

Grußwort



Die Zukunft der WelfenAkademie

Die WelfenAkademie ist eine staatlich anerkannte Bundesakademie, die fundiertes, aktuelles und praxisrelevantes Wissen vermittelt. Im Saarland war es bereits 2005 soweit, 2010 war Hamburg dran und 2011 die großen Bundesländer Niedersachsen und Bayern. Es geht um den doppelten Abiturjahrgang, welchen die WelfenAkademie hervorragend gemeistert hat. Zahlreichen Abiturienten wurde die Möglichkeit gegeben, eine praxisorientierte Ausbildung vornehmlich bei großen und mittelständischen Unternehmen unserer Region zu durchlaufen. Für die Zukunft ist die WelfenAkademie hervorragend aufgestellt, interessierten Abiturienten, die den Anforderungen der WelfenAkademie und der Unternehmen genügen, eine Plattform zu einer Ausbildung zu geben. Diese betriebswirtschaftliche Ausbildung endet mit dem Bachelor und versetzt aufgrund der praxisorientierten Struktur den Absolventen in die Lage, unmittelbar nach dem Studium sehr gute Aussichten auf einen Arbeitsplatz zu haben. Weiterhin ist es möglich, nach dem Einstieg in das Berufsleben, berufsbegleitend die nächste Qualitätsstufe des Masters zu erwerben. Diese zusätzliche Qualifikation dient der Karriereförderung und verbessert die Aufstiegschancen in der Zukunft. Wir freuen uns auf jeden Studenten, der den Anforderungen der WelfenAkademie und der Mitgliedsunternehmen genügt und können nur zu einer Bewerbung ermuntern.

Rüdiger Gieseemann, Vorstandsmitglied der WelfenAkademie

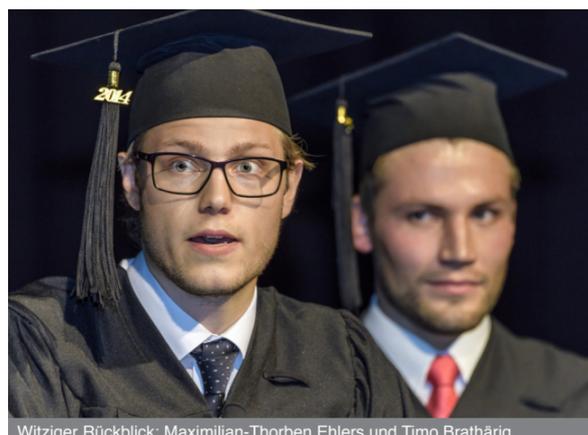
Absolvent Daniel Neumann arbeitet seit 2013 in London. Warum und für wen? Lesen Sie Seite 8

Rekorde und Premieren

WelfenAkademie verabschiedete 89 Absolventen

Endlich ist der Moment gekommen, auf den die 89 jungen Menschen drei Jahre lang hingearbeitet haben. „Ein Hoch auf das, was vor uns liegt“ klang von der Bühne, als die Absolventen der WelfenAkademie am 5. September durch den Festsaal und ins Rampenlicht schritten – begleitet von Applaus. Nun stehen sie an einer „Kreuzung in ihrem Lebensweg“, so Manfred Casper in seiner Begrüßungsrede. Mit jeder Kreuzung, ob das die Einschulung oder das Abitur waren, wuchs auch die Verantwortung, betonte der Vorstandsvorsitzende der WelfenAkademie. „Sie werden auch in Zukunft mehr Verantwortung übernehmen – etwa für Budgets oder für komplexe technische Systeme. Vergessen Sie dabei das Menschliche nicht.“

Für Geschäftsführer Dr. Jens Bölscher war die Verabschiedungsfeier eine ganz besondere. „Dieser Jahrgang bot einige Premieren“, sagte er.



Witziger Rückblick: Maximilian-Thorben Ehlers und Timo Brathärig



„Ein Hoch auf das, was vor uns liegt“

Zuvor gab es regelmäßig etwa 40 Studenten pro Jahr. Der jetzt verabschiedete Jahrgang 2011 zählte anfangs 102 Studenten – ein neuer Rekord. Eine weitere Premiere bot die Abschlussfeier selbst. Bislang fand sie im Raum Kroschke (ehemals Audimax) statt. „Dort reichte für diesen Jahrgang der Platz nicht mehr aus. Für die gut 450 Gäste buchte die Akademie daher die Lindenhalle. Dort sang mit Felix Hahnsch – einem ehemaligen Top-15-Kandidaten bei „Deutschland sucht den Superstar“ – erstmals ein Student während einer Abschlussfeier. Begleitet von Pianist Niklas Wohlt sorgte er einige Male für bewegende Momente. Dritter Redner der Feier war Lucas Schubert. Der Absolvent des Jahres 2009 ist nun wissenschaftlicher Mitarbeiter der TU Clausthal. „Der Schritt an die WelfenAkademie war richtig. Ich kenne bisher niemanden, der ihn bereut hat“, sagte der Wirtschaftswissenschaftler.

Lesen Sie weiter auf Seite 8 →

Der spannende erste Tag

WelfenAkademie begrüßte 67 neue BWL-Studenten

Der spannende erste Tag: Am 19. September begrüßte die WelfenAkademie 67 neue BWL-Studenten im Raum Kroschke. Drei Jahre lang wird sie das duale Studium aufs Berufsleben vorbereiten. Die ersten Worte richtete Joachim Roth an die Jungwelfen und ihre Angehörigen. Er freute sich, dass sich die Akademie in der Region Braunschweig als feste Institution mit ausgezeichnetem Ruf etabliert habe, so der stellvertretende Vorsitzende: „Wir sind als Unternehmen stark.“ Joachim Roth gab Einblick in die Kooperation mit 32 Unternehmen aus der Region und stellte den praxisorientierten Lehransatz heraus, der zum Markenzeichen geworden ist. „Unser Ziel ist, gute Leute auszubilden und an die Region zu binden.“ Acht Vertiefungsrichtungen können heute im dualen BWL-Studium gewählt werden: Bank, Dialogmarketing, Handel, Industrie, Modemanagement, Personaldienstleistungsmanagement, Sportmanagement und Versicherung. Das theoretische Wissen wird an der WelfenAkademie überwiegend in sechs Theoriephasen mit insgesamt 60 Wochen vermittelt. 96 Praxis-Wochen bieten Gelegenheit, das Wissen anzuwenden.

Für Geschäftsführer Dr. Jens Bölscher ist der Empfang der neuen Studenten „immer ein ganz besonders schöner Termin“. Er machte deutlich, dass bereits die Erstsemester-Begrüßung der Startschuss für ein „Arbeitstreffen“ ist. Die Jungwelfen werden im Laufe ihres Studiums viele wertvolle Kompetenzen erwerben, auch über das fachliche Wissen hinaus. Dr. Jens Bölscher gab ihnen einige Ratschläge für ihren erfolgreichen Studienverlauf mit auf den Weg. Als besonders wichtig bezeichnete er dabei Lernbereitschaft und die Fähigkeit, im Team zu arbeiten.



Gleich nach der Begrüßung begann der Mathe-Einstufungstest



Drei Jahre lang bereitet das duale Studium die BWL-Studenten aufs Berufsleben vor. An der Akademie werden sie 60 Wochen lang unterrichtet

Anschließend berichtete Christin Köpper – die Sprecherin des Erstsemester-Jahrgangs aus dem Vorjahr – anschaulich von ihren bisherigen Eindrücken und Erfahrungen. PD Dr. Bernd Hempelmann, seit 2005 hauptamtlicher Dozent an der WelfenAkademie, erläuterte die wichtigsten fachlichen Herausforderungen, die auf die Studenten zukommen. Dabei stellte er auch die Unterstützungsangebote der Akademie vor. Der habilitierte Diplom-Kaufmann unterrichtet an der WelfenAkademie Wirtschaftsmathematik, Finanzierung und Marktforschung.

Alle Angehörigen und Freunde wurden dann zu einem Empfang eingeladen. Für den Nachwuchs begann derweil bereits das Studium: mit den Vorbereitungen für einen Einstufungstest in Mathematik.



An der Feier nahmen auch Mitarbeiter und Unternehmensvertreter teil

Drei Ereignisse



In dieser vierten Ausgabe der [kompakt] möchte ich Sie insbesondere auf drei wichtige Ereignisse an der WelfenAkademie und die zugehörigen Beiträge hinweisen.

Zum Ersten hat uns das im Mai veröffentlichte neue Hochschulranking der ZEIT und des Centrums für Hochschulentwicklung wieder einen Spitzenplatz beschert. Wir belegen nun immerhin deutschlandweit Platz zwei. Diese Bestätigung der besonderen Qualität unseres dualen Studienmodells ist ein großer Erfolg für die WelfenAkademie. Bei allen Partnern dieses Erfolges möchte ich mich ganz herzlich für die sehr gute Zusammenarbeit bedanken: bei den Partnerunternehmen, den Dozenten, dem gesamten Team und insbesondere auch bei unseren Studierenden.

Darüber hinaus haben wir auch im Hinblick auf unsere traditionelle Absolventenfeier eine sehr schöne Entwicklung zu verzeichnen. Zum ersten Mal in der Geschichte der WelfenAkademie konnten wir in diesem Jahr die Abschlussfeier nicht mehr in unserem eigenen Hause feiern und das aus einem sehr schönen Grund. Unser Audimax wurde für diese Veranstaltung schlichtweg zu klein, und so haben wir die Lindenhalle angemietet. Rund 500 Gäste bildeten den Rahmen für die feierliche Verabschiedung unseres Jahrgangs 2011.

Ein weiteres Ereignis, auf das ich an dieser Stelle besonders hinweisen möchte, ist unser drittes WelfenAkademie-Symposium, das wir am 27. November veranstaltet haben. Im Rahmen dieser Veranstaltung mit dem Thema Generation Y konnten wir gleichzeitig auch feiern, dass die WelfenAkademie seit inzwischen 20 Jahren Studierende für unsere Region ausbildet.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß mit der [kompakt] und verbleibe mit herzlichen Grüßen.

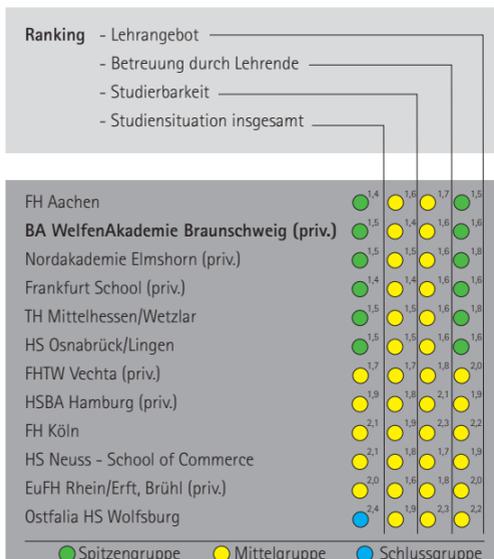
Dr. Jens Bölscher, Geschäftsführer der WelfenAkademie

Platz zwei bundesweit

WelfenAkademie im ZEIT-Hochschulranking wieder in der Spitzengruppe

Das duale BWL-Studium an der WelfenAkademie gehört zur absoluten Spitze in Deutschland. Zu diesem Ergebnis kommt das aktuelle Hochschulranking vom Centrum für Hochschulentwicklung (CHE) und der ZEIT. In den zwölf bewerteten Kategorien erreichte die Akademie einen Schnitt von 1,7 – und ist somit im bundesweiten Ranking die beste private Einrichtung im Fach Betriebswirtschaftslehre. Benotet wurden unter anderem die Studiensituation insgesamt (1,5), die Studierbarkeit (1,4), die Räume (1,3) und der Kontakt zu Studierenden (1,3). Das Lehrangebot sowie die Betreuung durch Lehrende erhielten die Note 1,6. In der Gesamtbewertung liegt die WelfenAkademie im Fach BWL auf Platz zwei hinter der FH Aachen – vor namhaften Mitbewerbern wie der Nordakademie Elmshorn und der Frankfurt School.

Das CHE-Ranking ist das umfassendste und detaillierteste Ranking im deutschsprachigen Raum. Über 250.000 Studierende werden befragt. Berücksichtigt werden zudem Fakten zu Studium, Lehre, Ausstattung und Forschung. Die Ergebnisse wurden Anfang Mai im ZEIT-Studienführer 2014/15 veröffentlicht.



Neue Plakatmotive

Was machen sie heute? Vier Absolventen werden vorgestellt



Welche interessanten beruflichen Stationen ermöglicht das duale BWL-Studium an der WelfenAkademie? Das zeigt unsere aktuelle Plakatwerbung. Seit diesem Sommer wurden bereits vier Motive mit Absolventen plakatiert. Die Alumni wurden an ihrem Arbeitsplatz fotografiert, der anschließend blau eingefärbt wurde – im Corporate Design der Akademie. Genannt wird jeweils die aktuelle Tätigkeit, versehen mit der Unterzeile „Absolvent der WelfenAkademie“. Kurz und prägnant.

Unsere Kooperationsunternehmen haben in den vergangenen 20 Jahren mehr als zehn Millionen Euro in die Entwicklung von Fachkräften durch die WelfenAkademie investiert – und somit junge Talente in der Region gehalten. Der größte Teil der mehr als 1000 Absolventen arbeitet heute in der Region. Das praxisnahe duale Studium stellt sicher, dass die Studenten genau das lernen, was die Wirtschaft von ihnen fordert. Auch das ist eine Botschaft der Motive.

Vorgestellt wurden bislang Anika Paul (Leiterin Personal- und Organisationsentwicklung, Volkswagen Financial Services), Patrick Pietschmann (Prokurist und Leiter Firmenkunden, Volksbank BraWo), Nils Rodermund (Leiter Kommunikationsstrategie & Sponsoring, Volkswagen Financial Services) und Sikander Shah (Private Banking, Firmenkunden, Braunschweigische Landessparkasse). Die Idee für die Plakatwerbung hatte Dr. Jens Bölscher. Umgesetzt wurde sie von Designer Thorsten Schlesinger (Agentur Infragrau), der 2013 das neue Erscheinungsbild der WelfenAkademie gestaltet hat. Die nächsten Motive sind nun bereits in Planung.

200 Ausweichplätze

Für Studenten: Bitte reservierte Parkplätze nicht blockieren

An der WelfenAkademie stehen 63 Parkplätze für Dozenten, Studenten und Mitarbeiter zur Verfügung. Wir bitten alle Studenten, die reservierten Parkplätze unbedingt freizuhalten und ausschließlich auf den im Übersichtsplan (am Schwarzen Brett) eingezeichneten Plätzen zu parken. In der Zufahrt sowie auf den Flucht- und Rettungswegen ist das Parken nicht gestattet! Bereits seit drei Jahren gibt es nun Alternativ-Parkplätze. Hinter dem Arcadia Hotel Play Off, Salzdhahumer Straße 137, stehen unseren Studenten circa 200 Parkplätze zur kostenfreien Nutzung zur Verfügung. Sie können auch die kostenfreien Parkplätze des P & R Parkplatzes „Rote Wiese“ an der Salzdhahumer Straße belegen. Diese Alternative – nur wenige Gehminuten entfernt – wird leider kaum genutzt. Alle Studenten erhalten zu Beginn des Studiums eine farbige Parkscheibe der WelfenAkademie mit Angabe der Matrikelnummer. Sie dient als Berechtigungsnachweis für den Parkplatz der WelfenAkademie sowie für den Parkplatz hinter dem Hotel. Bitte legen Sie die Parkscheibe gut sichtbar in Ihr Fahrzeug. Andernfalls könnte es abgeschleppt werden.

Steuerliche Aspekte im dualen Studium

Jens Düe, Schatzmeister der WelfenAkademie, erläutert die Rahmenbedingungen



Duale Studiengänge erfreuen sich bei jungen Menschen zunehmender Beliebtheit. Für viele Unternehmen sind sie ein wichtiges Instrument zur Nachwuchskräftegewinnung und -entwicklung. Diplom-Kaufmann Jens Düe, Partner von PKF Fasselt Schlage, erläutert die wichtigsten Rahmenbedingungen.

Mit dem 4. Gesetz zur Änderung des Sozialgesetzbuches IV wurde 2012 geregelt, dass Studierende an dualen Studiengängen einheitlich in der Kranken-, Pflege-, Rentenversicherung und Arbeitsförderung als Beschäftigte des Kooperations- bzw. Ausbildungsunternehmens sozialversicherungspflichtig sind. Die Studierenden werden damit den zur Berufsausbildung Beschäftigten gleichgestellt. Eine Versicherungsfreiheit als Werkstudent kommt nicht in Betracht, da die Studenten Arbeitnehmer des Ausbildungsunternehmens sind. Auch eine Versicherungsfreiheit wegen Geringfügigkeit (Minijob-Regelung mit Entgelt bis 450 Euro) besteht nicht. Allerdings gilt für Studenten an dualen Studiengängen die Geringverdienergrenze von 325 Euro. Bis zu diesem Betrag monatlich trägt das Ausbildungsunternehmen die Sozialversicherungsbeiträge allein.

In lohnsteuerlicher Hinsicht bestehen keine Besonderheiten. Die gezahlte Ausbildungsvergütung ist als laufender Arbeitslohn zu versteuern und nach den elektronischen Lohnsteuerabzugsmerkmalen anzurechnen. Allerdings ist zu beachten, dass nach derzeitiger Rechtslage Aufwendungen (Studien-, Prüfungs-, Semestergebühren) für ein Erststudium grundsätzlich keine steuerlich abzugsfähigen Betriebsausgaben oder Werbungskosten sind. Vom Studenten getragene Berufsausbildungskosten können ggf. nur im Rahmen der Sonderausgaben bis zu einem nachgewiesenen Betrag in Höhe von 6000 Euro steuerlich geltend gemacht werden. Eine Ausnahme besteht allerdings dann, wenn – wie bei einem dualen Studium an der WelfenAkademie – die Bildungsmaßnahme im Rahmen eines Ausbildungsverhältnisses stattfindet. Dies liegt vor, wenn das Studium im Rahmen eines Studien- und Ausbildungsvertrages Gegenstand eines Dienstverhältnisses ist und somit ein überwiegend betriebliches Interesse des Ausbildungsbetriebes besteht. Die durch das duale Stu-

dium veranlassten Aufwendungen stellen dabei steuerlich abziehbare Betriebsausgaben dar.

Einige Ausbildungsunternehmen vereinbaren regelmäßig Rückzahlungen über Teile der geleisteten Studiengebühren – zum Beispiel, wenn der Studierende nach dem Abschluss ein Beschäftigungsangebot des Ausbildungsunternehmens ausschlägt oder innerhalb einer vereinbarten Frist nach Antritt des anschließenden Beschäftigungsverhältnisses das Ausbildungsunternehmen verlässt. Diese eventuellen Rückzahlungen sind im Ausbildungsbetrieb Betriebseinnahmen bzw. bei Studierenden Werbungskosten.

Kein Mindestlohn

Berufsakademien von Mindestlohngesetz ausgenommen

Am 11. Juli stimmte der Bundesrat mit breiter Mehrheit dem „Gesetz zur Stärkung der Tarifautonomie“ zu. Damit ist Deutschland das 22. Land in der EU, das einen gesetzlichen Mindestlohn einführt. Ab 2015 wird er zunächst bei 8,50 Euro liegen. Für Studenten an einer Berufsakademie gilt diese Regelung jedoch nicht. Im verabschiedeten Gesetzentwurf heißt es:

§ 22 Persönlicher Anwendungsbereich
(1) Dieses Gesetz gilt für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer. Praktikantinnen und Praktikanten im Sinne des § 26 des Berufsbildungsgesetzes gelten als Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer im Sinne dieses Gesetzes, es sei denn, dass sie 1. ein Praktikum verpflichtend auf Grund einer schulrechtlichen Bestimmung, einer Ausbildungsordnung, einer hochschulrechtlichen Bestimmung oder im Rahmen einer Ausbildung an einer gesetzlich geregelten Berufsakademie leisten, ...

„Im ersten Entwurf wurden die Berufsakademien nicht berücksichtigt. Die WelfenAkademie hat sich allein und zusammen mit dem Bundesverband der Berufsakademien auf breiter Front eingesetzt, um noch Einfluss auf das Gesetzgebungsverfahren zu nehmen – mit gutem Ergebnis“, berichtet Geschäftsführer Dr. Jens Bölscher.

Einblick in Strategien und Flops



Dr. Peter Wille lehrt Marketing und spezielles Dialogmarketing

Festangestellte Dozenten im Porträt: Dr. Peter Wille

Dr. Peter Wille war nach dem Studium zunächst Assistent der Geschäftsleitung und später Marketinggeschäftsführer der Westermann Verlagsgruppe – mit über 500 Mitarbeitern allein im Schulbuchverlag. Von 1988 bis 2008 leitete er den Braunschweiger Archiv Verlag, zu dem Tochterunternehmen in Österreich, der Schweiz, Italien, Ungarn und Polen sowie den USA gehörten. Heute betreut der 62-Jährige nun an der WelfenAkademie an vier Tagen pro Woche die Module Marketing und Wirtschaftsrecht und lehrt allgemeines Marketing und spezielles Dialogmarketing.

WA: 30 Jahre Geschäftsführung von Buchverlagen und Versandhäusern – was davon fließt in Ihre Vorlesungen ein?

PW: Westermann ist lange her. Ich nutze vor allem Beispiele aus der Zeit im Archiv Verlag. Der hat bibliophile Loseblattwerke zu Geschichtsthemen entwickelt. Beigelegt waren oft Reproduktionen von wichtigen historischen Urkunden und Karten. Über die Recherche in

großen Archiven und Bibliotheken kamen wir auch zum Vatikan. Dort, im Geheimarchiv, liegt von jedem wichtigen historischen Ereignis der Weltgeschichte eine Abschrift. Die Mitarbeiter des Geheimarchivs haben die ausgewählten kirchengeschichtlichen Dokumente dann sogar selbst betextet. So waren wir quasi offizieller Verlag des Vatikans. Relevant für den Unterricht ist die Arbeit dahingehend, mögliche Zielgruppen für derartige Produkte zu finden und adressstechnisch zu erreichen. Das ist ein beliebtes Präsentationsthema im Dialogmarketing. Ich kann den Studenten viel Material zur Verfügung stellen. Unsere Vertriebsmethode war hochprofessionelles Dialogmarketing mit Mailings, Beilagen, Anzeigen und auch Fernsehspots.

WA: Die Internationalität wird sicherlich auch eine Rolle spielen.

PW: Ja, die unterschiedlichen Kulturen führen zu unterschiedlichen Marketingbedingungen. Ein Schwerpunkt des Verlags war Stadtgeschichte, weltweit. Prospekte zur Hamburger Sammlung haben wir zum Beispiel der Aboauflage der Hamburger Tageszeitung beigelegt. Dann ging ich für die nächste Sammlung nach Florenz und wollte die Aboauflage von La Repubblica belegen. Die gab es aber gar nicht. Der Grund: Italiener frühstücken anders als wir. Sie holen sich morgens irgendwo einen Kaffee und Gebäck und kaufen sich dazu die Zeitung und Zigaretten. Wir haben deshalb mit der Gewerkschaft der Kioskbetreiber vereinbart, dass jeder Zeitungskäufer zusätzlich unseren Prospekt in die Hand gedrückt bekommt. Über solche PR- und Werbewege erzähle ich – natürlich auch über Hemmnisse und Flops. Aus den USA haben wir uns zum Beispiel wieder zurückgezogen. Da waren wir erfolgreich mit dem amerikanischen Bürgerkrieg, aber alles andere ist schiefgegangen. Die Amerikaner interessieren sich zu wenig für geschichtliche Themen. Ich vermittele auch durch Marketingjokes, was man alles falsch machen kann.

WA: Über welche aktuellen Entwicklungen berichten Sie?

PW: Manchmal bedauere ich, im Marketing tätig zu sein. Da muss man jedes Jahr sein Skript umschreiben (lacht). Durch das Internet verändern sich die Marktbedingungen dramatisch. Das führt zu neuen Vertriebs- und Werbemöglichkeiten, zu Preistransparenz und zu neuen Kommunikationsstrukturen zwischen Unternehmen und ihren Kunden. Deshalb kümmern wir uns schon vom ersten Semester an um Online-Marketing, E-Commerce und Social Media. Im Vergleich zu anderen Bildungsträgern ist die Welfen-Akademie auch hier weit vorn. Das kann man nicht nur theoretisch erarbeiten. Ich hole deshalb in der Vertiefung Dialogmarketing im dritten Semester Mailingspezialisten von der Deutschen Post als Gastdozenten dazu. Sie erarbeiten mit den Studenten Schritt für Schritt ein Mailing und analysieren dann den Brief und den Prospekt mit einer Augenkamera, die den Blickverlauf der Adressaten nachverfolgt. Lesen die Kunden unser Mailing wirklich so, wie wir es konzipiert haben? Wie effizient ist unsere Werbung wirklich? Das ist in Deutschland technisch auf höchstem Niveau.

WA: Welche Themen werden in den Praxisprojekten bearbeitet?

PW: Die Studenten kommen aus Versandhäusern, von Dienstleistern und von Unternehmen, die erste Schritte im Direktmarketing gehen möchten. Die Themen werden mit den Unternehmen abgestimmt. Schwerpunkte sind Marktsegmentierung, Zielgruppendefinition, Kundenbindung, Neukundengewinnung und Social Media.

WA: Wie erleben Sie die Studenten an der WelfenAkademie?

PW: Das sind überwiegend engagierte junge Menschen. Spaß macht mir besonders die persönliche Betreuung bei den Praxisprojekten und Hausarbeiten. Ich versuche schon sehr stark, eine persönliche – auch mal väterliche – Beziehung aufzubauen. Bei mir gibt es die Politik der offenen Tür. Die Arbeit mit den Studenten bereichert mein Leben, das Welfen-Team macht mir gute Laune, und ich bleibe vor allem meinem beruflichen Lebensthema – dem Marketing – verbunden. Das alles ist mir wichtig.

Neuer Webauftritt

Webseite der WelfenAkademie mit neuen Features – Optimiert für mobile Endgeräte

Rund 40 Prozent der Hochschul-Webseiten werden über mobile Endgeräte aufgerufen. Deshalb wurde die Webseite der WelfenAkademie nun für diese Nutzung optimiert – und gleichzeitig noch moderner gestaltet. Neues Outfit, neue Features, noch mehr Service. Es hat sich viel getan. Die Braunschweiger Internetagentur Löwenstark hat ein Design entwickelt, das die Markenführung aus dem klassischen Marketing in die digitale Welt überträgt. Die Wertigkeit der Marke wird dabei betont. Die neue Webseite wurde auf Basis von Typo3 umgesetzt, einem der weltweit führenden Content-Management-Systeme. Für die Zukunft stehen kollaborative Funktionen für die Studenten und Dozenten auf der Wunschliste. Die Webseite wird ständig weiterentwickelt.

Adresse: www.welfenakademie.de

Jahrgangsbeste



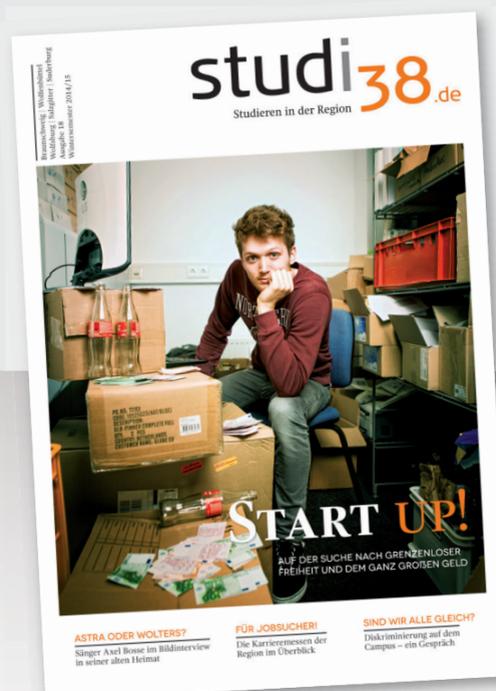
Auszeichnung der Jahrgangsbesten bei der IHK Braunschweig

Auch in diesem Jahr haben Studenten der WelfenAkademie die Abschlussprüfung in ihrem Ausbildungsberuf mit einem sehr guten Ergebnis bestanden und wurden dafür von der IHK ausgezeichnet. Wir gratulieren dazu ganz herzlich den Prüflingen Marc-Marcel Bäcker (Wentronic GmbH), Carsten Deseke (K+A Küchen Aktuell GmbH), Vanessa Hecht (Autovision GmbH) und Victoria Jäger (Volkswagen Financial Services AG). Carsten Deseke von Küchen Aktuell wurde außerdem von der IHK als Jahrgangsbester des gesamten Prüfungsjahrgangs ausgezeichnet. Ganz herzlich möchten wir uns bei den beteiligten Ausbildungsunternehmen und Ausbildern für die hervorragende Zusammenarbeit bedanken.



ANZEIGE

DAS MAGAZIN VON STUDIERENDEN FÜR STUDIERENDE



studi38.de
Studieren in der Region

MIT THEMEN RUND UM DAS
LEBEN VON STUDIERENDEN
IN UNSERER REGION.

Erhältlich auf dem Campus der WelfenAkademie
sowie kostenfrei bestellbar unter studi38@bzv.de

Drittes Symposium: Wer ist die Generation Y?

Peter Martin Thomas:

„Generation Y hält sich möglichst viele Optionen offen“

Wer ist die Generation Y? Dieses Thema passte hervorragend zum dritten Symposium im Kroschke Audimax. Denn in diesem Rahmen wurde Ende November der 20-jährige Studienbetrieb an der WelfenAkademie gefeiert. „Die Akademie ist Jahrgang 1993, jung, erfolgreich und attraktiv für Arbeitgeber. Nimmt man das zusammen, hat man schon die Generation Y beschrieben“, nannte Peter Martin Thomas (sinusakademie) Gemeinsamkeiten. Dann ging der Markt- und Sozialforscher ins Detail. Und schilderte – veranschaulicht durch Fotos von Zimmern, Musikcollagen und Interview-Statements – wie er die junge Generation erlebt. Erste Feststellung: „Junge Menschen gehen nicht mehr online – maximal noch offline, im Funkloch oder wenn der Akku leer ist.“ Das Aufwachsen mit dem Internet sei die zentrale Generationserfahrung. „Damit verbunden ist eine deutlich größere Optionsvielfalt. Jederzeit kann man kurz schauen, was in New York passiert, welcher Modetrend aus Reykjavik kommt oder was der Dalai Lama zum Weltfrieden gesagt hat. Die junge Generation wächst mit einer riesigen Auswahl an Werten auf. Sie passt den Wertemix nicht selten an die aktuellen Umweltbedingungen an.“ Gegen die Ansichten der Eltern werde kaum opponiert. „Heute sagt man, ich lebe ganz friedlich und nett zu Hause und eines Tages ziehe ich aus. Mit zehn Jahren wird man heute schon kulturell selbständig, mit Vorlieben für Mode und Musik. Doch der Auszug folgt oft erst spät. Wichtig ist, sich möglichst viele Optionen offen zu halten.“ Der privaten Entwicklung sieht die Generation Y eher optimistisch entgegen, der gesamtgesellschaftlichen eher pessimistisch.

Davon abgesehen, so Peter Martin Thomas, sei die Generation Y deutlich vielfältiger als oft dargestellt. Wie ist die soziale Lage? Wie der Lebensstil? Ist Konsum wichtig? Engagiert man sich stark im Job? Welche Rolle spielt Bildung? Diese Aspekte müssten immer berücksichtigt werden. Exemplarisch stellte er drei zentrale Gruppen vor. Erstens eine konservativ-bürgerliche Generation Y, die traditionelle Werte wie Stabilität, Ordnung, Disziplin, Kontinuität und Gemeinschaft betont. „Größere Unternehmen sagen uns oft: Von denen haben wir jede Menge. Das ist ein Problem. Die wollen mit uns keinen Auslandsstandort eröffnen.“ Zweitens dann eine Gruppe mit eher mittlerem oder niedrigem Bildungsgrad, der es vor allem um Spaß und Konsum geht. Drittens die Expeditiven, die das Leben als Abenteuerreise sehen und immer neue Grenzen über-

winden möchten. „In der Identitätsforschung sprechen wir von einem nomadischen Selbst. Es geht nicht mehr darum, meine Identität zu bestimmen, sondern darum, immer auf dem Weg dorthin zu sein. Ich erfinde mich permanent neu.“

Was bedeutet dies für Arbeitgeber? „Zentral bei der Berufswahl ist quer durch alle Gruppen der Spaß. Empirisch belegt ist auch der Wunsch nach mehr Freizeit. Davon abgesehen motiviert völlig Unterschiedliches: die eigenen Fähigkeiten einzubringen, hohe Bezahlung oder Familienfreundlichkeit zum Beispiel.“

In der folgenden Diskussion bestätigte Peter Friedrich, Personalleiter der Nordzucker AG, dass viele junge Leute sich nicht zu früh festlegen möchten. „Deshalb bieten wir zusammen mit zwei Unternehmen eine Art Speed Dating an. Ein Berufskarussell gibt in zweiwöchigen Praktika Einblick in vier Berufsbilder. Die Ergebnisse sind fantastisch.“ Bei Snacks, zwei Geburtstagstorten und Getränken wurde anschließend anregend weiterdiskutiert, gefeiert und erzählt – begleitet von Jazzpianist Dr. Jan Behrens und Bassist Dr. Jürgen Osterloh.



Den Gästen wurden auch Musikcollagen und Zimmer vorgestellt

Diskussion: Worauf sollten sich Unternehmen einstellen?

Welche Erwartungen haben junge Leute an Unternehmen?

Beim Symposium wurde nicht nur über die Generation Y, sondern auch mit ihr gesprochen. Dazu gab es Einblick aus der Praxis: Wie werden die Berufseinsteiger wahrgenommen? Peter Friedrich, Personalleiter bei Nordzucker, berichtete von vielen Aha-Erlebnissen in Vorstellungsgesprächen. „Wir erläutern stolz, dass es einen Laptop gibt und die Enttäuschung ist groß, dass es kein MacBook Air ist. Wir sind schon beim iPhone 4 angelangt, aber der Kandidat bei der sechsten Generation. Da kann

man nicht mit einem Unternehmenshandy reizen. Oder der Personaler macht sich Gedanken über Facebook am Arbeitsplatz und den Empfang privater Mails. Die Generation Y sagt: Ich habe mein Smartphone, ich bringe meine Umwelt selbst mit.“ Neben dem Gehalt werde regelmäßig auch nach Weiterbildung und möglicher Auslandserfahrung gefragt. „Es geht um Selbstverwirklichung.“

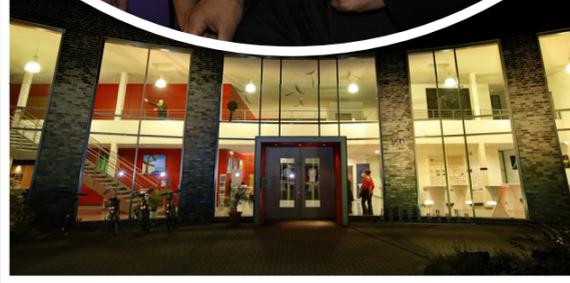
Maximilian Bressen, dualer Student bei Heimbs Kaffee, nannte vier wichtige Kriterien für einen guten Arbeitsplatz: Weiterbildung, Freiheit („zum Beispiel flexible Arbeitszeiten“), ein Team, in dem er sich wohlfühlt, und Mitbestimmung bei Entscheidungen. „Nach meiner Meinung gefragt zu werden, motiviert mich. Vom Chef erwarte ich auch konstruktives Feedback. Wir sind alle unterschiedlich. Deswegen möchten wir individuell behandelt werden.“

Davon konnte in der einstigen Handwerkslehre von Andreas Schweiger noch keine Rede sein. „Der Chef war der Herrgott. Er sagte: Dich werde ich mir schon noch zurechtbiegen“, erinnerte sich der heutige Leiter des Wirtschaftsressorts bei der BZ. Im heutigen Berufsleben gehe es weniger um Herrschaft. „Führung heute ist kooperativer. Das gemeinsame Lösen von Aufgaben ist viel zielführender.“

Absolventin Elena Nöth, Young Professional bei Volkswagen Financial Services, berichtete von ihrer einjährigen Entsendung nach Barcelona mit „überraschend viel Verantwortung“. Spanisch lernte sie vorab in einem 14-stündigen Crash-Kurs. „Ist die Generation Y respektlos gegenüber Autoritäten?“ fragte Moderatorin Vesna Schubert. „Mein Chef ist mein Chef, aber manches wird hinterfragt – als Versuch, es vielleicht besser zu machen“, so Elena Nöth. Hat die Generation das Potenzial, die Welt zu verbessern? Sie lachte: „Eine große Klappe haben wir auf jeden Fall.“



Carsten Graf (Vorstand PSD Bank) diskutierte aus dem Publikum mit



„Riesige Koordination“

Studienorganisation: Julia Notzon und Stephanie Mennecke über herausfordernde Aufgaben, Spontantät und besondere Begegnungen

Wie entstehen die Studienpläne? Welche weiteren Aufgaben hat die Studienorganisation? Vier Fragen an Julia Notzon und Stephanie Mennecke.

WA: Welche Aufgaben haben Sie?

Wir organisieren pro Semester fünf Module à 40 Stunden für jeden Studenten. Module wie ABWL II und Recht belegt der komplette Jahrgang. Bei Modulen wie Spezieller Betriebswirtschaftslehre werden verschiedene Gruppen zusammengeführt. Zurzeit unterrichten circa 115 externe Dozenten an der WelfenAkademie. Etwa drei Monate vor Semesterbeginn setzen wir uns mit allen in Verbindung, um sie in ihrem Modul einzuplanen. Das ist eine riesige Koordination. Die Dozenten der Hochschulen bieten zum Beispiel oft dieselben Termine an. Wir haben Dozenten, die eine längere Anreise haben und gern drei bis fünf Tage blocken möchten. Bei uns lehren Dozenten aus Unternehmen, und bei der IHK-Vorbereitung arbeiten wir mit Berufsschullehrern zusammen. Dann planen wir noch unsere internen Dozenten ein. Die Absprachen sind meistens sehr komplex. Die Studenten sollen ja nicht von 8 bis 22 Uhr hier sitzen. Im Grundstudium dauern die Theoriephasen zwölf Wochen; ab dem vierten Semester acht Wochen. Das macht es noch kniffliger. Wir kommunizieren mit den Dozenten, Kooperationsunternehmen und Studenten, um alles unter einen Hut zu bringen.

WA: Hat sich die Organisation im Lauf der Jahre verändert?

Für die Studenten ist die Planung inzwischen noch transparenter. Sie sehen in einem Onlineportal, wie es vorangeht. Das nimmt viel Druck. Sie sehen auch, dass wir immer mal wieder spontan reagieren müssen. Die Modulverantwortlichen bringen zum Beispiel Neuerungen ein, die die aktuelle Wirtschaftssituation mit sich bringt. Oder es kommen Krankmeldungen von Dozenten. Es kommt vor, dass Studenten uns bitten, mal schnell etwas umzuplanen, weil der Studienplan so stressig ist. Doch hat eine Gruppe beispielsweise „Selbststudium“, dann heißt das nicht zwingend, dass eine andere Gruppe gleichzeitig „Selbststudium“ hat.

Sämtliche allgemeinen Grundlagen erfolgen zwar gruppenübergreifend, aber die speziellen Komponenten sind branchenbezogen.



Bei der Planung: Julia Notzon (links) und Stephanie Mennecke

WA: Haben Sie viel Kontakt zu den Studenten?

Ja, wir sind nah dran. Es gibt immer wieder Anregungen oder Gespräche über Ängste und Sorgen. Wir fühlen mit, wenn beispielsweise eine Prüfung nicht bestanden wird. Manchmal weiß jemand nicht: Wie geht der nächste Schritt? Da schauen wir: Wie kann man zur Seite stehen? Wen kann man an die Seite stellen? Wir gehen auch mal in Unternehmen und sind auch auf Messen vertreten.

WA: Welche Aufgaben haben Sie neben der Organisation der Module?

Ein sensibles Thema ist zum Beispiel das Eintragen der Noten. In der Regel führen wir prozentual gewichtete Klausuranteile zu einer Note zusammen. Dabei benötigen wir wirklich Ruhe. Das stößt nicht immer auf Verständnis. Außerdem bereiten wir mündliche Prüfungen vor, bearbeiten Verlängerungsanträge für Hausarbeiten und Praxisstudien und organisieren die Begrüßungs- und Verabschiedungsfeiern. Bei der Begrüßung sagen wir den neuen Studenten übrigens gleich: Sie werden uns auch „hassen“, spätestens im vierten Semester. Da kommt so viel auf einmal. Wir versuchen, es allen recht zu machen und so viel Druck wie möglich zu nehmen. Aber das ist nicht immer möglich.

Kaffeespezialitäten im Foyer

Heimbs Kaffee engagiert sich weiter in der WelfenAkademie

Mit fast 135 Jahren zählt Heimbs zu den ältesten Röstereien in Deutschland – und zu einer der wenigen Kaffeemanufakturen. In kleinen Chargen rösten Kaffeexperten sortenreine Kaffeebohnen nach einem patentierten Verfahren – dem aerotherm®-Röstverfahren. Bereits im Juni 2014 hat Heimbs Kaffee einen Coffee-Point im Eingangsbereich der WelfenAkademie aufgestellt. Abgerechnet wird über ein Card System. Die Heimbs-Kaffeekarten können am Terminal neben der WMF-Spezialitätenmaschine aufgeladen werden. Mit dem Guthaben lässt sich Cappuccino, Latte Macchiato, Espresso oder Café Crème genießen. Eine besondere Kaffeepause: Kaffeespezialitäten auf Knopfdruck. Die Produkte stellt Heimbs kostenlos zur Verfügung. Die Einnahmen, die über die zur leihweisen Nutzung überlassene Kaffeemaschine erwirtschaftet werden, werden vollumfänglich der WelfenAkademie-Stiftung zur Verfügung gestellt. Somit sponsert Heimbs Kaffee nicht nur den Coffee-Point, sondern auch den qualitativ hochwertigen Kaffee. Die beiden Studenten des Braunschweiger Traditionsunternehmens, Steven Kaluza und Maximilian Bresse, haben das Projekt von der ersten Stunde an mit viel Engagement begleitet und mit umgesetzt. Vorbereitet wird nun die Aufstellung eines zweiten Coffee-Points. Der neue WMF Cafemat ermöglicht vom nächsten Jahr an die Ausgabe von



Mitorganisatoren: Maximilian Bresse (links) und Steven Kaluza

Politikerbefragung

Kooperation mit der Braunschweiger Zeitung: Jugendpressekonferenzen vor der Europa-Wahl

Der Veranstaltungsort hat sich bewährt: Nach den Jugendpressekonferenzen kurz vor der Bundestagswahl lud die Braunschweiger Zeitung nun auch kurz vor der Europa-Wahl in die WelfenAkademie ein. An zwei Tagen befragten jeweils rund 200 Schüler und Auszubildende Spitzenkandidaten wie David McAllister (CDU) und Rebecca Harms (Grüne). Die Antworten erschienen auf zwei Doppelseiten in der BZ. Diskutiert wurde zum Beispiel über den Ukraine-Konflikt, die NSA-Affäre und den Türkei-Beitritt zur EU, über einen Mindestlohn, Hilfe für Flüchtlinge, Unabhängigkeitsbestrebungen oder die Spaltung zwischen Arm und Reich. Einige Fragen waren dabei recht bissig: „Wenn die Partei schon nicht gut genug für Deutschland ist, warum dann für Europa?“ wurde etwa ein FDP-Kandidat gefragt. Die Grünen-Kandidatin beantwortete die komplexe Frage: „Warum wird wegen der Ukraine mit dem Finger auf Russland gezeigt, während den USA vieles vergeben wird?“ Kritisiert wurde auch die Verwechselbarkeit vieler Plakat-Slogans: „Wie soll das bei der Wahlentscheidung helfen?“ Solche direkten Fragen, so Projektreakteurin Nadine von Wille, machten den Reiz des Formates aus: „Die Jugendlichen bereiten sich sehr intensiv vor. Wenn ihnen etwas unklar ist, fragen sie einfach frei heraus nach – wo manch ein gestandener Politikjournalist zu viel Wissen voraussetzen würde.“



Schüler befragten Rebecca Harms und David McAllister

Filterkaffee – in Einzelportionen und auch in Thermoskannen für den Tagungsbereich, Veranstaltungen oder Lerngruppen.

WLAN-Zugang

Sicherer durch zeitlich begrenztes Passwort

Der Internetzugang über das hauseigene WLAN war in der Vergangenheit über ein für alle Nutzer gleiches Passwort möglich. So konnte allerdings nicht nachvollzogen werden, wer das WLAN wirklich nutzte. Aus haftungs- und datenschutzrechtlichen Gründen wurden die temporären Internetzugänge nun schneller und sicherer gestaltet.

BEL NET entwickelte eine Lösung, die einen sicheren Internetservice ermöglicht – mit höchster Erreichbarkeit sowie uneingeschränktem Zugriff auf das WLAN und das Internet. Intelligente Netzwerk-Technologien wurden mit einem Voucher-Gateway und einem Bon-Druker zur Ausgabe der individuellen Zugangsdaten kombiniert. Seither erhält jeder Nutzer des WLANs ein eigenes, zeitlich begrenztes Passwort.

Sechs Access Points wurden direkt in das Firmennetzwerk der WelfenAkademie integriert. Einer davon dient als Master, um das Roaming von einem Funkbereich in den nächsten zu beschleunigen. Eine Einteilung des WLANs in verschiedene interne und externe Netze findet logisch durch virtuelle LANs statt. Jeder Gruppe ist dabei ein eigenes VLAN zugewiesen. Es kann mit bestimmten Zugriffsregeln versehen werden, um zum Beispiel Studenten Inhalte im allgemeinen Netzwerk der Akademie zugänglich zu machen. Beim Login öffnet sich ein Disclaimer, der die Nutzungsbedingungen erläutert. Das Voucher-System übernimmt die Zugangsverwaltung und das Logging der Benutzerdaten. Die Zugriffe auf das Internet werden protokolliert.

In Zeiten moderner Kommunikation, in denen Dozenten zunehmend rechnerunterstützt arbeiten und Studenten in der Regel über mindestens ein Endgerät (Smartphone) verfügen, außerdem aber auch noch mit Notebook im Unterricht arbeiten, nimmt die Zahl der Endgeräte mit WLAN-Zugriff rapide zu. Seit Juni 2014 wurden bei circa 215 Studenten 230 Endgeräte für das WLAN angemeldet! Dies bedeutet, dass die Zahl der Endgeräte pro Access Point häufig mehr als 40 Geräte be-

trägt. Hier stellen sich die Access Points als Engpass heraus. Damit das WLAN-Netz nicht die Lehrtätigkeit der Dozenten einschränkt, wird die WelfenAkademie erneut in die Hardware investieren, um ein controllerbasiertes WLAN-Setup zu ermöglichen. Dennoch: Die zunehmende Zahl an Endgeräten wird zu Einschränkungen bei Online-Aktivitäten führen. Manchmal ist weniger eben mehr. Die Performance der Notebooks, mit denen im Unterricht gearbeitet wird, ist umso höher, je mehr Smartphones nicht im WLAN angemeldet sind.

Christoph Mayhaus, der das Projekt seitens der WelfenAkademie betreut hat, freut sich über den neuen Internet-Service: „Wir haben für den WLAN-Zugang ein zuverlässiges, komfortables und sicheres System erhalten, das nicht mit Folgekosten für Lizenzen verbunden ist und durch BEL NET administriert wird.“

Kurz notiert:

Literaturspende

In der Bibliothek liegen seit September auch das Bundessteuerblatt und die Fachzeitschrift „WPg Die Wirtschaftsprüfung“ zur Recherche bereit. Gespendet wurden die Ausgaben von der PKF Fasselt Schlage Partnerschaft. Vielen Dank!

Mailing von Studenten

Im dritten Semester der Vertiefungsrichtung Dialogmarketing erfahren die Studenten nun praxisnah, wie eine Mailing-Kampagne entsteht. Die Dialogmarketing-Spezialisten der Deutschen Post, dem führenden Dienstleister dieser boomenden Branche, erarbeiten mit ihnen Schritt für Schritt ein reales Mailing: von der Konzeption und Kalkulation über die Wahl der richtigen Adresse bis hin zum Agenturbriefing und zum Druck. Das Ergebnis wird kritisch überprüft – mit einer Augenkamera, die Blickverläufe auf Briefen und Prospekten erfasst.

Welfe nun Professor



Auch solche Karrieren ermöglicht das duale BWL-Studium: Prof. Dr. Markus Breuer ist der erste Welfe, der zum Professor berufen wurde. Seit April 2014 ist er an der SRH Hochschule Heidelberg Professor für Sportmanagement. „Das Studium an der WelfenAkademie hat von Anfang an durch seine enge Verzahnung von Theorie und Praxis überzeugt“, schrieb er uns. „Neben der Vermittlung der fachlichen Kenntnisse wurde den soft skills ein hoher Stellenwert beigemessen. Von diesem Mix habe ich in allen bisherigen Anstellungen – in der Wissenschaft wie in der Wirtschaft – profitiert.“

Was kann sich eine Marke erlauben?

„Digital Day“: Experten berichteten über ihre Erfahrung mit sozialen Medien

Sex and Crime wecken Interesse, heißt es. Ebenso sollen Werbende mit Humor nichts falsch machen können. Dass jedoch im Internet andere Maßstäbe gelten, lernten Studenten der WelfenAkademie und Teilnehmer des Programms „Zukunft Bilden“ beim „Digital Day“ im April – einer Kooperation mit dem BZV Medienhaus.

30,2 Millionen Leser würden das Gesamtangebot des Verlages schon heute online nutzen, berichtete der stellvertretende BZ-Chefredakteur Thomas Roth. Top-Thema 2013: die Neueröffnung einer Diskothek. „Wir waren auch überrascht, dass der Liveticker zur Landesbischofswahl an einem Wochenende die Nummer eins war.“

Unternehmen setzten, gerade zu Marketing-Zwecken, vermehrt auf ihr Internetangebot. Francesca Lange, Managerin für Digitales Marketing bei Mast-Jägermeister, verdeutlichte: „Wir wollen das weltweite Gemeinschaftsgefühl der Marke weitertragen.“ Unter anderem bietet das Unternehmen seine Werbemittel in neun Onlineshops in verschiedenen Sprachen an. Seit 2009 ist das Angebot auch für alle Endgeräte wie das Smartphone verfügbar. Eine wichtige Frage sei dabei, was sich eine Marke erlauben könne. „Gerade Witz und Ironie sollte man mit Samthandschuhen anfassen.“ Die „Jägermeisterin mit Blaubeer-Geschmack“ – ein Aprilscherz – kam beim Internet-Publikum zum Beispiel gar nicht an.



Social-Media-Expertinnen von New Yorker mit Dr. Peter Wille

Simple Posts seien oft deutlich erfolgreicher. So wurde das Foto einer eisgekühlten Flasche auf dem heimischen Balkon mehr als 1200-mal geteilt und erreichte 217.000 Nutzer.

Sowohl bei dem Likörhersteller als auch bei New Yorker stehen soziale Medien besonders im Fokus. Christin Scheithauer, Senior Social Media Managerin der Bekleidungskette, erläuterte: „Über die Kanäle können wir individuelle Inhalte weitergeben. Auf Facebook posten wir in 33 Sprachen und können flexibel und spontan reagieren. Wichtig ist, dabei Normen, Werte und Feiertage jedes Landes zu beachten.“ Man wolle in den Dialog treten. Allein 2013 beantwortete das Team mehr als 1700 Kundenanfragen. „Wir sind offen und ehrlich. Kritik löschen wir nicht.“ Sonst würden sich vielleicht andere den Beschwerden anschließen. New Yorker sehe Kritik eher als Chance: „Werden Meckerposts freundlich beantwortet, sind die Kunden in der Regel besonders zufrieden.“ Erfolgreich sind auch „Monday-sucks-Posts“ – kurze Sprüche oder Fotos, die erläutern, warum der Montag kein guter Tag ist.

Das Publikum im Raum Kroschke wurde am „Digital Day“ mit einbezogen. Holger Isermann, Redaktionsleiter des Hochschulmagazins „Studi38“, teilte zum Beispiel Texte aus. Nun galt es, in Gruppen herauszufinden, welche Artikel von einem Journalisten, einem Amateur oder einer PR-Agentur verfasst wurden. Die Studenten merkten, dass die Übergänge fließend sind. „Die jungen Leute fanden es prima“, resümierte Mitorganisator Dr. Peter Wille.



Diskussion: Ist der Text von einer PR-Agentur oder einem Journalisten?

Kurz notiert:

Krimi-Festival in der WelfenAkademie

Ende Oktober war die WelfenAkademie Tatort des siebten Krimi-Festivals: Die Gefängnispsychologin Lydia Benecke stellte ihr Buch „Die Psychologie des Bösen“ vor. Ein spannender Einblick in die Psyche von Kindermördern, Vergewaltigern und eiskalten Psychopathen. Volles Haus.

Fachmesse für Ausbildung und Studium

Zum fünften Mal informierten rund 100 Aussteller Ende Mai auf der regionalen Berufsmesse „Vocatum“ über Ausbildung und Studium – unter ihnen die WelfenAkademie. Mehr als 4000 Schüler nutzten die Chance. Viele von ihnen hatten vorab Termine vereinbart und sich mit Kurzbewerbungen auf Unternehmen vorbereitet. Die sechste „Vocatum“ findet am 2. und 3. Juni 2015 statt, wieder in der Stadthalle.

Kleine Incentives mit großer Wirkung



HR Round Table: Netzwerktreffen für Personalverantwortliche

Steuerfreie oder -begünstigte Incentives können die Mitarbeiterbindung erhöhen: Das war die zentrale Botschaft beim jüngsten HR Round Table in der WelfenAkademie, einem bundesweiten Netzwerktreffen für Personalverantwortliche. Nachhaltige Mitarbeiterbindung bedeutet, eine Umgebung zu schaffen, die Leistung, Engagement und Loyalität von Mitarbeitern fördert, erläuterte Mark Gregg (Bonago Incentive Marketing Group). Durch positive Anreize lassen sich qualifizierte Mitarbeiter gewinnen und halten. Insbesondere der Sachbezug eigne sich zur Motivation und Bindung, also Zuwendungen wie Gutscheine, die nicht in Geld geleistet werden. Gutscheine können bis zur anerkannten Freigrenze von 44 Euro lohnsteuer- und sozialversicherungsfrei an Mitarbeiter abgegeben werden. Zudem sind sie flexibel einsetzbar, zum Beispiel nach Erreichen eines Ziels, als Sonderprämie, bei einer Beförderung oder im Rahmen von Mitarbeiter-werben-Mitarbeiter-Programmen. Integriert man Gutscheine als Incentives in die Markenstrategie, so tragen sie entscheidend zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität bei, so Mark Gregg.

Bachelor of Baywatch



270 Anmeldungen gab es diesmal – das Sommerfest wächst

Viertes Sommerfest im Bora Beach Club – organisiert vom Alumni-Verein

Ehemalige Weggefährten wiedersehen und neue Bekanntschaften schließen – diese Chance bot sich den Alumni und den aktuellen Studenten beim großen Sommerfest. Zum vierten Mal hatte der Alumni-Verein in den Bora Beach Club im Kennel-Bad eingeladen, um bei Musik, gutem Essen und erfrischenden Getränken einen geselligen Abend miteinander zu verbringen. „Das war nur dank der großzügigen Unterstützung der WelfenAkademie, die das Fest subventioniert hat, sowie einiger Sponsoren möglich“, betonte Sikander Shah. Er bildet gemeinsam mit Lucas Schubert, Fabian Haars, Linda Grimm und Christoph Lachmund-Sturm den Vorstand des derzeit knapp 60 Mitglieder zählenden Alumni-Vereins. Das Sommerfest hat sich inzwischen etabliert. Etwa 270 Anmeldungen waren im Vorfeld eingegangen – „eine Zahl, die uns sehr stolz macht“, meinte Shah unter Verweis auf die 150 Teilnehmer beim ersten Sommerfest. Das Treffen eigne sich hervorragend, um die Bindung zur Akademie aufrecht zu erhalten und zu stärken, betonte Lucas Schubert. Das wiederum gehe mit der Besonderheit der WelfenAkademie einher, „dass die ehemaligen Studenten meist in der Region bleiben und dazu beitragen, die Wirtschaftsregion zu stärken“, so Dr. Jens Bölscher, Geschäftsführer der WelfenAkademie. Dass auch das Wetter mitspielte und so mancher die Füße in den Pool oder in das Wasser des Naturbades steckte, sorgte erst recht für ausgelassene Stimmung. Die war nicht zuletzt auch auf die Übertragung des Fußball-WM-Viertelfinales zwischen Deutschland und Frankreich (1:0) auf einer großen Leinwand zurückzuführen, mit der der Großteil der Besucher das Sommerfest eingeläutet hatte. Bis weit nach Mitternacht arbeiteten die ehemaligen und aktuellen Studenten dann mit „Summa cum Laune“ an ihrem „Bachelor of Baywatch“.



Stimmungsvolle Kulisse: der Bora Beach Club im Kennelbad. Im Lauf des Abends saßen auch viele mit Cocktail am Wasser.



Die Organisatoren: Fabian Haars, Christoph Lachmund-Sturm, Linda Grimm, Lucas Schubert und Sikander Shah



Die Party stärkt das Zusammengehörigkeitsgefühl

Projektleiter der Standortverlagerung

Wie ging es weiter? Alumnus Heiko Hansler leitet seit 2008 im BZV Medienhaus die Abteilung Einkauf/Allgemeine Verwaltung

Neuer Standort für das BZV Medienhaus: Im Oktober zogen Redaktion und Verlag in die Innenstadt – in die Lange Straße. Projektleiter der Standortverlagerung des Pressehauses ist ein Absolvent der WelfenAkademie. Heiko Hansler begleitete die Konzeption und Projektierung sowie den Verkauf der alten Liegenschaft. Seit 2008 leitet der 36-Jährige die Abteilung Einkauf/Allgemeine Verwaltung der BZV Medienhaus GmbH. Zu den Aufgaben der über zehn Mitarbeiter gehören neben der Poststelle die Verwaltung des Fuhrparks und der Pforten (Empfang, Wache, Sicherheit) sowie das Gebäudemanagement: die Inspektion, Wartung und Instandhaltung der Anlagen und Gebäude sowie der Um-, Aus- und Neubau der knapp 20 Standorte in der Region. „Fragt mich jemand, was meine Aufgaben sind, sage ich: Alles im Raum, das man sieht, spürt und riecht – abgesehen vom Produktionsmaterial, den Telefonen und der IT. Wir kümmern uns um die Ausstattung, die Sauberkeit und die Klimatisierung. Für die Fahrzeuge, die Ausstattung und den Strom schließt die Funke-Mediengruppe Rahmenverträge ab.“



Heiko Hansler: das letzte Foto am alten Standort

Ein Ziel des Verlages ist aber, solche Aufträge auch in der Region zu platzieren – zu gleichen oder besseren Konditionen, vielleicht in einer besseren Qualität.“

Im neuen Geschäfts- und Wohnhaus in der Innenstadt ist die BZV Medienhaus GmbH nun Hauptmieter. Heiko Hansler begleitete den Bau aus Sicht des Nutzers. „Bei den Energiekosten sparen wir künftig zum Beispiel 75 Prozent, etwa durch effiziente Beleuchtungstechnik und eine Betonkernaktivierung zum Kühlen und Heizen der Räume. Wir haben die Flächen optimiert und zentrale Sonderflächen entwickelt. Zum Beispiel wurden alle Besprechungsräume im Erdgeschoss zusammengefasst. Entfernt man die Trennwände, entsteht ein Konferenzcenter für 350 Personen – für Podiumsdiskussionen und Kundenveranstaltungen. Wir öffnen das Pressehaus noch stärker für unsere Leser und Kunden.“

Wie kam er zur BZV Medienhaus GmbH? „Meine Eltern haben ein Bauunternehmen, das heute von meinem Bruder geführt wird. Nach dem Abitur war klar, dass ich auch in der Baubranche arbeiten möchte. Mein Vater schlug mir das damalige Kombinationsstudium Bauingenieur (B.A.) an der WelfenAkademie vor. Ich ließ mich im elterlichen Betrieb ausbilden, kombiniert mit den Theoriephasen. Eine hochspannende Zeit. Nach dem Abschluss befand sich die Bauwirtschaft allerdings in einer Talsohle. So habe ich das Wissen durch ein Studium an der TU Braunschweig vertieft: Wirtschaftsingenieurwesen, Fachrichtung Bau – ziemlich zügig in zehn Semestern inklusive Diplomarbeit. Durch die Akademie hatte ich schon fundiertes Wissen von Klasse Dozenten, die auch viel Praxiswissen vermittelt haben, zum Beispiel über die Organisation, Abläufe und Konflikte auf Großbaustellen. Kurz vor Abschluss des Studiums, 2006, suchte der Braunschweiger Zeitungsverlag dann einen Diplom-Wirtschaftsingenieur, Fachrichtung Bau. Ich begann als Trainee. Die ersten Aufgaben waren Standortverlagerungen von Servicecentern und Redaktionen – dazu die Sanierung der versorgungstechnischen Anlagen im laufenden Produktionsbetrieb der Druckerei.“ Aktuelle Zwischenbilanz des Quereinsteigers: „Tolle Aufgaben. Ich bin in einer sehr spannenden Zeit in den Verlag gekommen. Im Moment könnte ich mir keinen schöneren Job vorstellen.“

Vorlesen, kochen, pflanzen

Studenten engagierten sich ehrenamtlich

Zum dritten Mal in Folge hieß es in diesem Jahr: „Jung und engagiert“. In dem von der Bürgerstiftung durchgeführten Projekt engagierten sich junge Studenten der WelfenAkademie ehrenamtlich in drei Projekten. Die Motivation war dabei klar: Eine Abwechslung zum studentischen und beruflichen Alltag – den „Blick über den Tellerrand“ – erleben und gleichzeitig soziale Einrichtungen unterstützen. Die Gruppen organisierten „ihren“ Projekttag selbstständig, stimmten die Termine und den Ablauf ab und besorgten zur Abrundung des Tages ein kleines Geschenk für die Einrichtung.

Zwei Projekte, die sich bereits im vergangenen Jahr bei allen Beteiligten großer Beliebtheit erfreut hatten, wurden erneut durchgeführt: Die Kita Muldeweg in der Weststadt wurde zum Vorleseort, und im Diakonietreff Madamenhof wurde für rund 70 Tagesgäste ein reichhaltiges Buffet angeboten. Für die evangelische Stiftung Neuerkerode wurde der Demenzgarten erweitert – durch Bepflanzungen und neue Granitsteine. Ein Projekt mit handwerklichem Bezug, bei dem die Gruppe sehr kreativ und engagiert zu Werke ging. Unterstützt wurde das Projekt erneut von der NORD/LB und der VW Financial Services AG, sowohl finanziell als auch mit der Freistellung ihrer Studenten für den Projekttag.



Erweiterung des Demenzgartens für die Stiftung Neuerkerode

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
Maximilian Bressemer
Jens Düe
Birgit Feickert
Rüdiger Giesemann
Steven Kaluza
Daniel Neumann
Regio-Press
Patrick Scheunemann
Michael Völkel

Fotos
Jürgen Eickmann
Mirko Bartels
Heimbs Kaffee
Regio-Press
Patrick Scheunemann
Michael Völkel

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

Druck
Borek Kommunikation GmbH
Lüttgenröder Straße 4
38835 Osterwieck

Koordination
Clas Schilling
Wiesenweg 8
38226 Salzgitter

BOREK
www.borekmedia.de

Exklusive Installation

„Vernetzungen“: Joachim Propfe präsentierte dreidimensionale Schriftkunst

Joachim Propfe schafft Verbindungen. Zum einem verbindet der Braunschweiger Künstler und Designer in seinen Werken die Kalligrafie mit der Malerei. Zum anderen hofft er, über seine Arbeit auch Verbindungen zwischen den Menschen herzustellen. So wie von März bis September mit der Ausstellung „Vernetzungen“ im Foyer der WelfenAkademie.

Die präsentierte dreidimensionale Installation hatte er exklusiv für die Ausstellung geschaffen. Der erste Stock und das Erdgeschoss wurden durch Stoffe mit Texten verbunden – symbolisch für die vernetzte Welt. Der Zusammenhang ließ sich dabei nicht auf den ersten Blick erkennen. „Die Komplexität der Welt erschließt sich nicht einfach und direkt. Es lohnt sich, genauer hinzuschauen“, so Propfe. Bei der Vernissage erlebten rund 100 geladene Gäste, wie ihnen die großformatigen Werke entgegentraten. Stoff und Leinwand bildeten den Malgrund, auf dem Worte und Texte erscheinen und ihr ästhetisches und sinnstiftendes Potenzial entfalten. „Mit solchen beeindruckenden Ausstellungen möchten wir eine Verbindung zwischen der WelfenAkademie, unseren Studenten und den ausstellenden Künstlern schaffen“, so Dr. Jens Bölscher. „Uns ist wichtig, dass die Studenten neben der Betriebswirtschaftslehre im übertragenen Sinne auch nach links und rechts schauen.“ Zu guter Bildung gehörten Abwechslung und Vielfalt. So werden der sechsten Ausstellung bald weitere folgen.



Joachim Propfe (links) verbindet Kalligrafie und Malerei

Fachkommission

Mitgestaltung des Studienbetriebes

Die Fachkommission wirkt an der Gestaltung des Studienbetriebes mit. Sie besteht aus mindestens neun Mitgliedern, darunter mindestens zwei Dozenten und zwei Studenten. Die übrigen Mitglieder werden durch den Vorstand berufen und vertreten in der Regel die Ausbildungsunternehmen. „Das Forum trägt dazu bei, die Lehrinhalte weiterzuentwickeln und die Organisation zu optimieren. Die Interessenvertreter tauschen Erfahrungen aus und diskutieren Anregungen und Wünsche – meist ein Mal pro Jahr“, erläutert Studienkoordinator Dr. Martin Hahmann. Die Fachkommission gab zum Beispiel wichtige organisatorische Anregungen bei der Vorbereitung auf die ersten „großen Jahrgänge“. Themen, die auf Vorschlag des Gremiums in Lehrveranstaltungen aufgenommen wurden, sind zum Beispiel interkulturelles Management und soziale Medien. Diskutiert wurde auch darüber, wie man schwächere Studenten gezielt unterstützen kann. Alle Vorschläge werden an die Studienleitung und die Modulverantwortlichen weitergeleitet.

Mitglieder der Fachkommission sind neben Dr. Martin Hahmann Studienleiter Prof. Dr. Uwe Götz (WelfenAkademie), Prof. Dr. Folker Roland (Hochschule Harz), die Studenten Maximilian Bressemer, Kim Oppermann, Isabel Kemper und Carolin Widdel sowie Jennifer Amrein (Öffentliche Versicherung Braunschweig), Anja Hirsch (New Yorker), Christian Stiehl (BS Energy) und Kathrin von Kauffmanns (Volkswagen Financial Services).

Welfenkollektion

Online-Shop vorerst geschlossen – Konzept wird überarbeitet

In Ausgabe 3 der WelfenAkademie kompakt haben wir Ihnen die Eröffnung des Online-Shops mit Merchandising rund um die WelfenAkademie angekündigt. Diese Eröffnung ist auch erfolgt, und einige Bestellungen haben uns erreicht, aber leider nur in einer sehr geringen Menge. Wir von der WelfenAkademie haben daher gemeinsam mit der cotton-more GmbH beschlossen, den Shop zunächst wieder zu schließen und das Konzept zu überarbeiten. Wir werden uns zu gegebener Zeit wieder bei Ihnen zu diesem Thema melden. Die abgebuchten Beträge müssten bereits wieder auf dem Konto der Besteller sein.

Rekorde und Premieren

← Fortsetzung von Seite 1

WelfenAkademie verabschiedete 89 Absolventen



Beifall in der Lindenhalle

Als Mitbegründer und Vorstandsmitglied des Alumni-Vereins sorgt Schubert dafür, dass sich die Welfen auch nach dem Studium nicht aus den Augen verlieren. In dem Verein möchte er das, was die Akademie für ihn besonders auszeichnet, beibehalten: die familiäre Atmosphäre. Zum Schluss brachten zwei aktuelle Absolventen den Gästen humorvoll näher, wie das Studium in manchen Einzelheiten aussah. Timo Brathärig und Maximilian-Thorben Ehlers haben ganz schön geschluckt, als sie anfangs hörten, was auf sie zukommen würde. „Uns war klar: Wir würden keine Freizeit mehr haben, keine sozialen Kontakte mehr pflegen und auch keinen Sport mehr treiben können, weil die Akademie uns alles abverlangen wird“, sagte Ehlers absichtlich übertreibend. Er machte aber auch deutlich, dass Spaß ebenso zum Studienalltag gehörte. Den Kontakt zu den Studenten weiterhin eng und intensiv zu gestalten, sei nach dem enormen Anstieg der Studienanfänger eine echte Herausforderung gewesen, ergänzte Studienleiter Prof. Dr. Uwe Götze. „Wir haben es gemeinsam geschafft, die Studienqualität unter diesen neuen Bedingungen nicht leiden zu lassen.“

Im Anschluss erhielten alle 89 Absolventen auf der Bühne ihre Urkunden. Zuvor nahm Janina Tietje den Löwenpreis entgegen. Der Preis der Braunschweigischen Landessparkasse wird seit 2011 an den Jahrgangsbesten der WelfenAkademie verliehen.

Ein kompakter, emotionaler Film über die Abschlussfeier ist bei YouTube zu sehen. Titel: „Absolventenfeier WelfenAkademie 2014“.



Jahrgangsbeste: Janina Tietje wurde mit dem Löwenpreis ausgezeichnet

Stipendiaten

WelfenAkademie-Stiftung vergab erste Stipendien – gemeinsam mit der Familie-Immenrodt-Stiftung

Die WelfenAkademie-Stiftung hat ihre ersten Stipendien vergeben – gemeinsam mit der Familie-Immenrodt-Stiftung, einer Treuhandstiftung der Bürgerstiftung Braunschweig. Zwei Studenten der Vertiefungsrichtung Industrie werden einmalig mit je 1000 Euro unterstützt. Die



Sabrina Alina Dietrichs und Fabian Dürholz

Drittsemester wurden vom Stiftungsrat ausgewählt. Die Summe ist an keine Bedingungen geknüpft. Vorgesehen ist nur, dass die Studenten nach einem Jahr von ihrer Arbeit berichten.

Kooperationsunternehmen des dualen BWL-Studiums von Fabian Dürholz ist die Stadtwerke Wolfenbüttel GmbH. Bisher arbeitete der 19-Jährige im Kundenservice, in der Marktabwicklung und im Vertrieb. „Es gab schon interessanten Einblick. Ich durfte zum Beispiel bei Gesprächen und Vertragsverhandlungen mit gewerblichen Industriekunden dabei sein. Ich habe mich mit dem eher technischen Bereich beschäftigt – und mit Modellen zur Beschaffung von Strom und Erdgas.“ Thema einer Praxisstudie war die Liberalisierung der Energiemärkte: Wie haben sich die Marktanteile von 2010 bis 2013 entwickelt? Wie bindet man die Privatkunden oder gewinnt sie zurück? „Durch die Theoriephasen an der WelfenAkademie versteht man die Vorgänge von vornherein besser – und hat auch mal Verbesserungsvorschläge.“ Gut gefallen ihm auch die Flexibilität und die Ungezwungenheit an der Akademie: „Man kann immer zu den Mitarbeitern gehen und etwas besprechen. Man ist nicht einer von vielen.“

Sabrina Alina Dietrichs wird bei der Aerodata AG auf dem Forschungsflughafen ausgebildet, dem globalen Marktführer für Flight Inspection Systems – für Flugvermessungs-, Überwachungs- und Navigationssysteme. „Jedes System ist eine Einzelanfertigung, individuell abgestimmt. Wir haben Kunden aus aller Welt. Die Internationalität und das Besondere jedes Projektes machen die Arbeit hier superspannend. Nach dem Auftragsabschluss gibt es immer ein Roll Out, eine feierliche Übergabe an den Kunden“, erzählt die 21-Jährige. Bislang arbeitete sie im Controlling, in der Buchhaltung und in der Produktion. „In der Flugzeughalle sehe ich, wie die Flugzeuge entkernt aussehen oder wie die Geräte eingesetzt werden, deren Teile ich in der Arbeitsvorbereitung zusammensuche. Das macht alles sehr anschaulich.“ Das Unternehmen ist mit rund 130 Mitarbeitern recht überschaubar. „Ich kenne die Mitarbeiter schon ziemlich gut und bin voll eingebunden.“

Gibt es nun schon eine Verwendung für die 1000 Euro? „Bei mir ist das Geld noch komplett. Die erste Idee ist ein Spanisch-Kurs. Im internationalen Geschäft bei Aerodata wird viel Spanisch gesprochen. Vor dem Studium war ich ein halbes Jahr in Südamerika. Die Sprachkenntnisse möchte ich gern vertiefen“, so Sabrina Alina Dietrichs. Fabian Dürholz hat schon investiert: „Pragmatisch – ich habe mir einen Arbeitslaptop für die Praxis- und Hausarbeiten gekauft. In der Praxisphase wohne ich noch in Schöningen; in der Theoriephase in einer WG in Braunschweig. Da hatte ich keinen PC.“ Außerdem ließ er einen Schaden am Auto reparieren, das er für den Weg zur Arbeit braucht. „Den Rest verwende ich wohl für die Weiterbildung.“

Am Drücker

Jürgen Eickmann fotografiert für die WelfenAkademie. Zunächst vermisste er Federn

Manchmal ist er schon morgens vor Sonnenaufgang unterwegs. In zwei Verstecken beobachtet Jürgen Eickmann Vögel. Oder er streift durch den Staatsforst Lehre und das Naturschutzgebiet Weddeler Grabenniederung – immer auf der Suche nach besonderen Motiven und Entdeckungen. „Mein Herz schlägt für Vögel. Wenn ich eine Vogelstimme höre, durchzuckt es mich“, so der 63-Jährige. „Ich kann mich auch an der Natur nicht satt sehen. Die Wunder der Schöpfung ergreifen mich immer wieder aufs Neue.“ Große Freude hat er nun auch an einem anderen Motiv: den Studenten der WelfenAkademie. Seit vier Jahren verewigt er bei Veranstaltungen einprägsame Momente. Auch die Impressionen auf der Webseite stammen von ihm. Der gelernte Bankkaufmann arbeitete fast 30 Jahre in der Aus- und Weiterbildung bei der Nord/LB in Braunschweig. In dieser Zeit erlebte er die Entstehung der WelfenAkademie unmittelbar mit. „Von der Idee bis zum Bezug des ersten Gebäudes war mein Arbeitsplatz das Sekretariat. Ich nahm oft Anrufe an oder gab Auskunft. Als wir dann die ersten Auszubildenden schickten, übernahm ich die Planung – damit sich die Theorie- und Anwendungsgebiete möglichst breit überschneiden.“ Später war Jürgen Eickmann einer von drei Referenten, die mit Crashkursen Studenten und Externe auf die Auszubildereignungsprüfung vorbereiteten. So kam er regelmäßig mit Geschäftsführer Dr. Jens Bölscher ins Gespräch. Als der von seinem Hobby erfuhr, fragte er, ob er nicht auch für die Akademie fotografieren könne. „Ich war erst unsicher – an diesen Objekten, da sind ja gar keine Federn. Aber er sagte: Notfalls kleben wir welche dran. 2010 ging es los, zunächst noch etwas wackelig.“ Heute hat er großen Spaß an der Aufgabe. Hin und wieder übernimmt er



Jürgen Eickmann beim Fotografieren von Kegelrobben

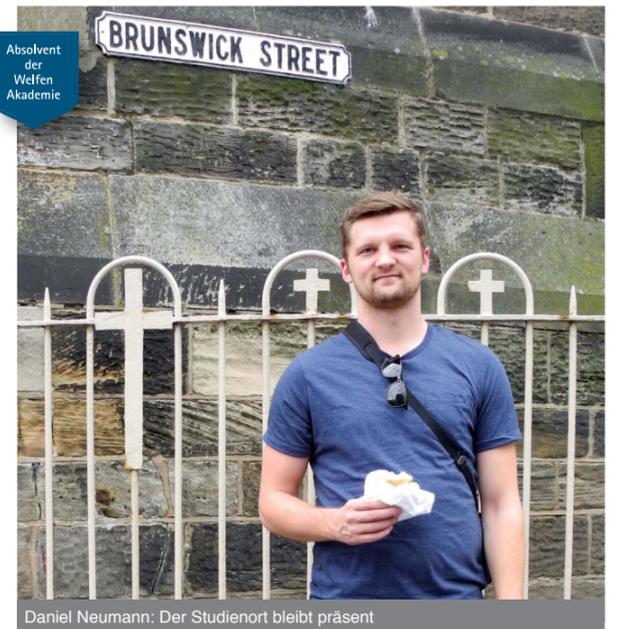
auch Klausuraufsichten, berichtet der Ruheständler. „Hier an der Welfen-Akademie gibt es eine hohe Qualifikation auf fachlicher und menschlicher Ebene. Da ist richtig Schwung drin, es passiert etwas. Das Konzept begeistert mich. Wenn ich das als 63-Jähriger begleiten kann, bin ich froh und dankbar.“ Hinzu komme: Die Gespräche mit den Studenten hielten ihn frisch. Einige hatte er schon beim BSC Acosta kennengelernt – als Fußballer oder Schiedsrichter. Bei dem Sportclub bietet Jürgen Eickmann bereits seit 2007 als ehrenamtlicher Sozialberater Seminare zur Teambildung an: Wie wächst man als Mannschaft zusammen?

Ende April leitete er einen selbst konzipierten Workshop zur Berufsorientierung. Vorbereitet wurde zum Beispiel auf Auswahlverfahren. „Ich habe selbst aktiv Fußball gespielt“, erzählt der gebürtige Bad Harzburger. „Aber wichtig ist auch zu überlegen, wie es danach weitergeht – zu zeigen, dass es noch etwas anderes gibt.“

Wohnort: London

Absolvent Daniel Neumann arbeitet seit 2013 für die Nord/LB in England

„Daniel, hättest du nicht Lust, nächstes Jahr nach London zu gehen?“ „Ähm, ja, warum eigentlich nicht?!“ „Musst du ja nicht jetzt entscheiden. Du hast bis zum 20. Januar Zeit. Frohe Weihnachten!“ So in etwa verlief das Gespräch auf dem Gang bei uns im Risikocontrolling der NORD/LB in Hannover zwischen meinem Abteilungsleiter und mir kurz vor Weihnachten 2012. Die nächsten vier Wochen verbrachte ich damit, mir gemeinsam mit meiner Freundin den Kopf zu zerbrechen. Hin und her wurde überlegt, Pro und Kontra abgewogen. Und obwohl mir eigentlich schon eine fünfmonatige Auszeit ab August 2013 genehmigt worden war, in der ich zur Belohnung für mein abgeschlossenes Master-Studium an der FernUni Hagen auf Weltreise gehen wollte, entschied ich mich trotzdem dafür, nach London zu gehen. Nach vier Jahren im Risikocontrolling und täglichem Pendeln von Braunschweig und später sogar von Hamburg nach Hannover, war es ohnehin Zeit für eine Veränderung. In den folgenden Monaten wurde viel organisiert, eine Wohnung gesucht, letzte Klausuren und die Masterarbeit geschrieben, Abschiedspartys gefeiert und Südafrika und Mosambik bereist. Zwischendurch ertappte ich mich immer wieder dabei, mir meinen ersten Arbeitstag auszumalen: Es ist der 1. Juli, und ich laufe mit Mantel und



Daniel Neumann: Der Studienort bleibt präsent

Regenschirm durchs graue London. Viel Regen, schlechtes Essen und Bier ohne Kohlensäure werden leider häufig mit England assoziiert.

Ende Juni 2013 sind wir dann aus unserer gemeinsamen Wohnung in Hamburg in den Londoner Westen gezogen, wo uns strahlender Sonnenschein empfing, der die nächsten fünf Wochen andauern sollte. Warum sollte das Wetter auch schlechter sein als bei uns in Norddeutschland, wo London doch sogar südlich von Braunschweig liegt? Schlechtes Essen und Bier ohne Kohlensäure gibt es wirklich. Aber umso mehr richtig gutes Essen und auch ganz viel leckeres Bier! Und vor allem guten Fußball. Also alles halb so wild. Den besten Fußball gibt es übrigens in Acton bei den Old Actonians. Falls also mal jemand in London sein sollte und an ehrlichen 90 Minuten Saturday League Football interessiert ist, gerne vorbeischaun.

Mittlerweile ist schon mehr als ein Jahr vergangen, und wir fühlen uns sehr wohl. Ich arbeite hier mit einem Kollegen zusammen, der gleichzeitig mein Chef ist. Unsere anderen vier Kollegen sitzen in New York und Singapur. Wir betreuen jeweils vor Ort die Aktivitäten unserer Handelsbereiche, hauptsächlich der Treasury-Einheiten. Wenn irgendwo mal Not am Mann ist, kann es vorkommen, dass man sich unterstützen muss. So durfte ich neulich neun Tage lang in New York arbeiten. Nach derzeitigem Plan werden wir noch knapp zwei weitere Jahre hier bleiben. Denn nach drei Jahren endet die Standardvertragslaufzeit für Expats bei der NORD/LB. Aber wer kann schon seriös so weit in die Zukunft planen? Das hat ja schon vor zwei Jahren nicht geklappt.