint Rutterford. „Zahlungsunfähige Wohnungs- oder Hauseigentümer in Großbritannien schieben ihre Schulden fürs Häuschen zwischen ihren sechs oder sieben Kreditkarten hin und her und zahlen auf ihre Hypothekenzinsen 25 – 30 Prozent Kleinkreditzinsen an die Kreditkartenbank", führte die Finanzexpertin aus. Dies könne weder für den Einzelnen noch für die Kreditkartenkonzerne lange gut gehen. So sei es in England durchaus üblich, mehrere Kreditkarten zu haben. Oft sind es Menschen, die mit Geld nicht so gut umgehen können. Wenn dann das Auto auf Leasing, das Haus auf Kredit und die

Einkäufe über die verschiedenen Kunden- und Kreditkarten laufen, ende das schnell in einer finanziellen Katastrophe. Die Professorin kritisierte in diesem Zusammenhang auch die englischen Banken, die oft sehr leichtfertig Karten ausstellten, ohne die Bonität ihres Kunden zu überprüfen. „Wir leisten auf beiden Seiten Wissensvermittlung und Aufklärung", sagte die Professorin.

Erst kürzlich erhielt die Open University 100.000 Britische Pfund vom Verband der britischen Wirtschaftsprüfer (Association of Chartered Certified Accountants) zur Erstellung weiterer Schulungs- und Aufklärungsmaßnahmen in der Finanzkrise. Dabei handelt es sich um ganz unterschiedliche Programme. So wurden Finanz-Blogs für Jedermann auf der offenen OU-Open2.net-Website eingerichtet. Hier veröffentlichen OU Business School-Experten, so auch Professor Rutterford, allgemeine Informationen zur Wirtschaft, zum Umgang mit Geld und Finanzprodukten, beantworten Fragen und moderieren Foren. Die Zielgruppen und Programme der Open University sind unterschiedlich. „Wir haben Weiterbildungsprogramme für den Durchschnittsverbraucher, für ethnische Minoritäten, für unsere Studenten, aber auch für Manager und Geschäftsführer eingerichtet", erklärt Rutterford. Ein Kurs mit Abschlusszertifikat richtet sich speziell an Finanzserviceberater in Call Centern oder bei Banken. Für Fach- und Führungskräfte bietet die OU Business School auch bestimmte Module auf akademischem Niveau an, so beispielsweise der Kurs „Investment in a Uncertain World". Banker, Führungskräfte im Management oder Selbstständige können auch einen anerkannten Abschluss in Finanzdienstleistungen abschließen. Innerhalb der MBA- oder Finance-Masterprogramme kommen ihnen Module wie „Kernpunkte der internationalen Finanz- und Investmentwelt" zugute.

Die Pleite der US-Investmentbank Lehman Brothers hat auch vielen Anlegern in Deutschland schmerzhaft vor Augen geführt, dass nicht immer alle Bankprodukte sicher sein müssen. Wiederholte Hinweise von Verbraucherschützern haben viele Anleger, aber auch offenbar die Berater nicht sonderlich ernst genommen. Besonders in der Kritik stehen Banken, die falsch beraten haben sollen und Anlegern Produkte anboten, die an ihrem Bedarf vorbeigingen. „Nur, letztendlich ist jeder individuell selber verantwortlich, was er kauft. Wissen ist Macht, für Käufer und Verkäufer gleichermaßen", sagt Janette Rutterford.

Social Networking - Deutschlandweit einmaliger Kurs an der HHL

Nach einem kürzlich erschienen Artikel in dem US-amerikanischen Magazin MIT Sloan Management Review gehört zu einem Unterscheidungsmerkmal guter Manager ihre Fähigkeit zur Aufrechterhaltung und intelligenten Nutzung großer, weitverzweigter Netzwerke. Diese sozialen Netzwerke sollten über Organisationsgrenzen hinweg reichen und durch Mitglieder mit einem profunden Erfahrungshintergrund gekennzeichnet sein.

Der Relevanz sozialer Netzwerke für die Wirtschaftslenker von heute Rechnung tragend, bietet die Handelshochschule Leipzig (HHL) ihren Studenten aus dem Vollzeit-MBA-Programm International Management den Kurs Social Networking an. HHL-Gastdozent Professor Christopher R. Tunnard von der Tufts University/ Fletcher School (USA): „Der Kurs Social Networking ist an einer deutschen Wirtschaftshochschulen einzigartig. Selbst an den renommierten Business Schools in den USA halten Kursangebote dieser Art eben erst Einzug. Sie kommen vielfach aus dem Bereich der Soziologie."

Der speziell konzipierte Kurs bietet den HHL-Studenten Einblicke in die grundlegenden Konzepte und Analysen sozialer Netzwerke. Studenten untersuchen ihre eigenen sozialen und beruflichen Netzwerke und ziehen Schlussfolgerungen hinsichtlich ihrer konkreten Anwendung, beispielsweise bei der Suche nach einem neuen Arbeitsplatz. Außerdem erlernen sie Methoden, die Manager einsetzen können, um soziale Netzwerke zu erkennen und sich ihnen anzuschließen. Weiterhin werden die Studenten mit Technologien und deren Einfluss auf die Erschließung neuer sozialer Netzwerke vertraut gemacht.

FORSCHUNG & LEHRE

FH Düsseldorf: „Absatzbezogene Strategien der Internationalisierung des Lebensmittel-Discountmarkts“ - Neue Studie erschienen.

Die dritte Ausgabe der Forschungsberichte des Fachbereichs Wirtschaft der Fachhochschule Düsseldorf (ISSN 1866-2722) ist erschienen. Der Autor, Prof. Dr. Manfred Turban, Professor für internationales Handelsmarketing, hat zusammen mit Julia Wolf, einer Absolventin des Fachbereichs Wirtschaft, die Frage untersucht, welche Internationalisierungsstrategien die deutschen Lebensmittel-Discountmarkt-Betreiber Aldi und Lidl anwenden und sie miteinander verglichen.

Gerade die aktuelle wirtschaftliche Entwicklung in den USA und Großbritannien und die Änderungen im Konsumentenverhalten eröffnen den Discountmärkten erhebliche Potenziale, deren Nutzung sich aber auch mit großen Herausforderungen im Management verbindet. In dem Forschungsbericht wird deutlich gemacht, dass die beiden Discountmarkt-Betreiber zwar eine vergleichbare Vorgehensweise beim Aufbau der Filialnetze im Ausland durch die eigenständige Errichtung neuer Verkaufsstellen eingeschlagen haben, dass sich ihre Vorgehensweisen - etwa bei der Auswahl der Zielmärkte, dem Zeitpunkt, dem Ressourceneinsatz und der Steuerung der Auslandsgesellschaften - allerdings stark unterscheiden. Auch die langfristig verfolgten Unternehmensziele unterscheiden sich nachdrücklich. Die unterschiedlichen Geschwindigkeiten der Auslandsexpansion führten dazu, dass Lidl - obwohl mit der Auslandsexpansion elf Jahre später als Aldi gestartet - inzwischen über größere Filialnetze im Ausland

verfügt als Aldi und höhere Umsätze in Ausland erlöst. Dieser Erfolg wurde aber mit höheren Erschließungskosten, einer niedrigeren Leistungsstruktur der Verkaufsstellennetze im Ausland und höheren Unternehmensrisiken erkauft. „Aus den unterschiedlichen Geschwindigkeiten beim Aufbau der Verkaufsstellennetze im Ausland ergab sich allerdings auf den Auslandsmärkten eine Umkehrung der Wettbewerbskonstellation zwischen Aldi und Lidl, die sich in einer großen Zahl von Ländern als direkte Wettbewerber gegenüberstehen", schlussfolgert der Experte. Interessierte können sich die aktuelle Studie kostenlos downloaden:

Weitere Informationen

Lehrstuhl der TU München und DSW analysieren Vorstandsgehälter

Der Wirtschaftswissenschaftler Gunther Friedl vom Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre - Controlling der Technischen Universität München und die Deutsche Schutzvereinigung für Wertpapierbesitz (DSW) haben wie bereits im letzten Jahr die Vorstandsvergütung der 30 DAX-Unternehmen unter die Lupe genommen. Demnach erhielt ein durchschnittliches Mitglied eines DAX-Vorstands in 2007 eine Vergütung im Wert von 2,93 Mio. Euro. Die Gehälter der deutschen Manager sind damit im vergangenen Jahr durchschnittlich um 7,75 Prozent gestiegen. Im Gegensatz zum letzten Jahr, in dem auch die fixen, erfolgsunabhängigen Bezüge relativ stark angestiegen sind, rührt der Anstieg in diesem Jahr vor allem von einem Anstieg der variablen Barbezüge her. Diese sind im Großen und Ganzen durch den Anstieg der Unternehmensgewinne begründet. Die Vorstandsvorsitzenden erhielten mit durchschnittlich 4,77 Mio. Euro 9,03 Prozent mehr als in 2006.

Die Vergütung besteht zum einen aus der fixen und der variablen Barvergütung. Diese machten im DAX in 2007 ca. 26 Prozent bzw. 56 Prozent der Gesamtvergütung aus. In 24 der 30 Unternehmen wurden außerdem Vergütungsbestandteile gewährt, die in irgendeiner Form vom Aktienkurs des Unternehmens abhängig sind. Die Ausgestaltung dieser aktienkursbasierten Vergütung reicht von der freiwilligen Zeichnung von Wandelanleihen über die Ausgabe von Bezugsrechten hin zur Ausgabe von echten oder virtuellen Aktien und Aktienoptionsplänen. Diese machten im Schnitt 18 Prozent der Gesamtvergütung aus mit einem durchschnittlichen Gegenwert von 531 Tsd. Euro pro Vorstandsmitglied. Dazu kommen noch Pensionszusagen und Einmalzahlungen wie bspw. Abfindungen.

Im internationalen Vergleich hat die Vergütung in Deutschland inzwischen ein sehr hohes Niveau erreicht. Der Baranteil liegt über demjenigen in vergleichbaren Unternehmen in

Frankreich, der Schweiz oder den USA. Allerdings spielen in Deutschland aktienbezogene Vergütungsbestandteile eine deutlich geringere Rolle als beispielsweise in den USA oder in der Schweiz. Die DSW und Gunther Friedl sprechen sich dafür aus, dass die Unternehmen einen höheren Anteil der variablen Bezüge von längerfristigen Erfolgsschwellen abhängig machen. Dies kann etwa durch eine stärkere Vergabe von Aktien oder Stock Options erfolgen oder auch, indem die Tantiemen oder Boni nicht an einem einzelnen Jahresergebnis, sondern von Mehrjahres-Durchschnittskennzahlen abhängig gemacht werden. Einige Firmen, wie bspw. die Allianz und die Deutsche Bank, machen dies bereits vor.

Den Spitzenplatz bei der Vorstandsvergütung belegt erneut die Deutsche Bank. Ein einfaches Vorstandsmitglied verdiente dort in 2007 durchschnittlich 7,55 Mio. Euro, davon 4,94 Mio. Euro in bar zuzüglich Aktienoptionen im Wert von 2,61 Mio. Euro. Mit einem ordentlichen Abstand folgt auf Platz 2 mit 4,67 Mio. Euro die Merck KGaA, bei der sich vor allem das um über 250 Prozent gesteigerte Konzernergebnis positiv auf die variable Barvergütung ausgewirkt hat. Daimler und Siemens belegen die Folgeplätze mit ebenfalls noch durchschnittlich über 4,2 Mio. Euro. Kritisch anzumerken ist, dass die durchschnittliche Vergütung eines Vorstandsmitglieds der TUI AG um satte 85 Prozent auf 2,732 Mio. Euro gestiegen ist, nachdem die TUI nach einem Konzernverlust in 2006 im Geschäftsjahr 2007 ein gerade mal leicht positives Konzernergebnis ausweisen konnte.

Spitzenverdiener unter den Vorstandschefs war abermals Deutsche-Bank-Chef Josef Ackermann, der 9,45 Mio. Euro in bar und darüber hinaus Aktienoptionen im Wert von 4,53 Mio. Euro erhielt. Auf den Rängen zwei und drei folgen Daimler-Chef Dieter Zetsche mit insgesamt 10,01 Mio. Euro und Wolfgang Reitzle von der Linde AG mit insgesamt 8,06 Mio. Euro. Schlusslicht ist Postbank-Chef Wolfgang Klein mit 1,53 Mio. Euro.

Friedl und die DSW sprechen sich für eine stärkere Standardisierung jener Angaben aus, die das VorstOG vorschreibt. Nichtsdestotrotz ist die Transparenz der Vorstandsvergütung in den 30 DAX-Unternehmen inzwischen recht hoch. Schaut man sich dagegen die 50 Unternehmen des nächst „tieferen“ Indizes MDAX an, so stellt man fest, dass – trotz einiger sehr positiver Ausnahmen – die Transparenz dort bereits deutlich nachlässt.

Projektwissensmanagement trägt nachweislich zum Erfolg von Projekten bei

Auf rund 150 Milliarden Euro schätzen Experten die Schäden, die jährlich durch fehlerhafte Projektabwicklung entstehen. Und zwar allein in Deutschland. Angesichts dieser Größenordnung wird klar, welch enormes Potenzial in der Verbesserung des Managements von Projekten liegt. Welche Rolle spielt dabei der Umgang mit der strategischen Ressource Wissen? Eine aktuelle Studie der Managementberatung Horváth & Partners und dem Strascheg Institute for Innovation and Entrepreneurship (SIIE) in Kooperation mit der GPM Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement e.V. zeigt auf: Richtig angewandt verbessert Projektwissensmanagement (PWM) die Effizienz und Effektivität von Projekten nachweislich.

An der Befragung nahmen 496 Personen aus Unternehmen unterschiedlichster Branchen und Größen sowie öffentliche Organisationen in Deutschland, Österreich und der Schweiz teil. 69 Prozent der befragten Unternehmen schätzen das Potenzial des Konzepts als hoch ein. Eine wichtige Erkenntnis angesichts der zunehmenden Bedeutung von Projektarbeit. „Der Anteil der Projektarbeit an der Gesamtwertschöpfung wird sich bis 2020 in etwa versiebenfachen. Doch bisher erreichen nur 13% aller Projekte ihre strategischen und operativen Ziele“, so Professor Dr. Andreas Wald vom SIIE Competence Center Projektmanagement des Strascheg Institute for Innovation and Entrepreneurship (SIIE) der European Business School.

„Die Potenziale des Projektwissensmanagements reichen von der Vermeidung von Doppelarbeit und Wiederholungsfehlern über die Verbesserung der

Genauigkeit von Schätzungen bis hin zur Erzielung von Synergieeffekten in parallel ablaufenden Projekten", erläutert Bastian Hanisch von Horváth & Partners. „Das systematische Generieren von Wissen in Projekten und die strukturierte Weitergabe in neue Projekte und die Linienorganisation zahlt sich für Organisationen aus." So ergab die Studie: Über 50 % der Unternehmen mit hohem Projektwissensmanagement-Erfolg erzielen auch hohe Erfolge in der Projektabwicklung. Umgekehrt weisen 57 % der Unternehmen mit geringem Projektwissensmanagement-Erfolg auch einen geringen Projekterfolg auf.

Die Untersuchung liefert außerdem Erkenntnisse über die Erfolgsfaktoren, die für die Entfaltung der bestmöglichen Wirkung des PWM maßgeblich sind: ein konkreter Verantwortlicher und Ansprechpartner, die Integration externen Wissens, die systematische Förderung von Wissensaustausch auf informeller Ebene sowie – was die Informationstechnologie betrifft – eine selbsterklärende Ablagestruktur. Besondere Bedeutung hat die Unternehmenskultur. „Weiche Faktoren wie gegenseitiges Vertrauen oder eine konstruktive Fehlerkultur haben großen Einfluss auf die Effizienz des Projektwissensmanagements", so Ana Müller, Mitautorin der Studie und wissenschaftliche Mitarbeiterin am SIIE.

Projektwissensmanagement bezeichnet das Generieren, Suchen, Speichern und Verteilen von Wissen im Projektkontext. Dabei lassen sich drei Kategorien unterscheiden: Wissen innerhalb von Einzelprojekten, Wissen über eine Gruppierung von Projekten, Wissen aus der Durchführung vergangener Projekte.

Buchvorstellung.

Mikroökonomik - frisch gezapft!
Erfahrungen zeigen, dass Menschen vom Vorurteil, bei der Mikroökonomik handele es sich um ein wenig relevantes Fach, sehr schnell abrücken, wenn sie verstehen, dass sie selbst ständig ökonomische Entscheidungen treffen. Der Alltag ist damit der ideale Anknüpfungspunkt für Erläuterungen ökonomischer Zusammenhänge.
Das Buch weicht vom üblichen Angebot ab: Dieser Basiskurs der Mikroökonomik ist als Dialog zweier junger Leute in einer Kneipe konzipiert. Dabei werden Beispiele aus dem unmittelbaren Erfahrungshorizont der Kneipe verwendet – der Bierkonsum, die Bierherstellung, der Konsum von Rauchwaren, die Jukebox, Kneipenspiele, die für den Kneipenbesuch verwendeten Verkehrsmittel.
Prof. Dr. Axel Freudenberger

Weitere Informationen

Get involved. Spread the word!
spreadlinux.com

SLPIRNEUAXD

VERANSTALTUNGEN

OPERS

CAMPUS FOR TAXATION 2009

26. FEBRUAR 2009 | VALLENDAR | DEUTSCHLAND

Die WHU – Otto Beisheim School of Management in Vallendar ist inzwischen bundesweit bekannt für ihre hochklassigen und erfolgreichen Kongresse. So ziehen Veranstaltungen wie der Campus for Finance, forum WHU oder IdeaLab! bereits seit einigen Jahren regelmäßig Topstudenten aus dem deutschsprachigen Raum, aber auch hochkarätige Vertreter aus Forschung, Wirtschaft und Gesellschaft in die Kleinstadt am Rhein bei Koblenz. Im Februar 2009 wird die Riege der erfolgreichen WHU Kongresse mit dem Campus for Taxation um eine weitere Veranstaltung ergänzt, die sich vorrangig mit nationalen und internationalen Themen der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre befassen wird.

Ein spannendes Thema mit topaktuellem Bezug…

In seiner Erstauflage unter dem Titel „Race to the bottom? Besteuerung internationaler Unternehmen in Europa“ wird sich der Campus for Taxation mit aktuellen Fragen zum Steuerwettbewerb in Europa und der Unternehmensbesteuerung im internationalen Kontext befassen. Die Redebeiträge und Diskussionen werden sich dabei einem breit gefächerten Themenkomplex vom Status Quo der nationalen steuerrechtlichen Abgrenzung und nationaler Steuersenkungen über die alltägliche Praxis der Steuerplanung in Unternehmen bis hin zu aktuellen Entwicklungen der Harmonisierung des Steuersystems, aber auch des Steuerwettbewerbs innerhalb Europas widmen.

Spitzenredner aus Politik, Wirtschaft und Forschung

Bereits zur Erstauflage des neu geschaffenen Kongresses dürfen sich die Teilnehmer auf eine große Zahl namhafter Redner aus verschiedenen Gesellschaftsbereichen freuen.

So konnte mit Hans Eichel der ehemalige Bundesfinanzminister der SPD unter der Regierung Schröder zu einem Vortrag zum Thema Steueroasen gewonnen werden.

Darüber hinaus erwarten die Teilnehmer mit Prof. Dr. Dr. h.c. Franz W. Wagner vom Lehrstuhl für Betriebswirtschaftliche Steuerlehre der Eberhard-Karls-Universität Tübingen und Prof. Dr. Ralf Maiterth vom Lehrstuhl für Betriebswirtschaftliche Steuerlehre der Leibniz Universität Hannover zwei führende Vertreter aus Forschung und Lehre. Auch die Wirtschaft ist mit einer

Reihe hochkarätiger Redner vertreten:
• Hans-Martin Eckstein, Wirtschaftsprüfer / Steuerberater PricewaterhouseCoopers AG, International Tax Partner
• Marion Farnschläder, Steuerberaterin Deloitte & Touche GmbH, Geschäftsführende Partnerin Steuerabteilung
• Prof. Dr. Stefan Köhler, Steuerberater Ernst & Young AG, Head of International Tax Core Services Deutschland
• Prof. Dr. Detlev J. Piltz, Rechtsanwalt, Fachanwalt für Steuerrecht Flick Gocke Schaumburg, Partner
• Robert Risse, Rechtsanwalt Henkel KGaA, Head of Global Tax Group
• Dr. Wolfgang Zieren, Steuerberater KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft AG, COO Tax Deutschland.

Unternehmensworkshops und mehr…

Das Programm des Campus for Taxation 2009 wird sich jedoch nicht allein auf Redebeiträge beschränken. Vielmehr werden zahlreiche Unternehmensworkshops und Kamingespräche den Teilnehmern die Möglichkeit bieten, sich im persönlichen Gespräch mit den Experten aus Wissenschaft und Praxis auszutauschen und dabei wertvolle Kontakte zu knüpfen. Das Programm des Kongresses ist darauf ausgerichtet, durch abwechslungsreiche Fachvorträge und vielfältige Möglichkeiten zum direkten Austausch zwischen Teilnehmern und Experten in lockerer Atmosphäre den größtmöglichen Erkenntnisgewinn für alle Beteiligten zu generieren.
Für einen angemessenen Ausklang des Kongresses wird ein abendliches Galadinner im historischen Kellergewölbe der WHU – Otto Beisheim School of Management sorgen.

Teilnehmer aus dem gesamten deutschsprachigen Raum…

Der Campus for Taxation richtet sich an eine breite Teilnehmerzielgruppe. Grundsätzlich für die Teilnahme geeignet sind Studierende und Doktoranden mit Schwerpunkten in Steuern, Rechnungswesen und Finanzierung sowie Führungskräfte in Unternehmen aus den genannten Bereichen. Zudem bietet der Kongress eine interessante Diskussionsplattform für Steuerberater und Wirtschaftsprüfer.
Um Studenten die Teilnahme am Kongress zu erleichtern wird für sie eine individuelle Reisekostenunterstützung und eine kostenlose Übernachtung für sie bereitgestellt.
Auch andere Teilnehmer, die eine Übernachtungsmöglichkeit in Vallendar und Umgebung suchen, werden hierbei organisatorisch unterstützt.
Bewerbungen für den Campus for Taxation 2009 sind ab sofort auf der Homepage www.campusfortaxation.com möglich. Hier finden sich auch weiterführende Informationen zum Inhalt und Ablauf des Kongresses.

Nach der Messe ist vor der Messe.

Zum 12. Mal fand am 5. November die HOKO¨-HOCHSCHULKONTAKTMESSE an der Hochschule München statt.

Bei wunderschönem Wetter fanden sich, ersten Hochrechnungen zufolge, nahezu 5000 Besucher in der Lothstrasse 64 ein. Sie alle folgten dem diesjährigen Motto "Das Leben ist zu kurz für den falschen Job!" und machten sich auf die Suche nach ihrem persönlichen Traumjob.

Auch dieses Jahr purzelten die Rekorde. Angefangen bei den großen, namhaften Konzernen bis hin zu den kleineren Mittelständlern waren 128 Firmen auf der Messe vertreten und boten Praktika, Werkstudentenstellen, Abschlussarbeiten und auch Festanstellungen an.

Zum ersten Mal fand in Kooperation mit der Zeitung DIE ZEIT das ZEIT CAMPUS FORUM statt. Die Diskussionsrunde war hochkarätig besetzt und kam bei den anwesenden Studierenden sehr gut an. Vertreter von Brose Fahrzeugteile GmbH & Co. KG, Deutsche Bahn AG, Lufthansa Technik AG und PricewaterhouseCoopers AG beantworteten in einer offenen Podiumsdiskussion Fragen zum Thema „Neue Stadt, neue Branche, neuer Job - Wie flexibel muss ich sein?" und konnten viele hilfreiche Tipps geben.

Die monatelangen Vorbereitungen des 17-kšpfigen Organisationsteams haben sich gelohnt: das Feedback der beteiligten Firmen war durchweg positiv. Die gute Organisation und der reibungslose Ablauf am Messetag wurden sehr geschätzt.

Auch der neue Dekan der Fakultät, Herr Prof. Dr. Englberger, war sowohl mit der Veranstaltung als auch dem guten Projektmanagement des Teams sehr zufrieden.

In den letzten Jahren ist die HOKO zu einer festen Institution an der Hochschule München geworden und die Projektleitung der nächsten HOKO wird alles daran setzen, dass dies so bleibt. Schon bald wird das neue Team seine Arbeit aufnehmen und mit der Organisation der nunmehr 13. HOKO beginnen.

Veranstaltungen im Dezember 2008 u

BUSINESS SCHOOL EVENTS

02.12.2008, Coventry, UK
MBA Drop-in Session Warwick Business School

02.12.2008, London, UK
Regent's College Campus London Open Day

03.12.2008, Lancaster
Lancaster University Campus Tour

04.12.2008, Wien
Open Information Evening - Webster University

05.12.2008, Bad Honnef
Open Campus Day - Int. FH Bad Honnef

06.12.2008, München
MBA Warm-Up Munich Business School

08.12.2008, München
Bewerbertag Assurance Industrial Services 2008
PricewaterhouseCoopers

09.12.2008, Coventry, UK
MBA Drop-in Session Warwick Business School

10.12.2008, Arnhem, NL
Info Evening - Arnhem Business School

10.12.2008, Zurich
Info Sessions SBS Swiss Business School

10.12.2008, Zurich
Infotag Strathclyde Business School, Swiss Centre

11.12.2008, Lausanne, Switzerland
Information Session @ EHL

13.12.2008, Köln
Tag der offenen Tür, Cologne Business School

15.12.2008 - 16.12.2008, Kiel
Executive Course - Murmann School

16.12.2008, Berlin
TiasNimbas INFO SESSION: MBA

17.12.2008, Lippstadt
Infoabend an der IBS Lippstadt

nd Januar 2009

17.12.2008, Nijmegen, NL
Info Evening - Arnhem Business School

06.01.2009, London
Regent's College Campus London Open Day

09.01.2009, Dortmund
Studieninfotag am ISM Campus in Dortmund

14.01.2009, Zurich
Infoabend Strathclyde Business School, Swiss Centre

16.01.2009, Frankfurt
Studieninfotag am ISM Campus in Frankfurt

17.01.2009, Köln
Tag der offenen Tür - Cologne Business School

17.01.2009, Leipzig
EINSTIEG Abi Karrieretag - Leipzig

20.01.2009, Bonn
TiasNimbas INFO SESSION: MBA

22.01.2009, Munich
TiasNimbas INFO SESSION: MBA

23.01.2009, München
Studieninfotag am neuen ISM-Campus in München

24.01.2009, Lippstadt
Tag der offenen Tür an der IBS Lippstadt

29.01.2009, Neuhausen a.d.F.
Tag der offenen Tür - HS der Sparkassen-Finanzgruppe

31.01.2009, London
Meet the MBA - SDA Bocconi

31.01.2009, Nijmegen, NL
Open Day - Arnhem Business School

31.01.2009, Paris
Meet the MBA - SDA Bocconi

Veranstaltungen im Dezember 2008 u

KONFERENZ / KONGRESS

15.01.2009 - 16.01.2009, Vallendar
Campus for Finance
Dresdner Bank AG, HSBC Trinkaus & Burkhardt AG, KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

22.01.2009 - 23.01.2009,
Berlin, Technische Universität
AIESEC Energy Forum II

MESSE

01.12.2008 - 03.12.2008, Aachen
bonding-Firmenkontaktmesse
Capgemini Deutschland GmbH, PricewaterhouseCoopers

04.12.2008 - 05.12.2008,
Frankfurt am Main
CareerVenture women

04.12.2008, München
JOBcon Finance
Deutsche Bundesbank, Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, IBM Deutschland GmbH, KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, MLP Finanzdienstleistungen AG, PricewaterhouseCoopers

04.12.2008, Tübingen-Reutlingen
AIESEC FirmenKontaktGespräch
Deutsche Bundesbank, Deutsche Post World Net, Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, IBM Deutschland GmbH, KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, PricewaterhouseCoopers

04.12.2008, Zürich
Absolventenkongress

09.12.2008 - 10.12.2008, Hamburg
bonding-Firmenkontaktmesse 2008
Deutsche Akademikerfinanz

11.12.2008, Frankfurt
JOBcon Classic
Deutsche Ärzte Finanz Beratungs- und Vermittlungs AG, Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, PricewaterhouseCoopers

18.12.2008, Luxemburg
meet@uni.lu

nd Januar 2009

13.01.2009, Potsdam
uniContact
Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG, KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, PricewaterhouseCoopers

16.01.2009 - 18.01.2009, Halle
Chance 2009
Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG

19.01.2009 - 20.01.2009, München
bonding Firmenkontaktmesse München
PricewaterhouseCoopers

23.01.2009 - 25.01.2009, Dresden
KarriereStart
Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG

30.01.2009, Frankfurt am Main
JOBcon Finance
BDO Deutsche Warentreuhand AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Deloitte, Deutsche Bundesbank, Deutsche Ärzte Finanz Beratungs- und Vermittlungs AG, Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, HSBC Trinkaus & Burkhardt AG, IBM Deutschland GmbH, KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, PricewaterhouseCoopers

WORKSHOP / SEMINAR

02.12.2008, Düsseldorf
Bewerbertag Assurance Industrial Services 2008
PricewaterhouseCoopers

02.12.2008, Frankfurt
Bewerbertag Assurance Financial Services 2008
PricewaterhouseCoopers

03.12.2008, Frankfurt
KPMG's Zeitmanagement in der Niederlassung Frankfurt
KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

03.12.2008, Villingen-Schwenningen
Seminar: „Crash-Kurs Bewerbung"
Deutsche Akademikerfinanz

04.12.2008, Oldenburg
Die ersten 100 Tage im Unternehmen

05.12.2008, Frankfurt
Orientierungsworkshop
PricewaterhouseCoopers

Veranstaltungen im Dezember 2008 u

05.12.2008 - 06.12.2008,
Universität Eichstätt-Ingolstadt
WFI Consulting Cup
Deloitte, KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

08.12.2008 - 09.12.2008, Gütersloh
Workshop im Corrporate Center
Bertelsmann AG

09.12.2008, Villingen-Schwenningen
Seminar: „Assessment Center Training“
Deutsche Akademikerfinanz

10.12.2008, Berlin
Seminar: „Crash-Kurs Bewerbung“
Deutsche Akademikerfinanz

15.12.2008, Frankfurt
Bewerbertag Assurance Industrial Services 2008
PricewaterhouseCoopers

16.12.2008, Berlin
Seminar:“Assessment-Center-Training“
Deutsche Akademikerfinanz

16.12.2008, München
KPMG‘s Zeitmanagement in der Niederlassung München
KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

18.12.2008, Düsseldorf
Bewerbertag Assurance Industrial Services 2008
PricewaterhouseCoopers

18.12.2008, Frankfurt
Bewerbertag Assurance Financial Services 2008
PricewaterhouseCoopers

19.12.2008, Essen
Seminar: „Technik, Märkte und Devisen“
Deutsche Akademikerfinanz

08.01.2009 - 16.01.2009, Stuttgart
Hohenheim Consulting Week 2009
Capgemini Deutschland GmbH

15.01.2009, Berlin
Seminar: „Crash-Kurs Bewerbung“
Deutsche Akademikerfinanz

16.01.2009, Berlin
AIESEC Case Study Competition 2009

nd Januar 2009

16.01.2009 - 18.01.2009, Euskirchen
KPMG´s Kreativ-Labor
KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

19.01.2009 - 20.01.2009, München
Tax Recruiting Day 2009
Deloitte

21.01.2009 - 22.01.2009, Köln, Universität
Workshop
Bertelsmann AG

22.01.2009, Berlin
Seminar: „Assessment Center Training“
Deutsche Akademikerfinanz

23.01.2009, Berlin
Seminar „(Gehalts-)Verhandlung - optimal geführt“
Deutsche Akademikerfinanz

24.01.2009, Berlin
Seminar: „Rhetorik mit Videoanalyse“
Deutsche Akademikerfinanz

S O N S T I G E

04.12.2008 - 06.12.2008, Bad Honnef
Bad Honnefer Weihnachtsmarkt

08.12.2008, Marburg
Medien hautnah: Führung durchs ZDF und Teilnahme an der Live-Sendung WISO

09.12.2008, Freiburg
Der Klassiker:
Exkursion in den Europa Park

11.12.2008, Rostock
Gedächtnistraining

31.12.2008, Frankfurt
Bewerbungsschluss Karriere-Preis der DZ BANK Gruppe 2009
DZ BANK AG

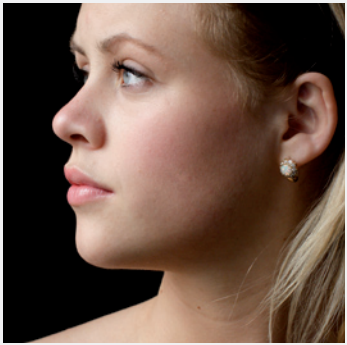
Impressum

VERLAG
WiWi-Media AG
Neuer Wall 19, D-20354 Hamburg
–
TELEFON
040-35 54 04-30
–
TELEFAX
040-35 54 04-20
–
E-MAIL
info@wiwi-journal.de
–
INTERNET
www.wiwi-journal.de
–
HERAUSGEBER
Dr. René M. Schröder
–
CHEFREDAKTEUR
Dr. René M. Schröder

REDAKTION
René Lerbs
–
ART DIRECTOR
Christian Chladny
–
BERATUNG & REALISATION
Friedrich Nixdorff
–
ANZEIGENLEITUNG
Michaela Müller
mueller@wiwi-media.ag
–
ANZEIGENPREISLISTE
vom 1.6.2008
–
ERSCHEINUNGSWEISE
monatlich
–
ISSN
1867-1225

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Termine und Ortsangaben beruhen auf Informationen der Veranstalter, es kann keine Gewähr übernommen werden. Für unverlangt eingereichtes Material (Bilder, Manuskripte, etc.) wird keine Haftung übernommen.

Copyright by WiWi-Media AG, Hamburg. Nachdruck, Vervielfältigung oder Veröffentlichung, auch auszugsweise, auf, durch und in Medien gleich welcher Art, nur mit schriftlicher Genehmigung der WiWi-Media AG. Zuwiderhandlungen werden geahndet. Alle Rechte vorbehalten.



Als eine international marktführende Personalberatung mit Niederlassungen in Hamburg, Wien, Zürich und London suchen wir im Bereich Hochschulmarketing und Employer-Branding per sofort engagierte und ehrgeizige

Persönlichkeiten (m/w)

die ihre Zukunft nicht auf einem Nine-to-Five-Job aufbauen möchten, sondern in ihrem Leben etwas bewegen und erreichen wollen. Wenn Sie mit höchstem persönlichen Einsatz und sicherem Auftreten bereit sind, mittels unternehmerischem Denken und Handeln sowie einer ausgeprägten Dienstleistungsmentalität Ihren und unseren Erfolg voranzutreiben, bieten wir Ihnen einen top bezahlten, langfristig sicheren und interessanten Arbeitsplatz in einem ebenso engagierten Team mit sehr guten Aufstiegsmöglichkeiten.

Wir bringen Sie nach vorn.
Tun Sie etwas für sich und Ihre Karriere.

Rufen Sie Herrn Dr. René M. Schröder an:

040 / 35 54 04 30

WiWi-Media AG
Neuer Wall 19
20354 Hamburg

WIWIMEDIA

Successful Branding

WIWIMEDIA

Successful Branding