# WELFENAKADEMIE



# [kompakt]

Die Zeitung für unsere Studenten, unsere Partner und Interessierte

## Grußwort



### Es war der beste Start ins Berufsleben

Praxisnah, dennoch ein vollwertiges Studium und das in drei Jahren – super, das ist genau das Richtige für mich. So waren damals meine Gedanken, als ich im BIZ von der Welfen-Akademie hörte, und für mich stand fest: hier versuche ich mein Glück und zwar bei meinem Wunsch-Arbeitgeber Volkswagen Financial Services AG. Da mir die Berufsberaterin ver-

mittelte, dass ein Platz an der WelfenAkademie wie ein Lottogewinn ist, schrieb ich ganz bescheiden in meiner Bewerbung: "Gern würde ich mich auch für das duale Studium bewerben." Nach dem Bewerbungsprozess erhielt ich tatsächlich die Zusage für einen Ausbildungsplatz und die größte Überraschung beim Termin zur Vertragsunterschrift: "Sie haben einen der zwei Plätze an der WelfenAkademie." Abends kaufte ich zum ersten Mal Champagner. Dass mir das Studium aber so viele Möglichkeiten eröffnet – schon während der Ausbildungs-/Studienzeit, aber insbesondere danach – das war mir zu dem Zeitpunkt noch nicht bewusst. Wahrscheinlich war es weibliche Intuition...

Nun, 16 Jahre später, kann ich sagen, dass es für mich keinen besseren Start ins Berufsleben hätte geben können und ich bin stolz, dass ich nun als stellvertretende Vorstandsvorsitzende der WelfenAkademie und Ausbildungsverantwortliche für Volkswagen Financial Services Deutschland der Akademie in zweierlei Hinsicht verbunden bin und ihre Erfolgsstory für Braunschweig und die Region weiter mitgestalten darf. Wenn Sie noch weitere Argumente für ein duales Studium hören möchten oder als Unternehmen Interesse an einer Zusammenarbeit mit der WelfenAkademie haben, können Sie mich gern persönlich kontaktieren: anika.paul@vwfs.com.

Anika Paul, stellvertretende Vorstandsvorsitzende der WelfenAkademie

## "Die jungen Leute wollen mitgestalten"



### Erster Ehrenamtstag: Ein Abend rund um bürgerschaftliches Engagement

Über 40 Prozent der Niedersachsen sind ehrenamtlich aktiv. Noch mehr können sich ein Engagement vorstellen. Das ist bundesweite Spitze. Gleichzeitig haben sich jedoch die Bedingungen der Lebens- und Arbeitswelt so verändert, dass insbesondere ein langfristiges Engagement oft erschwert wird. In vielen Vereinen gibt es bereits Nachwuchsprobleme. Das berichtete der niedersächsische Finanzminister Peter-Jürgen Schneider Anfang März beim ersten Ehrenamtstag der Bürgerstiftung Braunschweig. Unter dem Motto "Zeit ist mehr als Geld – Bürgerschaftliches Engagement im 21. Jahrhundert" wurde in der WelfenAkademie informiert und diskutiert.

Joachim Roth, Vorstand der Bürgerstiftung und der WelfenAkademie, eröffnete den Abend. Anschließend berichtete Peter-Jürgen Schneider

über die Facetten ehrenamtlichen Engagements. Eine moderierte Gesprächsrunde griff viele der Themen auf. Man müsse junge Menschen ansprechen, dürfe aber auch die ältere Generation – Menschen, die aus dem Berufsleben ausscheiden – nicht vergessen, so der Minister. Auch Zuwanderer müssten stärker in unsere Gesellschaft eingebunden werden. Er ging auch auf Projekte der Bürgerstiftung und der WelfenAkademie ein. "Jung und engagiert" etwa sei wichtig, da es gezielt jungen Menschen die Möglichkeit einer Engagement-Erfahrung bietet. Bei der anschließenden Diskussion war man sich einig, dass auch die Unternehmen gefordert sind, Freiräume für ehrenamtliches Engagement zu schaffen. Gleichzeitig sei es sinnvoll, alte Vereinsstrukturen aufzubrechen und die ehrenamtliche Arbeit in Vereinen oder Initiativen lebendiger zu gestalten. Mit Satzungen zu arbeiten, passe zum Beispiel nicht mehr in die Lebenswelt junger Leute.

Lesen Sie weiter auf Seite 8 ->

# "Bei den KMU sind wir noch unterrepräsentiert"

## Joachim Roth ist neuer Vorstandsvorsitzender der WelfenAkademie

Langeweile ist seine Sache nicht: Kaum hatte Joachim Roth im Februar 2014 seine Position als Wirtschaftsdezernent und -förderer der Stadt Braunschweig abgegeben, warteten schon neue Aufgaben auf ihn – zum Beispiel in der Bürgerstiftung. Seit Kurzem hat der 62-Jährige nun einen weiteren interessanten Posten. Als Nachfolger von Manfred Casper wurde er zum Vorstandsvorsitzenden der WelfenAkademie gewählt.

Die Akademie kennt er gut, denn schon seit Jahren war er Caspers Stellvertreter. Und so übernimmt er das neue Amt mit gewohnt breiter Brust: "Die WelfenAkademie hat allen Grund, selbstbewusst und mit Stolz auf die bisher geleistete Arbeit zu blicken", betont er. Die Einrichtung sei fachlich und wirtschaftlich auf gutem Kurs. "Unsere Bilanzsumme beträgt 1,2 Millionen Euro. Das ist für eine kleine Akademie ein guter Wert."

Joachim Roth kennt noch andere, schlechtere Zeiten. Als der gebürtige Helmstedter 2009 in den Vorstand gewählt wurde, hatte die Akademie schwere Jahre hinter sich. "Konkret: Sie war zuvor wirtschaftlich schwer angeschlagen." Drei Aspekte nennt er, die für den Umschwung





verantwortlich waren. "Erstens hat uns der Umzug von Wöltingerode nach Braunschweig gut getan. Zweitens haben wir seit 2009 mit Dr. Jens Bölscher einen dynamischen Geschäftsführer, der den Schwerpunkt erfolgreich auf die Akquise neuer Partner gesetzt hat. Und drittens ist dadurch in der Region ein Wir-Gefühl entstanden, das die Akademie von einem Rekord zum nächsten trägt."

Die Zahlen bestätigen das. Während die WelfenAkademie 1994 mit 32 Studenten aus 17 Unternehmen in 3 Fachrichtungen startete, sind heute 216 Studierende aus 80 Unternehmen in 8 Fachrichtungen tätig. "Daran erkennt man, dass wir quantitativ und qualitativ mit Bedacht gewachsen sind." In den vergangenen 20 Jahren seit ihrer Gründung haben rund 1000 Studenten die duale Ausbildung an der Akademie durchlaufen. "Aber wir waren nie auf reine Kopfzahlen aus."

Der gute Ruf der Einrichtung, meint Roth, fuße auf dieser Kombination: "Die hohe fachliche Kompetenz des Lehrkörpers in der Theorie verknüpft mit der bedarfsorientierten Praxis. Aus diesem Grund haben

unsere Absolventen hervorragende Aussichten auf dem Arbeitsmarkt." Bestätigt fühlt sich der Akademievorstand durch das kürzlich erschienene Hochschulranking der Zeit: "Wir konnten unsere Position im bundesweiten Hochschulranking von 4 auf 2 noch einmal verbessern. Unter den privaten Einrichtungen belegen wir sogar den ersten Platz." In Zukunft will Joachim Roth mit seinen Vorstandskollegen daran arbeiten, die Akademie noch stärker in der Region zu verankern. "Wir sind zwar gut vernetzt mit unseren Großbetrieben, aber bei den KMU bis 250 Mitarbeiter sind wir noch unterrepräsentiert." Er möchte zudem das Kuratorium der Welfen neu beleben und mit Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens bereichern. "Auf einem guten Weg ist auch unsere Stiftung, die jährlich zwei Stipendiaten Hilfen zum Studium finanziert." Die WelfenAkademie kommt ohne städtische Zuschüsse aus und finanziert sich ausschließlich über die Studiengebühren. "Wir wollen gute Leute ausbilden und in unserer Region halten. Das ist unser Beitrag für die Region zum Thema Fach- und Führungskräfte."

# Besondere Ereignisse



Die fünfte Ausgabe der [kompakt] liegt Ihnen vor.

Aus meiner Sicht hat unsere noch relativ junge Hauszeitschrift damit einen weiteren Schritt nach vorne gemacht. Auf einige Beiträge möchte ich Ihre Aufmerksamkeit besonders lenken.

Ein besonderes Ereignis waren wieder die Berlinfahrten mit unseren Studenten. Seit dem Jahr 2010 pflegen wir inzwischen diese tolle Tradition. Es ist uns wichtig, einmal im Verlauf des Studiums eine zweitägige Studienfahrt zu unternehmen. Dieses Jahr mussten wir die Exkursion zum ersten Mal selbst finanzieren und organisieren. Ich freue mich, dass dies gut gelungen ist.

Darüber hinaus haben wir unseren Internetauftritt grundlegend überarbeitet. Das neue responsive Design war überfällig. Auch der Downloadbereich und das Sicherheitskonzept wurden überarbeitet. Mit der Agentur Löwenstark haben wir bei der Umsetzung einen kompetenten Partner gehabt, der sich auch sonst an der WelfenAkademie engagiert.

Beachtenswert ist aus meiner Sicht weiterhin der Beitrag zum Tag des Ehrenamtes. Die WelfenAkademie hat diese große Veranstaltung der Bürgerstiftung in unserem Hause gerne unterstützt. In diesem Zusammenhang möchte ich darauf hinweisen, dass die WelfenAkademie in Kooperation mit der Bürgerstiftung und einigen Partnerunternehmen das Studentenprojekt "Jung und engagiert" anbietet. Mit diesem Projekt führen wir unsere Studenten an das Thema bürgerschaftliches Engagement heran. Ich würde mich sehr freuen, wenn noch weitere Partnerunternehmen mit ihren Studenten dieses Projekt unterstützen würden. Für Rückfragen dazu stehe ich gerne zur Verfügung.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß mit der [kompakt] und verbleibe mit herzlichen Grüßen aus der WelfenAkademie,

Dr. Jens Bölscher, Geschäftsführer der WelfenAkademie

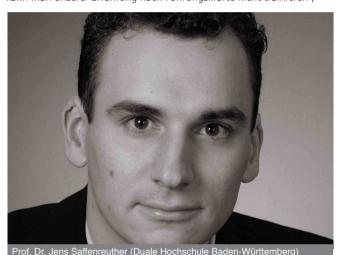
## Unternehmenssimulation OPEX

### Ganzheitliche Managementausbildung an der WelfenAkademie

Anforderungen an Manager sind heutzutage vielfältig. Neben einem fundierten Fachwissen müssen sie auch über eine Vielzahl sozialer und methodischer Kompetenzen verfügen. Die erforderlichen kaufmännischen Grundlagen werden in dieser Berufsgruppe vorausgesetzt.

Eine Vielzahl an Weiterbildungen konzentriert sich nur auf einzelne Kompetenzbereiche. Anders ist dies bei der zweitägigen computerbasierten Unternehmenssimulation OPEX der BWL-Professoren Jörg Biethahn und Jens Saffenreuther. Bei diesem Planspiel schlüpfen die Teilnehmer des Seminars in die Rolle von Vorständen und beeinflussen den Erfolg der ihnen anvertrauten (virtuellen) Unternehmen, indem sie Entscheidungen über Themen wie Produktentwicklungen, Produktion, Investition und Vertriebsstrategien treffen.

"Die meisten Entscheidungen in Unternehmen können rational getroffen werden. Dies ist keine Frage der Größe des Unternehmens oder der Branche, in der es tätig ist. Leider sind nur wenige leitende Mitarbeiter darin geübt, Entscheidungen wirklich auf Basis eines breiten ökonomischen Fundaments zu durchdenken, was unnötige Fehler zur Folge haben kann. Wir üben im Rahmen der Unternehmenssimulation mit den Teilnehmern, wie man ökonomisch Entscheidungen trifft. Effektiver kann man unserer Erfahrung nach Führungskräfte nicht trainieren",



betont Prof. Biethahn, der an der BiTS Iserlohn Hochschullehrer und Projektleiter für Automotive Management und Unternehmenssteuerung ist. Darüber hinaus erhalten die Teilnehmer Rückmeldungen zu Themen wie Kommunikation innerhalb und außerhalb von Gruppen, Durchsetzungsfähigkeit, Zielorientierung und Teamfähigkeit. Ziel ist insbesondere, den Teilnehmern die Fremdwahrnehmung ihrer Person zu spiegeln. "Nachwuchsführungskräfte mit einer höheren Selbstbild-Fremdbild-Kongruenz bringen durchschnittlich bessere Leistungen und werden von ihren Mitarbeitern besser beurteilt", betont Prof. Saffenreuther von der Dualen Hochschule Baden-Württemberg.

Unterstützt werden die beiden eng mit der Praxis verbundenen Professoren durch eine Diplom-Psychologin. Parallel zur Planspielsimulation werden kommunikative und soziale Kompetenz der Teilnehmer in Einzel- und in Gruppengesprächen beobachtet und bewertet. Die Seminarteilnehmer erhalten schriftliches Feedback zu ihren Softskill-Fähigkeiten. Auf Basis dieser Unterlagen können konkrete Vorschläge zur Verbesserung der individuellen Fähigkeiten erarbeitet werden. Dieser zweitägige Workshop wurde gemeinsam mit der Volkswagen Financial Services AG entwickelt und wurde seit 2012 bereits mehrfach dem Managementnachwuchskreis der VWFS AG angeboten.

Sind Sie auch an einem Angebot für dieses Planspiel interessiert, so melden Sie sich für ein Angebot bei Christoph Mayhaus, Telefon: 0531/2 14 88 12.



# Sozialversicherung

# Dual Studierende sind Auszubildenden sozialversicherungsrechtlich gleichgestellt

Bei der Vertragsgestaltung von dual Studierenden haben die Vertragspartner einen gewissen Spielraum. Einheitlich ist jedoch die Einordnung bei der sozialversicherungsrechtlichen Behandlung. Alle Teilnehmer an dualen Studiengängen sind seit dem 1. Januar 2012 den zur Berufsausbildung Beschäftigten sozialversicherungsrechtlich gleichgestellt, unabhängig davon, ob sie in einem ausbildungsintegrierenden oder einem praxis- bzw. berufsintegrierenden Studiengang eingeschrieben sind. Das bedeutet: Sie unterliegen für die gesamte Dauer ihres Studiums der Sozialversicherungspflicht in der Kranken-, Pflege-, Renten- und Arbeitslosenversicherung (§ 25 Abs. 1 SGB III, § 5 Abs. 4a SGB V, § 1 SGB VI).



# Wie gut ist unsere Ausbildung?

Befragung von Unternehmen und Studenten: Welche Stärken und Schwächen gibt es an der WelfenAkademie?

Wie gut ist die Ausbildung an der Welfen Akademie? Welche Stärken und Schwächen gibt es? Das bewerteten im letzten Jahr 18 Unternehmen und 92 Studenten mit Schulnoten von 1 bis 6. Die Befragungen werden nun alle zwei Jahre durchgeführt, um die Qualität in allen Bereichen kontinuierlich zu verbessern. Note 1,81 für die theoretische Fundierung, Note 1,84 für die Praxisorientierung des dualen Studiums. So das Gesamturteil der befragten Unternehmen. Die Absolventen erhielten die Durchschnittsnote 1,78. Erfragt wurde zudem, welche Kompetenzen und Fähigkeiten sehr stark bzw. eher schwach vermittelt werden. Diese Beurteilung ist in der Grafik dargestellt. "Verbessern müssen wir uns dringend bei der berufsspezifischen Vorbereitung auf IHK-Prüfungen. Da gab es eher Noten im Mittelfeld. Arbeiten müssen wir auch an der besseren Vermittlung von EDV-Kenntnissen, auch wenn diese im akkreditierten BWL-Studiengang keinen eigenen Schwerpunkt bilden können", kommentiert Geschäftsführer Dr. Jens Bölscher. Die Abfolge der Module wird als sehr gut bis gut empfunden - Gesamtnote 1,75. Welche Anregungen gibt es? Hier nannten die Unternehmensvertreter vor allem den Wunsch nach stärkerem Austausch. Dafür sorgt nun zum Beispiel ein jährlicher Unternehmertag mit einem Impulsvortrag und Diskussion. Der Tag erhält einen festen Platz im Jahr, so wie die Abschluss- und Begrüßungsfeiern, das Sommerfest und das Symposium.

Die Studentenbefragung richtete sich an alle Welfen im vierten und sechsten Semester. Rund zwei Drittel der Fragebögen wurden ausgefüllt. Die Benotung der vermittelten Kompetenzen und Fähigkeiten ähnelte dem Ergebnis der Unternehmensbefragung. Als Anregungen wurden zum Beispiel ein Aufrüsten der Parkplätze, die Verbesserung von Essensmöglichkeiten und ein Ausbau der Bibliothek genannt. Dazu Dr. Jens Bölscher: "Hinter dem Arcadia Hotel stehen bereits rund 200 Ausweich-Parkplätze zur Verfügung. Unsere Studenten können dort kostenlos mit dem bereitgestellten Parkausweis parken. Das wird leider eher wenig genutzt. Bei der Bibliothek gibt es neben der eigenen kleinen Präsenzbibliothek eine gute Kooperation mit der TU Braunschweig, sodass unsere Studenten dort alle Ressourcen nutzen können. Bei uns gibt es darüber hinaus einiges, was einzigartig in Braunschweig ist, zum Beispiel den kostenlosen Zugriff auf das weltweit führende Statistik-Portal im Internet. Über Statista sind mehr als 85.000 Themen aus mehr als 18.000 Quellen abrufbar." Ihr Studium (Gesamtzufriedenheit) benoteten die Umfrageteilnehmer mit der Note 2,16. Detailergebnisse können bei der WelfenAkademie angefordert werden.

sehr stark					sehr schwac
Betriebswirtschaftslehre	1,80 🔾				
Volkswirtschaftslehre	2,0				
Recht	2,0				
EDV		3,14	•		
branchenbezogenes Fachwissen		2,6			
berufsspezifische Vorbereitung (IHK)		2,8			
praxisorientiertes Fachwissen		2,4			
selbständiges Arbeiten	1,9				
Teamfähigkeit	2,2	•			
Lernfähigkeit	2,0				
Kreativität		2,6			
Problemlösungsfähigkeit	2,2	•			
Eigenmotivation		2,3			
Leistungsorientierung	2,0				
Zielstrebigkeit	2,2	•			
Kritikfähigkeit		2,8			
Durchsetzungskraft		2,64			

# Individuelle Lösungen finden



### Festangestellte Mitarbeiter im Porträt: Birgit Feickert

Birgit Feickert charakterisiert sich als Totaloptimistin: "Probleme sind Herausforderungen, die es zu lösen gilt", so die 52-Jährige. Die ausgebildete Industriekauffrau ist bereits seit November 2000 Assistentin der Geschäftsführung. Sie kennt die WelfenAkademie noch aus der Zeit im Kloster Wöltingerode.

### WA: Wie kamen Sie zur WelfenAkademie?

BF: Ich habe fast 23 Jahre in einem mittelständischen Unternehmen der chemischen Industrie gearbeitet. Nach meiner Ausbildung bekam ich die Chance, nahezu alle Unternehmensbereiche eines produzierenden Unternehmens kennenzulernen und konnte recht früh Verantwortung übernehmen. Neben dem klassischen Vertriebsinnendienst war ich verantwortlich für den technischen/kaufmännischen Vertrieb einer Produktgruppe eines finnischen Kooperationspartners, einschließlich Außendienst. Ein weiterer Schwerpunkt war die Entwicklung und Implementierung eines ERP Systems. Während dieser Zeit hatte ich auch viel Berührung zu Trainees. Immer wieder musste

ich feststellen, dass die jungen Leute sehr gut ausgebildet zu uns kamen – ihnen der Start in das Berufsleben aber doch recht schwer fiel. Theorie und Praxis gingen zum Teil weit auseinander. Das war für beide Seiten frustrierend – und für das Unternehmen zeit- und kostenintensiv. Durch Zufall lernte ich eine Absolventin der WelfenAkademie kennen. Sie erzählte mir von ihrem Studium und ich dachte: Das ist genial! Wirklich zu wissen, wofür man etwas lernt. Als ich dann einige Jahre später die Stellenanzeige für eine Assistentenstelle sah, war das wie ein Wink mit dem Zaunpfahl.

## WA: Welche Aufgaben haben Sie als Assistentin?

BF: Zum einen die normalen Assistenzarbeiten. Ich arbeite dem Geschäftsführer und dem Vorstand zu, helfe bei der Haushaltsplanung und Budgetierung und bin in die Gremien eingebunden – in den Vorstand, das Kuratorium und die Mitgliederversammlung. Darüber hinaus berate und begleite ich Unternehmen, Ausbilder und Studenten zu allen Fragen rund ums Studium, stelle unser Studienmodell auf Messen vor und vieles andere mehr.

## WA: Welche Fragen haben Ausbilder und Studenten zum Beispiel?

BF: Mit Unternehmen in der Erstausbildung spreche ich oft über allgemeine Themen, die Abläufe und die Strukturierung des Studiums. Bei langjährigen Kooperationspartnern geht es meist um übergeordnete Themen, u. a. auch um die Betreuung der Studenten bei Problemen. Die Studenten sind heute deutlich jünger als noch vor einigen Jahren. Die Anforderungen der Berufswelt und die komprimierte Wissensvermittlung führen den einen oder anderen auch mal an Grenzen. Das ist auch ein Teil meiner Tätigkeit: gemeinsam mit dem Kooperationsunternehmen individuelle Lösungen zu finden, z.B. durch ein Urlaubssemester, eine Verlängerung des Studiums oder durch Vermittlung eines Kommilitonen, der beim Lernen unterstützt. Manchmal gilt es auch, den Studenten die Möglichkeit zu geben, über Persönliches zu sprechen und Druck abzubauen. Junge Menschen in dieser wichtigen Lebensphase zu begleiten, ist eine schöne Aufgabe. Ich habe es vom ersten Tag an nicht bereut, den Arbeitgeber gewechselt zu haben.

## WA: Eines Ihrer Sonderthemen ist die Inklusion.

BF: Ja, meine älteste Tochter kam mit dem Down-Syndrom zur Welt. Mein Mann und ich haben uns bereits im Säuglingsalter mit der Frage beschäftigt: Wo gibt es Normalität für Menschen mit z.B. einer geistigen Behinderung? Wir haben uns einen anderen Weg als den der Sonder- bzw. Fördereinrichtungen gewünscht. Auf der Suche nach einem Regelkindergarten lernten wir ein Elternpaar kennen, das den gleichen Wunsch hatte. Wir "kämpften" um einen einzigen Kindergartenplatz im selben Kindergarten. Gemeinsam überzeugten wir die Leitung, eine Integrationsgruppe aufzumachen. Um anderen betroffenen Eltern unsere Erfahrungen weiterzugeben, gründeten wir im Landkreis Goslar einen Elternverein. Das ist mittlerweile über 15 Jahre her und es ist uns zum Beispiel gelungen, Kinder mit geistiger

Behinderung an einem Gymnasium unterrichten zu lassen – das erste in Deutschland. Aktuell beschäftigen wir uns mit dem Übergang Schule/Beruf. So habe ich mich gefreut, als ein Kooperationsunternehmen mit dem Wunsch an die WelfenAkademie herangetreten ist, einen jungen Mann mit Beeinträchtigung ausbilden zu lassen. Die Umsetzung durfte ich mitbegleiten. Dank der Unterstützung meiner Kollegen sowie unserer Dozenten ist dieser Student inzwischen im sechsten Semester. Zum jetzigen Zeitpunkt gehen wir davon aus, dass das Studium in der Regelzeit absolviert wird! Vor dieser Leistung – auch dank der Unterstützung durch das Kooperationsunternehmen – ziehe ich meinen Hut. Gleichzeitig bestärkt es mich darin, dass die Umsetzung der Inklusion machbar ist. Voraussetzung ist die Bereitschaft, die Barrieren in den Köpfen aufzubrechen und nach individuellen Möglichkeiten zu suchen. Sicherlich sollte in diesem Zusammenhang das Wort "Leistung" neu oder auch anders definiert werden.

## Unternehmertag

### Vorträge und Diskussion – Ab sofort einmal pro Jahr

Viele Kooperationsunternehmen wünschen sich einen noch stärkeren Austausch mit der WelfenAkademie. Das zeigte unsere jüngste Befragung. Eine Reaktion darauf ist der Unternehmertag. Einmal pro Jahr werden nun Ausbilder zu einem lockeren Treffen mit Vorträgen und Diskussion eingeladen. Am 20. März standen die Perspektiven des dualen Studiums im Mittelpunkt. Dabei wurden die Erfahrungen und Erwartungen eines ehemaligen Studenten der WelfenAkademie, Lucas Schubert (nach Berufstätigkeit im Handel nun Doktorand an der TU Clausthal), eines Ausbildungsverantwortlichen, Peter Friedrich, Personalleiter der Nordzucker AG, mit denen der Kooperationspartner ausgetauscht. Die Veranstaltung wurde durch Prof. Dr. Axel Plünnecke vom Kölner Institut der deutschen Wirtschaft mit einem wissenschaftlichen Vortrag eingeleitet. Übrigens war der Leiter des Kompetenzfeldes Bildung, Zuwanderung und Innovation über viele Jahre Dozent an der Akademie. Ein ausführlicher Bericht folgt im November.

# Marketing-Löwe

Alumnus Andreas Warmbein: Effektvolle Vermarktung des Helmstedter "Pferdestall"

Seit 2013 gibt es im ehemaligen Pferdestall des Klosters St. Ludgeri einen originellen Treff – eine Mischung aus Club, Forum, Bühne und Café. Eine große Bereicherung für die Helmstedter Kulturlandschaft. Das Kommunikationskonzept stammt von einem Alumnus: von Andreas Warmbein. Im Januar wurde es in der Dornse des Altstadtrathauses mit dem Brauschweiger Marketing-Löwen ausgezeichnet.

Die erste Anregung kam von Schülern des Gymnasiums Julianum. In der Projektwoche "Helmstedt 2020" entwickelten sie Ideen für einen Wunsch-Treff. Der ließ dann nicht lange auf sich warten. Heute bietet der "Pferdestall" eine interessante Mischung für viele Altersgruppen – mit Filmen, Lesebühne, Podiumsdiskussionen, Ausstellungen, Spielabenden, Kneipenquiz, veganem Stammtisch oder Plätzchen backen. Bei der Preisverleihung des Marketing-Clubs Braunschweig erzählte Andreas Warmbeim über die geglückte Belebung der Innenstadt und neue Ideen. Den Löwen, der für wirkungsvolles Marketing vergeben wird, nahm er dann gemeinsam mit Clubleiterin Karolin Plath entgegen.



Andreas Warmbein (rechts) nahm den Löwen zusammen mit Karolin Plath entgegen. Dr. Bettina Rothärmel, Kay-Uwe Rohn und Wolfram Bäse-Jöbges aus dem Club-Vorstand gratulierten auch Preisträgerin Charlotte Werfling.

# Internationalisierung

Präsident der Europäischen Investitionsbank diskutierte auf Einladung von i-unit über Chancen für den Mittelstand

Das Auslandsgeschäft bestimmt heute zentral die Wettbewerbsfähigkeit – auch beim Mittelstand. Bereits jeder dritte Mittelständler erwirtschaftet ein Fünftel seines Umsatzes außerhalb Deutschlands. Das berichtete Dr. Werner Hoyer, der Präsident der Europäischen Investitionsbank, im November bei einer Diskussionsveranstaltung in der WelfenAkademie. Was ist bei der Internationalisierung zu beachten? Wie positioniert man sich erfolgreich? Wie bereitet man die Mitarbeiter auf neue Märkte und Kulturen vor? Darüber wurde vor 130 Gästen informiert.



Wolfgang Niemsch, Geschäftsführer von Lanico Maschinenbau, berichtete über herausfordernde nationale Vorschriften: "Die Hürden innerhalb der EU sind teils höher als für den Export in die USA." Staatssekretär Frank Doods und Vorstand Dr. Sabine Johannsen stellten die Beratung und Förderung der NBank vor. Die Förderbank des Landes bietet zum Beispiel ein Internationalisierungsaudit an. Torben Seikowky (i-unit) machte deutlich, dass auch die Internationalisierung des Wareneinkaufs und eine internationale Personalakquise interessante Optionen sein können. Zum Schluss waren sich alle einig: Die Chancen für den Mittelstand sind größer als die Risiken.

### Kurz notiert:

### Trikotsponsoring



Die erste eigene Wohnung vergisst man nie – das erste eigene Trikot auch nicht. Hoffentlich. Denn die WelfenAkademie sponsert nun die Trikots der

Kindern, die an den Feriencamps und der Fußballschule von Ex-Eintracht MittelfeldspielerTorsten Sümnich teilnehmen. Vielleicht sehen wir die 6- bis 13-Jährigen ja an der Akademie wieder. Derzeit lässt die Socca Five Arena einen Studenten in der Vertiefungsrichtung Sportmanagement ausbilden.

## Banner beim BTHC



Präsent ist die Akademie auch auf einem Banner beim Braunschweiger Tennis- und Ho ckeyclub – ein Dauerwerbemittel in der neuer Saison. Damit möchten wir Firmen auf die Aka demie aufmerksam machen und gleichzeitig junge Leute auf das duale Studium hinweisen.

## Tischtennisplatte aus Pappe

in Tischkicker aus Pappe: Mit dieser Innovation gewann die Braun



schweiger Kickpack GmbH im November der Gründerpreis. Nun das nächste Projekt: eine Tischtennisplatte aus Karton (auch Netz und Schläger). Vor dem Raum Kroschke im Foye kann der "Tennino" getestet werden. Pingpong in den Pausen. Die Platte lässt sich zerleger

und in einen Koffer mit Tragegriff verpacken, natürlich auch aus Karto

## Leuchtende Gebäude



Braunschweig in PopArt: Jörg Scheibe schärft den Blick au unsere Stadt neu. Durch seine Fotokunst auf Acryl und auf Alu Dibond leuchten Gebäude und erscheinen plastisch. Der Künst ler lässt durch Farbe Alltägliches

vieder neu entdecken. Ausgewählte Arbeiten sind ab dem 24. Septe ber in der WelfenAkademie zu sehen.

## AlumniVerein: Neuer Vorstand



m März wurde der neue Vorstand des AlumniVereins gewählt: Fabian Haars (Vorsitzender und Schriftführer), Lucas Schubert (2. /orsitzender), Sikander Shah (Schatzmeiser) und Dr. Jens Bölscher haben sich zum Ziel gesetzt, den Verein weiter auszubauen.

# Berlin, Berlin – wir waren in Berlin

Zwei Berlinfahrten mit den Viertsemestern – Eine Erkenntnis: 18-Stunden-Tag ist für Politiker keine Seltenheit

Mitte März lernten die Viertsemester mit den Schwerpunkten Industrie, Handel und Mode die Hauptstadt noch näher kennen – im Rahmen einer zweitägigen Exkursion. Sie folgten damit den Spuren der anderen Schwerpunktgruppe aus dem Jahrgang 2013.

Vom Startplatz Rote Wiese ging es ohne Stau nach Berlin. Mittags wurden die Plätze auf der Besuchertribüne des Plenarsaals im Reichstag eingenommen. Hier erklärte ein Referent des Besucherdienstes die Sitzordnung, die Spielregeln für die Abgeordneten und die Aufgaben des Bundestages. Im anschließenden Gespräch mit einem Mitarbeiter aus dem Büro des SPD-Vorsitzenden Sigmar Gabriel wurden Einzelheiten zum Tagesablauf und zu den Aufgaben eines führenden Mitgliedes der Bundesregierung dargestellt. Ohne Überraschung nahmen die Zuhörer zur Kenntnis, dass ein 18-Stunden-Tag die Regel ist und dass dann auch noch Zeit bleibt, die Tochter aus der Kita abzuholen.

Eine individuelle Stadtrundfahrt stand natürlich auch auf dem Programm – vorbei an historischen, architektonischen und politischen Sehenswürdigkeiten der facettenreichen Stadt. Am Ende dieser Tour wurde dann noch das Stasi-Museum besucht, das in der ehemaligen Zentrale des Ministeriums für Staatssicherheit als Gedenkstätte einge-



richtet worden ist. Hier sind die Amts- und Arbeitsräume des ehemaligen Ministers für Staatssicherheit, Erich Mielke, zu sehen. Nach der Erstürmung des Geländes am 15. Januar 1990 wurden die Räume der Ministeretage versiegelt. So blieben sie im Originalzustand erhalten. In einem beeindruckenden Bericht wurden die Besucher daran erinnert, in welcher Situation die DDR-Bürger leben mussten – welchem Druck sie ausgesetzt waren und worauf verzichtet werden musste. Zusätzlich gaben Dokumente, Objekte, Fotos sowie Film- und Tonaufnahmen Einblick in die Geschichte und Arbeitsweise der SED-Geheimpolizei. Nach dem Einchecken im Hotel und dem gemeinsamen Essen im Restaurant "Zur Gerichtslaube" – das spontan die Wünsche nach vegetarischen Gerichten erfüllen konnte – wurde das Nachtleben von jedem individuell genossen. Was auch nicht schwierig war, bei den positiven Fußball-Ergebnissen des Abends. Weitere Ereignisse aus dem Barbummel wurden dem Verfasser nicht übermittelt. Auf jeden Fall hatten die Abendstunden keinen Einfluss auf die Disziplin der Truppe, denn mehr als pünktlich konnte der zweite Tag in Angriff genommen werden. Er begann mit einem Besuch des Bundesfinanzministeriums im Detlev-Rohwedder-Haus. Das monumentale Bürogebäude wurde ursprünglich, zur Zeit des Nationalsozialismus, als Sitz des Reichsluftfahrtministeriums errichtet. Seit 1999 ist es Sitz des BMF. Hier wurden Daten und Fakten zu finanzpolitischen Themen präsentiert. Einige Studenten



hatten dazu Gelegenheit, die aktuelle Pressekonferenz von Bundesfinanzminister Dr. Wolfgang Schäuble zu besuchen. Thema: Bilanz der deutschen Zollverwaltung für das Jahr 2014. Verabschiedet wurde die Gruppe von höchster Stelle mit der Bemerkung: "Hier war noch keine Gruppe, die so diszipliniert aufgetreten ist und uns den Ablauf so einfach hat durchführen lassen." Gestärkt mit einer Currywurst und vegetarischen Gerichten vom Potsdamer Platz, wurde dann die Fahrt zum Designer Outlet Berlin, managed by McArthurGlen, angetreten. Mit viel Zeit und ausgestattet mit einem zusätzlichen Extra Day Discount konnten die Läden gestürmt und die Einkaufstaschen gefüllt

Wie hat es den Studenten gefallen? Fünf Stimmen aus dem Bus. Felix Hahnsch: "Eine schöne Exkursion, gute Harmonie unter den Teilnehmern. Die Gruppe ist nach dieser Fahrt noch enger zusammengerückt." Christin Köppe, Michelle Rusner: "Gute Idee, tolle Inhalte, prima Hotel mit einem leckeren Frühstück. Bei der Essenauswahl sollten Wünsche nach vegetarischen Gerichten berücksichtigt werden. Vorschlag: Die Fahrt sollte zu Beginn der Semester durchgeführt werden, weil dann das Kennenlernen noch wichtiger ist." Julia Kühn, Sabrina Dietrichs: "Abwechslungsreich, das Highlight war die Pressekonferenz. Top Hotel mit gutem Frühstück. Bitte in Zukunft vegetarische Gerichte mit einplanen."



# Neujahrsempfang des Direkt Marketing Centers

"Wenn du es nicht machst, macht es ein anderer"

Zum ersten Mal hat das Direkt Marketing Center der Deutschen Post zu einem Neujahrsempfang in die WelfenAkademie eingeladen – zusammen mit dem Bundesverband mittelständischer Wirtschaft, Kämmer Consulting, der b² Werbeagentur, dem Hofbrauhaus Wolters, Harald L. Bremer und dem Party- und Veranstaltungsservice Göthe.

Mehr als 200 Entscheider aus mittelständischen Unternehmen nahmen die Einladung gern an. Nach den Grußworten von Hausherr Dr. Jens Bölscher, Bürgermeisterin Cornelia Rohse-Paul, des Verbandsbeauftragen des BVMW, Anton Niesporek, des Vizepräsidenten Willi Grothe und der Leiterin des Direkt Marketing Centers, Petra Runge, übernahm Frank Wilde das Mikrofon. Er gehört zur ersten Riege der Mentaltrainer. Unter dem Motto "Wenn Du es nicht machst, macht's ein anderer" gab er Denkanstöße, um privat und beruflich noch erfolgreicher zu werden – zum Beispiel unter Beachtung des Kausalitätsgesetzes von Ursache und Wirkung, Aktion gleich Reaktion: "Was Sie denken, das passiert. Ihr Unterbewusstsein speichert alles und setzt es um. Gewonnen und verloren wird zwischen den Ohren." Nach spannenden 90 Minuten gab es niemanden mehr, der daran zweifelte, dass jeder für seinen persönlichen Erfolg oder auch Misserfolg selbst verantwortlich ist.

Beim gemeinsamen Ausklang der Veranstaltung sprühten die Gäste nur so vor Tatendrang. In lockeren Gesprächen wurden interessante Kontakte geknüpft. "Im Nachgang gab es viele positive Rückmeldungen. Ein großes Dankeschön an die WelfenAkademie für diese wunderbare

Location", so Petra Runge.







# Speed-Dating im Auto

Volkswagen Financial Services: Berufsorientierungstag mit mobilem Bewerbungsgespräch

Ein Tag voller Tipps und Tricks zum Thema Bewerbung: Unter dem Motto "Speed up your life – dein Start ins Berufsleben" boten die Volkswagen Financial Services im November erstmals einen Berufsorientierungstag für Schüler an. 250 Teilnehmer ließen im Konferenz- und Finanzcenter ihre Bewerbungsmappen checken, absolvierten ein Bewerbungsgespräch der besonderen Art und hörten Probevorlesungen der WelfenAkademie und der Leibniz Fachhochschule. Weitere Angebote: ein Bewerbungsgespräch auf Englisch, eine Studienberatung durch die Ostfalia sowie ein Bewerbungsknigge

Organisiert hatten den Tag die Auszubildenden der Volkswagen Financial Services gemeinsam mit den Personalverantwortlichen und weiteren Partnern aus der Region.



Die Auszubildenden beantworteten in einer eigens hierfür eingerichteten "Azubi-Lounge" alle Fragen rund um die zukünftige Karriere. Für die nötige Action zwischendurch sorgte ein "mobiles Bewerbungs-Speed-Dating": Die Schüler konnten sich einem Probe-Bewerbungsgespräch in einem fahrenden Konzernfahrzeug stellen. "Die große Resonanz freut uns sehr. Sie bestätigt uns darin, den jungen Menschen Unterstützung bei einer der wichtigsten Entscheidungen ihres Lebens anzubieten", freute sich Anja Christmann, Leiterin Personal Deutschland. Die Veranstaltung informierte dabei über ein breites Berufsspektrum, natürlich auch über den Finanz- und Versicherungsbereich.



# Neue Webseite! Das zentrale Medium der WelfenAkademie

#### Warum eine neue Webseite?

Die WelfenAkademie hat sich in den vergangenen Jahren in der Markenführung kontinuierlich weiterentwickelt und ein hervorragendes Niveau erreicht: Dies verdeutlichen die Plakatkampagne, die WelfenAkademie [kompakt], das Branding im Gebäude und das Fundraising. In der heutigen Zeit ist für die Zielgruppe einer Berufsakademie die Außendarstellung auf der Webseite ein wirklich sehr zentrales Medium. Darin begründet ist das Bestreben der WelfenAkademie, die Gestaltung der Webseite zu verbessern, um auch hier ein hochkarätiges, modernes und ansprechendes Niveau zu erreichen.

Gemeinsam mit den Webexperten der Braunschweiger Agentur Löwenstark Online-Marketing GmbH wurde das Konzept der Webseite überarbeitet und von Programmierern der Agentur Löwenstark umgesetzt.

Die bisherige Webseite war aus unserer Sicht nun wirklich optimierungswürdig, dies zeigte sich besonders deutlich an der unflexiblen Menüstruktur und der nicht mehr zeitgemäßen Einbettung von externen Video- und Bildinhalten.

### Was sind die zentralen Neuerungen?

Klar im Fokus stand neben einem absolut zeitgemäßen Layoutentwurf natürlich die sogenannte responsive Darstellung aller Elemente. Darunter versteht man, dass die Webseite ohne seitliches Scrollen für alle gängigen Bildschirme optimiert ist: Vom 4 Zoll Smartphone über Tablets hochkant oder quer bis zu Full-HD-Displays in Notebooks oder auf klassischen Monitoren.

Das ist heutzutage kein nettes Gimmick mehr, sondern einfach Notwendigkeit: Die WelfenAkademie-Seite wird schon jetzt zu über 40 % von mobilen Geräten aufgerufen.

Im Jahr 2016 werden die meisten deutschen Webseiten und Onlineshops von mehr mobilen Nutzern als von klassischen Desktopbenutzern aufgerufen.

### Was hat sich für die Studierenden geändert?

Natürlich wurden im Rahmen des Relaunches auch Funktionen wie der häufig genutzte Downloadbereich neu gestaltet und angepasst. Dabei wurden jedoch grundlegende Elemente übernommen, sodass sich insbesondere die Lehrenden der Welfen-Akademie auch wieder schnell zurechtfinden.

Durch eine moderne Verschlüsselung der gesamten Seite als auch der Passwörter mussten leider neue Passwörter vergeben werden.

In vielen Vorlesungen wurde am Rande der Veranstaltungen deutlich, dass sich viele Studierende auch über die Webseite mit ihrer Hochschule identifizieren. Die Generation Y hat hier ein ganz anderes Gefühl für digitale Themen als die Vorgängergenerationen.



### Wie sieht die Zukunft für Webseiten im Hochschulbereich aus?

Sicherlich ist es kein Geheimnis, dass die Interaktion der Hochschule mit Interessenten, Unternehmensvertretern, aber vor allem auch mit Studierenden sich zunehmend in die digitale Welt verlagern wird. Hier sind natürlich intelligente Lösungen im Be-

reich des e-Learnings schon erwachsen geworden. Mit dem neuen modularen System sind Erweiterungen in alle Richtungen, zum Beispiel auch Aspekte im Bereich Social Media, absolut denk- und umsetzbar.

#### Adresse: www.welfenakademie.de



### Über Löwenstark:

Seit 2001 hat die Löwenstark Online-Marketing GmbH über 2.500 verschiedene Projekte im Bereich Online-Marketing für Kunden realisiert. Ein Team von 114 Mitarbeitern sorgt für die termingerechte Umsetzung in hoher Qualität.

Dabei profitieren die Kunden insbesondere von der langjährigen Erfahrung in unterschiedlichen Branchen, die in ihre Vorhaben einfließen.

### Löwenstarke Leistungen:

- + Suchmaschinenoptimierung + Usability Optimierung
  - + Search Engine Advertising
- + eMail-Marketing
- + Social Media Marketing+ Affiliate Marketing

### Löwenstarke Kunden:

u.a. Villeroy & Boch, Nestlé, Bijou Brigitte sowie diverse Unternehmen des Mittelstandes. Neu: BS | ENERGY

### Löwenstarke Standorte:

Braunschweig (Hauptquartier), Halle/Saale und Zürich

#### Kontakt:



Tim Aster Geschäftsführer +49 (0) 531 / 213 605 500 t.aster@loewenstark.com

www.loewenstark.com



# New Yorker Studenten: Modeln für die eigene Kollektion

WE are FASEION POWERED BY NEWYORKER STUDENTS

Die Studenten: Esra Benlikulak
Lara Christoph
Elif Dere
Paulina Eickhoff
Julia Gaida
Julia Gramann
Lisett Grawwert
Henrike Klaus
Jasmin Pachal
Alexandra Pachatkova
Gladys Pastjan
Tabea Richter
Marlon Schade
Viktoria Schütte
Lukas Sitarz

Janina Zienczyk

"Wir waren in unserem Jahrgang schon vorher sehr verbunden, aber die Kollektion hat uns alle noch enger zusammengeschweißt – auch wenn es ab und zu mal geknallt hat."

Eine Karriere in der Modebranche – das ist ein Traum vieler junger Leute, die von der Schule gehen. Das Braunschweiger Modeunternehmen New Yorker macht diesen Traum wahr: Seit 2011 können alljährlich rund 16 modeaffine Jungs und Mädels Modemanagement oder Handel an der WelfenAkademie in Kooperation mit New Yorker studieren.

Im Oktober wurde dem Jahrgang von 2012 ein weiterer Traum erfüllt. Die 13 Modemanagement- und drei Handelsstudenten durften ihre eigene Kollektion in die Läden bringen – und sogar weltweit! "Wir haben in der Uni an einem Tag zusammengesessen und überlegt, ob eine eigene Studentenkollektion denn umsetzbar sei. Einfach um das Unternehmen besser kennenzulernen und selbst mal ein bisschen anzupacken", sagt Viktoria Schütte, Studentin des dualen Studiengangs bei New Yorker. "Das Gespräch ist im Rahmen einer Gruppendiskussion entstanden, woraufhin wir unsere Ausbildungsleitung gefragt haben, was sie davon hält und sie fand unsere Idee sehr gut", ergänzt Marlon Schade, ebenfalls Student des dualen Studiengangs.

Kurzerhand machten sich die 16 Studenten an die Arbeit, eine Präsentation für den geschäftsführenden Gesellschafter Friedrich Knapp vorzubereiten. "Wir haben Schaufensterpuppen ausgeliehen, unsere hauseigene Bibliothek dekoriert und mit Musik aus den 80ies unsere Idee präsentiert. Herr Knapp fand sie gut und hat uns eine eigene Kollektion zugesichert", erzählt Viktoria Schütte. Damit die Handelsstudenten, die keine Kollektionen entwerfen, ebenfalls an dem Projekt beteiligt sind, hat man sich entschlossen, zusätzlich die komplette Vermarktung und das Marketing zu übernehmen. "Die Studenten haben komplett selbstständig gearbeitet, wir vom Einkauf waren quasi arbeitslos", lacht Claus Reese, Buying Director bei New Yorker. "Wir haben sie gecoacht und standen mit Rat und Tat zur Seite – sonst haben sie vom Merchandising bis zur Dekoration alles selbst erarbeitet. Sie haben es nicht nur geschafft, eine tolle Kollektion zu kreieren, sondern auch, dass die Verkaufsfläche toll aussieht!", so Reese. Damit alles reibungslos abläuft, hat sich die Gruppe in ein Mode- und ein Marketing-Team aufgeteilt.

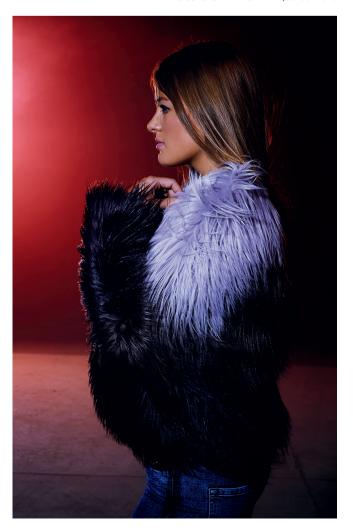
Entstanden sind rund 35 Artikel, bestehend aus extravaganten Partykleidern, auffälligen Jacken, Print-Shirts, lässigen Sweatern und coolen

Jeans. Damit es authentisch wirkt, haben alle Studenten auch als Model für ihre eigene Kollektion fungiert. "Das Fotoshooting war die Idee von unserem Chef, das wir eigenständig mit unserem hauseigenen Fotografen organisiert haben. Die Thematik war an unser Logo angelehnt, indem wir bunten Rauch als Stilmittel verwendet haben. Es sollte einen kleinen rebellischen Touch haben. Dazu gab es noch ein Image-Video, und unsere Kleidung hat auch ihre eigenen Hangtags mit unserem Logo bekommen", erzählt Gladys Pastjan stolz, Studentin und Mitglied des Marketing-Teams. Für die Studenten war es eine großartige Gelegenheit, das Entwickeln einer Kollektion bis hin zum Verkauf und zur Vermarktung eigenständig mitzuerleben und zu bewältigen. New Yorker hat somit die größtmögliche Praxisnähe geboten, die ein Unternehmen seinen Studenten je zugestanden hat. "Wir waren in unserem Jahrgang schon vorher sehr verbunden, aber die Kollektion hat uns alle noch enger zusammengeschweißt – auch wenn es ab und zu mal geknallt hat", erzählt Viktoria Schütte lachend. "Herr Knapp hat sich weitestgehend aus der Kollektion herausgehalten und uns unseren Freiraum gelassen."

"Wir als Jahrgang bedanken uns auch noch einmal speziell bei Herrn Knapp, der sich als Firmeneigentümer sehr großzügig gezeigt hat und uns die Chance gegeben hat, eigenständig zu arbeiten", sagt Marlon Schade.



Text: Yasemin Kulen Fotos: NewYorker erschienen in DRUFF! #10, Januar 2015

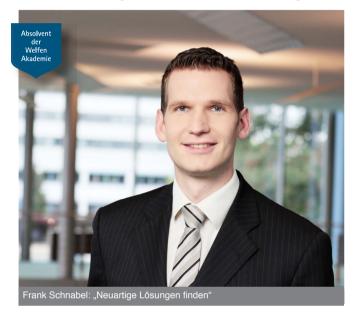


## An einer zentralen Schnittstelle

### Wie ging es weiter? Alumnus Frank Schnabel arbeitet im Produktmanagement bei der Volkswagen Financial Services AG

Der Zeitpunkt passte ideal. 2011 startete die Volkswagen Financial Services AG ein neues Programm zur gezielten Personalentwicklung: die Talentkreise. Frank Schnabel hatte gerade sein BWL-Studium an der WelfenAkademie als Bachelor of Arts mit der Vertiefungsrichtung Bank beendet. Abschlussnote: 1,5. Jahrgangsbester! So wurde er bei den "Jungen Talenten" aufgenommen und drei Jahre individuell gefördert, zum Beispiel durch Einblicke in andere Fachbereiche, Fachvorträge und ein Fachbereichsprojekt. "Da habe ich viel Futter bekommen", so der 27-Jährige. Heute arbeitet er an einer zentralen Schnittstelle im Unternehmen: im Produktmanagement Passivprodukte und Karten.

Die elfköpfige Unterabteilung gehört zum Marketing. Das junge Team betreut die Einlagen der Direktbank - rund 23 Milliarden Euro -, das Wertpapiergeschäft sowie Kreditkarten- und Payment-Themen. Eine neue bargeldlose Bezahllösung mit dem Smartphone etwa wurde kürzlich mit dem "Innovationspreis 2014 Privatkundengeschäft" ausgezeichnet. "Im Produktmanagement ist man mit fast allen Abteilungen



**Impressum** 

in Kontakt – mit der Kommunikation, dem Vertrieb, der Rechtsabteilung und der IT, bis hoch zur Geschäftsführung. Kein Tag ist wie der andere. Man kann den Tag auch nur bedingt planen. Mal ist eine geschäftspolitische Entscheidung vorzubereiten. Dann muss man auf eine unerwartete Marktzinsmeldung reagieren oder rechtliche Änderungen abstimmen", erzählt Frank Schnabel.

Zum Tagesgeschäft gehört, das Produktportfolio so zu steuern, dass das Volumenziel profitabel erreicht wird. "Wir schauen täglich, wie sich die Produkte entwickelt haben. Einfluss genommen wird in der Regel über die Konditionierungen. Wir stellen sicher, dass die Prozesse funktionieren und führen neue Produkte ein." Nicht jede Innovation wird dabei angenommen. "Unser Führerscheinkonto – ein Tagesgeldkonto zum Ansparen mit Bonus bei Vorlage des Führerscheins - erzielte zum Beispiel nicht den gewünschten Mehrwert." Die Arbeit ist somit auch ein

"Ein Ziel ist, für unsere Kunden neuartige, bequeme Lösungen zu finden", so Frank Schnabel. "Aktuell gehört die Digitalisierung und Onlinefähigkeit zu den wichtigsten Themen. Die Kunden sollen möglichst viele Direktbankprodukte online von zu Hause oder unterwegs abschließen können. Dabei ist auch die Identifizierung per Video-Ident ein Schlüssel

Das duale Studium hat ihn gut auf die Arbeit vorbereitet. Das Wissen vertiefte er durch ein berufsbegleitendes Masterstudium der Wirtschaftswissenschaften an der FernUniversität Hagen. "Das Studium an der WelfenAkademie war sehr strukturiert, sehr kompakt. Es gab nie eine Hängephase", so sein Resümee. Besonders hilfreich für den Beruf waren neben dem Know-how aus der Praxis Statistik, der Rhetorik-Kurs und das wissenschaftliche Arbeiten. "Wir erstellen hier zahlreiche Entscheidungsvorlagen und Fachkonzepte - und es gibt viele Fragestellungen, bei denen man auf wissenschaftliche Modelle zurückgreift, zum Beispiel auf Kreativitätstechniken wie den morphologischen Kasten. Das strukturierte Abgleichen, die Betrachtung von Vor- und Nachteilen, Chancen und Risiken, hat viel gebracht. Dazu kommt: Man ist als Welfe gut vernetzt. Ich bin oft Ansprechpartner, wenn man jemanden kennen muss: Kannst du weiterhelfen? Grundsätzlich ist die Wahrnehmung bei vielen Führungskräften, die selbst Welfen haben, sehr positiv." In seiner Abteilung sowieso. Der Abteilungsleiter ist ebenfalls Welfe, aus dem ersten Studiengang in Wöltingerode.

# Jung und engagiert

### Studenten arbeiten in sozialen Einrichtungen

"Jung und engagiert", das Gemeinschaftsprojekt von Bürgerstiftung Braunschweig und WelfenAkademie, geht ins vierte Jahr. Den Studenten werden Projektideen für Aktionstage in sozialen Einrichtungen angeboten, in denen sie eine spannende Abwechslung zu ihrem Studien- und Arbeitsalltag erleben. Der Auftakt findet im Mai in der WelfenAkademie statt: mit der Projektvorstellung. Die Schwerpunkte sind auch in diesem Jahr vielfältig: Bewegung und Spiel mit Kindern, ein Erzählcafé mit Senioren oder handwerklicher Bezug. Die Gruppen sorgen eigenständig für die Vorbereitung und Durchführung ihres Projektes. Ein kleines Geschenk an die Einrichtung rundet den Tag ab.



Die Erfahrungen zeigen, dass die Projekttage für alle Beteiligten ein gro-Ber persönlicher Gewinn sind. Die Menschen in den sozialen Einrichtungen freuen sich über neue Gesichter und eine Abwechslung im Alltag, die Mitarbeiter erfahren eine Würdigung ihrer Tätigkeit. Die Studenten lernen neue Perspektiven kennen und werden mit der ihnen entgegengebrachten Dankbarkeit belohnt. Aktiv unterstützt wird "Jung und engagiert" auch von den beteiligten Unternehmen, die die Studenten für die Dauer des Projekttages freistellen.

Weitere Informationen unter: www.jung-engagiert.de

# Kunst im Foyer

## Werke eines Phantoms und eines scheuen Rehs

Werke eines Phantoms und eines scheuen Rehs: Diese besondere Kombination bot die siebte Kunstausstellung in der WelfenAkademie. So zumindest bezeichnete Galerist Hans-Joachim Grove die beiden Künstler, von denen nur einer namentlich bekannt war: Peter Matzat lebt in Gifhorn und hat es am liebsten, wenn man ihn in Ruhe lässt. "Er ist ein scheues Reh. Und was er nicht mag, sind Ausstellungseröffnungen." Mit Engelszungen habe Grove argumentieren müssen, um seinen Künstler in die Akademie zu locken. Dort jedoch taute Matzat schnell auf. Der Maler freute sich über das große Interesse und absolvierte einen Rundgang nach dem anderen. Geduldig beantwortete er Fragen nach der Wahl seiner Materialien und seiner Motive. Mitgebracht hatte er diesmal in erster Linie Impressionen von Nord- und Ostsee.

So nah kamen die Besucher dem Phantom nicht - zumindest wahrscheinlich. "Es kann sein, dass Steve hier ist, muss aber nicht", erklärte Grove zum zweiten Künstler. Hinter dem Namen Steve verbirgt sich ein



Maler aus Braunschweig, den auch er nicht persönlich kennt. "Er kommuniziert nur über eine Agentur und hält sich ansonsten komplett bedeckt." Bei den Welfen hingen im November und Dezember Bilder seiner Serie "Ungewitter" – gegenständlich und abstrakt. Ob mit oder ohne Künstler – Dr. Jens Bölscher freute sich sehr über die erneute Kooperation mit der Rom-Art Galerie. Vor fast drei Jahren hatte Hans-Joachim Grove bereits die erste Ausstellung organisiert.





# Periodische Qualitätsüberprüfung

Reakkreditierung im Herbst 2017 wird bereits jetzt vorbereitet – Schon 2016 externe Evaluation



2004 wurde die WelfenAkademie als eine der ersten privaten Berufsakademien akkreditiert. Ende 2009 folgte die Reakkreditierung des Studiengangs Betriebswirtschaftslehre. Diese periodische Qualitätsüberprüfung ist die Voraussetzung dafür, staatlich und international anerkannte Bachelorabschlüsse an die Absolventen zu vergeben. Ein positives Urteil der ZEvA (Zentrale Evaluations- und Akkreditierungsagentur Hannover) ist also überlebenswichtig. Deshalb wird die nächste Reakkreditierung im Herbst 2017 bereits jetzt vorbereitet. Die Qualität der in Europa angebotenen Studiengänge wird regelmäßig durch externe Evaluationen sichergestellt. "Als private Einrichtung akkreditiert zu werden, ist nicht selbstverständlich. 2004 stellten sich neun Akademien dem Verfahren. Nur vier waren erfolgreich", berichtet Dr. Jens Bölscher. Die Entscheidung trifft eine fünfköpfige Gutachtergruppe nach einer Vor-Ort-Begehung. Dabei werden neben dem Vorstand und der Geschäftsführung auch Dozenten, Studenten und Unternehmensvertreter befragt.

Die WelfenAkademie wird sich bereits im Vorfeld, im Januar 2016, einer externen Evaluation stellen.

"Als Thema haben wir das Qualitätsmanagement gewählt. Es hätte einfachere Themen gegeben, zum Beispiel die Verzahnung von Theorie und Praxis oder das wissenschaftliche Arbeiten – also unsere klaren Stärken. Aber wir haben uns bewusst für ein Thema entschieden, das immer wichtiger wird. Auf diese Weise möchten wir unser Qualitätsmanagement verbessern. Die Gutachter werden sich das QM anschauen. Dann geben sie Empfehlungen, wie es verbessert werden kann. Eine wichtige Vorarbeit für die Reakkreditierung", so Dr. Jens Bölscher. Details folgen in der November-Ausgabe.

### Reakkreditierung 2009

Die Gutachter der ZEvA – zwei Professoren aus staatlichen Hochschulen, ein Vertreter der Wirtschaft, ein studentischer Vertreter und ein Gutachter der ZEvA – bilanzierten 2009: "Der bereits seit fünf Jahren erfolgreich betriebene duale Ausbildungsgang Betriebswirtschaftslehre der Welfen-Akademie ... überzeugt durch einen guten Kontakt der Akademie sowohl zu den Studierenden als auch zu den kooperierenden Unternehmen, eine individuelle Betreuung der Studierenden in kleinen Seminargruppen und einen insgesamt sehr guten Studienerfolg."

#### Termine für das Evaluierungsverfahren

Bis Januar 2016 Erstellung des Selbstberichtes
März/April 2016 Vor-Ort-Begutachtung
Mai/Juni 2016 Gutachten

#### Termine für das Akkreditierungsverfahren

Bis März 2017 Abgabe der endgültigen Antragsdokumentation bei

der ZEvA

April 2017 Bewertungsberich

Juli 2017 Sitzung der Ständigen Akkreditierungskommission

(Beschlussfassung über Akkreditierung)

# Mailing gestaltet

### Studenten arbeiteten zwei Tage bei der Agentur b<sup>2</sup>

Wie entsteht ein Mailing? Das wurde den Studenten in der Vertiefungsrichtung Dialogmarketing besonders anschaulich vermittelt. Sie gestalteten im Oktober selbst eines. Gastreferentin Petra Runge hatte den Kontakt zur Agentur b² ermöglicht. "In der Vorlesung untersuchten wir mit einer Augenkamera die Blickverläufe auf Briefen und Prospekten. Das wollte ich gern mit einem praktischen Part verbinden", erzählt die Leiterin des Direkt Marketing Centers der Deutschen Post. So erhielten die Studenten den Auftrag, ein Mailing für den Neujahrsempfang des Direkt Marketing Centers zu gestalten.

Zwei Tage lang arbeiteten sie bei b² an "eigenen" Computern – unterstützt von Dialogmarketing-Fachwirtin Petra Runge und Diplom-Designerin Nicol Marschhausen. Nach einem Briefing zur Zielgruppe und Tonalität setzten zwei Gruppen Ideen um, holten Angebote ein, bastelten Dummies mit Stanzung und präsentierten die Konzepte. "Raus aus dem Winterschlaf" hieß eines. Am zweiten Tag kamen einige sogar früher als geplant. Es hatte sie gepackt. "Sie waren sehr engagiert, voller Elan. Ich war echt begeistert", so Petra Runge. Teile der Entwürfe wurden dann tatsächlich in die Einladung übernommen. Als Abrundung erlebten die Studenten mit, wofür sie geworben haben. Beim Neujahrsempfang wurde die Aktion vorgestellt, und sie standen während der Begrüßung kurz auf.



Laura Hagerott, Eileen Gerloff, Alena Volkova, Nicole Lemke, Alina Kristin

# "Die jungen Leute wollen mitgestalten"

← Fortsetzung von Seite 1

### Erster Ehrenamtstag: Ein Abend rund um bürgerschaftliches Engagement

Den Kern des Abends bildete eine moderierte Gesprächsrunde. Armin Maus, Chefredakteur der Braunschweiger Zeitung, führte durch die Diskussion, deren Teilnehmer mit ehrenamtlichem Engagement in Braunschweig eng verbunden sind. Ein Kernthema war die Überalterung vieler Vereine. Franz Matthies, Präsident des Stadtsportbundes, berichtete von Nachwuchsproblemen. Wer sich intensiv engagiere, müsse dafür die beruflichen Voraussetzungen und den Rückhalt im familiären Umfeld haben, nannte er zwei Gründe. Am Willen zum Engagement mangele es oft nicht, was sich zum Beispiel am hohen Zuspruch zum Freiwilligen Sozialen Jahr ablesen lasse, so Henning Eschemann (Geschäftsführer des Paritätischen Braunschweig). Man müsse eher die Ansprache an jüngere Menschen verändern. Diese wollen sich oftmals nicht mit Vereinssatzungen befassen. Sie wollen unterhalten werden, Spaß haben. "Es muss spannend sein, die jungen Leute wollen etwas lernen, beachtet werden, mitgestalten", so Eschemann.

Es diskutierten auch Hildegard Eckhardt (eck\*cellent IT GmbH), Pastor Friedhelm Meiners (St. Martini Kirche) sowie Ulrich E. Deissner (Bürgerstiftung). Einig war sich die Runde darin, dass nicht jedes Ehrenamt für jeden geeignet ist. Bestimmte Tätigkeiten erforderten Kompetenzen in fachlicher oder persönlicher Hinsicht. Das Thema Fortbildung spiele





hierbei eine wichtige Rolle, so Ulrich Deissner. So biete die Bürgerstiftung mit ihrem Projekt BürgerKolleg Seminare an, um ehrenamtlich Engagierten mehr Sicherheit zu geben. Einige Themen: Vereinsrecht, Finanzen, Buchführung oder die Gestaltung einer Webseite. Zur Abrundung des offiziellen Teils gab es im Foyer ein "Bürgersüppchen" mit Braunschweiger Brot sowie die Einladung zu guten Gesprächen in gemütlicher Atmosphäre. Unterstützt wurde der Ehrenamtstag durch acht Braunschweiger Unternehmen.



# Mentalcoaching

## Sieger werden gemacht – Ein Abend mit Sten Bens

Über 500 Anmeldungen führten dazu, dass die Dialogveranstaltung vom Arbeitgeberverband Region Braunschweig (AGV) und der WelfenAkademie kurzerhand ins neue Pressehaus der Braunschweiger Zeitung verlegt wurde. Der Andrang galt dem Moderationsgespräch zwischen Business-Coach Sten Bens und Elke Fasterding (AGV). Ein unterhaltsamer Abend. Auf allen Sitzplätzen waren als Willkommensgruß Karten mit Sprüchen und Cartoons ausgelegt. Der Film "Du", ein Motivationsklassiker, stimmte die Gäste auf das Thema des Abends ein: Mentalcoaching/Intelligenz. "Uns lief bei dem Film ein Schauer über den Rücken", so ein Teilnehmer. Sten Bens berichtete, dass es keine allgemeingültige Definition von Intelligenz gibt. Aber die Forschung tendiere dazu, dass die Intelligenz mit dem X-Chromosom zusammenhänge, von dem Männer bekanntermaßen nur eins haben... Ein hoher IQ sei keine Voraussetzung für Erfolg. Teilweise würden Hochbegabte sogar ausgegrenzt.

Regulierte Denkstrukturen hindern Menschen an kreativen Lösungen. Zwei Zuschauer sollten die Zahl "13" den Buchstaben A, B oder C zuordnen. Obwohl Bens darauf hinwies, dass es keine mathematische Lösung gab, versuchten beide (und alle anderen im Saal auch), durch Zahlenkombinationen zu einem Ergebnis zu gelangen. Die Lehre: Oft ist man einer Sache so verhaftet, dass der klärende Blick von außen nicht gelingen kann. Man muss die alten Strukturen loslassen.

Bens berichtete aus seiner Zeit als Mentalcoach bei Eintracht Braunschweig – wie er durch hohe Ziele und Emotionen motiviert hatte. Am Beispiel der Beratung eines Altenheims verdeutlichte er, wie wichtig es ist, die Stimmungslage des Kunden und die Bedürfnisse anderer Menschen zu erfassen. Man könne nicht nicht kommunizieren, zitierte er Paul Watzlawick. Wolle man bestimmte Emotionen vermeiden, solle man sich das nicht vornehmen. Wenn man zum Beispiel nicht an Rot denken möchte, soll man sich die Aufgabe stellen, an Blau zu denken. Denn die Negierung führe ansonsten zu einer weitaus stärkeren Befassung mit Rot.

