

Grußwort



Über den Tellerrand hinaus

„Kunst wäscht den Staub des Alltags von der Seele“ sagte einst Pablo Picasso. Läuft man derzeit durch die WelfenAkademie, denkt man daran. Im Foyer liegen Eier mit Schlüsselloch unter einer Glasglocke. Auch anderswo werden Gegenstände des täglichen Gebrauchs von ihrer Funktion befreit. Im ersten Stock verschüttet eine schreckhafte Gans auf einem Ölgemälde ihren Martini. Nebenbei werden lebenslustig wirkende Figuren kombiniert mit einem ganz eigenen Universum ornamentaler Symbole, Landschaften oder Tiere. In einem Raum reitet ein Zeitnomade tickend auf einem Kamel aus Schrottteilen – neues Leben aus entsorgten Gegenständen. In der Bibliothek fühlt man sich beobachtet von einem in sich gekehrten Engel. Kunst überall. Da kommt man auf Ideen, wird angeregt oder irritiert – und spricht darüber. Das am 1. April eröffnete „Artgeschoss“ belebt die Akademie. Bis Ende Juni werden im gesamten Haus Werke von 42 nationalen und internationalen Künstlern präsentiert. Ein weiterer bedeutsamer Schritt, um die Akademie im öffentlichen Leben zu verankern.

Die WelfenAkademie bietet ihren Studierenden fokussiertes Wissen. Der Fachkräfte- und Führungsnachwuchs erhält eine Ausbildung, die insbesondere auch auf die Ansprüche der regionalen Wirtschaft zugeschnitten ist. Denn Theorie und betriebliche Praxis werden eng verzahnt. Dass unsere Studierenden keinen Praxischock erleben, liegt aber auch daran, dass immer wieder auch Soft Skills vermittelt werden – und dass vielseitige Veranstaltungen, Diskussionen und Gäste ermöglichen, über den Tellerrand hinauszuschauen. Teil dieses Konzeptes waren bislang sieben Kunstausstellungen im Foyer. Nun wird erstmals das gesamte Haus „bespielt“. So wie in der Lehre – mit den neuen Vertiefungsrichtungen Informationsmanagement sowie Steuern und Prüfungswesen – geht es auch hier konstant voran. Schön zu sehen: Die Akademie wächst und gedeiht auf vielfältige Weise.

Joachim Roth, Vorstandsvorsitzender der WelfenAkademie

Überall Kunst

„Artgeschoss“: WelfenAkademie wird zur spannenden Galerie

Malerei, Fotografie, Bildhauerei, Videoart, Tapeart, Installationen: Die WelfenAkademie ist bis zum 24. Juni eine spannende Galerie. Im April wurde das „Artgeschoss“ eröffnet: 3500 Quadratmeter Ausstellungsfläche auf zwei Ebenen. Kunst überall. „Auf den Fluren und in den Räumen gibt es nun eine ungewöhnliche Symbiose aus Wirtschaft, Bildung und Kunst. Die Ausstellung soll auch ins tägliche Leben der Studierenden eingreifen“, so Kurator Dmitrij Schurbin. „Wir möchten Berührungsängste abbauen, die es vielleicht in Galerien oder Museen gibt. Die Menschen sollen hier sehen, dass Kunst für alle da ist und allen etwas bieten kann.“ Rund 500 Künstler hatten sich beworben. 42 wurden ausgewählt, darunter auch einige Braunschweiger. Begleitet wird das „Artgeschoss“ von Workshops, Lesungen und spontanen Performances in der Innenstadt.



42 Künstler stellen im Artgeschoss aus. Rund 500 hatten sich beworben.

Lesen Sie weiter auf Seite 4 →

Die Werte der Welfen



Zu Gast im Kaminzimmer: der Urenkel von Kaiser Wilhelm II.

Prinz Heinrich von Hannover kam zum Kamingespräch

Die WelfenAkademie hat ein neues Veranstaltungsformat aus der Taufe gehoben: das Kamingespräch. Gastgeber bei der Premiere war der Alumni-Verein. Die Alumni um ihren Vorsitzenden Fabian Haars hatten einen besonderen Gast eingeladen: einen Welfen. Heinrich Prinz von Hannover, Urenkel von Kaiser Wilhelm II., saß mit 15 Gästen um den schweren Eichentisch im Kaminzimmer/Raum BS Energy und präsentierte sich als amüsanter Plauderer. Das Hauptthema des Abends: Was macht Welfen eigentlich aus? Welche Werte sind für uns wichtig? Und: Können wir die in unserem Arbeitsumfeld wirklich aufrecht leben? Der Gründer und Inhaber des MatrixMedia Verlages, der die Webseite welfen.de betreut, erzählte auch, wie er erstmals von der WelfenAkademie erfuhr: „Das war bei einer Motorradtour durch den Harz. Da war die Akademie noch im Kloster Wöltingerode.“

Lesen Sie weiter auf Seite 6 →

Green Economy: Was Führungskräfte wissen sollten

Zweite Veröffentlichung im WelfenAkademie-Verlag – Dr. Ralf Utermöhlen berichtet, wie Nachhaltigkeit Unternehmen nutzt



Dr. Ralf Utermöhlen bei der Buchpräsentation.

„Das Prinzip der Nachhaltigkeit wird in Unternehmen oft übersehen. Es ist jedoch eine gewaltige Chance für eine sichere Unternehmenszukunft – angesichts des Klimawandels, Ressourcenknappheit und der Energiewende“: Das ist die Überzeugung von Dr. Ralf Utermöhlen. In einem neuen Buch gibt der Umweltgutachter und Unternehmensberater Einblick ins Nachhaltigkeitsmanagement. „Was jede Führungskraft über Green Economy und nachhaltige Entwicklung wissen sollte“ ist im WelfenAkademie-Verlag erschienen.

Bei der Buchpräsentation im Audimax/Raum Kroschke berichtete Dr. Jens Bölscher zunächst vom Verlag. „Vor sieben Jahren gab es bei uns eine Abschlussarbeit, die so gut war, dass wir sie verlegen wollten“, so der Geschäftsführer der WelfenAkademie. Daraus ist der Verlag entstanden, in dem künftig Werke erscheinen, die beispielsweise besonderen Menschen eine Plattform bieten. „Im Juni erscheint zum Beispiel eine Festschrift zum Abschied von Manfred Casper als Hauptgeschäftsführer des Arbeitgeberverbandes. 25 Autoren setzen sich darin mit dem Thema Freiheit und Verantwortung auseinander.“ Unter den Autoren ist auch Dr. Ralf Utermöhlen. „Er hat seinen Beitrag als erster abgegeben. Dabei kamen wir ins Gespräch über seine Buchidee. Da wurde schnell klar, dass wir dieses Werk verlegen wollen.“ Ihm gefalle besonders, dass das Buch sehr in die Tiefe geht,

dabei aber immer die Zusammenhänge im Blick hat. Es sei für Nicht-Fachleute geschrieben und gut verständlich.

Dr. Ralf Utermöhlen berät Unternehmen in Umwelt- und Nachhaltigkeitsfragen. In der Praxis erlebe er zwar oft gute Beispiele, es gebe aber keine tieferliegende Strategie, berichtete er. „Ein nachhaltiges Geschäftsmodell, das den Ressourcenverbrauch, die Wiederverwendung und die Langlebigkeit von Produkten im Blick hat, gibt es nur selten.“ Unser jetziger Lebensstil führe dazu, dass wir auf einem geplünderten Planeten leben. „Daher muss sich vieles ändern. Und dabei spielen Wirtschaftsunternehmen eine wesentliche Rolle.“

Sein Buch richtet sich daher an Führungskräfte wie Produktentwickler, Produktionsleiter, Marketingleiter, Einkäufer und Personalchefs. Es enthält Checklisten zu allen Bereichen der nachhaltigen Wirtschaft und Anweisungen, wie nachhaltige unternehmerische Strategien entwickelt werden können. Dies sei ein Thema, das alle berührt – auch kleine Unternehmen und Dienstleister. Seine Kernbotschaft

im Buch ist positiv: „Wirtschaftlicher Wohlstand und Komfort sind möglich und mit Nachhaltigkeit vereinbar. Dazu aber müssen Unternehmen sich ändern.“

Der Autor ging zum Beispiel auf die Wasser- oder Kohlenstoffintensität von Produkten ein. Diese werde sich, so prognostiziert er, bald deutlicher im Preis niederschlagen. So werden etwa Kaffee (hohe Wasserintensität) oder Fleisch (hohe Kohlenstoffintensität) teurer werden. Nachhaltig erfolgreich zu sein, sei eine wichtige Strategie: „Green Economy bringt Lebensqualität für möglichst viele Menschen.“ Wichtig sei zum Beispiel, Produkte nachhaltig zu gestalten. Derzeit gebe es solche Bestrebungen bei Lebensmitteln, wo immer mehr regionale Produkte aus kleinbäuerlichen Strukturen vertrieben werden oder bei Textilien, wo es inzwischen Produzenten gibt, die auf faire und ökologische Herstellung achten. Bei Elektronik- und Automotive-Produkten sei die Entwicklung hin zur Nachhaltigkeit hingegen noch nicht zu erkennen.



Das Buch ist für 28,90 Euro erhältlich.



Utermöhlen: „Wohlstand und Komfort sind mit Nachhaltigkeit vereinbar.“

Besonderer Glanz



„Für Wunder muss man beten,
für Veränderungen arbeiten.“
(Thomas von Aquin)

Das letzte halbe Jahr an der Welfen-Akademie wurde durch eine ganze Reihe wirklich großer Events geprägt: unser fünftes Symposium mit rund 200 Gästen, der große Neujahrsempfang der Post sowie die Eröffnung der Kunstausstellung Artgeschoss mit rund 350 Gästen – das alles waren herausragende Veranstaltungen, die eine Menge Arbeit bedeutet haben, dabei aber auch einen ganz besonderen Glanz an die Akademie brachten. Umfangreiche Ausführungen dazu sind in dieser Ausgabe zu finden.

Darüber hinaus ist in unserem Verlag ein tolles Buch von Herr Dr. Utermöhlen erschienen und mit der Festschrift für Manfred Casper ist ein weiteres Buch in den letzten Vorbereitungen vor der Drucklegung. Neben diesen Informationen finden Sie in dieser Ausgabe unserer Hauszeitung auch viele sehr interessante Berichte über Studierendenprojekte und Alumni. Insbesondere diese Berichterstattung möchten wir gerne in der Zukunft weiter intensivieren.

Weiterhin möchte ich darauf hinweisen, dass die WelfenAkademie momentan eine externe Evaluation durch die ZEvA durchführen lässt (Bericht unten), auf die wir immerhin seit rund drei Jahren hingearbeitet haben. Diese externe Evaluation ist ein zentraler strategischer Baustein in unseren Bestrebungen für eine Verbesserung unseres Qualitätsmanagementsystems und die erfolgreiche Reakkreditierung im Jahr 2017.

Die ganze Vielfalt der Aktivitäten und Kultur an der WelfenAkademie wird aus meiner Sicht auch durch diese Ausgabe der [kompakt] sehr eindrucksvoll illustriert. An diesen Dingen werden wir weiter arbeiten.

Nun wünsche ich Ihnen viel Freude mit der neuen [kompakt] und verbleibe mit herzlichen Grüßen aus der WelfenAkademie,

Dr. Jens Bölscher, Geschäftsführer der WelfenAkademie

Delegation aus China zu Besuch

In Planung: Kooperation mit dem Guangzhou Technician College – Im März wurde eine Absichtserklärung unterschrieben

Mitte März wurde die Absichtserklärung für eine bedeutsame Kooperation unterschrieben. Das Guangzhou Technician College – die Berufsbildende Schule in der 12-Millionen-Einwohner-Stadt Guangzhou im Süden der Volksrepublik China – möchte Auszubildende aus China gemeinsam mit der WelfenAkademie qualifizieren. Geplant ist ein Zwei-plus-zwei-Modell: zwei Jahre Ausbildung in China inklusive Deutschkurs und einem dreimonatigen Unternehmenspraktikum pro Semester sowie zwei Jahre Qualifizierung in Deutschland. Mindestens 60 Auszubildende sollen an der WelfenAkademie in den Fachrichtungen Maschinenbau, Elektronik und Fahrzeugtechnik qualifiziert werden (20 je Fachrichtung).

„In China gibt es inzwischen vier Freihandelszonen. Guangdong Nansha gehört zur Guangdong Freihandelszone. Um hier in- und ausländische Unternehmen anzusiedeln, werden hochqualifizierte Fachkräfte gebraucht. Die deutsche Technikerausbildung und das duale Studium genießen in China hohes Ansehen. China möchte gern von Deutschland lernen. So ist der Kontakt zur WelfenAkademie entstanden“, erläutert Projektmanagerin Dr. Qunfang Luo (WelfenAkademie).

Im März besuchten Dr. Peichang Yang (Senior Forscher und Wissenschaftler der internationalen Denkfabrik Phoenix) und Quanxing Yang (Vize-Generalsekretär des Guangdong Kreative Industrie Verbands) die WelfenAkademie. Am Ende der zweitägigen Delegationsreise wurde im Kaminzimmer eine Absichtserklärung aufgesetzt. Ende April waren Dr. Jens Bölscher und Dr. Qunfang Luo nun einige Tage in Guangzhou, um das dortige Technician College kennenzulernen und Details der geplanten Weiterbildung zu besprechen.

Dr. Qunfang Luo lebt seit 2007 in Deutschland. Sie hat in China in Geschichtswissenschaften promoviert. Thema: Die deutsch-chinesischen Beziehungen zwischen 1919 und 1939. Ein Teil der Arbeit entstand in Deutschland. Im Rahmen eines Stipendiums studierte sie zwei Jahre an der Uni Stuttgart, besuchte Seminare und Kolloquien und beendete hier ihre Dissertation. „Ich hatte einen chinesischen und einen deutschen Doktorvater“, berichtet sie.

Aktuell ist sie nun neben ihrer Tätigkeit an der WelfenAkademie in ein großes chinesisches Forschungsprojekt eingebunden: die Erforschung der deutschen maritimen Geschichte. „Meine Universität in Wuhan wurde vom Bildungsministerium damit beauftragt. Zu diesen Thema gibt es bislang in China kaum Information.“ Bis zum Sommer 2018 wird sie Fachartikel über den Forschungsstand sowie ein Buch ins Chinesische übersetzen und Kontakt mit verschiedenen Instituten aufnehmen. „Geplant ist auch, dass ich ein eigenes Buch verfasse.“



Dr. Jens Bölscher, Joachim Roth und Dr. Qunfang Luo mit Dr. Peichang Yang (2.v.l.) und Quanxing Yang (rechts).

Vor-Ort-Begutachtung

Qualitätsmanagement: Im Vorfeld der Reakkreditierung 2017 stellt sich die WelfenAkademie einer externen Evaluation

Damit eine private Berufsakademie staatlich und international anerkannte Bachelorabschlüsse vergeben kann, muss sie zunächst ein Akkreditierungsverfahren bestehen. In regelmäßigem Turnus wird die Qualität des Studiengangs dann durch eine Reakkreditierung sichergestellt. Die WelfenAkademie wurde 2004 als eine der ersten privaten Berufsakademien akkreditiert. Ende 2009 folgte die Reakkreditierung des Studiengangs Betriebswirtschaftslehre. Zurzeit wird nun bereits die nächste Reakkreditierung im Herbst 2017 vorbereitet. Denn ein positives Urteil der ZEvA (Zentrale Evaluations- und Akkreditierungsagentur Hannover) ist überlebenswichtig.

„Wir stellen uns bereits im Vorfeld einer externen Evaluation durch ein vierköpfiges Gremium: einem Dozenten einer Berufsakademie, einem Dozenten einer Hochschule, einem Vertreter aus der Wirtschaft und einem externen Studierenden. Diese Gutachtergruppe begleitet dann auch die Reakkreditierung“ berichtet Studienkoordinator Dr. Martin Hahmann. „Als Thema haben wir das Qualitätsmanagement gewählt. In einem Selbstbericht wurde dargestellt, wie die Akademie die Qualität des Studiums an beiden Lernorten – in Theorie und Praxis – sichert, etwa durch Transparenz, Kommunikation und Intervention.“ Auf dieser Grundlage fand am 19. und 20. April eine Vor-Ort-Begutachtung statt. Im Juni wird das Gremium nun ein Gutachten vorlegen und Empfehlungen geben, wo Verbesserungen möglich sind. Eine wichtige Vorarbeit für die Reakkreditierung.



Neue Vertiefung: Steuern und Prüfungswesen

Fachrichtung wurde in enger Abstimmung mit Steuerberatern aus der Region entwickelt – Studienbeginn im August

Ab August 2016 bietet die WelfenAkademie eine weitere Vertiefungsrichtung beim dualen BWL-Studium zum Bachelor of Arts: Steuern und Prüfungswesen. Die neue Fachrichtung wurde in enger Abstimmung mit Steuerberatern aus der Region entwickelt. Anbieten werden das duale Studium zum Beispiel die Steuerberatungskanzleien Böke & Partner, ETL Haus Braunschweig, Gross + Partner und PKF Fasselt. 60 Wochen an der WelfenAkademie, 96 Wochen für die praktische Ausbildung im Unternehmen: Das ist das Konzept des dualen Studiums. Umfassendes theoretisches Wissen erhalten die Studierenden bei Lehrveranstaltungen in der speziellen Betriebswirtschaftslehre sowie bei der Vertiefung im Hauptstudium. Im Studium stehen neben alltäglichen Aspekten der Betriebswirtschaftslehre auch Themen wie Unternehmensbesteuerung, steuerliche Rechnungslegung sowie Steuerarten im Fokus.

„Mit der neuen Vertiefungsrichtung wird eine weitere Möglichkeit geschaffen, einem Fachkräftemangel in unserer Branche entgegenzuwirken“, so Wirtschaftsprüfer und Steuerberater Christian Böke, der Vizepräsident des Steuerberaterverbandes Niedersachsen Sachsen-Anhalt. „Vier Jahre waren wir bereits an dem Thema dran. In Zusammenarbeit mit mittelständischen Steuerberatern haben wir es nun auf die Spur bekommen“, berichtet Dr. Jens Bölscher. „Beim Kick-off-Meeting im Dezember saßen wir mit 20 Steuerberatern im Kaminzimmer/Raum BS Energy zusammen. Wir haben ein Curriculum gestaltet, das insbesondere für den Mittelstand interessant ist.“

Im anspruchsvollen Beruf des Steuerfachangestellten müsse man mit den Mandanten auf Augenhöhe kommunizieren. „Da eignet sich ein duales Studium besonders, um gute Fach- und Führungskräfte auszubilden. Einige Steuerberater sind bereits von sich aus auf uns zugekommen, während wir planen.“ Die Ausbildung ist vielseitig einsetzbar. „Die Absolventen sind bei Steuerberatern willkommen, aber auch bei vielen anderen großen Unternehmen. Auch andere Partner von uns denken darüber nach, inwieweit sie die Fachrichtung nutzen können.“ Für den Studienabschluss sind insgesamt 180 Creditpoints zu erzielen – 30 pro Semester. Das erste Vertiefungsmodul ist vorgegeben: Steuern/Jahresabschluss. Das zweite Vertiefungsmodul ist frei wählbar. 40 Prozent der Inhalte werden von Dozenten aus der Praxis vermittelt, wie auch bei allen anderen Vertiefungsrichtungen.

Fachrichtung Steuern:

Wahlpflichtmodule

- SBWL I: Einführung in die Unternehmensbesteuerung
Abgabenordnung, Einkommensteuer, Umsatzsteuer, Berufsrecht
- SBWL II: Marketing
Grundlagen des Marketings, Online-Marketing, Marketing für Dienstleistungsunternehmen
- SBWL III: Steuerarten II und Steuerliche Rechnungslegung
Abgabenordnung, Einkommensteuer, Umsatzsteuer, Steuerliche Rechnungslegung
- SBWL IV: Controlling
Controllingbegriff und -konzeptionen, Instrumente des Controllings, Controlling in Dienstleistungsunternehmen und unternehmensbezogene Praxisstudie
- SBWL V: Steuerarten III
Abgabenordnung, Einkommensteuer, Umsatzsteuer, Körperschaftsteuer und unternehmensbezogene Praxisstudie

Vertiefungsmodul I: Steuern/Jahresabschluss

- Finanzgerichtsordnung, Einkommensteuer, Umsatzsteuer, Körperschaftsteuer, Internationales Steuerrecht, Steuerplanung, Gewerbesteuer, Erbschaft- und Schenkungsteuer, Rechtsformabhängige Besteuerung/Umwandlungssteuerrecht, Spezialthemen der Rechnungslegung und unternehmensbezogene Praxisstudie
- Vertiefungsmodul II: zum Beispiel Investition/Finanzierung (frei wählbar)
Spezifische Modelle und Verfahren zur Vorteilhaftigkeitsbeurteilung von Investitionen (Einbeziehung von Steuern, Berücksichtigung der Unsicherheit), Markowitz-Portfolio Theorie und CAPM, Bewertung ausgewählter Finanztitel und unternehmensbezogene Praxisstudie

Wissenschaftliche Arbeiten

- Hausarbeiten: Wissenschaftliche Arbeiten mit Bezug zum Kooperationsunternehmen
- Bachelorarbeit: Abschließende wissenschaftliche Arbeit zur Lösung eines berufspraktischen Problems – möglichst projektbezogen

Fachgebiet: Personal und Organisation

Lehrende im Porträt: Prof. Dr. Andreas Kammel

Prof. Dr. Andreas Kammel lehrt bereits seit 2000 an der WelfenAkademie. Er hat schon die Gründerjahre im Kloster Wöltingerode miterlebt: „Das war ein besonderer Ort – klein und familiär, mit sehr positiver Ausstrahlung. Im Sommer haben die dicken Mauern dafür gesorgt, dass es schön kühl war. Im Winter haben wir alle gefroren, weil die Heizung nicht richtig funktionierte.“ Der 57-Jährige hat in Hannover Wirtschaftswissenschaften studiert und nach einer Hospitanz in Lincoln/Nebraska an der TU Braunschweig über Personalcontrolling promoviert. Nach seiner Habilitation über strategische Führungskräfteentwicklung war er an der TU Braunschweig Privatdozent und schließlich außerplanmäßiger Professor. 2003 wechselte der Vater von



Prof. Dr. Andreas Kammel ist auch Autor bzw. Co-Autor von Fachbüchern.

zwei Kindern als Professor für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre an die Hochschule Schmalkalden. „Die Hochschule mitten im Thüringer Wald bietet echtes Campusfeeling und eine ausgezeichnete Betreuung der Studierenden abseits ansonsten oft üblicher Massenabfertigung“, erzählt er. Die WelfenAkademie ist für ihn heute „wie meine zweite Heimathochschule“: „Wenn ich hierher komme, ist immer gleich super Stimmung. Eine tolle Atmosphäre mit guten kollegialen Beziehungen.“

WA: Was lehren Sie an der WelfenAkademie? Welche weiteren Aufgaben haben Sie?

AK: Zweimal im Jahr, im Frühjahr und im Herbst, halte ich Vorlesungen über Personalführung, Organisation und Personalcontrolling. Darüber hinaus bin ich Modulverantwortlicher für Führung, Personal und Organisation (FPO) und nehme zusammen mit Kollegen Fachprüfungen in diesem Bereich ab.

WA: Wie erleben Sie die Studierenden?

AK: Ich habe das Gefühl, dass die alle ihren Weg gehen werden. In zehn Jahren wird man sie als qualifizierte Fach- und Führungskräfte wiedersehen, weil sie einfach sehr souverän ihre Anliegen vortragen und souverän Probleme lösen. Ich denke oft: Da ist großes Potenzial. In gewisser Weise sind sie jugendlich unbekümmert, aber wenn es darauf ankommt, sind sie auf Zack und man denkt: Das funktioniert.

WA: Was möchten Sie vor allem vermitteln?

AK: Problemlösungsfähigkeit. Ich sage den Studierenden auch deutlich: Ihr werdet keine Sachbearbeiter, die etwas mit Routine erledigen. Ihr seid kommende Fach- und Führungskräfte, die mit Komplexität in allen möglichen Bereichen konfrontiert sind. Was man braucht, sind Problemlöser, die Wissen und Techniken anwenden. Es geht nicht ums Bulimie-Lernen: nicht darum, vor der Prüfung kurzfristig Wissen reinzustoßen und es sofort danach wieder loszuwerfen.

WA: Haben Ihre Vorlesungen auch Seminarcharakter?

AK: Interaktion ist wichtig. Die Personalführung-Vorlesung beginnt zum Beispiel mit einer Reflektion. Was ist gute Personalführung? Was machen die Führungskräfte im Unternehmen gut oder schlecht? Da öffnet sich die Tür zum Alltag und der Erlebniswelt. Im zweiten Schritt schauen wir dann: Was meinen die Experten? Wichtig sind mir auch Fallstudien, um Probleme zu lösen.

WA: Worum geht es zum Beispiel in Fallstudien?

AK: Ich nutze vor allem didaktische Fallstudien, die praxisnahe Themen aufgreifen, etwa den Führungsstil. Ein Beispiel: Ein Informatiker soll plötzlich ein Team leiten. Er ist aber, was in der Praxis häufig vorkommt, nicht richtig vorbereitet und macht nun Freistil-Führung. Er möchte möglichst demokratisch agieren und verzettelt sich dabei völlig. Die Abteilung mutiert zur Quasselbude. Die Studierenden überlegen dann in Gruppen: Was hätte er besser machen können? Was kann er nun in dieser Situation noch ändern? Im Personalcontrolling setze ich Fallstudien im Performance Measurement ein. Im Controlling möchte

man wissen, wie leistungsfähig eine Organisation ist. Gerade kleine oder mittelständische Unternehmen haben indes oft kein vernünftiges Berichtswesen; kein Kennzahlensystem, das darauf hinweist, dass es mögliche Probleme gibt. Da stimmen dann irgendwelche Zahlen nicht, das Gewinnziel wird nicht erreicht – aber was sind die Ursachen? In der Fallstudie geht es um einen Hersteller von Rasenmähern. Die Studierenden erhalten einen Berichtsbogen mit allen möglichen Daten. Sehr zufällig und unkoordiniert. Dann müssen sie erst mal Wichtiges von Unwichtigem trennen, die Daten aussagefähig machen und ein vernünftiges System für die Messung aufbauen. Eine ureigene Controlling-Aufgabe.

WA: Welche Themen werden in Praxisstudien behandelt?

AK: Bei den Praxisstudien und Bachelorarbeiten gibt es gewisse Modethemen, die von den Unternehmen gern gesehen werden. Im Personalbereich sind das zurzeit Talentmanagement, Work Life Balance und Employer Branding, also die Arbeitgeberattraktivität. Was können Firmen tun, um attraktiver zu werden – damit sie Fach- und Führungskräftenachwuchs und qualifizierte Auszubildende gewinnen? Da geht es zum Beispiel darum, bestimmte Images zu kreieren, Leistungen anzubieten und die dann auch zu kommunizieren. Die Studierenden überlegen, was in ihrem Partnerunternehmen möglich wäre. Dabei sind natürlich auch Kosten und Nutzen abzuwägen. Stichworte zur Work Life Balance sind Arbeitszeitflexibilisierung, Home Office und Gesundheitscoaching. Beim Talentmanagement steht die potenzialorientierte Personalentwicklung im Mittelpunkt: die Förderung des Führungsnachwuchses mit bestimmten Programmen. Welchen Firmenbezug gibt es? Welche Maßnahmen schlagen die Studierenden vor? Wie überprüft man deren Wirtschaftlichkeit?

WA: Sie sind auch Autor bzw. Co-Autor von Fachbüchern, etwa über Lean Management und Personalcontrolling. Arbeiten Sie an einem neuen Buch?

AK: Das aktuellste Buch ist über Personalführungslehre, von 2005, inzwischen in der vierten Auflage. Für Aktualisierungen bleibt leider keine Zeit. Zurzeit publiziere ich vor allem in Fachzeitschriften. In der „Wisu – Das Wirtschaftsstudium“ ist zum Beispiel gerade eine Fallstudie zur Einkauferschulung in einem Textilunternehmen erschienen. Demnächst erscheint eine Studie zur Integration neuer Mitarbeiter in Unternehmen. Die Zeitschrift gibt es auch bei uns in der Bibliothek.

Berufsorientierung

„Summer School“: Neues Format mit Vorstellung von Berufen, Rhetorik, Assessment Center und Job-Speed-Dating

Wie können die Chancen auf den Wunschberuf verbessert werden? Wie entwickelt sich der Arbeitsmarkt? Wo wird kompakte Information zur Berufsentscheidung angeboten? Einblick erhielten 15 Schülerinnen und Schüler aus 11. und 12. Klassen Anfang des Jahres bei der ersten „Summer School“ in der WelfenAkademie. Das neue Format zur Studien- und Berufsorientierung wurde gemeinsam mit der Bürgerstiftung entwickelt. In drei Tagen stellten Referenten Berufsfelder mit Zukunft vor, coachten in Rhetorik, besprachen Bewerbungsunterlagen und informierten über das duale Studium. Bei der Simulation eines Assessment Centers und eines Bewerbungsgesprächs hatten die Schüler zudem Gelegenheit, die Auswahlverfahren kennenzulernen. Am dritten Tag stand ein Job-Speed-Dating auf dem Programm. Borek Media, Jägermeister, Kosatec, Nordzucker und Löwenstark – Partnerunternehmen der WelfenAkademie – stellten die Arbeit in ihrer Branche vor. Die Schüler waren mit Begeisterung bei der Sache. Gesamturteil: „Sehr nützlich“.



15 Schülerinnen und Schüler informierten sich über interessante Berufe.

Jung und engagiert

Studierende engagieren sich ehrenamtlich



Vorlesen in der Kindertagesstätte Muldeweg.

Bald ist es wieder so weit. Die Akademie bietet ihren Studierenden gemeinsam mit der Bürgerstiftung Braunschweig spannende Engagement-Erfahrungen in sozialen Organisationen in Braunschweig und der Region. Im Rahmen von „Jung und engagiert“ haben sie die Wahl zwischen verschiedenen Projektideen, die sie dann an einem Aktionstag verwirklichen. Die Tätigkeiten dieses Tages sollen bewusst wenig mit dem gewohnten Studien- und Berufsalltag zu tun haben. Vor allem geht es um neue Erfahrungen, von denen die jungen Menschen auch für ihren beruflichen und persönlichen Werdegang profitieren. Zudem sind sie in ihrem Organisationstalent, ihrer Teamfähigkeit und Kreativität gefordert. Zu den Aktionen der letzten Jahre zählten unter anderem Lesen in Kitas, Bewegungs- und Sportspiele an Grundschulen oder Kochprojekte. Begegnung, Kennenlernen und Austausch stehen immer im Mittelpunkt.

Am Mittwoch, 18. Mai (10.45 bis 11.45 Uhr, Raum OG 16 /tronomed), werden die diesjährigen Projektideen vorgestellt. Nach der Aufteilung in kleinere Gruppen sollen die Studierenden ihren Projekttag eigenständig vorbereiten. Die Projekttermine werden in enger Absprache flexibel auf die Bedarfe und Möglichkeiten aller Beteiligten abgestimmt. Die Volkswagen Financial Services AG und die NORD/LB unterstützen das Projekt wie bereits in den vergangenen Jahren. Beide Unternehmen stellen ihre Studierenden für den Projekttag frei, wenn er in die Praxisphase fällt.

Zukunftsfähig bleiben

Die WelfenAkademie Stiftung verbessert Rahmenbedingungen – Fünf Stipendien wurden bereits vergeben



Dr. Jens Bölscher, Ulrich E. Deissner und Joachim Roth mit den Stipendiaten Majlena Pedersen, Zaneta Gonsior und Carsten Deseke.

Das duale Studium ist ein wichtiger Baustein für eine innovative und nachhaltige Personalpolitik: Qualifizierte Nachwuchskräfte werden ausgebildet und langfristig an ein Unternehmen und die Region gebunden. Damit dies auch in Zukunft so bleibt, muss langfristig geplant werden. Eine Stiftung ist dazu das perfekte Instrument. Sie kann die Rahmenbedingungen verbessern, Projektideen entwickeln, Stipendien ausschreiben, Beihilfen vergeben, Kooperationen anstoßen, den Meinungsaustausch unterstützen und vieles mehr. Im Frühjahr 2013 wurde der Grundstein der WelfenAkademie Stiftung gelegt. Seitdem ermöglichten mehr als 50 Stifter, ein Kapital von rund 100.000 Euro aufzubauen. Fünf Stipendien konnten bereits vergeben werden – drei von ihnen komplett aus eigenen Mitteln finanziert. Zwei Studentinnen wurden im Sommer 2015 einmalig mit je 1000 Euro unterstützt, ein Student einmalig mit 500 Euro. Die Summe ist an keine Bedingung geknüpft. Vorgesehen ist nur, dass die Studierenden nach einem Jahr von ihrer Arbeit berichten.

Wir freuen uns über weitere Zustiftungen:

Braunschweigische Landessparkasse, IBAN: DE 62 250 500 00
0200 3251 24 BIC: NOLADE 2 H XXX
Weitere Informationen unter www.welfenakademie.de/stiftung

Mit 14 hatte sie schon in fünf Ländern gelebt

Mitarbeiter im Porträt: Alexandra Lüddecke arbeitet seit 2014 im Sekretariat und organisiert den Fortbildungskurs „Vorbereitung auf die Ausbilderprüfung“ (AEVO)

Eine Welterkunderin: Alexandra Lüddecke hat bereits auf Mauritius, in Tansania, in Äthiopien und Italien gelebt – all das, bevor sie 14 war! Ihr Vater war Entwicklungshelfer bei der Welternährungshilfe. „In der neunten Klasse kam ich dann dauerhaft nach Deutschland. Mein Vater wollte, dass wir hier Abitur machen“, erzählt die gebürtige Augsburgerin. Es war ein harter Übergang. Aufgrund der Nähe zur neuen Arbeitsstelle zog die sechsköpfige Familie von Rom nach Eickhorst, einem 250-Seelen-Ort. „Als Jugendliche fand ich das fürchterlich.“ Heute wohnt die 52-Jährige nun in Meine und arbeitet in Braunschweig – im Sekretariat der WelfenAkademie.

Alexandra Lüddecke ist gelernte Fremdsprachenkorrespondentin. Sie arbeitete als Sekretärin in einem Konstruktionsbüro sowie als Sekretärin des Exportleiters von Düning & Krause, einem Unternehmen, das alkoholfreie Getränke aromatisiert. 1995 übernahm ihr Mann dann den elterlichen



Alexandra Lüddecke ist gelernte Fremdsprachenkorrespondentin.

Handwerksbetrieb in Meine. Dort war die Mutter von Zwillingen zuständig für die Lohnbuchhaltung, das Auftragswesen sowie das Rechnungswesen und die Terminabsprachen.

Im Sekretariat der WelfenAkademie arbeitet sie nun seit Mai 2014. Sie stellt die Semestertickets und die Immatrikulationsbescheinigungen aus. Die Datenbankpflege der Studierenden, Dozenten und Kooperationsunternehmen gehört auch zu ihren Aufgaben. Zudem schreibt sie alle Rechnungen und Mahnungen. Neben diesen Verwaltungsaufgaben organisiert sie die AEVO-Kurse, die Vorbereitungskurse auf die Ausbildereignungsprüfung.

Seit rund 15 Jahren bietet die WelfenAkademie die pädagogische Fortbildung „Ausbildung der Ausbilder“ an. „Jährlich finden derzeit fünf bis sechs Lehrgänge statt. Davon ist einer für unsere Studierenden reserviert. „2015 haben wir auch zwei Inhouse-Kurse bei Unternehmen angeboten“, berichtet Alexandra Lüddecke. „Unsere Lehrgänge eignen sich für Studierende ebenso wie für Mitarbeiter, die sich als Ausbilder qualifizieren möchten, um ihren Verantwortungsbereich zu erweitern. Um die Abwesenheit im Unternehmen so kurz wie möglich zu halten, werden die Lehrgänge als Kompaktkurse mit 36 Unterrichtseinheiten angeboten. In vier Tagen sind die Teilnehmer fit für die Prüfung. Unsere Dozenten zeichnen sich durch langjährige Erfahrung als Lehrkraft in der pädagogischen Disziplin sowie als Prüfer bei der IHK aus. Schritt für Schritt werden die Teilnehmer auf die IHK-Prüfung vorbereitet. Fallbeispiele vertiefen den Lernstoff. Wichtig zu wissen: Die Erfolgsquote unserer Kurse bei den Abschlussprüfungen vor der IHK ist überdurchschnittlich hoch.“

Die Termine der nächsten AEVO-Kompakt-Kurse:

Für Studierende der WelfenAkademie: 25. bis 27. Juli (Theorie) und 29. Juli (Praxis), jeweils von 9 bis 17 Uhr. Schriftliche Prüfung: 2. August, Praktische Prüfung: 8. August. Anmeldeschluss ist der 15. Juni.

Kurse für externe Interessenten:

19. bis 21. September (Theorie) und 26. September (Praxis) und 21. bis 23. November (Theorie) und 28. November (Praxis).

Nähere Information und Anmeldung bei Alexandra Lüddecke, Telefon: 0531/2 14 88 16. E-Mail: alexandra.lueddecke@welfenakademie.de

Festschrift

25 namhafte Repräsentanten der Region schreiben anlässlich der Verabschiedung von Manfred Casper über Freiheit und Verantwortung



Manfred Casper war bis 2015 Vorstandsvorsitzender der WelfenAkademie.

24 Jahre war Manfred Casper Hauptgeschäftsführer des Arbeitgeberverbandes Region Braunschweig. Im April hat er den Staffelstab nun an Florian Bernschneider übergeben, dem er noch bis August beratend zur Seite steht. Anlässlich seiner Verabschiedung erscheint im WelfenAkademie-Verlag eine Festschrift. 25 namhafte Repräsentanten der Region setzen sich darin mit „Freiheit und Verantwortung“ auseinander. Beiträge verfassten Dr. Jens Bölscher, Martin K. Burghartz, Michael Doering, Harald Eitge, Jan-Peter Ewe, Dr. Gabriele Heinen-Klijajic, Prof. Dr. Jürgen Hesselbach, Dr. Gert Hoffmann, Hanns-Heinrich Kehr, Michael Kleber, Prof. Dr. Ralf Kreikebohm, H.-G. Christian Krentel, Detlef Kunkel, Armin Maus, Dr. Rolf Mayer, Dr. Volker Müller, Wolfgang Niemsch, Joachim Roth, Dr. Wolf-Michael Schmid, Dr. Volker Schmidt, Peter-Jürgen Schneider, Christoph Schulz, Dr. Ralf Utermöhlen, Julius von Ingelheim und Prof. Dr. Friedrich Weber. Zeitzeugen berichten, was sie bewegt, wie sie denken und handeln und vor welchen Herausforderungen sie standen und stehen. Manfred Casper war von 2009 bis 2015 Vorstandsvorsitzender der WelfenAkademie. Der AGV hat die Gründung unterstützt, den Umzug nach Braunschweig initiiert und dabei geholfen, die Akademie als soliden Partner akademischer Bildung zu etablieren.

WelfenAkademie wird zur spannenden Galerie

← Fortsetzung von Seite 1

„Artgeschoss“ ist bis zum 24. Juni zu sehen – Donnerstags führt Dmitrij Schurbin durch die Ausstellung

„Wer das Gemälde lange betrachtet, findet darin eine Geschichte. Und vielleicht auch sich selbst“: Dmitrij Schurbin berichtete am 1. April anschaulich von seinen Werken. Mit Witz und Charme stand er rund 350 Besuchern bei der Vernissage zur Ausstellung „Artgeschoss“ Rede und Antwort. Und gab auch Einblick, wie er arbeitet: oft an mehreren Werken parallel. 360 Gemälde, Fotografien und Skulpturen von 42 nationalen und internationalen Künstlern sind nun bis zum 24. Juni in der Salzdhahmer Straße 160 zu sehen. Drei Monate lang ist die WelfenAkademie eine interessante Adresse für Sammler, Galeristen und Liebhaber aktueller Kunst. Eröffnet wurde das Artgeschoss mit Live-Jazzmusik von ORSK und einer Video-Performance, bei der Pavel Ehrlich malte und die Zuschauer das Entstehen der Bilder auf einer großen Leinwand verfolgen konnten.

Geschäftsführer Dr. Jens Bölscher lobte das Konzept mit den „unheimlich unterschiedlichen Künstlern“. Er sagte zur Begrüßung: „Wir wollen Kunst auch in die Unterrichtsräume holen.“ Bisherige Ausstellungen in der WelfenAkade-

mie hätten im Wesentlichen im Foyer stattgefunden. Nun sind die Werke auf die Flure und Räume verteilt. Bölscher berichtete, dass sich die Studierenden mit der Kunst beschäftigen: „Wenn sie etwa vor dem Kopierer stehen, unterhalten sie sich angeregt darüber.“ Diese Erfahrung hat auch Kurator Schurbin gemacht. Er fügte an: „Sie machen Fotos mit ihren Smartphones, teilen und kommentieren sie sogleich. Die jungen Menschen fangen an, nachzudenken. Die strenge Ordnung explodiert durch die Kunst geradezu. Das löst Empfindungen und Reaktionen aus.“ In der Ausstellung soll jeder etwas finden, das ihn persönlich berührt und mit dem er sich identifizieren kann. Eine Stilrichtung wurde nicht vorgegeben. So ist zum Beispiel alles von der klassischen bis zur abstrakten Malerei in der WelfenAkademie vertreten.

Schnell hätten die Künstler Vertrauen zu ihm aufgebaut, „es sind meine Freunde“, sagte der 33-Jährige. Die internationalen Kollegen haben ihre Exponate eingeschickt, manch andere hat Schurbin mit dem Transporter aus Berlin mitgebracht. Und auch Dr. Jens Bölscher konnte er schnell für sich gewinnen. Der Geschäftsführer blickte zurück: „Dmitrij Schurbin kam zu mir. Innerhalb von zwei Stunden war entschieden, das Artgeschoss bei uns auszustellen.“

Das „Artgeschoss“ ist montags bis freitags von 8 bis 18 Uhr zu besichtigen.



Oliver Gröne, der dieses Bild malte, hat an der HBK Braunschweig studiert.



Einige Gemälde haben eine andere Wirkung, wenn man nah herangeht.



Abschließbare Eier, ein Werk von Rolf Puschnig.

Wöchentlich donnerstags um 16 Uhr führt Dmitrij Schurbin durch die Ausstellung. Während eines 60-minütigen Rundgangs stellt er die wichtigsten Werke sowie das Konzept der Ausstellung vor. Anmeldung unter info@artgeschoss.com.

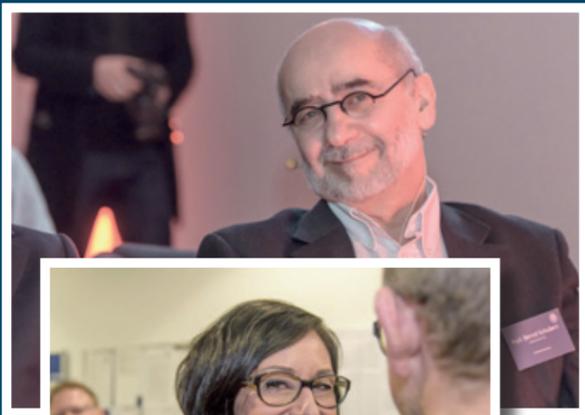
Unterstützt wird das Artgeschoss durch die Deutsche Post, die Öffentliche Versicherung Braunschweig, die Nordzucker AG, die Media World GmbH, Creditreform und Beyrich.



Welche Aussage hat das Werk? Das Artgeschoss sorgt für Gesprächsstoff.

Fünftes Symposium: Was macht Marken erfolgreich?

80 Prozent unserer Kaufentscheidungen werden automatisch gefällt. Welche Motive sind ausschlaggebend?



ken. Der wesentliche Antrieb für eine Kaufentscheidung seien die Belohnungswerte. Eine Marke muss Signale aussenden, die für den Konsumenten belohnend wirken. Er nannte drei Motive, sich für ein Produkt zu entscheiden. Erstens: das Streben nach Autonomie – „besser zu sein als andere“. Zweitens: das Streben nach Balance und Sicherheit – „Gemeinschaft, Familie, Stabilität“. Drittens: Erregung – „wir suchen nach neuen Erfahrungen und möchten etwas Neues entdecken“. Welche dieser Motive dominieren, hängt von der Persönlichkeit, dem Alter und den Lebensumständen ab. „Ein Kauf ist letztendlich ein Zwiegespräch zwischen Schmerzen und Belohnung: Schmerz vermeiden, Lust gewinnen. Das Schmerzzentrum reagiert, wenn wir ausgegrenzt werden oder wenn der Preis zu hoch ist. Das Lustzentrum treibt uns an, Dinge zu haben, die ein gutes Gefühl erzeugen.“

Damit ein Produkt über längere Zeit erfolgreich ist, muss genau verstanden werden, was der Kunde wünscht und wie die Marke codiert werden muss. Autonomie, Abenteuer, Erregung, Genuss,

Sicherheit, Disziplin – was ist der Zielgruppe besonders wichtig?

„Motive sind die Treiber unseres Verhaltens. Ein Hauptgrund für Produktflops ist, dass die Produkte zu austauschbar sind. „Es muss ein klares, unverwechselbares Bild entstehen.“ Aussagekräftig sei etwa die Positionierung von Biermarken. Becks steht für Abenteuer und Autonomie, Radeberger für Dominanz und Leistung, Krombacher für Sicherheit und Genuss, Astra für Stimulanz und Authentizität. „Die Marken sind letztlich austauschbar. Die Entscheidung kommt über die emotionale Welt.“

Beeinflusst wird eine Kaufentscheidung zudem durch Erfahrung und Beobachtung. „Die Farbe Schwarz verbinden wir

Ein besorgniserregender Wert: 80 Prozent der Produkte, die in Deutschland neu eingeführt werden, sind nach einem Jahr nicht mehr im Handel. „Stellen Sie sich solch eine Zahl mal bei einem Chirurgen oder Architekten vor – 80 Prozent der Häuser stürzen ein. Der volkswirtschaftliche Schaden ist immens“, sagte Prof. Dr. Bernd Schubert beim fünften Symposium in der WelfenAkademie. Der Professor für Marketing an der Hochschule Harz gab vor 200 Zuhörern Einblick ins Brand-Code-Management: die Markenpräsentation auf Basis der Neuropsychologie.

Was macht Marken erfolgreich? Das war das Thema des Symposiums im vollbesetzten Audimax/Raum Kroschke. „So viele Besucher hatten wir noch nie“, freute sich Dr. Jens Bölscher. „Das macht mich sehr stolz. Die Veranstaltung hat sich fest etabliert.“ Prof. Dr. Schubert, der bereits seit dem Gründungsjahr an der WelfenAkademie lehrt, überraschte zunächst mit der Feststellung, dass 80 Prozent unserer Entscheidungen automatisch gefällt werden – ohne dass wir bewusst darüber nachden-

mit Premium, einen Leuchtturm mit Sicherheit, eine rote Rose mit Liebe. Unsere Wahrnehmung ist zum größten Teil Wiedererkennung.“ Deshalb sorgen Abweichungen für besondere Aufmerksamkeit. Ist etwa auf einem Motiv ein Mann mit Zahnlücke, nimmt der Betrachter vor allem ihn wahr.

Die zentrale Aufgabe für die Markenpositionierung lautet also: „Ermittle die kundenrelevante Belohnungserwartung.“ Erfolg kann auch eine überraschende Positionierung bringen. In Neuseeland gibt es zum Beispiel Bratwürste mit Maori-Tätowierung. Die sprechen das Motivfeld Erregung und Autonomie an.

Im zweiten Vortrag berichtete Gudrun Zwilmeyer, Kreativdirektorin der Media World GmbH, über die Bedeutung des Corporate Designs. Logo, Farbe, Form, Typographie, Bilder, Wording – all das kann prägend sein. Bestimmte Farben etwa werden automatisch Produkten zugeordnet. „Eine einzelne Farbe kann das Corporate Design bestimmen und schützenswert sein.“



Der Sportartikelhersteller Nike hingegen hat mit dem

Haken eine unverwechselbare Bildmarke etabliert. Auch die Schriftart kann das Erscheinungsbild prägen. Als Beispiel projizierte Gudrun Zwilmeyer das Wort Liebe an die Wand – zunächst mit schnörkelloser klarer Typografie, anschließend in roter, verspielter Schreibschrift und schließlich in Form eines Herzens.

Identität visualisieren, Emotionen erlebbar machen, Kernbotschaften wiederholen – das sei bedeutsam bei der Markenführung. „Durch die Visualisierung wird eine Marke emotional und individuell verständlich, merkfähig und dadurch relevant. Der Sehsinn liefert rund 80 Prozent aller Informationen aus der Umwelt, die wir im Gehirn verarbeiten.“



So können visuelle Reize oft als emotionale Schlüsselreize eingesetzt

werden. Entscheidend für eine starke Marke sei indes, dass die Form, der Inhalt und das Handeln zusammenspielen und erlebbar sind. „Eine Marke ist Erfahrung. Sie wird über ihr Handeln bewertet. Das Corporate Design ist ein wesentlicher Teil der Marke, weil wir es als erstes wahrnehmen. Nur hübsch, ohne Aussage, das wäre allerdings wertlos.“

Anhand von fünf Marken veranschaulichte die Kreativdirektorin, wie sich das Corporate Design wandeln kann. Für das Spendenhilfswerk Adveniat etwa hat die Braunschweiger Agentur wirDesign ein komplett neues Erscheinungsbild entwickelt. Dazu gehören farbige Bausteine als Symbole für die Vielfalt der geförderten Projekte, eine weichere Schrift und Fotos, die vor allem positive Emotionen vermitteln. Die Media World GmbH schärfte und verjüngte derweil das Profil der PSD Bank Braunschweig. „Fair. Sofort. Lläuft“ heißt der neue Claim. „Die Bildwelt zielt nun stärker auf Menschen, die wirklich einen Kreditvertrag abschließen möchten.“ Etwas skeptisch beurteilte Gudrun Zwilmeyer hingegen das Vorhaben, die Marke Mini stärker an das Mutterunternehmen BMW heranzuholen. „Die Markenaussage wird verwechselbarer. Das Freche ist weitgehend weg – es hatte den Mini hervorgehoben.“

Viel Input für die anschließende Diskussion und unterhaltsame Gespräche beim Get-together. Durch den Abend führte Prof. Dr. Bettina Rothärmel. Unterstützt wurde das Symposium durch die Media World GmbH, Frank Schmetzer Automobile, Harald L. Bremer, das Hofbrauhaus Wolters und Gramm, Lins & Partner. Musikalischer Begleiter war Pianist Jan Behrens.

ANZEIGE



hören | sehen
von Siegroth

„Hörgeräteakustik und
Augenoptik für Individualisten“

0531 2504008 | www hoeren-sehen-bs.de

Vorstand der WelfenAkademie



Die Mitglieder des Vorstands (v.l.): Jens Düe, Claudia Block, Rüdiger Giesemann, Joachim Roth, Anika Paul und Thomas Fehst mit Dr. Jens Bölscher.

Gremien der WelfenAkademie kurz vorgestellt

Der ehrenamtliche Vorstand des Trägervereins der WelfenAkademie wird von der Mitgliederversammlung gewählt. Das Gremium, das den Geschäftsführer einsetzt, trifft sich zweimal im Jahr, im Frühjahr und Herbst. Bei den Sitzungen im Kaminzimmer wurden bereits viele Pföcke eingeschlagen, um die WelfenAkademie zukunftsfähig aufzustellen. Eine aktuelle wichtige Aufgabe, so der Vorsitzende Joachim Roth, sei, die Akademie noch stärker in der Region zu verankern und das Kuratorium der Welfen mit weiteren Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens zu bereichern. Mitglieder des Vorstands sind neben Joachim Roth Anika Paul (Volkswagen Financial Services AG; stellvertretende Vorsitzende), Jens Düe (PKF Fasselt Schlage Partnerschaft mbH; Schatzmeister) sowie Claudia Block (Block am Ring Automobile), Rüdiger Giesemann (Canzlei der Rechtsanwälte Dr. Scheller, Hoffmeister & Partner) und Thomas Fehst (Braunschweigische Landessparkasse).

Digital Day

Facebook-Marketing, interaktive Social-Media-Formate, Online-Journalismus: Thementag gab Einblick in die Dynamik der digitalen Welten

„Katzenvideos und dieser Internetz“: Die Vortragstitel zeigten schon, dass der Tag unterhaltsam wird. Beim dritten Digital Day am 14. April wurde locker und unterhaltsam über aktuelle Trends informiert und diskutiert. Rund 70 Studierende der WelfenAkademie sowie Auszubildende aus dem Programm „Zukunft Bilden“ erhielten interessanten Einblick in die Dynamik der digitalen Welten.

Der dritte Thementag wurde durch Prof. Dr. Bettina Rothärmel aus der Geschäftsleitung der BZV Medienhaus GmbH eröffnet. Sie gab Einblick, wie das digitale Zeitalter Nachrichtenmedien verändert. Anschließend berichtete Nina Schwerdtfeger, Geschäftsführerin der neo.says.miau GmbH, auf charmante Art, wie Unternehmen Facebook nutzen können, um Interessengemeinschaften aufzubauen. Drittes Thema waren aktuelle Entwicklungen im Veranstaltungs- und Eventmanagement. Tim Sadler und Babak Khosrawi-Rad, Geschäftsführer der Stereolove GmbH, erzählten überaus dynamisch von der Organisation des Holi Festivals und des Kampus Klubs als interaktiven Social-Media-Formaten.

Anregend waren dann auch die weiteren Vorträge: Sascha Hahne (Agentur Ausdruckslos) berichtete über Werbemaßnahmen und Videos im Internet. Sein Vortrag wurde live auf seiner Facebook-Seite übertragen. Christoph Lange (Manager Digital Marketing) präsentierte das digitale Marketing der Mast-Jägermeister SE. Abgerundet wurde der Thementag durch einen interessanten Foto-Workshop und einen Workshop über Chancen und Risiken im Online-Journalismus, geleitet von Sascha Hahne und Dr. Holger Isermann (Studi38). Organisiert wurde der Digital Day vom BZV Medienhaus gemeinsam mit Dr. Peter Wille (Fachbereich BWL), der an der WelfenAkademie allgemeines Marketing und spezielles Dialogmarketing lehrt.



Die Referenten erzählten von neuen Entwicklungen in ihrer Branche.

Die Werte der Welfen

← Fortsetzung von Seite 1

Prinz Heinrich von Hannover kam zum Kamingespräch

Welfen unter sich. Gleich zur Begrüßung machte Heinrich Prinz von Hannover deutlich, dass ihn niemand „Königliche Hoheit“ nennen muss. Am Telefon melde er sich oft aus Pragmatismus mit Herr Hannover, sagte er. Der 54-Jährige erzählte von seinem Verlag mit niedersächsisch-landesgeschichtlichem Schwerpunkt und von Motorradtouren. Auf einer Fahrt durch den Harz stieß er erstmals auf die WelfenAkademie, die damals noch in Wöltingerode beheimatet war. Er folgte interessiert einem Hinweisschild und stand vor verschlossenen Türen. Es war Wochenende. „Dass sie unseren Namen trägt, zeigt mir, dass der Begriff Welfe noch immer einen hohen Stellenwert hat.“ Prinz Heinrich lobte seine Gastgeber, unter denen auch der ehemalige Wirtschaftsdezernent Braunschweigs war, Joachim Roth, jetzt Vorstandsvorsitzender der Akademie: „Braunschweig hat sich in den vergangenen 20 Jahren erfreulich entwickelt – wirtschaftlich und kulturell. Hannover und Göttingen sind da eher stehen geblieben.“ Er hob auch



Prinz Heinrich mit (v.l.) Lucas Schubert, Alexa von Busse und Fabian Haars.

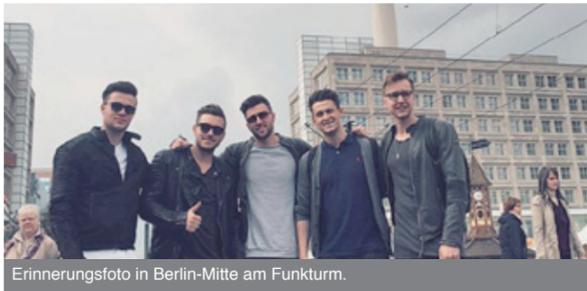
das ausgeprägte Geschichtsbewusstsein in Braunschweig hervor. „Es ist gelungen, eine identitätsstiftende Kultur aufzubauen.“

Welche Werte haben oder hatten Welfen? „Werte sind Erziehungssache“, sagte er. In seinem Hause habe es bis 1918 eigene Hausgesetze gegeben, deren Wurzeln weit zurück reichten. „Im Grunde sind wir noch heute fast genossenschaftlich organisiert. Jene Verwandtschaft, die nicht so erfolgreich ist wie andere, wird von den erfolgreichen Linien subventioniert.“ Als Spross einer Unternehmerfamilie sieht er sich nicht: „Wir waren ja eher politisch tätig, sind aber seit fast 100 Jahren arbeitslos.“

Die Wertediskussion kam natürlich um den aktuellen VW-Skandal nicht herum. „Der Konzern hat in den vergangenen Jahren eine Riesenentwicklung hingelegt“, meinte der 54-Jährige, aber bei dieser Entwicklung seien in manchen Kreisen offenbar Werte wie Ehrlichkeit und Vertrauen über Bord gegangen. „Wettbewerb kann Werte in Gefahr bringen“, meinte Heinrich von Hannover, „ebenso kann es nach hinten losgehen, permanent Wachstum erzwingen zu wollen.“ Die Runde plädierte einmütig dafür, sich im Geschäftsleben auch mal in den Menschen auf der anderen Seite hineinzusetzen. „Dann würde vielleicht manche Entscheidung menschlicher ausfallen.“ Prinz Heinrich von Hannover hielt ein flammendes Plädoyer für den Mittelstand und gelebte unternehmerische Werte: „Der starke Mittelstand ist unser Fundament. Deshalb können Krisen uns zwar stark belasten – sie können uns aber nicht so stark aus der Bahn werfen wie andere Länder.“ Mit mancher Aussage polarisierte der Gast durchaus. So hat er offenbar großen Respekt vor Elektrosmog: „In 20 Jahren wird es keine Telekom mehr geben“, unkte er. „Der Konzern geht an den vielen Schadensersatzklagen wegen Krebs zugrunde.“ Zum DFB-Skandal sagte er: „Ich würde jetzt nicht über Herrn Beckenbauer herfallen. Die WM 2006 zu kaufen, war das Instrument der Zeit.“ Die Abläufe von damals gehörten heute aufgeklärt und künftig verhindert. „Dann ist es aber auch gut. Mit Ehrlichkeit hätten wir die WM sicher nicht bekommen.“ Ein unterhaltsamer Abend und der Auftakt einer Diskussionsreihe, die fortgesetzt wird. „Meine Erwartungen wurden bei Weitem übertroffen“, sagte Akademie-Geschäftsführer Dr. Jens Bölscher. Fabian Haars Stellvertreter Lucas Schubert kündigte zwei bis drei Kamingespräche pro Jahr an. Unterstützt wurde die Veranstaltung durch die Media World GmbH.

„Berlin, Berlin, wir fahren nach Berlin“

Stadtrundfahrt, Simulatoren, Diskussionen, Nachtleben, Irritation am BER: Catharina Müller, Jahrgang 2015, über die Highlights der Berlinfahrt im April.



Erinnerungsfoto in Berlin-Mitte am Funkturm.

„Berlin, Berlin, wir fahren nach Berlin!“. Das war am 5. April das Motto des Jahrgangs 2015. Auf dem Programm stand zunächst eine Führung durch das Science Center Otto Bock. Während der einstündigen Führung wurde uns nicht nur die Geschichte des Science Centers nähergebracht, wir bekamen auch zahlreiche Arm- und Beinprothesen und deren Entwicklung erklärt und hatten sogar die Möglichkeit, selbst einige Tests zu machen. Es gab zum Beispiel einen Rollstuhlsimulator, um das Leben aus der Sicht eines Rollstuhlfahrers kennenzulernen. Zu sehen, welchen Problemen sich ein Rollstuhlfahrer im Alltag stellen muss, hat viele von uns sehr überwältigt. Das sind Dinge, die wir als körperlich gesunde Menschen gar nicht wahrnehmen. Ich denke, manchmal weiß man gar nicht zu schätzen, wie gut es einem geht.

Die nächsten zwei Stunden standen den Studenten frei zur Verfügung. Einige nutzten diese Zeit, um etwas essen zu gehen, andere haben die „Mall of Berlin“ mit ihren zahlreichen Einkaufsmöglichkeiten erkundet. Um 15 Uhr ging es dann weiter mit einer dreistündigen Stadtrundfahrt. „Von Kreuzberg bis Neukölln, vom Reichstagsgebäude über das berühmte Brandenburger Tor bis zum Olympiastadion, vorbei am Checkpoint Charly und den Überresten der Mauer haben wir viel gesehen. Zum Teil war ich wirklich sehr berührt. Ich meine, wann erlebt man die deutsche Geschichte schon mal so hautnah mit? Während der Tour-Guide die Berliner Geschichte etwas näher erläuterte, hatten die Studierenden in Begleitung von Frau Feickert, Frau Notzon und Herrn Mayhaus die Möglichkeit, alles genauestens zu betrachten.

Gegen 18 Uhr trafen alle im 3-Sterne-Hotel „Titanic Komfort Mitte“ ein. Nach dem sehnsüchtig erwarteten Abendessen hatten die Studenten die Möglichkeit, ihren Abend selbst zu gestalten. Für die Meisten bedeutete dies:

Bars, Kneipen oder Clubs. Aber nicht allzu lange, denn am nächsten Morgen hieß es um 8.50 Uhr schon auschecken. Der Tag füllte sich dann mit einem Vortrag durch Herrn Günther im Bundesministerium für Wirtschaft und



Flughafen: „Dinge austauschen, die noch nicht in Betrieb waren.“

Energie und der Besichtigung des neuen Berliner Flughafens BER. Erster Halt war das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. In einem Hörsaal wurde über die Geschichte des BWMI sowie dessen Aufgaben informiert. Es konnten Fragen gestellt werden und durch eine offene Diskussion hatte jeder die Chance, seine Meinung zu äußern. Dann war es 12 Uhr. Viele wissen, was das bedeutet. Richtig, Mittagessen. Das gab es im Restaurant „Mutter Hoppe“.

Anschließend machte sich die Gruppe auf zum BER Flughafen Berlin-Brandenburg. Eine fachkundige Mitarbeiterin aus der Öffentlichkeitsarbeit übernahm die Führung. Nach einer Erklärung des Aufbaus ging es in zwei Bussen weiter über den gesamten Flughafen. Im Laufe der Tour sind doch schon einige Fragen aufgekommen. Auf dem Flugplatz steht ein riesiges, wunderschönes Steigenberger Hotel. Leider ist es noch nicht in Betrieb, dennoch werden täglich Fenster geöffnet und die Toilettenspülung vom Personal aus Instandhaltungsgründen betätigt. Während der Zwischenstopps konnten zahlreiche Fotos geschossen werden. Als uns erzählt wurde, dass es Monitore gibt, die schon jetzt, vor der Öffnung des Flughafens, aufgrund ihres Alters ausgetauscht werden müssen, waren wir etwas schockiert. Der Bau hat sich so in die Länge gezogen, dass Dinge, die nicht ein einziges Mal in Betrieb waren, ausgetauscht werden müssen. Selbstverständlich stand der Flughafen eine Zeit lang in heftiger Kritik. Ob es denn überhaupt notwendig sei, ob die Stadt die Steuergelder nicht sinnvoller nutzen könne und wieso die Fertigstellung sich so verzögere. Kritik hin oder her, die Studenten haben einen tollen Einblick in die Bauphase bekommen und gelernt, dass manche Faktoren bei einem so großen Projekt schlichtweg nicht planbar sind. Im Anschluss hieß es „Tschüss Berlin“ und „Hallo Braunschweig.“ Catharina Müller

„An Herausforderungen wachsen“

Master auf Englisch, CFA-Institute: Christian Gorsler und Timo Wesemann setzten sich nach dem Bachelor ehrgeizige Ziele

An den Moment erinnern sie sich noch genau. Fünftes Semester, Bibliothek. Christian Gorsler und Timo Wesemann recherchierten: Wie könnte es weitergehen nach dem dualen Studium zum Bankkaufmann/Bachelor of Arts? „Christian sagte plötzlich: Ich möchte einen spezifischen Master auf Englisch machen, an der Edinburgh Business School in Großbritannien. Damit hat er mich angestachelt. So weit hätte ich mich nie aus dem Fenster gelehnt“, so Timo Wesemann. Der Plan gelang. Nun stehen sie vor dem Abschluss der nächsten ungewöhnlichen Weiterbildung: Im Juni sind sie Level-3-Kandidaten des CFA-Institutes. Die weltweite Organisation von Finanzanalysten (Hauptsitz: USA) vergibt den Titel Chartered Financial Analyst. Durch drei bestandene Examen erhält man Zugang zu dem illustren Kreis. Die Bestehensquote liegt indes in manchen Jahren nur bei rund 35 Prozent.

Christian Gorsler (26) und Timo Wesemann (27) hatten sich schon im ersten Semester an der WelfenAkademie angefreundet. „Wir waren in einer Vierer-Clique, die es heute noch gibt. Da hat die Akademie eine Freundschaft begründet“, erzählt Timo Wesemann, dessen Partnerunternehmen die Volksbank BraWo war. Christian Gorsler, der sich bei der NORD/LB ausbilden ließ, war beim Lehrstoff der Antreiber: „Immer sehr fokussiert. Wenn wir angefangen haben, Fragen zu stellen, hat er uns schon die Antworten gegeben.“ 2011 beendete er das duale Studium dann auch als Jahrgangsbester. „Es war immer ein Geben und Nehmen“, resümiert er heute. „Wenn jemand fragt, bringt einen das ja weiter. Die Clique hat mir aber auch beigebracht, mal den Fokus auf den Nicht-Fokus zu legen – einfach mal zu sein.“ Das duale Studium habe sie breit informiert. „Wenn man in die Wirtschaft will, ist das der perfekte Weg. Der bringt gleich die PS auf die Straße“, so Timo Wesemann. „In der Akademie gibt es einen engen Draht zu den Dozenten. Gefühlt war es eine Familie“, ergänzt Christian Gorsler, „aber es gab auch viel Freiraum für selbstgesteuertes Lernen, vor allem bei den Praxisstudien. Das hat mich gut auf den Master vorbereitet.“

Neun Klausuren führten die beiden schließlich im berufsbegleitenden Fernstudium zum Master of Science in Financial Management. „Man bekommt die Unterlagen geschickt und muss den Stoff selbst erarbeiten.“ Bei der nächsten Herausforderung, dem CFA, fühlte sich Timo



Christian Gorsler (links) und Timo Wesemann: „Raus aus der Komfortzone.“

Wesemann dann bei der ersten Prüfung an ein Rock-Konzert erinnert. „2000 Menschen kamen in die Messehalle Frankfurt. Du kommst rein mit einem Reisepass, wirst gescreent und dann geseatet wie beim Fliegen. Die Prüfung dauerte sechs Stunden, mit einer Pause zwischendurch.“ In allen drei CFA-Examen geht es auch um ethische Aspekte. CFA-Titelträger sind verpflichtet, bei ihrer Arbeit einen strikten Ethik-Kodex zu befolgen. Am 4. Juni hoffen die beiden, das finale Level zu bestehen.

Timo Wesemann arbeitet inzwischen als Portfoliomanager bei der Braunschweiger BRW Vermögensmanagement KG. Die unabhängige Honorarberatung beschäftigt 17 Mitarbeiter. „Mein Tagesgeschäft ist die Wertpapieranalyse, vor allem von Aktien.“ Er bewertet Unternehmen und Märkte und ist Teil des Anlage-Komitees, zu dem auch Bastian Bosse, Leiter Asset Management, gehört – ebenfalls ein Welfe. Christian Gorsler arbeitete seit 2011 bei der NORD/LB als Händler von festverzinslichen Wertpapieren für Versicherungen, Asset Manager und Pensionsfonds. Dabei knüpfte er Netzwerke in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Luxemburg. Seit 2015 unterstützte er zudem den Aufbau der NORD/LB-Handelsaktivitäten in Asien. Im April ist er nun zur Toronto-Dominion Bank nach London gewechselt. „Unsere Botschaft ist: Trau's dir zu, komm raus aus der Komfortzone“, sagen die beiden. „Du wirst an deinen Herausforderungen wachsen.“

Kurz notiert:

Christine Hegemann: Neu in der Studienorganisation



Christine Hegemann ist seit diesem Jahr gemeinsam mit Julia Notzon für die Studienorganisation zuständig. Die beiden organisieren pro Semester fünf Module à 40 Stunden für jeden Studenten – in Absprache mit den Dozenten, den Kooperationsunternehmen und den Studenten. Die Studienorganisation bereitet außerdem mündliche Prüfungen vor, bearbeitet Verlängerungsanträge für Hausarbeiten und Praxisstudien und organisiert die Begrüßungs- und Verabschiedungsfeiern.

4000 Euro für neue Bücher



Neue Fachbücher für alle Fachrichtungen: Seit Dezember steht neu angeschaffte Literatur im Wert von 4000 Euro in der Bibliothek. Ermöglicht wurde der Kauf durch Mittel der WelfenAkademie-Stiftung sowie einen 750-Euro-Scheck vom Alumni-Verein und der Buchhandlung Graff, der beim Alumni-Sommerfest an Dr. Jens Bölscher überreicht wurde.

WelfenAkademie auf Facebook



Seit Oktober hat die WelfenAkademie eine eigene Seite auf Facebook – in Ergänzung zu den Jahrgangs- und Alumni-Gruppen, die dort schon seit Jahren Informationen austauschen. Die neue Seite ist unser schnellster Infokanal. Hier erfahren Sie Neuigkeiten, es gibt Videos, Vorschauen und Fotorückblicke und wöchentlich am Throwback Thursday Erinnerungen an besondere Ereignisse. Name der Seite: WelfenAkademie e.V.

200 Ausweich-Parkplätze



Für unsere Studenten stehen hinter dem Vienna House Easy (Salzdahlumer Straße 137) rund 200 Parkplätze zur kostenfreien Nutzung zur Verfügung. Wir bitten sie, die reservierten Plätze vor der Akademie nicht zu blockieren.

Impressum

Herausgeber
WelfenAkademie e.V. Berufsakademie
Salzdahlumer Straße 160
38126 Braunschweig
Telefon: 0531/21 48 80
Mail: info@welfenakademie.de
Internet: www.welfenakademie.de



Chefredaktion
Dr. Jens Bölscher (V.i.S.d.P.)

Autoren
Dr. Jens Bölscher
Georg Link
Catharina Müller
Ken Oppermann
Regio-Press
Patrick Scheunemann
Michael Völkel

Fotos
Jürgen Eickmann
Marek Kruszewski
Georg Link
Regio-Press
Michael Völkel
Sonja Wainboim

Gestaltung
Infragrau, gute Gestaltung
Thorsten Schlesinger
Eschenburgstraße 10
38106 Braunschweig
Internet: www.infragrau.de

Druck
Oeding Print
Erzberg 45
38126 Braunschweig



Koordination
Clas Schilling

Neujahrsempfang von BVMW und Deutscher Post

Deutsche Post



DIALOG MARKETING

Kamerabrille und Verkaufspsychologie:
200 Gäste erhielten spannenden Einblick

Mehr als 200 Entscheider aus mittelständischen Unternehmen erlebten beim Neujahrsempfang des Direkt Marketing Centers der Deutschen Post und des Bundesverbandes mittelständische Wirtschaft (BVMW), wie Werbung wahrgenommen wird. Mit einer Kamerabrille zeigte Monika Schneider, Vertriebsleiterin der Deutschen Post AG, wohin potenzielle Kunden schauen – und wie dieses Wissen von Unternehmen genutzt werden kann. Anton Niesporek, Verbandsbeauftragter des BVMW, ging anschließend auf die aktuelle Flüchtlingssituation und die daraus entstehenden Chancen für mittelständische Unternehmen ein. Er forderte einen leichteren Zugang von ausländischen Fachkräften in den Arbeitsmarkt und sprach sich für mehr Sprachkurse und eine berufsbezogene Förderung aus.

Themen des zweiten gemeinsamen Neujahrsempfangs in der Welfen-Akademie waren auch die Chancen und Risiken der Digitalisierung,



Rund 200 Entscheider sahen, wie man Kunden mit kleinen Dingen verblüfft.

Serviceleistungen von DHL sowie Mitarbeiterführung und Marketingstrategien. „Be different or die“ hieß der Titel des Hauptvortrages. In einer 90-minütigen, unterhaltsamen Präsentation zeigte Business Coach Daniela Ben Said, wie man Kunden mit kleinen Dingen verblüfft, ihnen besondere Wertschätzung zeigt und sich von Wettbewerbern abhebt. Die Einladung zum Empfang hatte Petra Runge, Leiterin des Direkt Marketing Centers, zusammen mit Studenten in der Vertiefungsrichtung Dialogmarketing gestaltet. An zwei Tagen entwickelten sie bei der Ideeaal Werbeagentur ein Mailing. Nach einem Briefing zur Zielgruppe und Tonalität setzten zwei Gruppen Ideen um, holten Angebote ein, bastelten Dummies und präsentierten die Konzepte. Ein besonderer Einblick in die Praxis. Partner des Empfangs waren neben der WelfenAkademie Harald Bremer, Fenicom, Kämmer Consulting, Traffic, Göthe und das Hofbrauhaus Wolters.

BVMW
Bundesverband
mittelständische Wirtschaft



Sieben Studierende, Vertiefung Dialogmarketing, gestalteten die Einladung.

Studierende im europäischen Ausland

Die AutoVision GmbH sendet jährlich Talente an ihre ausländischen Tochtergesellschaften.

Die WelfenAkademie gibt ihren Studierenden die nötigen Kompetenzen auf den Weg, um später einmal eine Führungslaufbahn einschlagen zu können. Auch die Kooperationspartner bieten ihren Talenten hervorragende Möglichkeiten, um bestens für ihre Karriere vorbereitet zu sein. Die AutoVision GmbH entsendet deshalb in jedem Jahr seit 2009 Auszubildende und Studierende in Kooperation mit der Europäischen Agentur für Bildung (heute über das EU-Austausch-Programm Erasmus+) zu ihren ausländischen Tochtergesellschaften in Belgien, Portugal, Ungarn, Spanien und der Slowakei. Eine Neuerung erfuhr das Programm (für die AutoVisionäre) im Jahr 2015: Erstmals hatten duale Studenten der WelfenAkademie die Möglichkeit, eine Bewerbung für das achtwöchige Auslandspraktikum abzugeben. Mit Erfolg: Seedje Paschke, Maximilian Winzer und Ken Oppermann durften ein Praktikum in Palmela (Portugal), Győr (Ungarn) und Bratislava (Slowakei) absolvieren. Dort waren sie einerseits in tägliche Arbeitsabläufe involviert, andererseits beschäftigten sie sich jeweils über den gesamten Zeitraum mit einem interessanten Praktikantenprojekt, das sie nach ihrer Rückkehr nach Deutschland vor ihrer Geschäftsführung, der ersten Berichtsebene, Vertretern der Auslandsgesellschaften und Vertretern diverser Bildungs-

träger, u.a. auch von der WelfenAkademie, präsentierten. So berichtete Seedje Paschke von ihrer Herausforderung, die Prozesse des Personalbereichs in Portugal zu entwickeln und zu optimieren. „Dabei ging es unter anderem darum, über die Rekrutierungs- und Auswahlprozesse der Muttergesellschaft zu informieren, einen Workshop zur optimalen Gestaltung von Stellenanzeigen zu erarbeiten und mögliche Personalkennzahlen vorzuschlagen“, berichtet sie. Maximilian Winzer entwickelte ein Vertragskataster für die ungarische Gesellschaft. „Digitale Archivierung und eine umfassende Auseinandersetzung mit Excel standen im Zentrum meines Projektes“, berichtet er. Auch Ken Oppermann erhielt einen Projektauftrag der Geschäftsführung seiner Gastgesellschaft, die ihren Sitz in der slowakischen Hauptstadt hat. „Es gibt da einen Bereich dieses Unternehmens, der zuletzt mit abnehmenden Umsätzen zu kämpfen hatte“, begründet er die Entstehung seines Projektauftrages. „Ich sollte Prozessverbesserungen und Optimierungspotenziale aufdecken und eine Kalkulation neuer Verkaufspreise vornehmen. Damit war eine umfassende Kosten- und Prozessanalyse auch vor Ort notwendig.“ Insgesamt blickten die drei AutoVisionäre durchweg zufrieden auf ihre Zeit im Ausland zurück. Nicht nur von der beruflichen internationalen Erfahrung werden sie in Zukunft profitieren können, auch die erworbenen interkulturellen Kompetenzen werden ihnen in ihrer weiteren Karriere von Nutzen sein.



Maximilian Winzer, Seedje Paschke und Ken Oppermann (v.l.) absolvierten Praktika in Portugal, Ungarn und der Slowakei.

Wohnort: Nebraska

Absolvent Georg Link promoviert seit 2015 an der University of Nebraska in Omaha, USA

Georg Link hatte sich immer ein Leben in Deutschland vorgestellt, doch nun hat es ihn in die USA verschlagen. Wie kam es dazu? Die Saat wurde im Grunde schon während der Ausbildung im Bankhaus C. L. Seeliger und beim Studium an der WelfenAkademie gelegt, so der 26-Jährige: „Die Unternehmens-IT faszinierte mich und für Facharbeiten suchte ich mir gerne IT-Themen aus.“ Auf der Suche nach einem Masterstudium fand er ein Angebot der TU Braunschweig: Ein Jahr in den USA studieren, den Master of Business Administration absolvieren, und die Leistungspunkte werden an der TU angerechnet. Der MBA wird zusätzlich zum Masterabschluss der TU verliehen. Die Aussicht, ein Jahr ins Ausland zu gehen und zwei Abschlüsse in der gleichen Zeit zu erlangen, war unwiderstehlich.

Als er erfuhr, dass das Austauschprogramm inklusive Vollstipendium durch den Deutschen Akademischen Austauschdienst finanziert wird, gab es keine Zweifel mehr. Im August 2012, nur ein Jahr nach seinem Welfen-Abschluss, ging Georg Link für ein Jahr nach Omaha in Nebraska. Schnell schloss er neue Freundschaften und lernte auch bald seinen Verlobten kennen. Im Mai wird in den USA geheiratet. Deshalb lebt er jetzt dauerhaft dort. Allerdings war der Weg dorthin nicht geradlinig.

Nach dem Austauschjahr war Georg Link an die TU zurückgekehrt. Da er schnell den Master abschließen und wieder in die USA wollte, belegte er alle verbleibenden Vorlesungen auf einmal. Der nächste Schritt war erfolgsentscheidend: Da er wusste, an welcher Universität er promovieren wollte, kontaktierte er dort Professoren, um schon die Masterarbeit in Kooperation zu schreiben. Für persönliche Gespräche flog er wieder in die USA und fand einen Professor, den er sich auch als Doktorvater gut vorstellen konnte. Das half bei seiner Bewerbung auf die Doktorandenstelle. Sicherlich half auch, dass er erste Lehrererfahrung vorweisen konnte. Er verrät: „Ich sprach mit Jens Bölscher über meine Pläne. Aufgrund meiner Qualifizierung überzeugte er mich, einen Kurs an der WelfenAkademie zu übernehmen. Ich bin dankbar, so auch in Zukunft der WelfenAkademie verbunden zu sein und etwas zurückgeben zu können.“ Engagement ist ein wichtiger Teil seiner Lebensphilosophie. Georg Link war lange beim Technischen Hilfswerk aktiv und engagiert sich jetzt beim Amerikanischen Roten Kreuz.

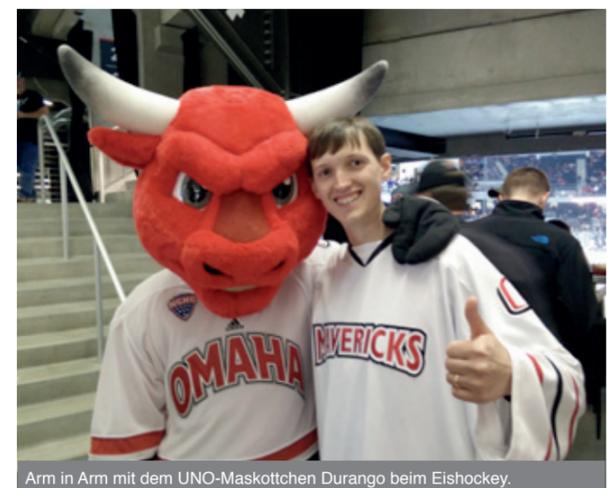
Bevor er wieder in die USA ging, hatte er ein halbes Jahr Zeit. Nach Abitur, Ausbildung, Bachelor und zwei Masterabschlüssen entschied er sich, etwas



Georg Link bei einem Seehundbesuch in Neuseeland.

ganz anderes auszuprobieren. Ohne Planung beantragte er das Work-and-Travel Visum für Neuseeland und buchte den Flug. Er fand Reisegefährten und schloss neue Freundschaften: „Ich war überrascht, wie anregend es ist, ohne Plan, Zeitmanagement und Ziele zu reisen. Die meisten Tage wusste ich mittags nicht, wo ich abends einkehren würde. Ich schlief auch gelegentlich irgendwo in der Wildnis.“ Auch in Neuseeland waren seine Fähigkeiten gefragt. Er baute neue Webseiten für zwei Unternehmen.

Im August 2015 begann Georg Link zu promovieren. An der University of Nebraska erfüllt er sich damit einen Kindheitstraum. Er erforscht eine langjährige Leidenschaft: Open Source Gemeinschaften. Das sind Gruppen im Internet, die freie Software entwickeln wie zum Beispiel Firefox, OpenOffice und Linux. Gefragt nach seiner Zukunft, antwortet er: „Egal was kommt, ich bin ein Familienmensch, engagiere mich ehrenamtlich und löse Herausforderungen durch IT.“



Arm in Arm mit dem UNO-Maskottchen Durango beim Eishockey.

Verantwortlich in der Produktentwicklung

Wie ging es weiter? Timo Brathärig arbeitet im Bereich Handelsversicherungen bei der Volkswagen Financial Services AG

Frisch im Beruf. Da ging es Timo Brathärig so wie vielen: „Man kommt aus dem Studium und möchte vieles verändern, Abläufe und Prozesse optimieren. Können wir nicht mehr Prozesse digitalisieren, automatisieren oder vereinfachen? Mit der Zeit versteht man auch, warum manche Abläufe historisch genau in dieser Form gewachsen sind. Auf der anderen Seite ist man überrascht, wie nah vieles schon am State of the Art ist – beispielweise unser Employer Branding.“ Im August 2014 hat der 25-Jährige sein duales BWL-Studium, Vertiefungsrichtung Versicherungsmanagement, abgeschlossen – mit der Volkswagen Financial Services AG als Partnerunternehmen. Seitdem arbeitet er im Vertragsmanagement Handelsversicherungen. „Im Tagesgeschäft arbeiten wir eng mit unseren Konzernhändlern zusammen. Die Autohäuser bilden als Point of Sale eine wichtige Säule

in unserem Geschäftsmodell, weil wir dort einen Großteil der Produkte für die Endkunden absetzen“, erläutert er. „Wir möchten diese Zusammenarbeit festigen, indem wir auch die Autohäuser bedarfsgerecht mit unseren Produkten versorgen, idealerweise mit einer einzigen Versicherungspolice, die alles abdeckt: die Fahrzeugrisiken, das Werkstatttrisiko, Haftpflicht- und Sachrisiken.“ Wichtig sei, das Geschäft mit Kunden an der operativen Basis von der Pike auf zu lernen. „Die Erfahrungen, die ich am Telefon oder vor Ort mit den Kunden sammle, sind von großem Wert.“ Neben dem operativen Tagesgeschäft mit Kundenkontakt sind konzeptionelle Aufgaben und Projektarbeit fester Bestandteil seines Arbeitstages. Timo Brathärig war u.a. mit der Entwicklung eines Kundenbetreuungskonzeptes beauftragt und betreut die internationale Reifenversicherung. Hier profitiert er auch von der erlernten Herangehensweise aus den wissenschaftlichen Arbeiten an der WelfenAkademie, erzählt er. „Wir haben gelernt, strukturiert an eine komplexe Problemstellung heranzugehen: Wo liegt konkret das Problem, welche Einflussfaktoren und welche Schnittstellen gibt es? Was gibt es für Lösungsalternativen? Dann erarbeitet man Bewertungsvorschläge, um schließlich zu entscheiden. Die Brücke, die zwischen Theorie und Praxis geschlagen wurde, hilft enorm.“ Hilfreich sind auch die vermittelten Soft Skills. „Ich betreue eine größere Autohausgruppe und führe u.a. Beitragsverhandlungen mit der Geschäftsführung. Da wurde an der Akademie das grundlegende Rüstzeug vermittelt: Wie schätze ich mein Gegenüber ein? Wie führe ich Gespräche und informiere effizient? Wir können auf einen Baukasten zurückgreifen. Die Praxiserfahrung vertieft das dann.“

Berufsbegleitend zu seiner Vollzeittätigkeit hat er ein MBA-Studium am Institut für Versicherungswissenschaften an der Universität Leipzig begonnen. „Das Modell heißt MBA-Insurance. Innerhalb von zwei Jahren lerne ich wesentliche Aspekte der Unternehmensführung sowie Management-Tools und das stets aus dem Blickwinkel der Versicherungsbranche. Wie man Aufgaben priorisiert und sich organisiert, das hat einem das duale Studium bereits gut vermittelt.“

Abschließend gibt er einen kurzen Einblick in ein aktuelles Projekt: „Unser Geschäftsbereich wird derzeit weiterentwickelt und im Zuge einer Produktentwicklung vieles auf den Prüfstand gestellt: das IT-System, die Prozesse und die Strukturierung der Risikoabsicherungen. Im Rahmen dieser Neuaufstellung bin ich für ein Teilprojekt verantwortlich. Es ist enorm spannend, daran mitwirken zu können. Insgesamt hat man bei uns hervorragende Möglichkeiten, sich weiterzuentwickeln.“ Für die Zukunft kann sich Timo Brathärig gut vorstellen, auch im internationalen Bereich tätig zu sein. Während des Studiums hat er bereits in Zürich und Istanbul gearbeitet.



Timo Brathärig hat berufsbegleitend ein MBA-Studium begonnen.

Absolvent
der
Welfen
Akademie