



Jahresbericht 2008/2009
des Fachbereiches
Wirtschaftswissenschaften

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences



Wirtschaftswissenschaften
Faculty of Business Administration
and Economics

VORWORT



Liebe Leserin, lieber Leser, die Schaffung von Strukturen zur adäquaten Verausgabung der Studienbeitragsmittel, Vorbereitungen für den Start der Studienprogramme MBA Management, Master in Auditing & Taxation und dem Master in Wirtschaftsrecht - die Intensivierung der internationalen Hochschulkooperationen - die Festigung und der Ausbau der Zusammenarbeit mit der Wirtschaft

und weiterer Institutionen zum Beispiel durch den Ausbau der Forschungsaktivitäten, externen Referenten und Stipendien - zwei neue Berufungen und - die Erweiterung des Mitarbeiterstabs am Fachbereich - sind Auszüge aus den vielfältigen Aktivitäten des vergangenen Studienjahres in Kürze.

Die dem Fachbereichen zugewiesenen Studienbeitragsmittel wurden unter Berücksichtigung der Wünsche der Studierenden für die Neugestaltung von Hörsälen, die Modernisierung der Medienausstattung und die Erweiterung des Lehrangebotes insbesondere im Bereich der Wirtschaftssprachen eingesetzt. Durch die gute Zusammenarbeit mit dem Fachschaftrats konnte auf dessen Unterstützung bei der konkreten Umsetzung dieser Maßnahmen zurückgegriffen und in die Projektplanung eingebunden werden. Des Weiteren wurde der Bibliotheksbestand erneuert und erweitert, sowie eine erhebliche Aufstockung der Tutorien zur Unterstützung der Studierenden bei der Bearbeitung und Vertiefung des Lehrstoffes vorgenommen. Selbstverständlich erfolgte die Verwendung der Mittel im Sinne der Studienbeitragsordnung der Hochschule Niederrhein.

Der Fachbereich verzeichnet eine beträchtliche Intensivierung der internationalen Hochschul-

kooperation, und auch die Zusammenarbeit mit der Wirtschaft wird intensiver als sie es bereits war. Aufenthalte außerhalb und innerhalb der EU ermöglichen Studierenden und Dozenten den Austausch mit Kommilitonen und Kollegen anderer Kulturen. Kurzaufenthalte, Workshops oder Studien- bzw. Forschungsaufenthalte nehmen deutlich zu. Waren die Kontakte zwischen Fachbereich und Unternehmen sowie sonstigen Institutionen der Region und darüber hinaus bereits in den vergangenen Jahren ausgesprochen eng, so möchten die Unternehmen zunehmend die Kooperation mit dem Fachbereich im Rahmen entsprechender Vereinbarungen institutionalisieren. Die Ziele dieser Zusammenarbeit liegen in der Erreichung so genannter „win-win-Situationen“. Steht für die Unternehmen vor allem der Zugang zu qualifizierten potentiellen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie der Transfer von Wissen von der Hochschule in das jeweilige Unternehmen im Vordergrund, so erhofft sich der Fachbereich über diese Zusammenarbeit einen verstärkten Praxistransfer aus den Unternehmen in die Lehre, eine noch erfolgreichere Vermittlung der Absolventinnen und Absolventen in den Berufsstart nach Abschluss des Studiums und nicht zuletzt auch eine finanzielle bzw. materielle Unterstützung des Fachbereichs durch die Unternehmen. So konnte der Fachbereich Kooperationsverträge beispielsweise mit der Mönchengladbacher Santander Consumer Bank AG und den Stadtwerken Düsseldorf AG abschließen. Ein Indikator für das immer größere Interesse der Wirtschaft an einer Kooperation mit dem Fachbereich ist die Vielzahl der durch die Unternehmen an besonders leistungsfähige Studierende oder beste Absolventinnen bzw. Absolventen vergebenen Preise.

Bereits seit mehr als 40 Jahren gibt es eine erfolgreich implementierte Institutionalisierung der Kooperation zwischen der regionalen Wirtschaft und dem Fachbereich, den „Förderverein Wirtschaftswissenschaften Hochschule Niederrhein e.V.“, dem sowohl ehemalige Studierende als Einzelpersonen aber auch Vertreter von niederrheinischen Unternehmen angehören. Die Veranstaltung „Brückenschlag Hochschule Niederrhein – Regionale Wirtschaft“ wird im November 2009 bereits zum dritten Mal stattfinden und hat zum Ziel, Beispiele für erfolgreiche Kooperationsprojekte von Fachbereich und Unternehmen vorzustellen und somit die Kommunikation des Fachbereichs mit der Wirtschaft zu fördern.

Auch hinsichtlich der Forschungsaktivitäten der Fachbereichsmitglieder sind nennenswerte Weiterentwicklungen zu berichten. Neben dem RFID-Forschungsprojekt im Verbund mit der finnischen Partnerhochschule COU und anderen in- und ausländischen Kooperationspartnern sind zu nennen: die Gründung des „Niederrhein Instituts für Regional- und Strukturforchung“ (NIERS), welches die bereits seit geraumer Zeit existierenden Aktivitäten im Bereich der regionalen und kommunalen Struktur- und Standortanalysen bündeln soll; die Forschungs- und Ausbildungskooperation mit der California State University, Chico im Bereich SAP, welche auch die internationalen Aktivitäten des Fachbereichs stärken; das Forschungsprojekt E-Health@Home das in einem interdisziplinären Verbund von Hochschulen, renommierten Instituten und der Wirtschaft (T-Systems) die Entwicklung von Geschäftsmodellen zur Unterstützung eines selbst bestimmten Lebens in einer alternden Gesellschaft erforscht und die erfolgreiche Ausweitung der Projektaktivitäten des Kompetenzzentrums „Frau und Auto“.

Mit der Neubestimmung der Aufgabenstrukturen in der Fachbereichsleitung zu Beginn des Amtsantritts des derzeit amtierenden Dekans wurde schnell klar, dass diese Aufgaben

nur durch eine sukzessive Ausweitung des Mitarbeiterstabes bewältigt werden können. Deshalb hat das Dekanat auch mit Unterstützung des Rektorats neben der Dekanatsassistenten drei weitere Stellen im Bereich wissenschaftlicher Mitarbeiter/innen geschaffen, und zwar für die Aufgabengebiete:

§ Lehre; hier geht es im Wesentlichen um die Unterstützung des „Betriebswirtschaftlichen Berufsbegleitenden Studiums“ (BBS), die curriculare Betreuung der internationalen Hochschulkooperationen sowie die Betreuung der Lehrbeauftragten;

§ Marketing/Internationales; diese Stelle soll vor allem die von der Marketingkommission des Fachbereichs entwickelten Konzepte und Ideen zur Vermarktung der Studienprogramme umsetzen helfen; ein weiterer Aufgabenbereich ist darüber hinaus die Betreuung der internationalen Kooperationen, und hier insbesondere des Studierenden- und Lehrendenaustauschs und

§ Controlling; dort geht es um die Entwicklung eines umfassenden Fachbereichscontrollings (bottom up), neben dem Finanzcontrolling soll ein Qualitätscontrolling entwickelt werden, welches auf ein entsprechendes Indikatorensystem aufbaut.

Schließlich kann über die Neuberufung zweier Kollegen berichtet werden. Zum Wintersemester 2007/2008 wurde Herr Prof. Dr. Markus Oblau berufen. Er vertritt das Fachgebiet Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Betriebliche Steuerlehre und Unternehmensprüfung. Für die Professor für Volkswirtschaftslehre, insbesondere Außenwirtschaftstheorie und -politik kommt Herr Prof. Dr. Bernard Vogl an die Hochschule Niederrhein.

**Viel Spaß beim Lesen wünscht
Prof. Dr. Martin Wenke,
Dekan des Fachbereichs
Wirtschaftswissenschaften**



INHALT



12



14



17

DIE CHRONIK DES FACHBEREICHS..... 06

Studierendenzahlen..... 06

Personelles..... 08

STUDIUM 10

Weiterbildender Verbundstudiengang Wirtschaftsrecht -
zum Master of Laws berufsbegleitend in fünf Semestern..... 10

In Führung gehen mit dem Studiengang MBA-Management..... 10

Master in Auditing and Taxation -
Neue Wege im Bildungswesen 11Erste Generation staatlich geprüfter Aktien- & Derivathändler
an der Hochschule Niederrhein 12

Kooperation mit dem Berufskolleg Goch..... 13

Kooperation Berufskolleg Volksgartenstraße 13

ABSOLVENTEN 14

Geschafft! - Wir gratulieren! Unsere Absolventen im WS 08/09..... 14

Unsere Absolventen in Zahlen 16

AUSGEZEICHNET!..... 17

IHK-Preis 2008 für Peter Koch: Werbewirkung im
Computerspiel untersucht..... 17

Fördervereinspreis 2008 für Neusser Banker..... 18

BoFrost-Wirtschaftspreis - Die Preisträger..... 18

Förderpreis der Stadtwerke Düsseldorf AG 2008 -
Daten-Warenhaus, soziale Software und die Sicherheit im Netz.... 19

GOLD beim Junior Agency Award des GWA 20

Förderpreis des Marketingclubs:
Thomas Reimann – Kundenrückgewinnung..... 21Mönchengladbacher Student Zweiter beim Wettbewerb
um den „David-Kopf“ 21

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG..... 22

Den Weg zwischen Forschung und Anwendung verkürzen -
Hochschule Niederrhein gründet zwei neue Institute 22

GEMIT - Geschäftsprozessmanagement- und IT..... 23

FORSCHUNGSSCHWERPUNKT..... 24

NIERS – Niederrhein Institut
für Regional und Strukturforschung..... 24

Know-how vom Niederrhein für Hochschulen in aller Welt..... 25

AUNDE und Kompetenzzentrum „Frau und Auto“ kooperieren..... 26

Regionalökonomisches Forum des Institut NIERS..... 28

Internationalen Konferenz der Regional Studies
Association (RSA) und NIERS 28

Hochschule Niederrhein forscht mit im Projekt E-Health@Home ... 29

KOOPERATION UND PROJEKTE..... 30

Marketingstudenten entwickeln Einführungskampagne
für den VDI 30

Suchwortmarketing: Mit dem richtigen Klick zum Erfolg..... 31

Unterzeichnung des Kooperationsvertrages mit der
Santander Consumer Bank AG 32Vorsprung durch Innovation - Hochschule Niederrhein und
führender Softwarehersteller kooperieren 32

INTERNATIONALES 33

Erfahrungsbericht internationaler Strategieworkshop in Posen
(29.3.- 4.4.2009) 34

Analyse deutsch-russischer Handelsbeziehungen..... 35

EVENTS & CO 36

Zweiter Brückenschlag Hochschule Niederrhein - Wirtschaft:
Wirtschaftswissenschaftler und -informatiker
bieten Unternehmen ihre Unterstützung an..... 36

10 Jahre Bankenforum 37

Wirtschaftsinformatiker aus Unternehmen und Hochschulen im
bundesweiten Dialog 37Wissenstransfer Hochschule-Praxis im bundesweiten Fokus -
BundesDekaneKonferenz Wirtschaftswissenschaften zu Gast
in Mönchengladbach 38Wissenstransfer intensiviert - Hochschule präsentierte sich
erstmals auf dem „Tag der Wirtschaft“ 38

LEITBILD DES FACHBEREICHS 39



26



28



35

CHRONIK DES FACHBEREICHS

Studierendenzahlen

Hochschule Niederrhein startete mit guten Einschreibezahlen ins neue Semester: Studentenboom bei den Wirtschaftswissenschaftlern

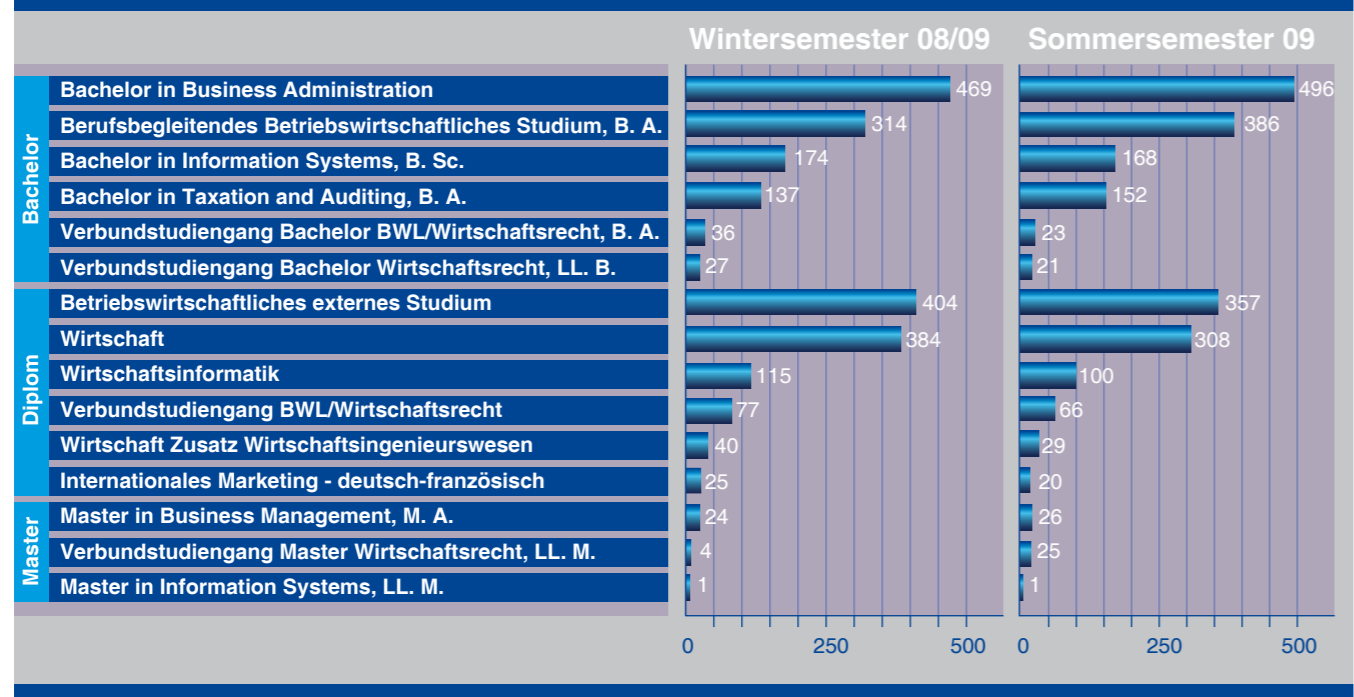
Die neuen Bachelorstudiengänge Business Administration sowie Taxation & Auditing kommen immer besser an, die Einschreibezahlen belegen dies: Mit 114 bzw. 40 Studienanfängern im Wintersemester 2008/09 wird ein Zuwachs von rund 60 % verzeichnet. Das Interesse an der Kombination von Studium und Beruf ist weiter ungebrochen, die Studienanfänger im berufsbegleitenden betriebswirtschaftlichen Studium verzeichneten über 100 Neuzugänge, so dass für das Wintersemester 2009/10 der Numerus Clausus eingeführt werden musste. Die Masterstudiengänge für Business Management und Wirtschaftsrecht verzeichnen in den ersten Semestern geringe Einschreibezahlen. Dies wird sich mit Zugang der ersten „eigenen“ Bachelor-Absolventen ab dem Wintersemester 2009/10 ändern.



Die Gesamtzahl von rund 2.200 Studierenden im Wintersemester 2008/09 und Sommersemester 2009 am Fachbereich belegt die gute Auslastung. Die Zahl der Bachelorstudierenden stieg kontinuierlich,

im Gegenzug sank wie gewünscht die Zahl der Studierenden in den auslaufenden Diplom-Studiengängen. (Autor: Sandra Kuhn)

STUDIERENDE IM FACHBEREICH 08



WINTERSEMESTER 2008/2009	Anzahl Studierende	Anteil an FB gesamt
BACHELOR		
BBA - Bachelor in Business Administration	469	21,0%
BBS - Betriebswirtschaftliches Berufbegleitendes Studium, B.A.	314	14,1%
BIS - Bachelor in Information Systems, B.Sc.	174	7,8%
BTA - Bachelor in Taxation and Auditing, B.A.	137	6,1%
Verbundstudiengang Bachelor BWL/Wirtschaftsrecht, B.A.	36	1,6%
Verbundstudiengang Bachelor Wirtschaftsrecht, LL.B.	27	1,2%
DIPLOM		
Betriebswirtschaftliches externes Studium, Diplom	404	18,1%
Wirtschaft, Diplom	384	17,2%
Wirtschaftsinformatik, Diplom	115	5,2%
Verbundstudiengang BWL/Wi-Recht, Diplom	77	3,5%
Wirtschaft Zusatz Wirtschaftsingenieurwesen, Diplom	40	1,8%
„Internationales Marketing“ Deutsch-französisch, Diplom	25	1,1%
MASTER		
MBM - Master in Business Management M.A.	24	1,1%
Verbundstudiengang Master in Wirtschaftsrecht, LL.M.	4	0,2%
MIS - Master in Information Systems, M.Sc.	1	0,0%
FACHBEREICH GESAMT	2231	100%

SOMMERSEMESTER 2009	Anzahl Studierende	Anteil an FB gesamt
BACHELOR		
BBA - Bachelor in Business Administration	496	22,8%
BBS - Betriebswirtschaftliches Berufbegleitendes Studium, B.A.	386	17,7%
BIS - Bachelor in Information Systems, B.Sc.	168	7,7%
BTA - Bachelor in Taxation and Auditing, B.A.	152	7,0%
Verbundstudiengang Bachelor BWL/Wirtschaftsrecht, B.A.	23	1,1%
Verbundstudiengang Bachelor Wirtschaftsrecht, LL.B.	21	1,0%
DIPLOM		
Betriebswirtschaftliches externes Studium, Diplom	357	16,4%
Wirtschaft, Diplom	308	14,1%
Wirtschaftsinformatik, Diplom	100	4,6%
Verbundstudiengang BWL/Wi-Recht, Diplom	66	3,0%
Wirtschaft Zusatz Wirtschaftsingenieurwesen, Diplom	29	1,3%
„Internationales Marketing“ Deutsch-französisch, Diplom	20	0,9%
MASTER		
MBM - Master in Business Management M.A.	26	1,2%
Verbundstudiengang Master in Wirtschaftsrecht, LL.M.	25	0,1%
MIS - Master in Information Systems, M.Sc.	1	0,0%
FACHBEREICH GESAMT	2178	100%

Personelles



Prof. Dr. Herbert Krause,
Prodekan, Fachbereich
Wirtschaftswissenschaften

■ **Neues Dekanatsmitglied** Bereits seit 1996 ist Prof. Dr. Herbert Krause Hochschullehrer für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Controlling an der Hochschule Niederrhein. Als Prodekan am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften übernimmt Professor Krause den Bereich Finanzen & Controlling des Fachbereichs. Der 1958 in Gladbeck geborene Diplom-Kaufmann studierte von 1979 – 1986 Betriebswirtschaftslehre an der Universität Dortmund mit den Schwerpunkten Controlling, Marketing und Steuerlehre und wurde anschließend für zwei Jahre Assistent am Lehrstuhl für Unternehmensrechnung und Controlling. Im Mittelpunkt seiner Tätigkeiten stand dort die Beurteilung von bestehenden Kostenrechnungs-

systemen bei einem mittelständischen Chemieunternehmen ebenso wie die Erstellung von Investitionsplänen. Parallel zu seiner darauffolgenden Tätigkeit als Unternehmensberater bei der CIC Entwicklungs- und Beratungs-GmbH & Co.KG promovierte Krause mit dem Thema „Konzeptionelle Grundlagen eines Logistikinformationssystems“. Seine Arbeitsschwerpunkte beim Dortmunder Unternehmen lagen in der Konzeptionsentwicklung im Bereich Controlling und Rechnungswesen beispielsweise für einen Eisenbahntransportdienstleister oder Krankenhäuser. Die Umsetzung erfolgte überwiegend mit SAP/R2 und R3. (Autor: Sandra Kuhn)



Prof. Dr. Markus Oblau

■ **Prof. Dr. Markus Oblau erklärt an der Hochschule Niederrhein die Steuern** Steuererklärung einmal anders: Zum Wintersemester 2007/08 ist Dr. Markus Oblau auf die Professur für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Betriebliche Steuerlehre und Unternehmensprüfung der Hochschule Niederrhein berufen worden. Der 1969 in Langenhagen bei Hannover geborene Diplom-Kaufmann studierte in Göttingen Betriebswirtschaftslehre.

Die betriebliche Steuerlehre interessierte ihn dabei so stark, dass er diesem Thema seiner Dissertation widmete. Während des Promotionsstudiums war er als Mitarbeiter am Institut für deutsche und internationale Besteuerung der Georg-August-Universität in Göttingen tätig. Er promovierte über die steuerinduzierten Gestaltungsmerkmale absatzwirtschaftlicher Teilfunktionen und Instrumente bei Prof. Dr. Wilhelm

H. Wacker. Die mit summa cum laude bewertete Arbeit setzt sich mit den Interdependenzen zwischen Besteuerung und Marketing auseinander.

Nach der Promotion war Dr. Oblau bei der KPMG Deutsche Treuhandgesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft AG in Frankfurt am Main im National Tax Department tätig, zuletzt als Prokurist. Schwerpunkte seiner Tätigkeit dort waren das Konzern- und Unternehmenssteuerrecht sowie die Unternehmensstrukturierung. Prof. Oblau hat sich bislang in zahlreichen Fachbüchern und Fachbeiträgen als Autor bzw. Mitautor mit Fragen der Besteuerung und des Rechnungswesens beschäftigt. So ist er u.a. Mitautor des im C.H. Beck Verlag erschienenen Lexikons der Steuern. An der Hochschule Niederrhein war er bereits seit 2005 als Lehrbeauftragter für das Fach Betriebliche Steuerlehre tätig. (Autor: Rudolf Haupt)



Sarah Keeler

■ **Sarah Keeler – die neue Fachlehrerin für Wirtschaftsendlich** Seit April 2009 bereichert eine neue Fachlehrerin den Fachbereich für Wirtschaftsendlich: Frau Sarah Keeler. Die gebürtige Britin studierte BA Business Studies in London; nach ersten Erfahrungen im internationalen Kreditgeschäft der NatWestBank PLC in der Londoner City wurde sie 1987 – ihrer exzellenten Deutschkenntnisse wegen - zur deutschen Tochtergesellschaft mit Sitz in Düsseldorf gerufen. 1992 wechselte sie zu einer Dienstleistungsagentur und betreute diverse

Verkaufsförderungsprogramme, u.a. für zwei namhafte Automobilkonzerne. „English Conversation“-Kurse, die sie während zweier Babypausen gab, entwickelten sich so gut, dass bald Sprachschulen Interesse an ihrem Unterricht zeigten, wo sie auch ihre Berufserfahrung einbringen konnte. Angebote von Firmen folgten. Der erste Kontakt zur Hochschule erfolgte 2007 über ein Angebot vom Fachbereich Textil- und Bekleidungstechnik, eine Projektgruppe im englischsprachigen Studiengang zu leiten. (Auto: Sandra Kuhn)

■ **Prof. Dr. Bernard Vogl verstärkt die Volkswirtschaftslehre und Außenwirtschaft** Aus dem britischen Wirtschaftsministerium in London, wo er vier Jahre als volkswirtschaftlicher Berater tätig war, ist Dr. Bernard Vogl von der Hochschule Niederrhein zum Professor für Volkswirtschaftslehre, insbesondere Außenwirtschaftstheorie und -politik berufen worden. Der gebürtige Frankfurter wuchs am Niederrhein auf und erlangte sein Abitur am Thomæum in Kempen. Sein Grundstudium der Wirtschaftswissenschaften absolvierte Vogl an der Gerhard-Mercator-Universität Duisburg um daraufhin an der University of Kent in Canterbury Volkswirtschaft zu studieren. Dem Master of Arts in Economics folgte in Duisburg der Abschluss als Diplom-Kaufmann.

An der Forschungsstelle für Europäische Wirtschaftsbeziehungen wirkte Bernard Vogl als wissenschaftlicher Mitarbeiter an Projekten über währungspolitische Ziele und Strategien für mittel- und osteuropäische Länder mit, ebenso zum Europäischen Währungssystem und der europäischen Währungsunion.

Zurück auf der Insel arbeitet er an der Manchester

University eine Dissertation zum möglichen Beitritt Großbritanniens zur europäischen Währungsunion aus. Promoviert wurde er dann vier Jahre später an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf wo er als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Fachgebiet für Volkswirtschaftslehre tätig war. Seine Dissertation „Financial Structure and European Monetary Union: A comparative Study of the German and British Financial Structures“ wurde mit summa cum laude bewertet und als beste Dissertation des Jahres 1998 ausgezeichnet.

Als Leiter der volkswirtschaftlichen Abteilung bei Ford of Europe in Köln bis 2003 lag der Schwerpunkt seiner Tätigkeit auf der Analyse unternehmensexterner Faktoren und deren Auswirkungen auf das Unternehmen und die Automobilindustrie. Im britischen Wirtschaftsministerium baute Dr. Vogl anschließend seine Erfahrungen in der industriepolitischen Beratung aus. Er pflegte gute Kontakte zur Industrie und deren Verbänden, verschaffte deren Interessen innerhalb der Regierung Gehör und entwickelte mit der Industrie Konzepte zur Verbesserung der Wettbewerbs- und Innovationsfähigkeit.

(Autor: Rudolf Haupt)



Prof. Dr. Bernard Vogl



■ **Janina Biller / Sandra Kuhn / Verena Esters**

Für den Fachbereich standen einige weitere personelle Veränderungen an. Seit Anfang Februar 2008 ist Frau Janina Biller als wissenschaftliche Mitarbeiterin im Bereich der Lehre tätig. Sie ist Absolventin des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Niederrhein und war nach ihrem Abschluss zur Diplom-Kauffrau für die Fachhochschule Aachen zunächst am Fachbereich

Wirtschaftswissenschaften mit der Koordination der internationalen Aktivitäten betraut. Danach war Sie auf Hochschulebene für die Betreuung der neu entwickelten BA- und MA-Programme verantwortlich. Bereits seit Januar 2008 ist Frau Sandra Kuhn wissenschaftliche Mitarbeiterin im Bereich Marketing & Internationales. Die Diplom-Betriebswirtin ist Absolventin der Fachhochschule Mainz und war vor ihrer Einstellung als Projektleiterin bei den Agenturen Max.Sense Livemarketing und Competition Partner im Aufgabenfeld PR/Marketing und Event-Management tätig. Seit Oktober 2008 ist Frau Verena Esters, Diplom-Kauffrau (FH) im Dekanat des Fachbereichs tätig und koordiniert den Bereich Finanzen und Controlling. Frau Esters ist ebenfalls Absolventin unseres Fachbereichs und engagierte sich bereits während Ihrer Studienzeit als Mitglied des Fachschaftsrats. (Autor: Martin Wenke/Sandra Kuhn)

■ **Verabschiedungen** Zum Ende des Sommersemesters 2009 ging der Kollege Prof. Dr. Bernd Simonis (Volkswirtschaftslehre) in den wohlverdienten Ruhestand. Frau Kollegin Prof. Dr. Weike Moos (Wirtschaftsmathematik und Statistik) folgte einem Ruf an die Fachhochschule Bochum. Herr Kollege Friedhelm Schlößer (Einkauf & Logistik) wurde zum Vorstandsmitglied eines international tätigen Unternehmens berufen und verließ den Fachbereich zum Ende des Sommersemesters 2008. Frau Kollegin Jean Lennox (Wirtschaftssprache Eng-



lich) beendete ihre für drei Jahre befristete Tätigkeit am Fachbereich.

STUDIUM

Weiterbildender Verbundstudiengang Wirtschaftsrecht zum Master of Laws berufsbegleitend in fünf Semestern

Um Stabs- und Führungspositionen in Unternehmen zu übernehmen, sind heute Kenntnisse des Wirtschaftsrechts häufig Voraussetzung. Wer Karriere machen will, ohne für den Studienabschluss als Master of Laws den Beruf aufzugeben, findet an der Hochschule Niederrhein das passende Angebot: den Verbundstudiengang Wirtschaftsrecht, eine Mischung aus Fern- und Präsenzstudium.

Inhalt und Verlauf des Masterprogramms: Es dauert fünf Semester und berechtigt zur Promotion und zum Zugang in den höheren Verwaltungsdienst. Angesprochen sind Akademikerinnen und Akademiker in Wirtschaft, Industrie und Verwaltung mit

mindestens einjähriger Berufserfahrung. Neben allen wichtigen Bereichen des Wirtschaftsrechts werden für die Übernahme von Führungs- und

Leitungspositionen vermittelt. Eigene Schwerpunkte können im Internationalen Wirtschaftsrecht, im Wettbewerbsrecht und im Arbeitsrecht gesetzt werden.

Kontakt



Prof. Dr. jur. Stephan Kreissl

Wirtschaftsrecht

Hochschule Niederrhein
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Webschulstr. 41-43
41065 Mönchengladbach
Büro: 02161 186 - 6363
Fax: 02161 186 - 6313
Stephan.Kreissl@hs-niederrhein.de
http://www.verbundstudium.de/m_wirtschaftsrecht.html

In Führung gehen mit dem Studiengang MBA-Management

Gemäß diesem Leitspruch startet zum Wintersemester 2009/10 ein neuer Masterstudiengang am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Niederrhein. Die Zielgruppe sind potenzielle, aktuelle aber auch designierte Führungskräfte mit oder ohne betriebswirtschaftlichen Abschluss.

In nur vier Semestern haben sie im Rahmen dieses Studiengangs berufsbegleitend die Möglichkeit, den international bekannten und anerkannten Abschluss „MBA“ zu erlangen. Durch die Vermittlung von ökonomischer Fachkompetenz und persönlicher Führungs-

kompetenz werden die Studierenden auf Managementaufgaben in national und global agierenden Unternehmen vorbereitet. Die Veranstaltungen, in denen die praxisorientierten Inhalte im Vordergrund stehen, finden ausschließlich am Wochenende (freitagabends und samstags ganztätig) statt. Die Veranstaltungssprachen sind Deutsch (70%) und Englisch (30%). Den hohen Praxisbezug in diesem Studiengang garantieren weiterhin hochqualifizierte Dozenten, die zum Teil Lehrende des Fachbereichs und zum anderen Teil Praktiker aus der Wirtschaft sind. Der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften schaut auf sehr gute und langjährige Erfahrungen mit berufsbegleitenden Diplom- und nun Bachelorstudiengängen zurück und kann diese Erfahrungen nun auch erstmalig in einen Weiterbildungsstudiengang einsetzen.

Kontakt



Prof. Dr. Harald Vergossen

Marketing
Geschäftsführer IAW GmbH
Institut für angewandte Wirtschaftswissenschaften

Hochschule Niederrhein
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Webschulstr. 41-43
41065 Mönchengladbach
Büro: 02161 186 - 6367
Fax: 02161 186 - 6313
Harald.Vergossen@hs-niederrhein.de
www.mba.hs-niederrhein.de

Master in Auditing and Taxation

Neue Wege im Bildungswesen: Professoren als Franchisenehmer für Studienangebote für angehende Wirtschaftsprüfer und Steuerberater

Die Hochschule Niederrhein bereitet einen berufsbegleitenden zweijährigen Studiengang zum Master in Auditing and Taxation (Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung) vor. Das Besondere daran: er wird im Franchiseverfahren durchgeführt. Dazu schloss die Hochschule jetzt einen Kooperationsvertrag mit dem Institut für Wirtschaftsprüfung und Steuerrecht GmbH – IWIST (www.IWIST.de). Unterzeichnet wurde er von Rektor Prof. Dr. Hermann Ostendorf und den Professoren Dr. Helmut Pasch und Dr. Bernd von Eitzen, die Lehrende des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften und nun auch Direktoren des neuen Instituts sind. Bernd von Eitzen ist zudem selbst Wirtschaftsprüfer und Steuerberater mit langjähriger Berufserfahrung. Mit dem Kooperationsprojekt nimmt die Hochschule aktiv die Chancen auf dem Markt der Weiterbildungsangebote wahr, die das neue Hochschulgesetz bietet.

Dem steigenden Bedarf nach Weiterbildung in den wirtschaftsprüfenden und steuerberatenden Berufen kann die Hochschule Niederrhein aus eigener Kraft kein entsprechendes Angebot entgegensetzen, betont Rektor Ostendorf. Zwar verfügt sie über einen sehr erfolgreichen Bachelorstudiengang für Taxation and Auditing, doch hat sie nicht die zusätzlich notwendige spezifische Personalkapazität für die Weiterbildung von Praktikern. Die liefert nun das neue Institut, das seine Dienstleistungen durch Studiengebühren und Forschungs- und Entwicklungsprojekte finanziert. Die Hochschule übernimmt die Akkreditierung und die Evaluierung und verleiht nach erfolgreichem Abschluss den staatlichen Titel „Master of Arts“. Für die Profilbildung der Hochschule sei der neue Studiengang ein tragendes Element, unterstreicht der Rektor. Die Kosten, die der Hochschule Niederrhein entstehen, insbesondere durch die Nutzung von Personal und Räumen, werden durch das Institut im vollen Umfang getragen.

Was den Erfolg ihrer Unternehmensgründung betrifft, zeigen sich die beiden Direktoren sehr zuversichtlich: Ein entsprechendes Studienangebot gebe es in Deutschland bisher erst dreimal, etwa in Mannheim und in Münster/Osnabrück. Mit den Studiengebühren liege man deutlich weit unter den Sätzen anderer privater Masterstudiengangsanbieter und habe mit der Region Düsseldorf und dem Ruhrgebiet die Zielgruppe quasi vor der Haustür. Etwa 1.300 Berufsexamen werden vor den Wirtschaftsprüferkammern jährlich abgelegt, wobei die Durchfallquote erfahrungsgemäß sehr hoch ist. Im Rahmen von Personalentwicklungskonzepten werden vielfach entsprechende Weiterbildungsangebote von den Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, und nicht von den



Die Kooperation vereinbarten (v.l.) Studienkoordinator Prof. Dr. Helmut Pasch, Wirtschaftsprüfer und Steuerberater Prof. Dr. Bernd von Eitzen und Rektor Prof. Dr. Hermann Ostendorf, denen Prorektor Prof. Dr. Michael Lent (l.) und Studiendekan Prof. Dr. Berthold Stegemerten über die Schulter schauen.

Studiengangsteilnehmern, getragen. Als zusätzlichen Anreiz werten Pasch und von Eitzen, dass zwei Prüfungen des Wirtschaftsprüferexamens (Jura und BWL) bereits im Rahmen der Masterstudiengangs abgenommen werden und damit die Erfolgsaussichten der Kandidaten, das im Anschluss an den Master abzulegende Wirtschaftsprüfungsexamen zu bestehen, deutlich steigen. Ganz wichtig für die Zukunft werde die Erfolgsquote der Absolventen sein - beim eigentlichen Masterstudiengang, mehr noch aber beim anschließenden Wirtschaftsprüferexamen. Aber auch hier zeigen sich die Wirtschaftsprüfer sehr zuversichtlich. (Autor: Rudolf Haupt)

Kontakt



Prof. Dr. Helmut Pasch

Steuerrecht und Wirtschaftsprüfung
Geschäftsführer IWIST GmbH,
Institut für Wirtschaftsprüfung und Steuerrecht

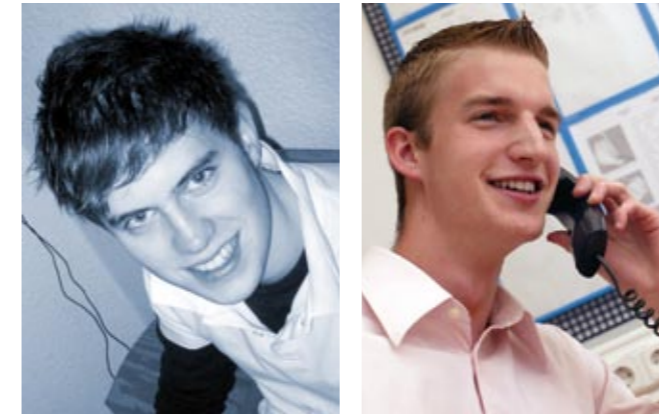
Hochschule Niederrhein
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Webschulstr. 41-43
41065 Mönchengladbach
Büro: 02161 186 - 6311
Fax: 02161 186 - 6313
Helmut.Pasch@hs-niederrhein.de
www.iwist.de

Erste Generation staatlich geprüfter Aktien- & Derivat-händler an der Hochschule Niederrhein

In Kooperation mit der Deutschen Börse AG konnten im Wintersemester 2008/09 zehn Studierende des Fachbereichs die Prüfung zum staatlich geprüften Aktien- & Derivatehändler ablegen. Diese Zusatzqualifikation ist speziell auf die Deutsche Börse zugeschnitten, „sie bringt zusätzlich Seriosität und Können im Geschäft mit Aktien und Derivaten“, erklärt Prof. Dr. Bernd Müller, Hochschullehrer für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Finanzwirtschaft. Er koordiniert das kostenpflichtige Zusatzangebot und schult die Studierenden gezielt für diese Prüfung.



Kooperation mit dem Berufskolleg Goch Ein Erfahrungsbericht von Jungstudierenden im berufsbegleitenden betriebswirtschaftlichen Studium (BBS):



regelmäßig freitags abends und samstags morgens mit einer kleinen Fahrgemeinschaft nach Mönchengladbach, um ihre Vorlesungen zu besuchen. Dass sie geeignet sind für dieses Studium, bewiesen die Beiden gleich im ersten Semester, wo sie das Modul Wirtschaftsrecht mit großem Erfolg absolviert haben. Die jungen Männer betonen, dass mit ein wenig Disziplin die Klausurvorbereitung ohne Weiteres zu schaffen sei.

Beide Jungstudierenden machen zurzeit ihre Ausbildung zum Industriekaufmann in Uedem und haben bereits jetzt das Ziel, nach ihrem Abschluss das Studium an der Hochschule Niederrhein fortzusetzen. Für das Sommersemester 2008 ist ihr Ziel, die Klausuren Grundlagen der BWL und Wirtschaftsmathematik zu bestehen. Besonders begeistert sind sie vom Modell der Lernplattform Metacoocn, da sie sich mit der Unterstützung optimal auf die Klausuren vorbereiten können.

Der Fachbereich ermöglichte eine Kooperationsvereinbarung zwischen dem Berufskolleg Kleve und der Hochschule Niederrhein. Diese Vereinbarung erlaubt es nun, besonders leistungsstarken und hoch motivierten Auszubildenden neben ihrer Berufsausbildung bestimmte Module in einem berufsbegleitenden betriebswirtschaftlichen Studium (BBS) zu belegen. An der Hochschule Niederrhein erhalten die Auszubildenden den Status Jungstudierende(r). Im Anschluss an ihre Ausbildung haben sie dann die Möglichkeit, sich für das reguläre Studium einzuschreiben – und zwar unter Anerkennung der bereits belegten Module, was eine Studienverkürzung von bis zu 2 Semestern bedeuten kann.

Im ersten Jahr dieser Kooperation haben die Auszubildenden Ralf Diedenhofen und Roman Bömler direkt diese Chance genutzt und Module in dem Studiengang „BBS“ besucht. Seither fahren sie

„Bereits meine Vorgesetzte hat mich auf die Möglichkeit, hier zu studieren, hingewiesen und ausschlaggebend für meine Entscheidung war schließlich der Informationstag am Kolleg in Goch“, erklärt Diedenhofen. Als mögliche Schwerpunktmodule könne er sich Vertrieb und Einkauf vorstellen. Kollege und Kommilitone Roman Bömler hebt neben der Zeitersparnis auch die Kostenersparnis hervor, die er durch dieses Modell erhält: „Ich hatte sowieso immer vor, zu studieren und daher musste ich nicht lange überlegen.“ Er sieht seine Schwerpunkte im Bereich Finanzierung und Controlling, und hofft ebenfalls, das Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Hochschule Niederrhein abschließen zu können. (Autor: Janina Biller)

Kooperation Berufskolleg Volksgartenstraße

Gemeinsam mit dem Berufskolleg konnte auch hier ein Modell zur Verzahnung von dualer Ausbildung und Hochschulstudium für Schüler im Ausbildungsberuf „Steuerfachangestellte(r)“ entwickelt werden. Der Fachbereich ermöglicht Auszubildenden neben ihrer praktischen Ausbildung in einer Steuerkanzlei und dem Besuch der Berufsschule, ein Studium im Studiengang „Bachelor of Taxation und Auditing (BTA)“ als sogenannter Jungstudierender. Die Teilnahme an den Vorlesungen und Prüfungen erfolgt parallel zur Ausbildung im Betrieb. Nach erfolgreichem Abschluss der Ausbildung hat der Jungstudierende die Möglichkeit, das Studium am Studiengang BTA als ordentlicher Studierender aufzunehmen. Die als Jungstudierender erfolgreich erbrachten Leistungen werden auf die folgende Studienzeit angerechnet, wodurch die Studiendauer im Idealfall bis zu zwei Semestern verkürzt werden kann. (Autor: Sandra Kuhn)



ABSOLVENTEN



Geschafft! - Wir gratulieren! Unsere Absolventen im WS 08/09:

Sacir Adrovic, **Ramon Backhausen**, Gaby Beckers, **Melanie Behne**, Wolfgang Bending, **Kerstin Berns**, Reza Bigdeli, **Anne-Christin Böddeker**, Annika Bongartz, **Chahrazad Bouraqqadi**, Saskia Brendt, **Liane Broszio**, Kerstin Bruchhage, **Patricia Brunn**, Frank Büscher, **Sabrina Cremerius**, Andreas Durst, **Kristina Esser**, Yasmine Feierabend, **Tobias Füchtenbusch**, Prashan Ganeshamoorhy, **Alexander Guhlke**, Jörg Halladin, **Nicolas Hannen**, Andreas Hasselberg, **Lutz Heinen**, Manuela Hilgers, **Holger von Kalckreuth**, Silke Kloppmann, **Karsten Knoben**, Peter Koch, **Wilhelm Kollenbroich**, Sylvia Königs, **Christoph Kropp**, Nicolai Krug, **Anja Kümmerle**, Guido Lammering, **Karsten Lang**, Kerstin Lange, **Sarah Lasseur**, Miriam

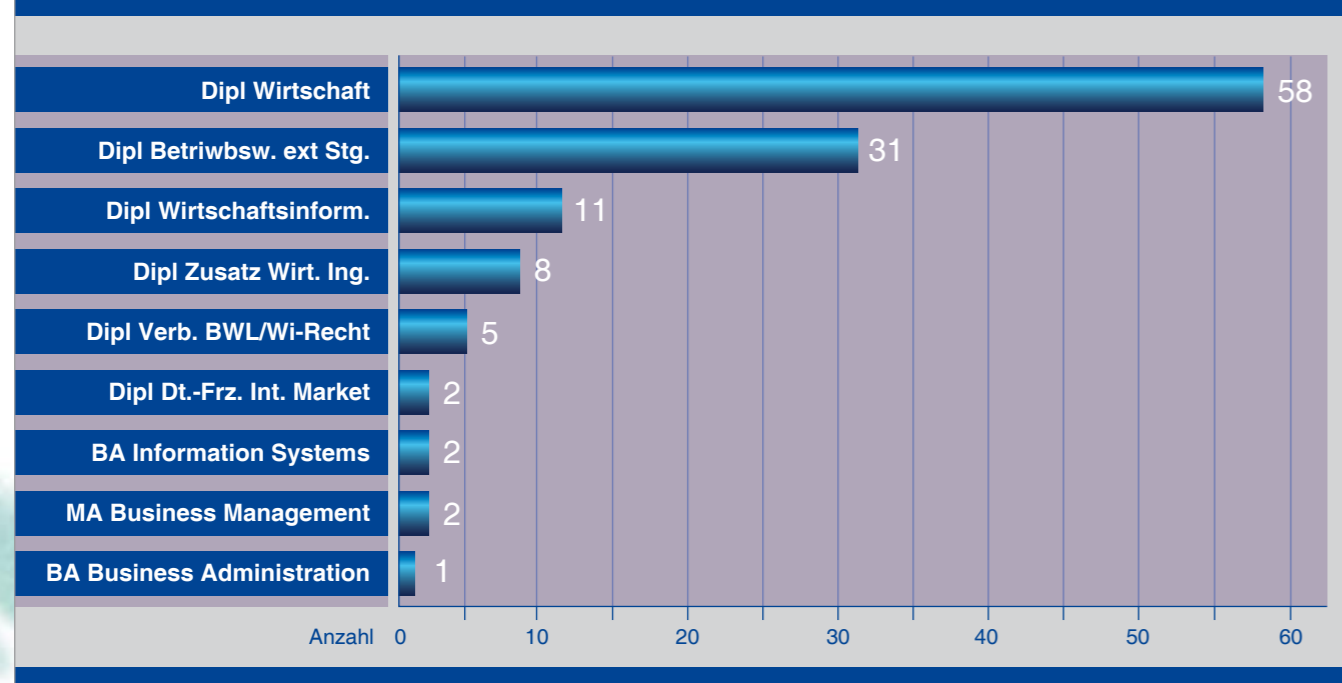


Laven, **Bernd Lawrenz**, Elisabeth Lee, **Kimmo Lehnen**, Thorsten Lehnert, **Thomas Lemke**, Christian Linssen, **Antonino Megale**, Christian Meiners, **Ira Meyer**, Marcel Moeres, **Johanna Mokros**, Pascal Montforts, **Jörg Nilgen**, Ferruh Oguz, **Sabrina Ohi**, Sultan Melissa Paksoy, **Marcus Pierk**, Jasmin Rinas, **Gabriel Valentin Rotta**, Andre Schmitz, **Dominic Schnabel**, Timo Schneider, **Eric Schumann**, Stefica Seke, **Joachim Steves**, Nicole Stock, **Patrick Tenner**, Andrea Tepferdt, **Daniel Terörde**, Nicole Teven, **Christian Thoms**, Stefanie Uecker, **Thomas Vogel**, Jochen Vogels, **Nicole Vogt**, Anabel Wagner, **Kerstin Wegener**, Johannes Weiner, **Christoph Wolff**, Osman Zeycan, **Alexandra Zillikens**

Unsere Absolventen WS08/09 in Zahlen

Studiengang	Anzahl Absolv.
Diplomstudiengänge	
Wirtschaft	58
Betriebswirtschaftliches externes Studium	31
Wirtschaftsinformatik	11
Betriebswirtschaftlicher Zusatzstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen	8
Verbundstudiengang Betriebswirtschaft, Studiengang Wirtschaftsrecht	5
Deutsch-französischer Studiengang „Internationales Marketing“	2
Bachelor	
In Information Systems	2
In Business Administration	1
Master	
In Business Management	2
Gesamt	120

ABSOLVENTEN IM FB 08 - WS 2008/2009



AUSGEZEICHNET!

IHK-Preis 2008 für Peter Koch: Werbewirkung im Computerspiel untersucht

Bandenwerbung im virtuellen Fußballstadion wird zwar wahrgenommen, doch bleibt die Erinnerungsleistung der meisten Computerspieler hinter dem Erfolg klassischer Werbemedien deutlich zurück. Dies ist eine der Erkenntnisse, die der 27-jährige Krefelder Peter Koch in den Untersuchungen für seine Diplomarbeit an der Hochschule Niederrhein gewonnen hat. Koch erhielt jetzt im Mönchengladbacher Audimax den IHK-Preis für die beste Abschlussarbeit im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften.

IHK-Vizepräsident Dr. Norbert Miller würdigte in seiner Laudatio die Entschlossenheit des Preisträgers, für das Thema seiner Diplomarbeit die nötigen wissenschaftlichen Grundlagen zu beschaffen: Nachdem es in der bislang veröffentlichten Literatur so gut wie keine Forschungsergebnisse zur Werbewirkung von Computerspielen gegeben habe, erarbeitete Peter Koch in Zusammenarbeit mit einem Kölner Marktforschungsinstitut einen Fragebogen, den er ins Internet stellte. 700 ausgefüllte Fragebögen konnte er schließlich als Grundlage für seine Untersuchung nehmen. In seiner Diplomarbeit „Akzeptanz und Wirkung von In-Game-Advertising – eine empirische Studie am Beispiel des Computerspiels Fußball Challenge 08“ kam Koch zu der Erkenntnis, dass die vergleichsweise geringe Erinnerungsleistung der Computerspieler – offenbar bedingt durch den interaktiven Charakter dieser



Preisträger Peter Koch mit IHK-Vizepräsident Dr. Norbert Miller (re.) und Dekan Prof. Dr. Martin Wenke (Foto: IHK)

Spiele – Werbung auf diesem Wege nur begrenzt sinnvoll erscheinen lässt. Lediglich Marken mit einem hohen Bekanntheitsgrad könnten von einer Präsenz im Computerspiel profitieren. Solchen Firmen, die bereits im realen Sportsponsoring aktiv sind, ermögliche die Werbung im Computerspiel die Verlängerung ihres Auftritts von der realen Welt des Sports in die virtuelle Welt. „Als Verfasser einer hervorragenden Diplomarbeit und als erfolgreicher Einsteiger in das Berufsleben ist Peter Koch

ein würdiger Träger des diesjährigen IHK-Preises“, betonte IHK-Vizepräsident Dr. Norbert Miller bei der Preisverleihung. Der mit 1.300 Euro dotierte IHK-Preis wird jährlich für die beste Examenleistung im Studiengang Wirtschaft der Hochschule Niederrhein vergeben. Damit fördert die Industrie- und Handelskammer Niederrhein den wissenschaftlichen Nachwuchs der Region und stellt gleichzeitig den Praxisbezug des Studiums heraus. (Autor: IHK-Pressemitteilung)

Fördervereinspreis 2008 für Neusser Banker

Eine Ausbildung zum Bankkaufmann und ein sicherer Arbeitsplatz bei der Sparkasse Neuss reichten dem Grevenbroicher Holger Schmitz nicht. „Ich wollte einen akademischen Abschluss“. Auf den steuerte er berufsbegleitend im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften an der Hochschule Niederrhein zu. Bei der Absolventenfeier in Mönchengladbach gab es für den 34-Jährigen jetzt nicht nur den erstrebten Titel „Diplom-Kaufmann“, sondern auch den Preis des Fördervereins. Er ist mit 1.300 Euro dotiert und wurde von Norbert Bienen, dem Vereinsvorsitzender und IHK-Vizepräsident, überreicht.

Dabei hob der Wirtschaftsrepräsentant die hohe Transferrelevanz der ausgezeichneten Diplomarbeit hervor. Schmitz hatte bei seinem Arbeitgeber die Prozesse der Wertpa-

pierabwicklung bewertet und Wirtschaftlichkeitsanalysen angestellt. Sein Ergebnis, dass ein Outsourcing im Wertpapier-Backoffice nicht sinnvoll sei, gelte für die Sparkasse Neuss, könne bei anderen Instituten aber zu anderen Resultaten führen.

Einig waren sich der IHK-Vizepräsident und Dekan Prof. Dr. Martin Wenke über die strukturbildende Wirkung von praxisnaher akademischer Ausbildung und Forschung in der Region: „Die Wirtschaft weiß, was der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften für die Region leistet“, so Bienen. Die Hochschule habe über den Niederrhein hinaus eine hohe Reputation. Der Dekan verwies auf die Win-Win-Situation zwischen Hochschule und Unternehmen in der Vergangenheit, die auch in Zukunft eine prosperierende Entwicklung verspreche. (Autor: Rudolf Haupt)



Für seine Diplomarbeit ausgezeichnet: Diplom-Kaufmann Holger Schmitz (rechts) mit Norbert Bienen, der als Vorsitzender des Fördervereins den Preis überreichte

BoFrost-Wirtschaftspreis Die Preisträger



Von links: Bofrost Geschäftsführer: Gregor Ingenhaag, Preisträgerin Judith Loosen, Preisträger Christoph Schattner und Prof. Dr. Georg Oecking (Foto: Sandra Kuhn)

Der Kooperationspartner des Fachbereichs bofrost* Dienstleistungs GmbH vergab im Wintersemester 2008/09 einen mit 500 € dotierten Förderpreis für die beste Controllingklausur an die Studentin Judith Loosen. Für das beste Finale erhielt der Absolvent Christoph Schattner den bofrost*-Preis dotiert mit 1.000 € als Starthilfe

in eine erfolgreiche berufliche Zukunft. bofrost* Geschäftsführer und Absolvent des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften Gregor Ingenhaag lobte in seiner Laudatio die hervorragende Leistung der Preisträger und wünschte alles Gute für die Zukunft. Für den in Straelen am Niederrhein ansässigen Marktführer im Direktvertrieb von

Tiefkühlkost ist die Vergabe des Preises, verbunden mit Firmenbesichtigungen und Vorträgen, eine erfolgreiche Form des Campus-Recruitments. Denn tüchtige Controller, die über Effizienz und Effektivität wachen, sind rar gesät und stark nachgefragt.

(Autor: Sandra Kuhn / Rudolf Haupt)

Förderpreis der Stadtwerke Düsseldorf AG 2008 Daten-Warenhaus, soziale Software und die Sicherheit im Netz



Erfolgreiche Wirtschaftsinformatiker und ihre Mentoren: Sebastian Brennfleck (Mitte), Sebastian Straub (links daneben) und Daniel Blankertz (rechts daneben) wurden mit Geldpreisen von zusammen 6.000 Euro ausgezeichnet. Mit ihnen freuen sich (v.l.) Dekan Prof. Dr. Martin Wenke, Prof. Dr. René Treibert, Dr. Matthias Mehrrens, Prof. Dr. Berthold Stegemerten und Sabine Willeke (Foto: Claudia Koennecke/SWD)

Die drei Diplomarbeiten, die die Stadtwerke Düsseldorf jetzt zum zweiten Mal als beste in der Wirtschaftsinformatik der Hochschule Niederrhein mit einem Förderpreis ausgezeichneten, markieren zugleich aktuelle Trends in der Wirtschaft: Der Aufbau eines Datenwarenhouses für ein Versicherungsunternehmen, die sozialen und wirtschaftlichen Veränderungen durch das nutzerorientierte Web 2.0 sowie die damit einhergehende, immer prekärer werdende Frage nach der Sicherheit der Daten beschäftigten die diesjährigen Preisträger. Sebastian Brennfleck (Karlsruhe), Sebastian Straub (Krefeld) und Daniel Blankertz (Mönchengladbach) wurden dafür mit insgesamt 6.000 Euro belohnt.

Damit gehört dieser Förderpreis zu den am höchsten dotierten seiner Art in Deutschland. Nicht nur über den Preis, sondern auch durch Dr. Matthias Mehrrens, der bei den Stadtwerken den Informationsservice leitet und an der Hochschule Niederrhein einen Lehrauftrag wahrnimmt, betreibt der Düsseldorfer Energieversorger aktives und vorbildliches Campus-Recruitment. Eine Verjüngung der Belegschaft sei dringend geboten, meinte Mehrrens. Andererseits: Leistungsfähige Absolventen dieser Fachrichtung sind knapp, und die demographische Entwicklung lässt eine Trendwende nicht erkennen. Junge Wirtschaftsinformatiker hätten zudem nach

einem Traineeprogramm überall im Unternehmen gute Karrierechancen, unterstrich Sabine Willeke aus Personalsicht. Für den Fachbereich Wirtschaftswissenschaften seien die Stadtwerke Düsseldorf ein „Premium-Partner“, weil sie eine Win-Win-Situation ermöglichen, meinte Dekan Prof. Dr. Martin Wenke. Neue Herausforderungen der Praxis fließen ohne Umweg in die Lehrveranstaltungen ein. Studiendekan und Laudator Prof. Dr. Berthold Stegemerten schließlich freute sich besonders darüber, dass die drei Absolventen sich trotz Unterschieden in den Persönlichkeiten erfolgreich durch das Studium gearbeitet hätten. Der Preis ist dafür die beste Bestätigung. (Autor: Rudolf Haupt)

GOLD beim Junior Agency Award des GWA



Beim 11. Junior-Agency-Wettbewerb des Gesamtverband Kommunikationsagenturen e. V. (GWA) am 29. Februar 2008 in Wiesbaden konnte das Team der Hochschule Niederrhein die guten Ergebnisse aus dem Vorjahr nochmals übertreffen. Das für die Marke „Golden Toast“ von Design- und Marketingstudenten entwickelte Kommunikationskonzept wurde mit dem GOLD-AWARD und dem Publikumspreis ausgezeichnet. Nachdem Studenten der Hochschule Niederrhein in den Vorjahren in dem wichtigen Wettbewerb bereits Silber und Bronze geholt hatten, stand das HN-Team diesmal ganz oben „auf dem Treppchen“. Die das Projekt leitenden Professoren Richard Jung (Fachbereich Design) und Dr. Harald Vergossen (Fachbereich Wirtschaftswissenschaften) sowie die Coaching-Agentur Grey aus Düsseldorf waren mit dem Abschneiden des Teams hoch zufrieden. Sowohl die klare Kommunikationsstrategie als auch deren konsequente Umsetzung in der Kreation überzeugte die hochkarätig besetzte Jury des Wettbewerbs. Laut Jury-Laudator Jochen Leisewitz, Geschäftsführer der Agentur Economia, Hamburg, „inspiriert und involviert“ die entwickelte Kampagne, in der die Studenten die Toast- und Aufbackzeit der Golden-Toast-Produkte als kleine Zeitfenster interpretieren, welche die Konsumenten jeweils ganz bewusst für sich selbst nutzen können. Die Kampagnenidee

wird einerseits durch klassische Werbung an den Konsumenten transportiert, andererseits werden in der Kampagne die Möglichkeiten des Web 2.0 konsequent genutzt und die Zielgruppe zum Mitmachen angeregt.

Die GWA-Junior-Agency gilt als der härteste und anspruchsvollste Wettbewerb für Nachwuchskräfte in der Werbebranche in Deutschland. GWA-Präsident Holger Jung, Inhaber der Agentur Jung von Matt, Hamburg, unterstrich in seiner Eröffnungsrede die Professionalität des Wettbewerbs. Für die Studierenden stellen die interdisziplinäre Zusammenarbeit von Marketing und Design sowie der Austausch mit renommierten Agenturen über praktische Kommunikationsaufgaben äußerst wertvolle Erfahrungen für die spätere Berufspraxis dar.

Das Gewinnerteam der Hochschule Niederrhein hatte sich zunächst im vergangenen Dezember gegen fünf weitere Teams bei der Agentur Grey in Düsseldorf durchgesetzt, bevor es am letzten Freitag auf nationaler Ebene gegen eine Reihe von anderen Hochschulteams antrat, die ebenfalls von renommierten Agenturen gecoacht wurden. So wurden z. B. die Teams der Universität Hamburg und der FH Düsseldorf auf die Plätze zwei und drei verwiesen. (Autor: Harald Vergossen)

Förderpreis des Marketingclubs: Thomas Reimann – Kundenrückgewinnung

Der Förderpreis des Marketing-Clubs Mönchengladbach 2009 geht an Herrn Thomas Reimann für die Diplomarbeit zum Thema „Der Kundenabwanderungsprozess und das Kundenrückgewinnungsmanagement am Beispiel der Finanzdienstleistungs-Branche.“

Reimann stellt in seiner Abschlussarbeit fest, dass strukturiertes Kundenrückgewinnungsmanagement als eine der drei Säulen des Kundenmanagements in vielen Unternehmen bisher eine untergeordnete Rolle spielt. Noch immer wird in den meisten Branchen der kostenintensiven Neukundengewinnung

und der sich immer schwieriger gestalten Kundenbindung ein größerer Stellenwert beigemessen. Dabei sprechen sowohl die im Vergleich zur Neukundenakquisition wesentlich geringeren Kosten als auch die höhere Loyalität zurückgewonnener Kunden dafür, dass Unternehmen sich der Kundenrückgewinnung intensiver widmen sollten. Ziel seiner Arbeit ist es darzustellen, wie ein systematisches Kundenrückgewinnungsmanagement, speziell in der Finanzdienstleistungsbranche, einem Unternehmen dazu verhelfen kann, seine Wettbewerbsposition zu verbessern und seinen profitablen Kun-



denstamm zu vergrößern, indem verlorene Kunden wieder zurückgewonnen werden. (Autor: Marketing-Club Mönchengladbach / Sandra Kuhn)

Mönchengladbacher Student Zweiter beim Wettbewerb um den „David-Kopf“



Preisvergabe mit (v.l.) Initiator Dr. Peter Schimitzek, Preisträger Friedrich Schewpe, Björn Weber von Planet Retail, Jochen Mai von der Wirtschaftswoche, Ralf Werner und Jessica Kochbeck (Quelle: www.david-kopf.com)

Außergewöhnliche Leistungen verdienen eine außergewöhnliche Würdigung. Aus diesem Grund verlieh die CSB-System AG jetzt zum zweiten Mal den in Deutschland, Österreich und der Schweiz ausgeschriebenen Hochschulpreis „David-Kopf“. Den zweiten Platz belegte Ralf Werner, Student der Wirtschaftsinformatik an der Hochschule Niederrhein. Den „David-Kopf“ gewann ein Student der Universität Erlangen. Der Preis war im Jahr 2006 auf Initiative des Firmengründers und Vorstandsvorsitzenden Dr. Peter Schimitzek, Mitglied des Hochschulrats der Hochschule Niederrhein, ins Leben

gerufen worden und steht für das Engagement des Softwarehauses, Wissenschaft und Wirtschaft enger zu verzahnen. „Außerdem wollen wir im Hochschulbereich das Interesse für Nachhaltigkeit wecken“, so Schimitzek. Zudem soll der Preis in Höhe von 10.000 Euro dem Gewinner den Start ins Berufsleben erleichtern. Das Praxisgremium, bestehend aus Dr. Peter Schimitzek, Jochen Mai (Wirtschaftswoche), Björn Weber (Planet Retail), Dr. Joachim Goetz (Ernst & Young) und Prof. Dr. Dr. Rademacher (Forschungsinstitut für anwendungsorientierte Wissensverarbeitung) hatte die Aufgabe,

zwischen 45 Diplom- und Masterarbeiten aus 27 verschiedenen Hochschulen zu entscheiden, die alle eines gemeinsam hatten: eine Bewertung mit einer Note von mindestens 1,7. Es galt die Diplomarbeit auszuwählen, in der Theorie und Praxis unter wirtschaftlichen Aspekten am besten miteinander verknüpft wurden – Kriterien denen Diplom-Wirtschaftsinformatiker (FH) Ralf Werner mit seiner Abschlussarbeit „(mobile) VoIP - eine Potenzialanalyse für das Geschäft eines Mobilfunkanbieter am Beispiel der Vodafone D2 GmbH“ erfolgreich nachkam. (Autor: Rudolf Haupt)

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Den Weg zwischen Forschung und Anwendung verkürzen Hochschule Niederrhein gründet zwei neue Institute

Zwei neue Institute, mit denen der Forschungstransfer vor allem zu kleinen und mittelständischen Unternehmen und zu Kommunen gefördert werden soll, hat die Hochschule Niederrhein gegründet: das **Institut NIERS** für Regional- und Strukturforschung und das **Institut GEMIT** für den Bereich Geschäftsmanagement und Informationstechnologie.

Das von den Wirtschaftswissenschaftlern Dr. Rüdiger Hamm, Dr. Martin Wenke und Dr. Bernard Vogl getragene NIERS-Institut wird die bislang schon intensive regionalökonomische Forschung der Hochschule fortsetzen und sich sozioökonomischen Themen und Fragen des regionalen Strukturwandels widmen.

Dabei will es anwendungsorientiert vorgehen und der Politikberatung besondere Aufmerksamkeit schenken. Durch eine an den Aspekten der Nachhaltigkeit orientierte, ganzheitliche Betrachtung können neben ökonomischen auch ökologische und soziale Aspekte analysiert werden. Räumlicher Schwerpunkt der Arbeiten dürfte zwar auch in Zukunft der Niederrhein sein, die Institutsmitglieder erhoffen sich aber durchaus auch ein Mehr an Kooperationen mit anderen Regionen. Das Institut GEMIT wird von neun Professoren aus den Fachbereichen Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftsingenieurwesen/Gesundheitswesen getragen. Geleitet von Prof. Dr. Holger Beckmann und Prof. Dr. Wilhelm Müller steht es auf vier Säulen: Logistik, dann Planung und Reorganisation von Geschäftsprozessen, ferner E-Business sowie E-Learning. Damit orientiert man sich am Bedarf der Unternehmen, bei denen das Management von Geschäftsprozessen das bei weitem größte Optimierungs- und Kosteneinsparungspotenzial darstellt. Durch die Analyse der bestehenden Prozesse werden Schwachstellen erkannt, durch den Einsatz von Informationstechnologie können Prozesse verbessert werden. Entwickelt werden sollen auch Referenzmodelle und neue Methoden zur Modellierung von Geschäftsprozessen. Durch die interdisziplinäre Ausrichtung können die Probleme der Praxis ganzheitlich angegangen und gelöst werden. Die Ergebnisse, so die Professoren, sollen auch in die Lehrveranstaltungen einfließen. (Autor: Rudolf Haupt)

fen sich aber durchaus auch ein Mehr an Kooperationen mit anderen Regionen. Das Institut GEMIT wird von neun Professoren aus den Fachbereichen Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftsingenieurwesen/Gesundheitswesen getragen. Geleitet von Prof. Dr. Holger Beckmann und Prof. Dr. Wilhelm Müller steht es auf vier Säulen: Logistik, dann Planung und Reorganisation von Geschäftsprozessen, ferner E-Business sowie E-Learning. Damit orientiert man sich am Bedarf der Unternehmen, bei denen das Management von Geschäftsprozessen das bei weitem größte Optimierungs- und Kosteneinsparungspotenzial darstellt. Durch die Analyse der bestehenden Prozesse werden Schwachstellen erkannt, durch den Einsatz von Informationstechnologie können Prozesse verbessert werden. Entwickelt werden sollen auch Referenzmodelle und neue Methoden zur Modellierung von Geschäftsprozessen. Durch die interdisziplinäre Ausrichtung können die Probleme der Praxis ganzheitlich angegangen und gelöst werden. Die Ergebnisse, so die Professoren, sollen auch in die Lehrveranstaltungen einfließen. (Autor: Rudolf Haupt)

GEMIT - GESCHÄFTSPROZESSMANAGEMENT- UND IT

Das Institut deckt folgende Schwerpunkte (Säulen) ab:

- Logistik, Supply Chain Management, Operations Research
- Planung und Reorganisation von Geschäftsprozessen (z. B. Geschäftsprozessmanagement, Logistik, Produktion, Supply Chain Management, RFID)
- E-Business (z. B. Anwendungssysteme, SAP, IT-Sicherheit, Electronic Human Resources, Web 2.0-Applikationen)
- E-Learning (z. B. Corporate University, WBT)

Leistungspektrum:

- Prozess- und Investitionsberatung
- Analyse und Optimierung von Geschäftsprozessen im Vorfeld des IT-Einsatzes
- Machbarkeitsstudie und Kosten-Nutzen-Analyse
- Wissenschaftliche Begleitung
- Beratung bei der Auswahl der Software-Anbieter
- Anforderungsdefinition, Erprobung und Test von betriebswirtschaftlicher Software
- Integration von neuen Systemen in bestehende Logistik-, ERP- und SCM-Systeme
- Software-Test, Bewertung, Software-Ergonomie
- Gesamtprojektleitung
- Marktanalyse
- Gutachten

Kontakt



Prof. Dr. Wilhelm Müller

Wirtschaftsinformatik
GEMIT - Geschäftsprozessmanagement
und IT-Institut der Hochschule Niederrhein

Webschulstr. 39
41065 Mönchengladbach
Büro: 02161 186 - 6346
Fax: 02161 186 - 6313

wilhelm.muelder@hs-niederrhein.de

Kontakt

Prof. Dr. Holger Beckmann

Einkauf und Logistik
Fachbereich Wirtschaftsingenieurwesen und Gesundheitswesen

Reinartzstr. 49
47805 Krefeld
Büro: 02151 822 - 6623
Fax: 02151 822 - 6613

holger.beckmann@hs-niederrhein.de

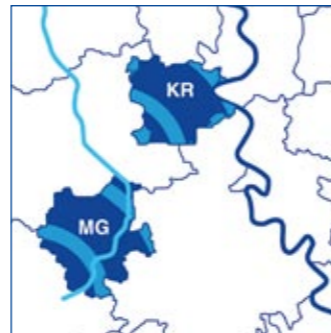
FORSCHUNGSSCHWERPUNKT

**Forschungsschwerpunkte sind regionalwirtschaftliche Analysen.
In der Vergangenheit wurden die folgenden Themen bearbeitet:**

- Regionale Existenzgründungsanalyse
- Problematik altindustrieller Regionen
- Ausgestaltung der regionalen Wirtschaftspolitik in der Bundesrepublik Deutschland
- Regionale und kommunale Struktur- und Entwicklungsanalysen, Clusteranalysen
- Regionale Arbeitsmarktanalysen
- Regionale Multiplikatoranalysen
- Wirtschaftliche Integrationsfortschritte in europäischen Grenzregionen
- Regionale ökonomischen Modelle und regionale Beschäftigungs-prognosen

NIERS - NIEDERRHEIN INSTITUT FÜR REGIONAL UND STRUKTURFORSCHUNG

Das In-Institut der Hochschule Niederrhein analysiert sozioökonomische Themen auf regionaler Ebene. Das Team betreibt praxisorientierte und politikberatende Forschung ist offen für interdisziplinäre Kooperationen. NIERS steht (besonders, aber nicht nur) für „Niederrhein“ und seine Teilgebiete.



Know-how vom Niederrhein für Hochschulen in aller Welt



Die SAP AG in Walldorf, ein führendes deutsches Softwarehaus für Unternehmenssoftware, beauftragte den Fachbereich mit der Entwicklung eines Lehrplanes. Seit mehr als zehn Jahren werden die Studierenden an der Hochschule Niederrhein im Umgang mit SAP Systemen geschult und damit gezielt auf den Arbeitsmarkt vorbereitet. Im Frühjahr 2007 führten Prof. Dr. Detlev Frick und Diplom-Kauffrau (FH) Birgit Lankes ein Pilotprojekt zum Produkt „SAP Solution Manager“ gemeinsam mit dem University Competence Center(UCC) in Magdeburg durch. Dieses neue Produkt des Unternehmens SAP unterstützt die Einführung und den Betrieb von SAP-Systemen. Der Einsatz des Solution Managers wirkt sich somit kostenreduzierend für SAP-Kunden aus und Kenntnisse des Produktes stellen eine wertvolle Zusatzqualifikation für unsere Studierenden dar.

Die Vorstellung des Produktes durch unseren Fachbereich beim jährlichen SAP User Group Meeting in Walldorf war der Initiator für ein kontinentübergreifendes Projekt mit einem internationalen Team zur Entwicklung des Solution Manager Curriculums für die SAP University Alliances. Lankes und Frick beeindruckten mit dem Schulungskonzept die SAP-Zentrale so sehr, dass der Auftrag für die weltweite Verbreitung folgte. Die am Fachbereich gesammelten Erfahrungen und Vorschläge werden nun hunderten von Hochschulen

in aller Welt zugute kommen. Dekan Prof. Dr. Martin Wenke erhofft sich dadurch auch eine noch stärkere internationale Ausrichtung seines Fachbereichs. Die geplanten Lehrinhalte stellten Professor Frick und die wissenschaftliche Mitarbeiterin Lankes zunächst auf dem SAP Curriculum Congress in Atlanta/USA Hochschulen aus der ganzen Welt vor. Damit das System auch tatsächlich Einzug in die Hochschulen hält, wurden Frick und Lankes mit der Durchführung eines Train-the-Trainer-Workshop für amerikanische Professoren in Kalifornien beauftragt. Nun soll das Curriculum erweitert werden - wieder ist die Hochschule Niederrhein federführend mit dabei. (Autoren: Sandra Kuhn / Rudolf Haupt)



✉ Kontakt

NIERS - Institut

FB Wirtschaftswissenschaften
Gebäude W, Raum W 320
Webschulstraße 41 - 43
41065 Mönchengladbach



Prof. Dr. Rüdiger Hamm

Telefon 02161 186 - 6336
Telefon 02151 511747 (privat)
Telefax 02161 186 - 6313
ruediger.hamm@hs-niederrhein.de



Prof. Dr. Martin Wenke

Telefon 02161 186 - 6310
Telefax 02161 186 - 6313
martin.wenke@hs-niederrhein.de



Prof. Dr. Bernard Vogl

Telefon 02161 186 - 6335
Telefax 02161 186 - 6313
bernard.vogl@hs-niederrhein.de



Christiane Goebel
Diplom - Ingenieurin

Telefon 02161 186 - 6335
Telefax 02161 186 - 6313
christiane.goebel@hs-niederrhein.de



Johannes Kopper
Bachelor of Politics and Economics

Telefon 02161 186 - 6336
Telefax 02161 186 - 6313
kojo0001@hs-niederrhein.de

AUNDE und Kompetenzzentrum „Frau und Auto“ kooperieren...



Gemeinsam mit Studierenden fokussierten Prof. Dr. Doris Kortus-Schultes (l.), Martina Sauer und Peter Bolten (Mitte) sowie Astrid Wildenberg (r.) für AUNDE ein innovatives Thema aus dem Automobilsektor

Einer der führenden Automobilzulieferer weltweit, die Mönchengladbacher Unternehmensgruppe AUNDE, und das Kompetenzzentrum „Frau und Auto“ der Hochschule Niederrhein haben ein erstes gemeinsames Projekt erfolgreich abgeschlossen. Die Ergebnisse des Projekts, die aus Datenschutzgründen geheim bleiben müssen, mündeten in eine Diplomarbeit. AUNDE und das Kompetenzzentrum wollen die für beide Seiten anregende, fruchtbare Kooperation fortsetzen, betonten Peter Bolten, Familiengesellschafter des Unternehmens, Key Account Manager Martina Sauer sowie Prof. Dr. Doris Kortus-Schultes, die Leiterin des Kompetenzzentrums, bei einer abschließenden Betriebsbesichtigung mit

Studierenden. An der Studie wirkte auch die Diplom-Designerin Astrid Wildenberg mit, die wie Martina Sauer Absolventin der Hochschule Niederrhein ist. Außer gemeinsamen

Projekten wolle man den know-how-Transfer bei der gemeinsamen Betreuung von Abschlussarbeiten und durch Gastvorträge verstärken, hieß es. (Autor: Rudolf Haupt)

Kontakt



Prof. Dr. Doris Kortus-Schultes
Marketing & Handelsbetriebslehre
Kompetenzentrum Frau und Auto

Hochschule Niederrhein
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Webschulstr. 41-43
41065 Mönchengladbach
Büro 02161 186 - 6327
Fax: 02161 186 - 6313
doris.kortus-schultes@hs-niederrhein.de

...auch im Verhältnis zum Auto: „Frauen haben viele Gesichter“

Marketing-Studenten der Hochschule Niederrhein entwickelten Vorschläge für die virtuelle Ansprache von Frauen beim Autokauf

Internet-Auftritte von Autohäusern prüften und entwickelten Suna Tomasik (vorn) und 25 weitere Studierende, betreut von Agenturchefin Petra Hülsmann (l.) und Prof. Dr. Doris Kortus-Schultes, Leiterin des Kompetenzzentrums „Frau und Auto“

Fast jedes dritte Auto in Deutschland wird von Frauen gekauft. Wer sich die Internetseiten der meisten Autohäuser ansieht, reibt sich indes die Augen. Hier finden Frauen als Kaufinteressentinnen zwar häufig ein Foto des Gebäudes und der Verkaufsräume, aber keine Ansprache, die ihren Vorstellungen und Lebenswelten entspricht. In einem Seminar des Kompetenzzentrums „Frau und Auto“ der Hochschule Niederrhein entwickelten deshalb 26 Marketingstudenten in diesem Sommersemester Vorschläge für zielgruppenorientierte

Internet-Auftritte von Autohändlern. Kooperiert wurde mit der Internetagentur PixelConsult aus Dortmund. „Wählen Sie den zuverlässigen Partner für Ihre Lebenslage!“ lautete eine Aufforderung an die Website-Besucherinnen.

Vor allem die Altersgruppe der „40 something“ ist für das Neuwagen-geschäft besonders bedeutend, stellt Projektbetreuerin und Professorin Kortus-Schultes fest. Diese „Generation Babyboomer“ verwirkliche mehr Lebensphasenmodelle als ihre Mütter. Sie wählen anders als Männer ihr Auto aus, und sie haben dafür andere Kriterien. „Frauen haben viele Gesichter“, fasst Studentin Suna Tomasik die Recherche zusammen. Gleichzeitig der Leitsatz für die Strategie ihrer Arbeitsgruppe. Darin empfiehlt sie, Automodelle und Serviceangebote beim

Internetauftritt auszurichten an der „anspruchsvollen Mutter“, der „erfolgreichen Karrierefrau“ oder der „soliden Autofahrerin“. Wer sich als Frau über seinen Autotyp nicht im klaren ist, macht einen Test, gibt Wohnort- und Haushaltsgröße, Art und Häufigkeit der Autotonutzung, Einstellung zu Umwelt und Energieverbrauch und andere Parameter ein und erhält einen individuellen Modellvorschlag, ganz so wie nach der Beratung im Autohaus.

Sieben Altersgruppen zwischen 17 und über 70 Jahren haben die Studierenden untersucht und dabei das Marktpotenzial und den Kundenwert bei weiblichen Autokäufern berechnet – heute und in 20 Jahren. In der „Generation @“ der 17- bis 29-Jährigen etwa wird sich das Neuwagen-geschäft bis 2028 mehr als verdoppeln. Der vom Studententeam „Roadtrip“ für sie gestaltete Internet-Auftritt stellt die gewünschte Zusatzausstattung, etwa getönte Scheiben, optisch und kalkulatorisch dar – der Preis steigt und schrumpft mit jedem Klick. Merktzettel und Schnellsuchfunktionen nehmen Rücksicht auf das knappe Zeitbudget von Müttern und Berufstätigen. Neben Leistungsdaten wird – bei Frauen ganz wichtig – immer auch der Benzin-

verbrauch angegeben. Bei der Ansprache der Generationen „Gold“ und „Silber“ der 60- bis über 70-Jährigen ermöglicht die einfache Navigation ein augenfreundliches Heranzoomen der Details inklusive einer Erklärung von Fachbegriffen.

„Die Nutzung der neuen Medien stellt für den Autohandel eine riesige Chance dar“, meint Petra Hülsmann. Die Geschäftsführerin der Internetagentur „PixelConsult“ berät Autohäuser und auch die Studenten in diesem Projekt. Emails und Newsletter hätten gegenüber Anzeigen kaum Streuverluste. Sie könnten zudem zielgruppengenaue eingesetzt werden, so Hülsmann weiter. Eine gezielte Frauenansprache ermöglicht ihrer Erfahrung nach, eine schnell wachsende Käufergruppe wie die der 30- bis 39-Jährigen wegen deren nachgewiesener Markenloyalität für die nächsten 30 Jahre als Kundinnen an sich zu binden. Die Internetexpertin möchte die virtuelle Internetwelt gern stärker mit der realen Autohauswelt verknüpfen – zum Beispiel mit einem Event im Autohaus, das mit einem Gewinnspiel im Internet verbunden ist. So könnten auch mehr Frauen als Kundinnen ins Autohaus „gelockt“ werden. (Autor: Rudolf Haupt)



Internet-Auftritte von Autohäusern prüften und entwickelten Suna Tomasik (vorn) und 25 weitere Studierende, betreut von Agenturchefin Petra Hülsmann (l.) und Prof. Dr. Doris Kortus-Schultes, Leiterin des Kompetenzzentrums „Frau und Auto“



Internationalen Konferenz der Regional Studies Association (RSA) und NIERS „The regeneration of image in old industrial regions: agents of change and changing agents“

Im Ruhrgebiet - hier Zeche Zollverein in Essen - ging der Strukturwandel mit einer Image-Veränderung einher - Wie beeinflusst das Image einer Region deren wirtschaftliche Entwicklung? Vor allem dann, wenn sie über eine lange industrielle Geschichte verfügt? Darüber sprachen zwei Dutzend Regionalforscher aus verschiedenen Ländern Europas und den USA vom 15. bis 17. Februar 2009 an der Hochschule Niederrhein in Mönchengladbach.

Wissenschaftler des Niederrhein Instituts für Regional- und Strukturforchung (NIERS) an der Hochschule Niederrhein und der Regional Studies Association (RSA) diskutierten über die Faktoren, die einen Wechsel des Images bewirken, sowie die daraus entstehenden

wirtschaftlichen Effekte. Regionalentwicklungsagenturen investieren Millionen von Euro, um die Wahrnehmung ihrer Regionen bei den Menschen zu beeinflussen. Aber diese wird maßgeblich durch wirtschaftliche Stärke und die angebotenen Entwicklungspotenziale bestimmt. Welche regionalen Effekte eine Universität für angewandte Wissenschaften wie die Hochschule Niederrhein hat, hat Prof. Dr. Rüdiger Hamm, der Direktor des NIERS-Instituts, zusammen mit Yasemin Schmitz anhand einer neuen Studie referiert. Rektor Hermann Ostendorf und Martin Lutz von der Standort Niederrhein GmbH begrüßten die Teilnehmer, die auch im Textilmuseum in Krefeld und im Borussen-Park in Mönchengladbach erwartet wurden. (Autor: Rudolf Haupt)

Regionalökonomisches Forum des Institut NIERS

Prof. Dr. Rüdiger Hamm und Diplom-Ingenieurin Anja Kaldasch haben die Gründersituation am Niederrhein in einer empirischen Studie analysiert und im März 2008 im Rahmen des 2. Regionalökonomischen Forums vorgestellt und diskutiert. Zum Austausch über die Perspektiven der regionalen Gründungsberatung standen Anja Geer, Geschäftsführerin der IHK Mittlerer Niederrhein, Sylvia Folgmann, Geschäftsführerin der Transferagentur f.i.t. der HN und weitere Fachleute zur Verfügung. „Gründungen von kleinen und mittelständischen Unternehmen“, so Prof. Dr. Hamm, „führten gerade aus kommunaler und regionaler Ebene zu spür- und messbaren wirtschaftlichen Wirkungen.“

Dem Erfolg des Forums folgte im September 2008 das 3. Regionalökonomische Forum mit dem Thema: Regionalanalysen auf dem Prüfstand. Sind regionalwirtschaftliche Daten und Analysen überflüssig, hilfreich oder notwendig? Und wie können Bedarf und Angebot in Einklang gebracht werden? Diese Fragen erörterten Wissenschaftler, Kammervertreter und Wirtschaftsförderer aus der gesamten

Region gemeinsam mit Vertretern des Institutes NIERS.

Mit der Gründung des Niederrhein Instituts für Regional- und Strukturforchung (NIERS) hat die Hochschule Niederrhein der regionalökonomischen Forschung am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften einen hohen Stellenwert zugewiesen. „Das Institut“, so Prof. Dr. Rüdiger Hamm, „möchte Kammern, Kommunen und Wirtschaftsförderer anwendungsorientiert und zielgerichtet in ihrer Arbeit unterstützen.“ Dazu wurden im regionalökonomischen Forum der Bedarf an Daten und Analysen ermittelt und diskutiert. Vorgestellt wurden auch beispielhafte Informationsangebote wie der Euregionale Informationsservice in Aachen und das Standortinformationssystem der IHK Mittlerer Niederrhein. Zu den Referenten zählten IHK-Geschäftsführer Rainer Növer, Standort-Niederrhein-Geschäftsführer Martin Lutz, der Mönchengladbacher Wirtschaftsförderer Dr. Ulrich Schückhaus, der Referatsleiter für Regionale Struktur- und Clusterpolitik im NRW-Wirtschaftsministerium Wulf Noll und viele andere. (Autor: Rudolf Haupt)



Hochschule Niederrhein forscht mit im Projekt E-Health@Home Interdisziplinärer Verbund wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert



Um die Entwicklung von Geschäftsmodellen zur Unterstützung eines selbst bestimmten Lebens in einer alternden Gesellschaft geht es in dem jetzt angelaufenen Forschungsprojekt „E-Health@Home“, an dem die Hochschule Niederrhein mitwirkt. Die technischen und wirtschaftlichen Entwicklungsbeiträge werden in der Wirtschaftsinformatik in Mönchengladbach von Prof. Dr. Detlev Frick aus der Perspektive und Querschnittsaufgabe eines ganzheitlichen Service-Engineerings ergänzt. Das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) geförderte Projekt erforscht und entwickelt Möglichkeiten, wie ein selbst bestimmtes Leben älterer Menschen im eigenen häuslichen Umfeld durch innovative technische Lösungen unterstützt werden kann. Zu dem interdisziplinären Verbund gehören neben der Hochschule Niederrhein fünf renommierte Institute wie das Fraunhofer Institut für Software- und Systemtechnik, das Institut Arbeit und Technik oder das Competence Center E-Commerce der Freien Universität Berlin sowie der Industriepartner T-Systems. Koordiniert wird das Projekt vom Rhein-Ruhr-Institut für Sozialforschung und Politikberatung an der Universität Duisburg-Essen.

Ausgangspunkt sind zum einen die bereits bestehenden Lösungen in Bereichen wie Ambient Assisted Living (AAL), Telemedizin und Telematikinfrastruktur, zum anderen die Diffusionshemmnisse, die die Realisierung technischer Ideen und die Nutzung großer Chancen häufig verzögern und begrenzen. Letzteres soll bei der Analyse, Konzeption und Realisierung von „Unterstützungsmöglichkeiten für ein selbst bestimmtes Leben von Älteren im eigenen Haushalt“ gerade durch eine interdisziplinäre wissenschaftliche Begleitung verhindert werden. Die Projektpartner verfolgen die Perspektive, aus der demografischen Herausforderung der Gegenwart soziale und wirtschaftliche Chancen für Deutschland zu entwickeln. Um dabei erfolgreich zu sein, sind durch das Projekt E-Health@Home sehr viele Belange - medizinische, technische, ökonomische und soziale - gleichermaßen und integriert zu berücksichtigen. Im Zentrum steht die Entwicklung von Geschäftsmodellen für haushaltsnahe Dienstleistungen, die gleichzeitig die empfundene Lebensqualität steigern sowie die Pflege- und Gesundheitskosten senken. Dabei wird sowohl die individuelle Perspektive von Älteren und ihren Angehörigen als auch die Perspektive privater und öffentlicher Kostenträger aufgenommen.

Autor: Rudolf Haupt)

Kontakt



Prof. Dr. Detlev Frick

Wirtschaftsinformatik

Hochschule Niederrhein
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Webschulstr. 41-43
41065 Mönchengladbach
Büro: 02161 186 - 6383
Fax: 02161 186 - 6313
detlev.frick@hs-niederrhein.de

KOOPERATION UND PROJEKTE

Marketingstudenten entwickeln Einführungskampagne für den VDI



Der Verein Deutscher Ingenieure (VDI) ist der größte technisch-wissenschaftliche Verein in Deutschland und international führend. Mit der im Jahre 2006 gestarteten Initiative SACHEN MACHEN will der VDI das Berufsbild des Ingenieurs in Deutschland verbessern, um langfristig qualifizierten Ingenieurnachwuchs aufzubauen. Dieses Projekt versucht u. a. frühzeitig Kontakt mit Schülern der Altersgruppe 12 – 19 Jahren aufzubauen, um diese für technologische Themen zu begeistern. Mit über 100 Förderpartnern aus Industrie und Wis-

senschaft wurden in den letzten beiden Jahren vielfältige Aktivitäten für diese Zielgruppe durchgeführt, unter anderem die Einrichtung eines Jugend Technik – Interportals (www.technikwelten.de) sowie eines Technik TV – Senders (Tec – TV).

Im Wintersemester 2008/09 war es nun Aufgabe der Studierenden, das kurz vor der Einführung stehende Internetportal www.technikwelten.de der Zielgruppe bekannt zu machen. Mit einem Kommunikationsbudget von 100.000 € für die Startphase sollte kurzfristig Bekanntheit aufgebaut werden, um interessierte Schüler auf die Website zu lenken und diese als regelmäßige Seitennutzer zu gewinnen.

In zwei Arbeitsgruppen wurde neben dem Einsatz klassischer Medien (z.B. Plakate an Schulen, Infobriefe an Lehrer oder Give Aways verteilt an Schulen) vor allem der Einsatz neuer Medien diskutiert. In beiden Einführungskampagnen, die im Januar 2009 der Projektleitung im VDI Haus in Düsseldorf präsentiert wurden, spielte die Bannerwerbung in zielgruppenspezifischen Medien (z.B. SchülerVZ), das virale Marketing sowie das

Suchmaschinenmarketing eine besondere Rolle. Mit einem gut aufeinander abgestimmten Mix von klassischen Offline-Medien und Online-Medien zeigten beide Studentengruppen, wie sie in kurzer Zeit mit dem gegebenen Budget das Marketingziel erreichen wollen.

Die in sich sehr schlüssigen Kampagnen überzeugten die Zuhörer beim VDI nicht nur durch den Kommunikationsmix. Insbesondere wurden die von beiden Gruppen vorgeschlagenen Claims zum Einsatz als Werbekonstanten sehr positiv aufgenommen. Mit den Claims „Verstehen was passiert“ oder „Technikwelten – Schenkt Dir Wissen“ sollte unterstützt durch eine auffällige Bildmarke der Nutzen dieses Internetportals der Zielgruppe vermittelt werden.

Mittlerweile ist die Hochschule Niederrhein auch Projektpartner der INITIATIVE SACHEN MACHEN. Mit ihren Unterschriften besiegelten der Rektor der Hochschule, Prof. Dr. Hermann Ostendorf und der VDI Direktor Dr. Ing. Willi Fuchs die Kooperation. (Autor: Ingo Bieberstein)

Suchwortmarketing: Mit dem richtigen Klick zum Erfolg

Wer Informationen benötigt, „googelt“. Und wer etwas kaufen möchte, egal ob privat oder für ein Unternehmen, informiert sich ebenfalls vielfach im Voraus über die größte Suchmaschine der Welt. Vor diesem Hintergrund ist es kein Wunder, dass die kleinen Textanzeigen, die Google dem Nutzer nach der Eingabe von Suchworten anzeigt, für viele Unternehmen zu einem wichtigen Marketinginstrument geworden sind.

Die Studierenden im Bachelor-Kurs „Marketing“ der Hochschule Niederrhein bei Prof. Dr. Harald Vergossen beschäftigen sich zur Zeit intensiv mit dem noch recht jungen Marketinginstrument „Suchwortmarketing“: Fünf Gruppen mit 28 Studierenden entwickeln zur Zeit für fünf unterschiedliche Unternehmen entsprechende Strategien. Das Besondere: sie setzten diese Strategie auch direkt um. Google sponsert jedes Team mit 200 US-Dollar, welche für Suchwortwerbung im Zeitraum von drei Wochen im Mai eingesetzt werden. Die Studenten lernen Suchwortmarketing nicht nur theoretisch kennen, sondern machen mit ihren Unternehmen die Erfahrung, wie man das Instrument möglichst effektiv und effizient einsetzt.

Melanie Phlippen und Carolin Jenneßen und ihr Team etwa stellten die Kampagnen für ein Unternehmen für Bürobedarf in Erkelenz vor. Die anderen Teams kooperierten mit einem Mönchengladbacher Unternehmen für Schmierstoffe und Fette, einem Werkzeugmaschinenhersteller, einem Kölner Versand von Filmplakaten und Musikpostern und einer Düsseldorfer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Wertvollen fachlichen Rat erhielten sie bei der Strategieplanung von Michael Gandke, Chef der auf Suchwortmarketing spezialisierten Mönchengladbacher Agentur Gandke Marketing GmbH. Seine Tipps: „Vor-

wiegend Produkte als Keywords wählen, die am meisten verkauft werden und eine hohe Gewinnmarge haben. Denn für jeden Klick muss der Kunde zahlen. Die Anzeige muss genau das beschreiben, was dahinter ist“. Für das Maschinenbauunternehmen hatte er den Vorschlag, die Anzeige wegen des globalen Kundenkreises rund um die Uhr in Google zu schalten. „Und warum sollte sie in China nicht in chinesischer Sprache erscheinen?“ Die Franzosen, verriet Michael Gandke, klicken grundsätzlich nicht auf Anzeigen in Deutsch, auch wenn es das einzige Angebot ist.

Die Teams beteiligen sich mit ihren Arbeiten am Google Online Marketing Challenge. An dem weltweiten Wettbewerb nehmen mehr als 21.000 Studenten aus über 60 Ländern und 460 Hochschulen teil. Alle fünf Teams mit insgesamt 27 Studenten des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften haben eine Platzierung im oberen Drittel – weltweit! Ein herausragendes Team hat es sogar unter die besten 10% geschafft!

Bei angetreten 1.600 Teams - der Regionen Nord - & Südamerika, Asien und EMEA - ist dies ein beachtliches Ergebnis. Das „Siegerteam“ der Hochschule Niederrhein entwickelte, im Rahmen des Schwerpunktfaches Marketing, eine Suchwort-Kampagne für das Unternehmen „RhenusLub“, Hersteller für Industrie-Schmierstoffe aus Mönchengladbach - <http://www.rhenuslub.com/>. Dem Unternehmen wurde, durch die Studenten, aufgrund seiner Spezialisierung ausdrücklich empfohlen, auch im Onlinemarketing aktiv zu werden, da andere Medien große Streuverluste bedeuten. Im laufenden Sommersemester 2009 werden weitere Projekte gestartet und die Ergebnisse mit Spannung erwartet. (Autor: Rudolf Haupt / Sandra Kuhn)



Mit jedem Klick einen Schritt weiter: Melanie Phlippen, Carolin Jenneßen (vorn) und ihre Mitsreiter im Google-Projekt

Unterzeichnung des Kooperationsvertrages mit der Santander Consumer Bank AG



Die Santander Consumer Bank AG, Mönchengladbach, und die Hochschule Niederrhein haben im Mai 2009 einen Kooperationsvertrag geschlossen. Den Vertrag mit dem Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Niederrhein haben Oliver Burda von der Santander Consumer Bank AG und Prof. Dr. Hermann Ostendorf, Rektor der Hochschule Niederrhein, unterzeichnet. Die Vereinbarung ermöglicht eine Zulassung zum Berufsbegleitenden Betriebswirtschaft-

lichen Studium (BBS) für besonders qualifizierte Auszubildende der Santander Consumer Bank AG sowie für Mitarbeiter, die neben ihrer beruflichen Tätigkeit ein betriebswirtschaftliches Studium absolvieren möchten. Darüber hinaus sind im Rahmen der Kooperation der Austausch von Referenten, Hörsaal sponsoring, Vorträge für Studierende, Sponsoring für die Absolventenfeier sowie eine Online-Plattform zur Vermittlung von Praktikanten, Diplomanden, Trainees und

Berufseinsteiger vorgesehen. Rektor Ostendorf begrüßte die Kooperation und die damit verbundene Bereitschaft der Santander Consumer Bank AG die eigenen Mitarbeiter in ihrer beruflichen Entwicklung zu fördern. Ostendorf bezeichnete dies als vorausschauende Maßnahme zur Personalbindung und begrüßt das Vertrauen, dass die Santander insbesondere dem Fachbereich Wirtschaftswissenschaften entgegenbringt.

Vorsprung durch Innovation

Hochschule Niederrhein und führender Softwarehersteller kooperieren

Die Hochschule Niederrhein und die Hildesheimer nGroup haben Zusammenarbeit auf dem Gebiet der Wirtschaftsinformatik vereinbart. Die Unterschriften unter das Papier setzten die Partner am 3. Februar 2009 auf der weltgrößten Computermesse, der CeBIT in Hannover. Von der Kooperation erhoffen sich Professoren und Manager eine schnellere und effektivere Umsetzung und Markteinführung innovativer Betriebssoftware und weiterer IT-Produkte. Längerfristige strategische Forschung hilft Wissenschaft wie Industrie, im weltweiten Wettbewerb die Nase vorn zu haben. Die Wahl der nGroup fiel auf

den Fachbereich Wirtschaftswissenschaften in Mönchengladbach, weil dessen Schwerpunkt Wirtschaftsinformatik weltweite Anerkennung besitzt, so Michael Rietzke, Leiter Partnermanagement der nGroup. Als Zusammenschluss von mehr als 30 Unternehmen zählt sie zu den führenden deutschen Softwareherstellern für



betriebswirtschaftliche Lösungen im Mittelstand. „Außer dem Transfer von Expertenwissen bekommen unsere Absolventen einen karrierefördernden Zugang zum Arbeitsmarkt“, hebt Prof. Dr. Georg Wilking einen weiteren Vorteil hervor. Lehraufträge, Gastvorlesungen, Betreuung von Abschlussarbeiten bis hin zu gemeinsamen Forschungsprojekten heben die Trennung von Hochschul- und Unternehmensstrukturen auf. Und die Mönchengladbacher Absolventen sind in der Software-Branche heiß begehrt, versichert das Hildesheimer Unternehmen. Nachahmung also wärmstens empfohlen. (Autor: Rudolf Haupt)

INTERNATIONALES



Besonders deutlich intensiviert hat sich die internationalen Hochschulkoope- ration: Frankreich, Finnland, Polen, Irland, Tschechien auch die Russischen Föderation standen im Fokus der Studierenden und Lehrenden. Die EU-Nationen sind aufgrund des guten Förderprogramms ERASMUS / SOKRATES besonders beliebt. Die vielfältigen Partnerhochschulen des Fachbereichs und die damit verbundene mögliche Anerkennung von Studienleistungen und die Aussicht auf finanzielle Unterstützung machen dieses Programm attraktiv für Bachelor und Masterstudenten.

Neu im Programm der internationalen Kooperation sind sogenannte „Intensive Weeks“, in deren Rahmen eine Gruppe von 6-10 Studierenden begleitet von einem oder zwei Lehrenden eine Partnerhochschule besuchen und während des Aufenthaltes von 7-14 Tagen ein festgelegtes Thema ausarbeiten. Intensive Weeks sind ein hervorragendes Instrument um die Studierenden in ein mögliches Auslandssemester „hineinschnuppern“ zu lassen. Im April 2008 und auch im darauffolgenden Jahr wurde daher die Möglichkeit genutzt, die traditionelle „Intensive Week“ der „Poznan University of Technology“ in Poznan/Polen mit einer Studierendengruppe und zweier Kollegen

zu besuchen; im November 2008 reiste eine Gruppe von 8 Studierenden und zweier Kollegen zum „Nizhny Novgorod Commercial Institute“ nach Rußland um dort an einer internationalen Konferenz teilzunehmen und diese inhaltlich mit zu gestalten. Unsere russische Partnerhochschule trat im Mai 2009 den Gegenbesuch an und der finnische Partner „Central Ostrobothnia University of Applied Sciences“ aus Ylivieska/Kokkola kam mit einer Gruppe Studierender zur Intensivierung der deutschen Sprache und persönlichen Austauschs nach Mönchengladbach. Außerdem kamen Vertreter unserer Partner „HAMK University of Applied Sciences“ aus Valkeakoski, Finnland und die „Uljanovsk State University“ aus Russland zu persönlichen Gesprächen zur Erweiterung der Partnerschaft an den Niederrhein.

Darüber hinaus kann berichtet werden, dass die bestehenden internationalen Hochschulkontakte mittlerweile auch hinsichtlich einer Forschungskoope- ration ausgeweitet wurden. So besteht seit 2008 eine Kooperation mit der COU, Finnland auf dem Gebiet RFID-Anwendungen. Diese Kooperation wird von Kollegen der Wirtschaftsinformatik vorangetrieben.

**Erfahrungsbericht internationaler Strategieworkshop
in Posen (29. März - 4. April 2009)**



Sechs Studierende der Hochschule Niederrhein nahmen am internationalen Workshop zum strategischen Management an der Poznan University of Technology teil.

Aufgabe war es, zusammen mit polnischen, ungarischen, türkischen, finnischen und chinesischen Studierenden, in multinationalen Projektteams eine Unternehmensstrategie für einen polnischen Lokomotivhersteller zu entwickeln. Flankiert wurde der Workshop durch Vorlesungen zu ausgesuchten Themen des strategischen Managements.

„In dem Workshop sah man täglich den Lernerfolg durch kurze Präsentationen mit direktem Feedback am Ende des Tages. Das fand ich

gut, da man sein Wissen sofort in die Praxis umsetzen konnte.“

Neben dem Erlernen und Anwenden neuer Methoden im Bereich der Strategieentwicklung konnten die Studierenden ihre Team- und Kommunikationsfähigkeit in einem multinationalen Umfeld testen. Letzteres hat sich als die wichtigste Erfahrung der Exkursion erwiesen.

„Ich wurde als Teamleiter unserer Gruppe angesehen. Ich habe mich sehr gefreut, dass meine Gruppenmitglieder mir vertraut haben“

„Ich hatte zu Anfang ein wenig Angst, als ich hörte, dass wir in multinationale Gruppen eingeteilt werden. Jetzt muss ich sagen, dass

das genau das Richtige war. Man war so gezwungen sich der Aufgabe zu stellen und so konnte man mehr lernen“

„Es war eine völlig neue Erfahrung für mich, sich mit Menschen aus den unterschiedlichsten Ländern auseinander zu setzen und vor allem auch zu arbeiten. Auch die privaten Treffen an den Abenden haben dazu beigetragen, die verschiedenen Kulturen kennen zu lernen und internationale Freundschaften zu schließen“

„Sehr wichtig war die Kommunikation mit Studenten anderer Nationen. Mit Englisch als Grundlage haben wir gut als Team zusammengearbeitet und unser Englisch hat sich in dieser kurzen Zeit verbessert.“

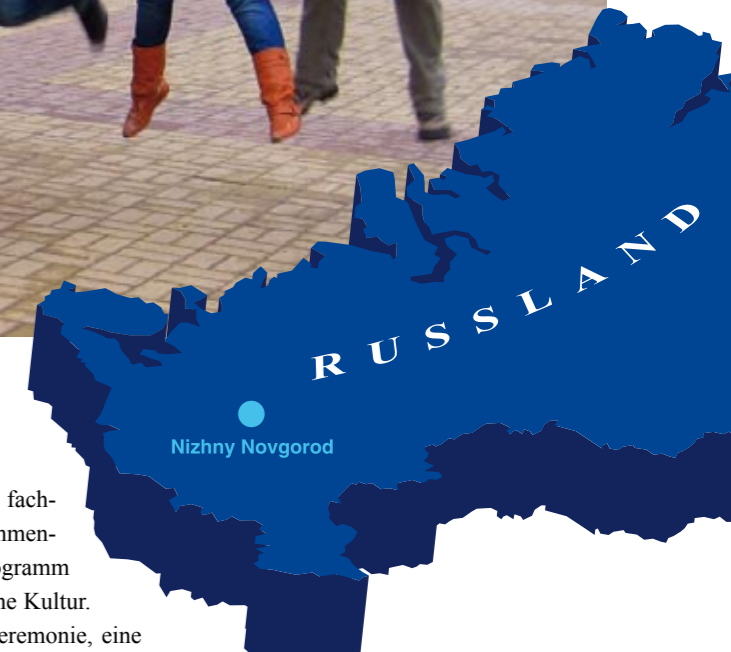
Schließlich gab es auch genügend Zeit, die zahlreichen Sehenswürdigkeiten der Stadt zu besichtigen und Gelegenheiten, mehr über die polnische Kultur und Geschichte zu lernen.

„Ich fand die polnische Kultur mit ihrem Essen, mit ihrer Architektur und ihren Menschen sehr interessant. Die Polen, die ich kennen gelernt habe, sind sehr offene Menschen gewesen“

Die Teilnehmer der Exkursion bedanken sich beim Förderverein Wirtschaftswissenschaften Hochschule Niederrhein e.V., der es durch seine Bezuschussung der Reise ermöglicht hat, viele neue Eindrücke und Erfahrungen zu sammeln. (Autor: Prof. Dr. Bernard Vogl)



Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften



Analyse deutsch-russischer Handelsbeziehungen

Im November 2008 fand in Nizhny Novgorod der 2. German-Russian Workshop zwischen Studierenden des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften und Studierenden des Nizhny Novgorod Commercial Institute statt. Inhaltlich setzten sich die Studierenden mit dem Handel und Direktinvestitionen in Russland auseinander. Unter der Leitung von Prof. Dr. Bernard Vogl und Prof. Dr. Wenke reisten sechs Studentinnen und Studenten nach Niz-

hny Novgorod. Neben den fachlichen Inhalten des Zusammentreffens bot das Rahmenprogramm einen Einblick in die russische Kultur. Eine russische Begrüßungszeremonie, eine Stadtführung in Nizhny Novgorod sowie ein gemeinsames Abschiedessen und die Gelegenheit zu informellen Zusammentreffen der Studierenden gaben den deutschen Teilnehmerinnen und Teilnehmern einen Eindruck

von der russischen Gastfreundschaft und boten die Möglichkeit, über den Workshop hinaus weitere Kontakte anzuknüpfen. (Autor: Sandra Kuhn)



Zweiter Brückenschlag Hochschule Niederrhein - Wirtschaft Wirtschaftswissenschaftler und -informatiker bieten Unternehmen ihre Unterstützung an



Beim „2. Brückenschlag Hochschule – regionale Wirtschaft“ des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften und des Fördervereins Wirtschaftswissenschaften e. V. wurden drei erfolgreiche Kooperationen vorgestellt. Dass die Lösungen für viele betriebswirtschaftliche Probleme oft direkt vor der Haustür liegen, an der Webschulstr. 41 in Mönchengladbach, erfuhren Manager am 5. November 2008 aus dem Mund von ihresgleichen. Manager, die das know how des Fachbereichs zum Beispiel bei Controlling, Personal und Marktforschung für ihr Unternehmen nutzten, gaben über ihre Erfahrungen Auskunft. Die Firmen Bofrost (Strae-

len), Henkel (Düsseldorf) und Real (Mönchengladbach) präsentierten die durchgeführten Projekte, die Herangehensweise und ihre positiven Erfahrungen bei der Zusammenarbeit mit den Studierenden und dem Fachbereich. Wer bei den Praxisbeispielen auf den Geschmack gekommen war, konnte seine vielleicht schon lange schwelende Projektidee direkt mit den Professoren des Fachbereichs erörtern. In deren Entwicklung zur Reife können auch Studierende einbezogen werden – für viele Unternehmen auch ein zusätzlicher Weg zur Gewinnung motivierten Nachwuchses. (Autor: Rudolf Haupt / Sandra Kuhn)



10 Jahre Bankenforum

Fachhochschulen genießen seit jeher den Ruf, dass die Ausbildung dort sehr praxisnah erfolgt, ohne dass die theoretische Basis vernachlässigt wird. Die mittlerweile gängige englischsprachige Bezeichnung „Universität für angewandte Wissenschaften“ (University for Applied Sciences) weist in diese Richtung: Erkenntnisse der jeweiligen Wissenschaftsdisziplin werden zunächst vorgestellt und danach aber recht schnell hinsichtlich ihrer konkreten Anwendung in der Praxis diskutiert. Auch der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Niederrhein geht diesen Weg sehr konsequent. Neben den vielen Praxisprojekten während des Studiums, der Vielzahl von Lehrbeauftragten aus der Praxis und der Tatsache, dass nahezu alle Abschlussarbeiten in Kooperation mit der Praxis bearbeitet werden, sind die regelmäßig stattfindenden „Foren“ ein weiteres Instrument

zur Brückenbildung zwischen praxisorientierten Hochschulbildung und der Praxis selbst.

In den vergangenen zehn Jahren organisierte Kollege Prof. Dr. Bernd Müller Bankenforen die Praxisbeispiele für die Studierenden am Fachbereich und die interessierte Öffentlichkeit referiert und diskutiert haben. Die Bankenforen sind integraler Bestandteil der Vorlesungen und Seminare zum Themenbereich „Banking and Finance“ und vermitteln den Studierenden regelmäßig Einblicke in jeweils aktuellen Fragenstellungen und Problemlösungskonzepte aus der Praxis. Zur Jubiläumsveranstaltung waren alle bisherigen Referenten der Praxis aus dem Banken- und Finanzdienstleistungsbereich eingeladen und ein gelungenes Programm rundete die Feierlichkeiten ab. (Autor: Martin Wenke)

Wirtschaftsinformatiker aus Unternehmen und Hochschulen im bundesweiten Dialog

Um Wirtschaftsinformatik kommt keines der 4,5 Millionen bundesdeutschen Unternehmen herum. Ob bei der IT-Unterstützung im Rechnungswesen, bei der Geschäftsanbahnung und -abwicklung über das Internet oder der Nutzung von Datenbanken bei der Entscheidungsfindung – die Betriebswirtschaft und die Informatik verschmelzen mehr und mehr. Besondere Aufmerksamkeit durfte deshalb der praxisorientierten Jahrestagung des Arbeitskreises Wirtschaftsinformatik an Fachhochschulen (AKWI) am 11. und 12. September 2008 an der Hochschule Niederrhein in Mönchengladbach gewiss sein. Professoren und Manager widmeten sich speziell Anwendungen und Techniken zur Analyse großer Datenbestände. Die Vorträge waren öffentlich und kostenlos. Im Arbeitskreis Wirtschaftsinformatik sind

77 Studiengänge in Deutschland, Österreich und der Schweiz zusammengeschlossen. Bei der Mönchengladbacher Tagung, die von Prof. Dr. Klaus Werner Wirtz (HN) organisiert wurde, standen neben dem Erfahrungsaustausch auch gemeinsame Projekte und Kooperationen zwischen Wirtschaftsinformatikern in Hochschulen und Unternehmen im Fokus. So etwa die Optimierung des Lieferkettenmanagements, das an der Hochschule Niederrhein einen Schwerpunkt hat, beim Controlling oder bei zentralen Datensammlungen, die Informationen aus unterschiedlichen Kanälen integrieren. Mit Prof. Dr. Detlev Frick, Prof. Dr. Berthold Stegemerten und Birgit Lankes, Diplom-Kauffrau (FH), stellte die Hochschule Niederrhein drei der Referenten. (Autor: Rudolf Haupt)

Wissenstransfer Hochschule-Praxis im bundesweiten Fokus BundesDekaneKonferenz Wirtschaftswissenschaften zu Gast in Mönchengladbach

Im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften in Mönchengladbach trafen sich die Dekaninnen und Dekane gleichnamiger Fachbereiche aus ganz Deutschland und Österreich

Die Hochschule Niederrhein war für drei Tage der Nabel der wirtschaftswissenschaftlichen Welt – soweit sie an deutschen und österreichischen Fachhochschulen Vertretungen hat. Rund 60 Dekaninnen und Dekane der wirtschaftswissenschaftlichen Fachbereiche und Vertreter aus der Wirtschaft kamen vom 22. bis 24. Oktober 2008 an die Hochschule Niederrhein in Mönchengladbach. Die Herbsttagung der BundesDekaneKonferenz stand unter dem Thema „Kooperation mit der Wirtschaft“.

Das Thema wurde aus Sicht der Hochschulen ebenso eingehend beleuchtet wie aus Unternehmensperspektive. Die Mönchengladbacher Professoren Rüdiger Hamm und Wilhelm Mülder sowie Horst Peters von der FH Düsseldorf präsentierten ihre Kooperationskanäle, bevor es mit einem Praxisbeispiels dargelegt durch Studierende der Hochschule Niederrhein „knusprig“ weiterging. In Kooperation mit der

Düsseldorfer Agentur Grey Worldwide und betreut von den Professoren Richard Jung (Design) und Harald Vergossen (Marketing) hatten sie eine Werbekampagne für „Golden Toast“ entwickelt und wurden für Idee und Umsetzung mit dem Gold-Award der Junior-Agency des GWA ausgezeichnet. Glänzend sind auch die erfolgreichen Kooperationen der Hochschule Niederrhein mit den Stadtwerken Düsseldorf, der Santander Consumer Bank AG, der Fortis Bank, AUNDE und anderen, die von Unternehmensvertretern beleuchtet werden. Ein Blick in die Niederlande und in die Schweiz erweiterten anschließend den Horizont.

Abseits der Vorträge und Diskussionen erwartete die Dekaninnen und Dekane ein repräsentatives Programm. Das Mönchengladbacher Rathaus gehörte ebenso zu den Stationen wie das Museum Abteiberg, das Haus Erholung und der Borussen-Park, wo nacheinander Oberbürgermeister Norbert Bude, Direktorin Susanne Titz und Präsident Rolf A. Königs die Gäste begrüßten. (Autor: Rudolf Haupt / Sandra Kuhn)

Wissenstransfer intensiviert

Hochschule präsentierte sich erstmals auf dem „Tag der Wirtschaft“



Auf dem Stand der Hochschule gab sich auch Innovationsminister Andreas Pinkwart die Ehre, wo er auch mit Institutsmitarbeiterin Senem Yazici Erfahrungen austauschte. Die Hochschule Niederrhein kann Unternehmen eine Reihe attraktiver Angebote bei der Entwicklung von Dienstleistungen und Produkten machen. Die präsentierte sie jetzt durch den Fachbereich Wirtschaftswissenschaften erstmals im Congress Center auf dem Düsseldorfer Messegelände auf einem „Tag der Wirtschaft“. Hinter Namen wie IPM, NIELS, RFID NRW-NL oder GEMIT stecken nicht nur Institute des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften, sondern Chancen für Innovationen bei Personalmanagement, Produktion und Logistik, regionaler Strukturentwicklung oder

der Optimierung von Geschäftsprozessen. Auch Innovationsminister Andreas Pinkwart suchte den Stand der Innovationsallianz auf und nahm sich Zeit für ein längeres Gespräch mit den Vertretern des Fachbereichs. Natürlich ging es dabei zuerst um die Frage, wie der Austausch zwischen Wirtschaft und Wissenschaft noch dynamischer gestaltet werden kann. Auch durch Weiterbildung, so der Minister, könnten forschende Institute zum Innovationsprozess beitragen. Dass sich der Ministerbesuch ausgezahlt hat, bemerkte HN-Mitarbeiterin Senem Yazici direkt im Anschluß: Mehr als 40 Visitenkarten konnte sie in kurzer Zeit „einkassieren“, die nun mit dem Ziel fruchtbarer Kooperationen „abgearbeitet“ werden. (Autor: Rudolf Haupt)

LEITBILD DES FACHBEREICHES



Präambel

Mit diesem Leitbild definiert der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Niederrhein die Ziele, die das Handeln in Lehre, Studium und Forschung bestimmen, an denen er seine Entscheidungen ausrichtet und an denen er sich bei seiner Fachlichen und strukturellen Weiterentwicklung orientiert. Das Leitbild des Fachbereichs steht im Kontext des Leitbildes der gesamten Hochschule Niederrhein.

Mit diesem Leitbild formuliert der Fachbereich sein Selbstverständnis und den Willen seiner Mitglieder, also der Lehrenden, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sowie der Studierenden sich im Sinne des Leitbildes zu engagieren. Das Leitbild gibt Orientierung nach innen. Nach außen macht es deutlich, wofür der Fachbereich steht.

Dieses Leitbild ist für den Fachbereich die Basis des gemeinsa-

men Handelns. Auf dem Weg in die Zukunft definiert das Leitbild die normative Grundhaltung des Fachbereichs und ermöglicht gleichzeitig die Einschätzung der strategischen Position und deren Weiterentwicklung. Als Orientierung für das Verhalten legt das Leitbild fest, wie die Mitglieder des Fachbereichs arbeiten und miteinander umgehen.

Mit diesem Leitbild stellt sich der Fachbereich der Öffentlichkeit und benennt den Selbstanspruch, an dem er sich und seine Leistungen messen lassen will.

Mit diesem Leitbild unterstützt der Fachbereich notwendige Innovationen, um den Veränderungen in seinem gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Umfeld gerecht zu werden. Während sich der Fachbereich ständig an neuen gesellschaftlichen Herausforderungen orientiert, gewährleistet das Leitbild Kontinuität.

Unser Selbstverständnis

Der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften versteht sich als innovative und praxisorientierte Lehr- und Forschungseinheit innerhalb der Hochschule Niederrhein.

Das Selbstverständnis des Fachbereichs ist durch eine konsequente Kundenorientierung geprägt. Danach sind sowohl Studierende als auch Unternehmen und Organisationen Kunden, für die der Fachbereich Wissensdienstleistungen erbringt. Im Mittelpunkt des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften steht die Arbeit für und mit den Studierenden.

Der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften richtet Studium und Lehre an einer Gesellschaft und Arbeitswelt im steten Wandel aus. Die Arbeit des Fachbereichs spiegelt dies in angewandter Forschung und Lehre wider.

Die kontinuierliche Weiterentwicklung der Studiengänge des Fachbereichs ist eine selbstverständliche Aufgabe. Die Sicherung und stetige Verbesserung der Qualität der Lehre und Forschung ist unser wichtigstes Ziel. Der Fachbereich integriert die Ergebnisse von Forschung und Lehre in seine Arbeit. Absolventinnen und Absolventen sowie die Mitglieder des Fachbereichs präsentieren unsere Leistung, Kompetenz und soziale Verantwortung.

Der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften räumt der Betreuung der Studierenden einen hohen Stellenwert ein und pflegt den Kontakt mit den Absolventinnen und Absolventen. Die Studierenden sollen gerne am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften studieren, sich mit dem Fachbereich identifizieren und sich auf dem Campus wohlfühlen.

Der Fachbereich setzt sich für Chancengleichheit von Frauen und Männern ein, um vorhandene Qualifikationspotenziale von Frauen stärker als bisher zur Geltung zu bringen.

Der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften setzt sich für Arbeitsbedingungen ein, unter denen das Potenzial in Lehre und Forschung optimal ausgeschöpft und entwickelt werden kann.

Durch konsequente Orientierung unserer Arbeit am Leitbild wird die Attraktivität und die Wettbewerbsfähigkeit des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften kontinuierlich gestärkt und die positive Darstellung im regionalen Umfeld gesichert. Die Kommunikation innerhalb der Hochschule und nach außen ist geprägt von Transparenz, Offenheit und Partizipation. Ein kritischer Diskurs ist elementarer Bestandteil dieses Selbstverständnisses. Deshalb wird das Leitbild in einem ständigen Prozess durch weitere Diskussionen ergänzt und erneuert.

Unsere Ziele der Lehre

Die Studierenden werden zu fachlich kompetenten sowie sozial und politisch verantwortlichen Fach- und Führungskräften ausgebildet. Der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften qualifiziert seine Studierenden in den verschiedenen wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen grundlegend, um eine gesicherte Basis für weitergehende Spezialisierungen zu schaffen.

Ausgehend von einer fundierten theoretischen Basis werden praxisrelevante Studieninhalte vermittelt. Dabei werden die Studieninhalte auf ihre Aktualität überprüft, um auf regelmäßige Veränderungen der Anforderungen der Praxis frühzeitig zu reagieren.

Der Fachbereich vermittelt seinen Studierenden fachliche, methodische und soziale Kompetenzen. Die Studierenden werden angeleitet, gelerntes Wissen auf neue Fragestellungen anzuwenden und die Lösungen zu vermitteln. Mit Blick auf die entsprechenden Anforderungen in der Arbeitswelt sollen darüber hinaus Aspekte der Interdisziplinarität gestärkt werden. Der neugierige Blick über den gewählten Studienschwerpunkt hinaus, soll bei den Studierenden frühzeitig geweckt und gefördert werden.

Der Fachbereich wird das Studienprogramm in modularer Form gestalten. Dabei werden die Funktionen, Inhalte und Zi-

le der Module transparent gemacht, um für die Studierenden die Effizienz des Studiums zu erhöhen.

Der Fachbereich will die Effizienz der Lehre steigern, indem er innovative Methoden unterstützt, die das eigenverantwortliche Lernen und die aktive Mitarbeit der Studierenden fördern. Leistungsbeurteilungen werden so gestaltet, dass sie sowohl für die Prüferinnen und Prüfer als auch für die Studierenden eine korrekte Einschätzung ihrer fachlichen Leistungen während des gesamten Studiums ermöglichen.

Die Mitglieder des Fachbereichs stehen den Studierenden vor und während des Studiums in Form der Studienberatung und in persönlichen Gesprächen zur Verfügung, um Hilfestellung bei der Planung und Durchführung des Studiums zu gewährleisten.

Durch Einrichtung von Veranstaltungen mit internationalen Inhalten und in Fremdsprachen, durch internationale Studiengänge und Kooperationen mit ausländischen Hochschulen und durch die Förderung von Auslandsaufenthalten der Studierenden sowie der Lehrenden will der Fachbereich den Anforderungen der Internationalisierung gerecht werden. Dadurch soll die Attraktivität für ausländische Studierende und Lehrende erhöht werden.



Unsere Ziele der Forschung

Um die Ziele der Lehre zu unterstützen und um sich als wirtschaftswissenschaftliche Forschungseinrichtung zu profilieren, will der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften ein forschungsfreundliches Umfeld schaffen, indem er sich für die Bereitstellung ausreichender personeller und sachlicher Forschungsmittel sowie zeitlicher Ressourcen einsetzt.

Der Fachbereich will die Kooperationen zwischen einzelnen Forscherinnen und Forschern auch anderer in- und ausländischer Fachbereiche, Hochschulen, Unternehmen und Institutionen fördern, um auch hier den zunehmenden Forderungen

interdisziplinärer Lösungsansätze zu entsprechen. Er will sowohl praxisrelevante Forschung von speziellem regionalem Interesse durchführen als auch allgemeine Fragestellungen untersuchen.

Der Fachbereich lässt Forschungsergebnisse unmittelbar in die Lehre einfließen und unterstützt die Einrichtung von Foren zur Präsentation der Forschungsergebnisse. Damit wird die Transparenz innerhalb des Fachbereichs vergrößert und eine verstärkte Kommunikation der Resultate nach außen ermöglicht.

Unsere Werte und Grundsätze täglichen Handelns

Der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften sieht seine Bestimmung darin, einen spürbaren Beitrag zur Stärkung der regionalen Wirtschaft zu leisten. Dies soll zum einen durch die Ausbildung leistungsfähiger Absolventinnen und Absolventen geschehen, zum anderen durch direkte Wissensdienstleistungen für Unternehmen und Organisationen in der Region.

Vor diesem Hintergrund gelten für uns die folgenden Werte und Grundsätze des täglichen Handelns:

Wir richten uns an marktwirtschaftlichen Prinzipien aus. Dies bedeutet unbedingte Kunden- und Qualitätsorientierung sowie die Sicherstellung von Wirtschaftlichkeit und Innovationskraft. Der permanente Wandel wird zur Regel. Deswegen verstehen wir die laufende Änderung unserer Strukturen und unseres Leistungsangebots sowie die kontinuierliche Verbesserung unserer Ergebnisse nicht etwa als Störung des betrieblichen Alltags, sondern als Leitlinie unserer Aktivitäten. Nur so erreichen wir es, nicht die Getriebenen des Wandels zu sein, sondern diesen mitzugestalten.

Wir setzen uns ehrgeizige Ziele. Deswegen wollen wir das Machbare nicht etwa an den Gegebenheiten ausrichten, sondern die notwendigen personellen und sachlichen Voraussetzungen entsprechend unserer Ziele eigenständig schaffen. Es ist für uns eine Selbstverständlichkeit, das Ergebnis unse-

rer Arbeit regelmäßig zu überprüfen. Evaluation verstehen wir als ein Element eines umfassenden Controllingsystems, welches und die notwendige Standortbestimmung ermöglicht und die Basis für unsere laufende Weiterentwicklung liefert.

Ohne Informationen ist ein erfolgreiches Arbeiten undenkbar. Deswegen wollen wir für unsere Interessengruppen und für unsere Kunden die notwendige Transparenz schaffen. Wir sorgen für einen Fachbereich, der „von außen einsehbar“ ist. Damit soll der für den Erfolg unserer Arbeit unverzichtbare, rege Wissens- und Erfahrungsaustausch mit Externen, also unserem Markt, unterstützt werden. Nur so werden wir in der Lage sein, Veränderungen zeitig zu erfassen, um damit die notwendigen Anpassungen gezielt vornehmen zu können. Gleichzeitig wollen wir die Nachvollziehbarkeit unserer Entscheidungen sicherstellen. Dies realisieren wir durch eine entsprechende Informationspolitik nach außen so wie durch das Prinzip der Open Door nach innen. Wir wollen gegenüber unseren Kunden und im Innenverhältnis ebenso faire und verbindliche wie konsequente Partner sein.

Alle Mitglieder des Fachbereichs, Lehrende, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Studierende, arbeiten gemeinsam daran, den Fachbereich im Sinne des Leitbildes zu gestalten. Wir wollen dies durch ein kollegiales und partnerschaftliches Miteinander erreichen.

KONTAKT

Bachelor in Business Administration

Koordination: Prof. Dr. Wolfgang Geise
Prof. Dr. Rüdiger Hamm
bba-info@hsnr.de

Bachelor in Information Systems

Koordination: Prof. Dr. Berthold Stegemerten
bis-info@hsnr.de

Bachelor in Taxation and Auditing

Koordination: Prof. Dr. Helmut Pasch
bta-info@hsnr.de

Berufsbegleitendes Betriebswirtschaftliches Studium

Koordination: Prof. Dr. Harald Vergossen
bbs-info@hsnr.de
mba-info@hsnr.de

Master in Business Management

Koordination: Prof. Dr. Wolfgang Geise
Prof. Dr. Rüdiger Hamm
mba-info@hsnr.de

Master in Information Systems

Koordination: Prof. Dr. Berthold Stegemerten
mis-info@hsnr.de

Master in Taxation and Auditing

Koordination: IWIST Institut für angewandte
Wirtschaften GmbH
Prof. Dr. Helmut Pasch
info@iwist.de

Master of Business Administration

Koordination: IAW Institut für angewandte
Wirtschaften GmbH
Prof. Dr. Harald Vergossen
mba-info@hsnr.de

Verbundstudiengänge für Wirtschaft, Recht und Wirtschaftsrecht

Koordination: Prof. Dr. Stephan Kreissel
vbw-info@hsnr.de

Dekanat des Fachbereichs

Dekan Prof. Dr. Martin Wenke Raum WE 19 02161 186 - 6310 Dekan-08@hsnr.de	Marketing & Internationales Sandra Kuhn Raum WE05 02161 186 - 6388 Sandra.Kuhn@hsnr.de
---	--

Prodekan Prof. Dr. Herbert Krause Raum WE 16 02161 186 - 6359 Herbert.Krause@hsnr.de	Forschungsunterstützung SAP Systemverwaltung Birgit Lankes Raum WE17 02161 186 - 6332 Birgit.Lankes@hsnr.de
--	--

Studiendekan Prof. Dr. Berthold Stegemerten Raum W 113 02161 186 - 6329 Berthold.Stegemerten@hsnr.de	Finanzen & Controlling Verena Esters Raum WE17 02161 186 - 6381 Verena.Ester@hsnr.de
--	--

Studiengangskoordination BBS Janina Biller Raum WE05 02161 186 - 6387 Janina.Biller@hsnr.de	Studierendensekretariat: Elisabeth Jansen Raum WE 20 02161 186 - 6314 sekretariat-08@hsnr.de
---	--

Dekanatssekretariat Elke Weinschenk Raum WE 18 02161 186 - 6311 Elke.Weinschenk@hsnr.de	Gabriele von Contzen Raum WE 20 02161 186 - 6312 Brita Wrede Raum WE20 02161 186 - 6312
---	--

Dekanatsassistentin Nina Martens Raum WE 18 02161 186 - 6351 Nina.Martens@hsnr.de	sekretariat-08@hsnr.de
---	------------------------

Anschrift des Fachbereichs

Hochschule Niederrhein
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Webschulstr. 41-43
41065 Mönchengladbach

www.hs-niederrhein.de/fb08.html

Informationen zur Immatrikulation

Hochschule Niederrhein
Studierendenbüro
Reinarzstr. 4947805 Krefeld
02151 822 - 2734
oder 02151 822 - 2822

Email: studbuero@hsnr.de www.hs-niederrhein.de/studieren

IMPRESSUM

Herausgeber: Der Dekan des Fachbereiches
Wirtschaftswissenschaften
der Hochschule Niederrhein
(Krefeld/Mönchengladbach)

Gestaltung: Martin Ferl

Druck: WAZ Druck, Duisburg

Redaktion: Sandra Kuhn
02161 186 - 6388
Sandra.Kuhn@hsnr.de
Hochschule Niederrhein
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Webschulstr. 41-43
41065 Mönchengladbach

Namentlich gekennzeichnete Beiträge
erscheinen in Verantwortung des Autors.
Sie drücken nicht unbedingt die Meinung des
Herausgebers und/oder der Redaktion aus.
Die Anschriften der Bezieher des Jahres-
berichtes sind datenmäßig gespeichert.





Hochschule Niederrhein
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Webschulstr. 41-43
41065 Mönchengladbach