

## Grußwort



### Exzellenz in Braunschweig

In Anlehnung an das olympische Motto „Schneller, höher, weiter“ müsste es bei der WelfenAkademie heißen: „Moderner, größer, besser“. Denn die Entwicklung unserer Bildungseinrichtung war in den letzten Jahren immer rasanter und dabei immer erfolgreicher. Steigende Zahlen bei Studierenden und Kooperationsunternehmen sowie beste Rankingergebnisse im bundesweiten Vergleich belegen das.

Ein solcher Erfolg ist nur möglich, wenn Geschäftsführung, Studierende und Mitgliedsunternehmen gleichermaßen engagiert ihren Beitrag leisten. Der WelfenAkademie ist es gelungen, in einem modernen Umfeld hervorragende Studienbedingungen zu schaffen. Kleine Studiengruppen und ausgezeichnete Dozenten runden das Angebot ab.

Unseren Studenten eröffnen sich nach erfolgreichem Bachelor-Abschluss sehr gute Berufsaussichten. Denn durch das duale Studium sind unsere Absolventen in Theorie und Praxis bestens für eine erfolgreiche Karriere vorbereitet. Das schätzen auch die ausbildenden Unternehmen, da die Studierenden schon während der Ausbildungszeit viel besser in die Betriebsabläufe integriert werden können, ihnen unternehmerisches Denken und Handeln vermittelt und so schon früh ein Beitrag zur Wertschöpfung geleistet wird. Nach dem Ausbildungsende ist jeder Bachelor of Arts sofort im Unternehmen „einsatzfähig“. Angesichts des knappen Führungskräfteamarktes ein echter Standortvorteil. Mit der Ausweitung des Ausbildungsprogramms, zum Beispiel mit weiteren Fachwirtlehrgängen, festigt die WelfenAkademie ihre Position im Wettbewerb. Davon profitieren die Jugendlichen und die Unternehmen unserer Region gleichermaßen. Es sichert Bildungsexzellenz. Deshalb gilt: Beste Zukunftsaussichten mit einer Ausbildung an der WelfenAkademie!

Claudia Block, geschäftsführende Gesellschafterin Block am Ring GmbH & Co. KG  
Vorstandsmitglied der WelfenAkademie

## Chancen und Gefahren

### Viertes Symposium: Die Digitalisierung der Wirtschaft

61 Millionen Internetnutzer gibt es inzwischen deutschlandweit. Die Hälfte von ihnen ist täglich online. Online-Marketing ist deshalb eine große Chance für Unternehmen. Welche neuen Trends sollte man beachten, um wahrgenommen zu werden? Das war ein Thema beim vierten Symposium in der WelfenAkademie. Anfang November stellte Adrian Blockus, Partner-Manager von Google, Vermarktungsstrategien vor. Anschließend sensibilisierte Markus Böger vom Niedersächsischen Verfassungsschutz für die Gefahren der vernetzten Welt. „Glauben Sie nicht, dass es in Ihrem Unternehmen keine interessanten Daten gibt. Und glauben Sie nicht, dass es immer einen Grund für einen Angriff mit Schadcode geben muss. Nicht wenige greifen nur deshalb an, weil es geht.“ Thema des Symposiums im Audimax/Raum Kroschke war „Die Digitalisierung der Wirtschaft“.



Alexa von Busse diskutierte mit Markus Böger (links) und Adrian Blockus

Lesen Sie weiter auf Seite 4 →

## Am Start



24 Partner-Unternehmen gestalten die Praxisphasen

### WelfenAkademie begrüßte 64 neue BWL-Studenten

Die Neuen sind da: Für 64 junge Menschen aus der Region hat ein neuer Lebensabschnitt begonnen. Drei Jahre lang wird sie ein duales Studium aufs Berufsleben vorbereiten. 24 Partner-Unternehmen gestalten die 96 Praxis-Wochen. Das theoretische Wissen wird an der WelfenAkademie vermittelt – in sechs Theoriephasen mit insgesamt 60 Wochen. Am 18. September wurden die neuen Studenten im Audimax/Raum Kroschke begrüßt. Anika Paul, stellvertretende Vorstandsvorsitzende und vor 16 Jahren Absolventin der Akademie, ermutigte die Erstsemester, auch auf die kleinen Ereignisse während des Studiums zu achten: „Daran werden Sie sich erinnern.“ Von den Studenten wünscht sie sich, dass sie ihre digitale Leichtigkeit mit in die Unternehmen tragen und dort eventuell ältere Kollegen mitreißen. „So können wir die Chance des digitalen Wandels nutzen und unsere Region voranbringen.“

Lesen Sie weiter auf Seite 8 →

## „Etwas langsamer, genießt den Moment“

### 65 Welfen feierten im Steigenberger Parkhotel ihren Bachelor-Abschluss

Ein schönes Bild: 65 Absolventen in schwarzen Talaren, erwartungsfroh aufgereiht im Flur der historischen Maschinenhalle des Steigenberger Parkhotels. Zu „An Tagen wie diesen“ von den Toten Hosen zogen sie am 4. September in den Festsaal ein. Gut 400 Gäste, Dozenten und Unternehmensvertreter warteten schon auf sie. „Etwas langsamer, genießt den Moment“, rief jemand.

Die würdevolle Abschlussfeier im Saal mit den blau beleuchteten Wänden, passend zur Akademie-Farbe, haben sich die Absolventen des Jahrgangs 2012 redlich verdient. „Wer die WelfenAkademie erfolgreich abschließen möchte, braucht Ausdauer und muss bereit sein, Schweiß zu vergießen“, sagte der Vorstandsvorsitzende Joachim Roth anerkennend. „Das duale Betriebswirtschaftsstudium ist ein hartes Stück Arbeit.“ 73 junge Menschen aus 23 Betrieben hatten vor drei Jahren das Studium begonnen. Die durchschnittliche Gesamtnote der 65 Absolventen lag nun bei 2,2.

Anteil am guten Ergebnis hätten auch die Eltern und Freunde der jungen Betriebswirte, so Geschäftsführer Dr. Jens Bölscher. „Einige der Studenten waren 2012 noch 17 Jahre jung. Da braucht man Rückhalt.“ Er stellte ein besonderes Praxisprojekt des Jahrgangs vor: 13 Modemanagement- und drei Handelsstudenten entwarfen bei New Yorker eine eigene Modekollektion – und waren auch Model für die rund 35 Artikel. Die Mode wurde dann europaweit verkauft. Für einen besonderen Moment bei der Abschlussfeier sorgte Christian Draheim, ein fast blinder Student. Er erkennt nur Licht und räumliche Strukturen und hat dennoch in der Regelstudienzeit ein duales BWL-Studium in der Vertiefungsrichtung Personaldienstleistungsmanagement bewältigt, mit der AutoVision GmbH als Partnerunternehmen. Unter Applaus wurde der 36-Jährige auf die Bühne geleitet. Er sagte: „Als ich die telefonische Zusage bekam, war klar, dass es eine große Herausforderung wird.“ Doch man müsse, zitierte er Hermann Hesse, „das Unmögliche versuchen, um das Mögliche zu erreichen.“

Die Jahrgangsbesten wurden mit dem Löwenpreis der Braunschweigischen Landessparkasse ausgezeichnet. Den mit 500 Euro dotierten Preis teilten sich in diesem Jahr Vanessa Boukoura (AutoVision GmbH) und Tatjana Henne (Volkswagen Financial Services). Beide haben in fast allen Studienmodulen eine Eins.



Abschlussbild im Grünen, im Bürgerpark vor dem Steigenberger Parkhotel. Die durchschnittliche Gesamtnote der 65 Absolventen lag bei 2,2.



Der entspannte Moment kurz vor der Zeugnisübergabe



Spannendes Leben, wir kommen

## Neue Fachrichtung



### Neu: Informationsmanagement

Diese sechste Ausgabe der [kompakt] bietet Ihnen eine ganze Reihe von Highlights und es erscheint kaum gerechtfertigt, einzelne Aspekte hervorzuheben. Trotzdem haben zwei Themen besondere Bedeutung für die weitere Entwicklung der WelfenAkademie und so möchte ich auf diese hier Ihre Aufmerksamkeit lenken:

Zum ersten Mal in der Geschichte der WelfenAkademie haben wir am 4. September unsere Absolventenverabschiedung im Steigenberger Parkhotel Braunschweig gefeiert. Die historische Maschinenhalle und 450 Gäste boten einen wundervollen Rahmen für die Verabschiedung unserer Absolventen des WelfenAkademie-Jahrgangs 2012. Weitere Eindrücke dazu finden Sie hier im Heft oder im Video bei YouTube. Das Thema Digitalisierung spielt an der WelfenAkademie im Jahr 2015 eine ganz besondere Rolle. Dass wir uns diesen Entwicklungen nicht nur stellen, sondern sie auf verschiedenen Ebenen proaktiv anpacken, sieht man in diesem Jahr u.a. an drei Fakten. Erstens haben wir in diesem Jahr unsere Webseite und den Facebook-Auftritt der WelfenAkademie wesentlich professionalisiert. Zweitens hat sich unser WelfenAkademie-Symposium 2015 dem Schwerpunkt Digitalisierung gewidmet. Top-Referenten von Google und Verfassungsschutz haben die Chancen und Risiken der Digitalisierung beleuchtet und unser Symposium zu einem Event von Interesse gemacht. Drittens haben wir auch die Studienangebote der WelfenAkademie angepasst. Unsere neue Fachrichtung Informationsmanagement ging zum 1. August erfolgreich an den Start. Die Vertiefungsfächer Sicherheits- und Servicemanagement sowie Softwareentwicklung richten sich am Bedarf unserer Kooperationsunternehmen aus. Für Rückfragen zu dieser neuen Fachrichtung stehe ich sehr gerne zur Verfügung. Ich wünsche Ihnen viel Freude mit der [kompakt] und verbleibe mit herzlichen Grüßen aus der WelfenAkademie,

Dr. Jens Bölscher, Geschäftsführer der WelfenAkademie

## Er schreibt auch Lehrbücher

### Dr. Bernd Hempelmann lehrt seit zehn Jahren an der WelfenAkademie

In den ersten Monaten als hauptamtlicher Dozent wohnte Dr. Bernd Hempelmann in der WelfenAkademie. Im Kloster Wöltingerode, dem Gründungsort, hatte er ein möbliertes Zimmer. „Ich habe nur ein Radio mitgebracht. Ich weiß noch, wie ich einige Spiele der Fußball-WM 2006 im Radio verfolgt habe. Einen Fernseher gab es leider nicht.“ Essen ging er meist im Klosterkrug. Die Atmosphäre blieb ihm als „angenehm und urig“ in Erinnerung. Festangestellt als Dozent war neben ihm zunächst nur Dr. Jens Bölscher, der heutige Geschäftsführer. Im Oktober konnten wir Dr. Bernd Hempelmann nun zum zehnjährigen Jubiläum an der Akademie gratulieren.

Gestartet war der Diplom-Kaufmann 1988 als Assistent an der Uni Osnabrück. Als wissenschaftlicher Mitarbeiter des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften hielt er seine erste Marketing-Vorlesung. 1992 promovierte er über Qualitäts- und Kommunikationspolitik angesichts von Produktkrisen. 1999 folgte die Habilitation. Thema: Optimales Franchising. Bevor er 2005 hauptamtlicher Dozent an der WelfenAkademie wurde, war er Lehrbeauftragter an der Berufsakademie Ost-Friesland, an der FH Osnabrück sowie an der Universität Osnabrück (letzteres bis 2009).



Dr. Bernd Hempelmann wohnte früher in der WelfenAkademie

An der Akademie unterrichtet der 55-Jährige nun Wirtschaftsmathematik, Finanzierung und Marktforschung, immer auch mit Praxisbezug durch Fallstudien. Seit 2011 ist er auch Lehrbuchautor. Zusammen mit Guido Grunwald, einem damaligen Kollegen in Osnabrück, verfasste Dr. Bernd Hempelmann eine praxisorientierte Einführung in Angewandte Marktforschung. Aktuell arbeitet er an einem Werk über Marketingmanagement, das im kommenden Frühjahr erscheinen wird. Die Lehre ist sozusagen auch sein Hobby. Ein anderes Hobby hat er hingegen recht schnell wieder aufgegeben: „2011 hatte ich mal Gesangsunterricht, Richtung Pop“, berichtet er, „aber dann habe ich gemerkt, dass das nicht so einfach ist. Es war zu zeitintensiv. Aber vielleicht fange ich mal wieder damit an.“

## Mobil mit dem ÖPNV

### Eindeutiges Umfrageergebnis: VRB Semesterticket wird weiter genutzt

„Soll es weiterhin ein VRB Semesterticket geben?“ Bei dieser Umfrage unter den 137 Studierenden der Jahrgänge 2013 und 2014 gab es ein eindeutiges Ergebnis. 113 Stimmen wurden abgegeben – eine Umfragebeteiligung von 82,5 Prozent. 85 Studierende stimmten für die weitere Nutzung, 25 für die Abschaffung und 3 für die Erweiterung des Tickets auf Niedersachsen. Fazit also: 75 Prozent Zustimmung.

Anlass der Befragung war eine angekündigte Preiserhöhung. Zum Wintersemester 2015/16 erhöhte sich der Preis des Tickets auf 60 Euro. Für zehn Euro pro Monat können die Studierenden nun die öffentlichen Verkehrsmittel des gesamten Liniennetzes im Verbundtarif Region Braunschweig nutzen. Sie sind mobil zwischen Hankensbüttel und Braunlage sowie zwischen Hohenhameln und Helmstedt. Das Angebot ist obligatorisch. Die Semesterkarte dient gleichzeitig als Studierendenausweis. Um in Zukunft mehr Planungssicherheit zu erhalten, haben die Hochschulen der Region, der Verkehrsverbund Braunschweig und die Landesnahverkehrsgesellschaft vereinbart, die Preise bis zum Sommersemester 2020 fortzuschreiben. Jährlich zum Wintersemester wird sich der Preis des Semestertickets um fünf Euro erhöhen.

Die jeweils aktuellen Preise sind abrufbar unter [www.vrb-online.de](http://www.vrb-online.de)

## Hochschulranking

### ZEIT-Hochschulranking: WelfenAkademie beste private Einrichtung im Fach Betriebswirtschaftslehre

Das duale BWL-Studium an der WelfenAkademie gehört weiterhin zur absoluten Spitze in Deutschland. Im aktuellen Hochschulranking des Centrums für Hochschulentwicklung (CHE) und der ZEIT erreicht die Akademie in den zwölf bewerteten Kategorien einen Schnitt von 1,7 – und ist somit im bundesweiten Vergleich die beste private Einrichtung im Fach Betriebswirtschaftslehre. Die WelfenAkademie platzierte sich vor namhaften Mitbewerbern wie der Nordakademie Elmshorn und der Frankfurt School. Benotet wurden unter anderem die Studiensituation insgesamt (1,5), die Studierbarkeit (1,4), die Räume (1,3) und der Kontakt zu Studierenden (1,3).

„Es macht uns sehr stolz, dass wir zum wiederholten Mal ganz vorne landen. Ein solcher Erfolg ist nur im Team möglich. Daher möchte ich mich ganz herzlich bei allen Partnern des Erfolges bedanken“, so Dr. Jens Bölscher. Als besondere Stärken der Akademie nennt er den modernen Campus, die enge Verzahnung von Theorie und Praxis, kleine Studiengruppen, die individuelle Betreuung durch hochqualifizierte Dozenten aus Theorie und Praxis und das freundliche Akademierteam.

Das CHE-Ranking ist das umfassendste und detaillierteste Ranking im deutschsprachigen Raum. Über 250.000 Studenten werden befragt. Berücksichtigt werden zudem Fakten zu Studium, Lehre, Ausstattung und Forschung.



## „Die Räder stehen hier nie still“

### Was passiert im Sommer in der WelfenAkademie?

„In den Sommerferien geschlossen – in drei Wochen sind wir wieder für Sie da“: So ein Schild wird nie am Eingang hängen. Auch in der vorlesungsfreien Zeit im Juli und August ist die WelfenAkademie geöffnet. „Die festangestellten Dozenten sind in der Regel bis Ende Juli hier. Sie begutachten Bachelorarbeiten und nehmen mündliche Prüfungen ab. Bis spätestens Anfang August werden die Arbeiten im Bachelor-Kolloquium verteidigt. Die Studenten stellen noch einmal ihre Abschlussarbeit vor. Dann wird über die Ergebnisse diskutiert – insgesamt 45 Minuten zusammen mit dem Erst- und Zweitgutachter“, berichtet Studienkoordinator Dr. Martin Hahmann.

Parallel bereitet die Studienorganisation die Begrüßungs- und Abschlussfeier vor und organisiert die Studienpläne für das kommende Semester – für jeden Studenten vier Module à 40 bis 48 Stunden. Die Termine der Dozenten werden abgeglichen, neue Dozenten angefragt, Lehreinsatz- und Zeitpläne erstellt und Prüfungstermine geplant. Zusätzlich gibt es Absprachen mit den Kooperationsunternehmen. In einem Onlineportal können die Studenten verfolgen, wie die Planung vorangeht.

„Wir haben an der WelfenAkademie drei Jahrgänge. Die Theorie- und Praxisphasen werden so geplant, dass im Semester fast immer zwei Jahrgänge an der Akademie sind und der dritte zeitgleich in der Praxis. Im Grundstudium dauern die Theoriephasen zwölf Wochen; ab dem vierten Semester acht Wochen“, erläutert Dr. Martin Hahmann. Ein eng getaktetes Zeitkorsett. Die Studenten haben pro Jahr circa 26 bis 28 Tage Urlaub. Den dürfen sie indes nur in der Praxisphase nehmen.

In diesem Jahr wurden die Erstsemester am 18. September in der WelfenAkademie begrüßt. Das Partnerunternehmen lernten sie bereits seit dem 1. August – dem Vertragsbeginn – kennen. Nach der Begrüßung an der Akademie gab es eine kurze Einführung in die Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens und eine Podiumsdiskussion mit Studierenden aus höheren Jahrgängen, Ausbildungsverantwortlichen und einem Absolventen – nebst einem Begrüßungsorder mit einem Leitfadens. Dann erhielten die Erstsemester eine Praxisaufgabe und gingen zurück ins Unternehmen. Sie arbeiten also erst drei Monate im Unternehmen, bevor Ende Oktober die erste Theoriephase beginnt. Zum Semesterbeginn wird die fünfseitige Praxisstudie vorgelegt. Eine enge Verzahnung von Theorie und Praxis.

Das fünfte Semester startete bereits am 31. August; das dritte Semester am 21. September. „Die Räder stehen hier nie still“, so Dr. Martin Hahmann. „Wir haben jetzt schon Studienblöcke bis zum Jahrgang 2017 geplant.“



Im Sommer belebte dieses Kunst-Dromedar das Foyer



Wir wünschen  
allen Lesern eine  
besinnliche und fröhliche  
Vorweihnachtszeit

## Fachgebiet: Produktion und Logistik



Prof. Dr. Folker Roland lehrt seit 1998 an der WelfenAkademie

### Lehrende im Porträt: Prof. Dr. Folker Roland

Die akademische Laufbahn war für Prof. Dr. Folker Roland nicht der einzige denkbare Weg. Nach dem Studium der Betriebswirtschaftslehre und Mathematik promovierte er an der Uni Göttingen in Kooperation mit der Volkswagen AG. Thema: Beschaffungsstrategien, unterstützt durch prozessorientierte EDV. In diesem Rahmen arbeitete er von 1991

bis 1993 in der Konzernbeschaffung in Wolfsburg. „Ein dauerhafter Einstieg bei VW lag nahe. Der akademische Weg hat sich im Grunde erst am Schluss des Promotionsstudiums entschieden“, berichtet der 51-Jährige. Der Grund: 1993 kam José Ignacio López in den angeschlagenen VW-Konzern. „Viele meiner Ansprechpartner waren plötzlich nicht mehr da. Es konkretisierte sich nicht.“ So wurde Folker Roland 1994 Professor für BWL, insbesondere Produktion und Logistik, an der Hochschule Harz in Wernigerode. Seit 1998 lehrt er auch an der WelfenAkademie.

### WA: Wie kamen Sie zur WelfenAkademie?

FR: Mitte der 90er Jahre sprach mich Studienleiter Prof. Dr. Uwe Götze an, ob ich Veranstaltungen übernehmen würde. Wir kannten uns schon lange. Er war einer der Betreuer meiner Diplomarbeit an der Uni Göttingen. Die WelfenAkademie hatte damals ihren Sitz noch im Kloster Wöltingerode, ganz in der Nähe unseres Hochschulstandorts. Zugleich fand ich das Konzept eines dualen Studiums sehr interessant.

### WA: Was lehren Sie?

FR: Von der Veranstaltung SBWL III im zweiten Studienjahr lehre ich seit langem die Teile „Einführung“ sowie „Distributions- und Entsorgungslogistik“. Außerdem habe ich aus der Vertiefungsrichtung „Produktion/Logistik“ den Teil „Beschaffungsstrategien“ übernommen.

### WA: Unterscheiden sich Ihre Vorlesungen an der Hochschule von denen an der Akademie? Wie stellen Sie Praxisbezug her?

FR: Da ich von einer Fachhochschule komme, ist der Unterschied nicht so groß. Es gibt ähnliche Gruppengrößen: im Durchschnitt 20 Studierende, manchmal auch bis zu 50. In den Grundlagenveranstaltungen sind die Gruppen größer, in den Vertiefungen in der Regel kleiner. Bei der Logistik und dem Beschaffungsmanagement gibt es jeweils stabile Grundstrukturen der Lehrveranstaltungen. In sie lassen sich aktuelle Beispiele aus der Praxis einbinden – beim Thema „Logistik der letzten Meile“ zum Beispiel das Vorhaben der Deutschen Post, Paketkästen vor Miethäusern aufzustellen.

### WA: Wie erleben Sie die Studierenden? Haben Studierende Sie schon auf Ideen gebracht?

FR: Die Studierenden erlebe ich als engagiert und kommunikativ. In einigen Fällen ließen sich ihre beruflichen Erfahrungen und Fragestellungen aus den Praxisunternehmen direkt in die Lehre einbinden. Letztens hat eine Studentin von Alba Braunschweig zum Beispiel ziemlich spontan in einer Präsentation das Thema „Entsorgungslogistik“ aus der Sicht eines großen Dienstleisters vorgestellt. Aktuell sind zwei Studierende in die Organisation der Tourenplanung eines Handelsunternehmens eingebunden und haben die Exportabwicklung mit Asien begleitet. Die erlebten Abläufe kann man mit den Schritten aus Lehrbüchern verglei-

chen und dann diskutieren, ob Abweichungen davon sinnvoll sind. Der Dialog ist wichtig. Zur Vorlesung gehört auch Gruppenarbeit. Die Studierenden bewerten zum Beispiel Standortfaktoren.

### WA: Was möchten Sie vor allem vermitteln?

FR: Vor allem ein Grundgerüst an Kompetenzen, an das die Studierenden dann mit ihren Praxiserfahrungen andocken können. Wenn sie sich auch später noch daran erinnern, dass für die Kunden von Logistikleistungen bestimmte Aspekte wie die Lieferzeit, die Liefertreue, die Lieferflexibilität, die Lieferqualität und die Informationsfähigkeit wichtig sind, können sie hierauf unabhängig vom konkreten Anwendungsgebiet und den eingesetzten Technologien zurückgreifen.

### WA: Welche weiteren Aufgaben haben Sie an der WelfenAkademie?

FR: Ich bin Vorsitzender der Fachkommission, in der die Studienleitung, Dozenten, Unternehmensvertreter und Studierende über wichtige Aspekte von Studium und Lehre diskutieren. Aktuell geht es zum Beispiel um Themen wie den gelungenen Studienstart, die Studierbarkeit auch in Bezug auf Prüfungstermine oder die Vernetzung der Studieninhalte mit Ausbildungsinhalten in den Unternehmen. Wir diskutieren zum Beispiel auch über Gruppengrößen, Technikunterstützung und E-Learning.

### WA: Wie gefällt es Ihnen an der Akademie?

FR: Nach wie vor sehr gut, ich bin gerne an der WelfenAkademie aktiv. Positiv ist insbesondere auch die Kooperation mit unserer Hochschule. Einige Absolventen studieren anschließend berufsbegleitend im MBA-Programm der Hochschule Harz. Das Programm kann im Rahmen der möglichen Gesamtstudiendauer von zwei bis vier Jahren individuell und flexibel gestaltet werden. Neben Studieninhalten, die für alle verbindlich sind, besteht die Möglichkeit, sich auf zwei Schwerpunkte zu konzentrieren. Zur Wahl stehen „E-Business“, „Marketing“, „Finanzdienstleistungen“ und „Personalmanagement“. Kurz vor dem Abschluss stellen wird den Studierenden an der Akademie immer der Masterstudiengang vor – als eine Möglichkeit, weiterzustudieren.

## 150 Beratungen

### Großes Interesse am Stand der WelfenAkademie auf der Ausbildungsmesse Vocatium

150 vereinbarte Beratungsgespräche in zwei Tagen: Dieses stolze Pensum bewältigten fünf Mitarbeiter der WelfenAkademie Anfang Juni bei der Vocatium in der Stadthalle. Bereits seit 2010 ist die Akademie mit einem eigenen Stand auf der Fachmesse für Ausbildung und Studium präsent. Diesmal wurden junge Leute aus 80 Schulen von insgesamt 113 Ausstellern informiert.

„Die Messe ist richtig gut organisiert“, freute sich Dr. Jens Bölscher. Im Vorfeld hatten die Schüler Gelegenheit, maximal vier Beratungstermine zu vereinbaren und sich mit einer Kurzbewerbung darauf vorzubereiten. Zu den Stoßzeiten herrschte nicht nur vor dem Welfen-Stand ein großer Ansturm. „Für ein spontanes Beratungsgespräch zwischendurch haben wir uns aber auch immer wieder Zeit genommen.“ Der Stand war bewusst nicht bei den Hochschulen aufgebaut, sondern in der Nähe der Partnerunternehmen. Der Vorteil: Wenn ein Schüler sich bei einem Unternehmen über ein duales Studium informierte, waren es nur wenige Schritte bis zum Stand der Akademie. „Die Schüler waren alle sehr gut informiert“, resümierte Dr. Jens Bölscher. Die meisten erkundigten sich nach der Tagesstruktur eines dualen Studiums. Viele hatten Zweifel, dass es zu schaffen ist. „Wir konnten sie beruhigen.“ Das Team wies die jungen Menschen aber stets darauf hin, dass sie sich bereits jetzt bewerben sollten, wenn sie im nächsten Jahr mit der Ausbildung beginnen wollen. „Das unterschätzen viele“, so der Geschäftsführer der WelfenAkademie.



Birgit Feickert und Christoph Mayhaus bei Beratungsgesprächen

## Jung und engagiert

### Studenten engagieren sich in sozialen Einrichtungen

Bereits seit 2012 bietet die Akademie Studenten die Möglichkeit, sich an einem Projekttag ehrenamtlich zu engagieren. Das gemeinsame Projekt mit der Bürgerstiftung Braunschweig ist eine tolle Gelegenheit, soziale Einrichtungen in der Region kennenzulernen und über den Tellerrand zu schauen.



Ein Projekt: Kochen im Diakonietreff Madamenhof

Beliebte Projekte der vergangenen Jahre waren zum Beispiel das Lesen und Spielen mit Kindern in einer Kita, Kochen in einer Einrichtung der Diakonie oder das Anlegen eines Gartens für Einwohner einer Pflegeeinrichtung. Für alle Beteiligten sind diese Aktionen ein großer Gewinn: Die Menschen in den Einrichtungen freuen sich über die Anerkennung ihrer Arbeit und über die Abwechslung. Die Studenten machen neue Erfahrungen, und die Partnerunternehmen übernehmen soziale Verantwortung.

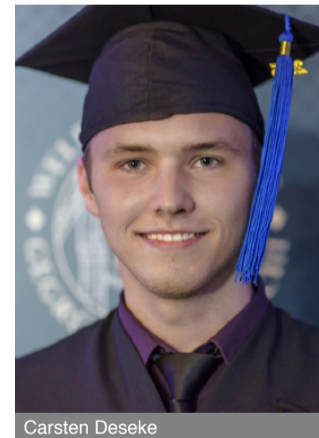
Die Projekte werden von der Bürgerstiftung bei einer Auftaktveranstaltung vorgestellt. In kleinen Gruppen bereiten die Studenten dann ihr Wunschprojekt vor. Die Termine können flexibel abgestimmt werden. In den vergangenen Jahren haben die NORD/LB sowie die Volkswagen Financial Services AG „Jung und engagiert“ aktiv unterstützt und die Teilnehmer für den Projekttag freigestellt.

Nähere Informationen für interessierte Unternehmen bei Patrick Scheunemann, Telefon: 0531/48 03 98 39.

## Stipendiaten

### WelfenAkademie-Stiftung vergab drei Stipendien – komplett aus eigenen Mitteln finanziert

Die WelfenAkademie-Stiftung hat im Sommer ihre ersten komplett aus eigenen Mitteln finanzierten Stipendien vergeben. Zwei Studentinnen werden einmalig mit je 1000 Euro unterstützt; ein Student einmalig mit 500 Euro. Die Summe ist an keine Bedingungen geknüpft. Vorgesehen ist nur, dass die Studenten nach einem Jahr von ihrer Arbeit berichten. Ausgewählt wurden die Stipendiaten durch den Stiftungsrat. Kooperationsunternehmen des dualen BWL-Studiums von Zaneta Gonsior ist die Media World GmbH. Majlena Pedersen wird bei der Brunswiek Marketing GmbH ausgebildet. Der dritte Stipendiat, Carsten Deseke, arbeitet in den Praxisphasen bei Küchen Aktuell. Ende 2014 hatte die WelfenAkademie-Stiftung bereits zwei Stipendien vergeben – gemeinsam mit der Familie-Immenrodt-Stiftung, einer Treuhandstiftung der Bürgerstiftung Braunschweig. Zwei Studenten der Fachrichtung Industrie wurden jeweils mit 1000 Euro unterstützt.



Carsten Deseke



Zaneta Gonsior



Majlena Pedersen



## Viertes Symposium: Chancen und Gefahren der Digitalisierung

### Trends für Online-Marketing nutzen – Gefahren der vernetzten Welt begrenzen

Die WelfenAkademie hat es geschafft, ihr jährliches Symposium als Fachveranstaltung mit Informationsgewinn zu etablieren. Am 5. November war das Audimax bis in die letzten Reihen besetzt. „Als wir die Veranstaltung vor vier Jahren aus der Taufe gehoben haben, wollten wir ein inhaltliches Ausrufezeichen setzen. Das ist uns gelungen“, sagte Geschäftsführer Dr. Jens Bölscher zur Begrüßung. Das Thema „Die Digitalisierung der Wirtschaft“ nutzte er zunächst für einen Rückblick. Als er seine Dissertation zum E-Commerce in der Versicherungsbranche schrieb, führte er Interviews mit Vorständen. „Damals sagten sie: Im Internet wird niemals jemand eine Versicherung abschließen. Da ist die falsche Zielgruppe unterwegs, und das Produkt ist nicht sexy genug.“ 15 Jahre später gehören AdWords-Keywords aus dem Versicherungs- und Kreditumfeld nun zu den teuersten bei Google.



Abgerundet wurde das Symposium durch ein Get together im Foyer

Im Internet zu werben, sei auch für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) eine interessante Option, berichtete als erster Referent Adrian Blockus. Er ist strategischer Partner-Manager bei Google. Der Internet-Gigant erwirtschaftet derzeit 90 Prozent des Umsatzes mit Online-Marketing und Medienlösungen. KMU werden dabei durch strategische Partner beraten. Über 5000 Agenturen wurden dafür zertifiziert ([www.google.com/partners](http://www.google.com/partners)). Die Zahl der Bildschirme habe sich stark erhöht. Neben Fernsehern und Computern werden inzwischen auch Smartphones, Tablets, Wearables und Bildschirme in Autos genutzt. Drei Milliarden Menschen sind derzeit weltweit online. 100 Milliarden Suchanfragen beantwortet Google monatlich. 15 Prozent dieser Anfragen sind neu; also zuvor noch nicht formuliert. „Die Datenbank der Absichten ändert sich ständig. Zunehmend werden Fragen in die Suchmaschinen eingegeben. Deshalb empfehle ich, nicht ein Produkt zu bewerben, sondern zu versuchen, eine Absicht zu erkennen. Ein Laufgeschäft sollte keinen Laufschuh bewerben, sondern lieber das Keyword Marathon nutzen“, so Adrian Blockus. Er gab Einblick in das sich ändernde Nutzerverhalten. 38 Prozent der Suchanfragen in Deutschland stammten inzwischen von mobilen Endgeräten. „Wichtig ist deshalb, dass die Webpräsenz für möglichst viele Geräte geeignet ist. Noch besser ist, die Nutzer zu motivieren, gleich anzurufen, statt sie auf eine Webseite zu vermitteln.“ 90 Prozent des Datenverkehrs 2014 entfielen auf Bewegtbild-Inhalte. „Deshalb sind inzwischen auch Portale wie You Tube für KMU relevant. Hier gibt es eine Milliarde Be-

sucher monatlich. Die Werbung in Clips wird stark angenommen. Eine clevere Idee ist dabei oft wichtiger als ein hohes Budget. Ein Viertel der Nutzer ist heute jünger als 24 Jahre; ein Viertel älter als 50 Jahre. Der Gesamtanteil der Männer liegt bei 56 Prozent. Es gibt also keinen großen Männerüberschuss.“

Seine Botschaft: Die Ansprache potenzieller Kunden über Suchmaschinen-

und Displaymarketing, Facebook und You Tube wird immer bedeutsamer für Unternehmen. „Man muss die entscheidenden Momente nutzen.“ Als kostenlosen Einstieg empfahl Adrian Blockus „Google My Business“, eine kurze Unternehmensdarstellung, die in allen Google-Diensten angezeigt wird. Die Inhalte werden von Google verifiziert. Zum Thema Suchmaschinen-Marketing stellte er dann einige Erfolgsgeschichten vor. Tobias Kirch, Geschäftsführer des kleinen Unternehmens Ethen Rohre, erzielte etwa durch AdWords einen Exportanteil von 20 Prozent für Kapillar- und Präzisionsrohre. Eine Kanzlei erhält 90 Prozent der Aufträge durch AdWords-Anzeigen zum Thema Arbeitsrecht.

Markus Böger vom Niedersächsischen Verfassungsschutz, Abteilung Wirtschaftsschutz, setzte dann den Kontrapunkt. Der Polizeihauptkommissar skizzierte die Risiken in einer vernetzten Welt. „Wir gehen auf Unternehmen zu und sensibilisieren sie für das Thema“, berichtete er. Seine Behörde unterliegt anders als die Polizei keinem Strafverfolgungszwang. So könnten Unternehmen Vorfälle vertraulich melden, ohne einen Reputationsverlust zu fürchten.

Die größte Schwachstelle in IT-Sicherheitssystemen sei der Mensch, betonte Böger. „Eine Risikogruppe sind zum Beispiel ehemalige Mitarbeiter und Insider. Verlässt ein Mitarbeiter Ihr Unternehmen – löschen Sie seinen Account.“ Die meisten Berechtigungen in Unternehmen hätten oft Auszubildende. Wechseln sie die Abteilung, erhalten sie eine weitere Zugriffsberechtigung. „Die vorherige sollte dann beendet werden.“ Schaden entstün-

de indes nicht nur durch absichtsvolles Handeln. Auch Arglosigkeit spielt eine erhebliche Rolle, berichtete er: „Je mehr Loyalität im Unternehmen, desto größer ist die Sicherheit.“ Er riet, keine Sicherheitsbestimmungen zu erlassen, die sinnlos sind oder die von niemandem akzeptiert werden. „Der Mensch ist einfallsreich in der Umgehung solcher Bestimmungen. Wer glaubt, dass es reicht, jemanden ein Papier mit Bestimmungen unterzeich-

nen zu lassen, der irrt. Das führt nicht zur Einhaltung der Vorschriften. So ein Papier hat nur einen Wert, und das ist der Brennwert.“

Das häufigste Einfallstor bei der Firewall seien Konfigurationsfehler der Betreiber, erläuterte er. Angriffe von außen erfolgten vor allem durch Schadprogramme in E-Mails. Auch der Trojaner, der das Computernetzwerk des Bundestags lahmlegte, kam per Mail. „Die Betreffzeile lautete: Ukraine Konflikt. Ein Klick auf den Anhang aktivierte den Trojaner. Vier Tage war das Netzwerk dann nicht funktionsfähig. Vier Tage – was würde das für Ihr Unternehmen bedeuten?“ Manch ein Unternehmer sage, man habe keine interessanten Daten. „Doch alles, was einen Mitbewerber ein Stück nach vorn bringt, ist von Interesse – vor allem die Daten zu Forschung und Entwicklung.“ Nicht wenige Angreifer bräuchten solche Motivation indes gar nicht. „Sie greifen an, weil es geht. Das ist für sie Motivation genug. Um Schadcode zu basteln, benötigt man heute kein großes Know-how. Er ist einfach zu finden. Inzwischen gibt es sogar Support für solche Software oder eine Geld-zurück-Garantie, falls der Schadcode binnen 21 Tagen entdeckt wird.“ Das Ziel der meisten Angriffe ist heute, nicht erkannt zu werden. „Je länger der Schadcode unerkannt bleibt, desto mehr kann er abgreifen.“ Er wolle Angst machen, sagte der Polizeihauptkommissar zum Schluss. „Dafür gibt es gute Gründe.“ Die anschließende Diskussion wurde von Alexa von Busse moderiert. Sie führte auch durch den Abend. Abgerundet wurde das Symposium durch ein Get together mit Getränken und einem Imbiss.

ANZEIGE



**HARALD L. BREMER**  
Haus italienischer Qualitätsweine

### Verschenken Sie die Weine vom Symposium zum Weihnachtsfest...

*Wählen Sie den schönsten Karton - ob Papp- oder eleganter Holzkoffer; ob rot, blau oder schwarz.*

*Stellen Sie Ihr Paket persönlich zusammen. Sie suchen aus - wir packen ein! Präsentkörbe nach Ihren Vorstellungen mit unseren italienischen Delikatessen und Weinen. Von der Verpackung bis zum Versand – wir übernehmen den kompletten Service für Sie.*



BS - Gliesmarode – Efeuweg 3 – Anfahrt über Querumer Str. 26  
Rufen Sie uns an – wir beraten Sie gerne! Tel. 23 73 60 – [www.bremerwein.de](http://www.bremerwein.de)

# Tolle Party: Feiern mit Live-Musik und Tennis

Sommerfest der WelfenAkademie beim ATP-Tennisturnier – Für 2016 plant der Alumni-Verein weitere Events



250 Gäste kamen: „Wie ein großes Klassentreffen“

Alte Freunde wiedertreffen und neue Bekanntschaften knüpfen – unter diesem Motto stand das Sommerfest der WelfenAkademie. In diesem Jahr hatte sich der Alumni-Verein eine ganz besondere Location ausgesucht. Die Party für die ehemaligen und aktuellen Studenten fand im Bürgerpark beim ATP-Tennisturnier statt. In einem zunächst abgetrennten Bereich trafen sich 250 Absolventen, Studenten, Dozenten und Vertreter der Partnerunternehmen. „Zu einem günstigen Preis konnten die Studenten den ganzen Tag die Halbfinale-Matches anschauen. Dazu bekamen sie Verzehrgutscheine“, berichtete Fabian Haars, Vorsitzender des Alumni-Vereins. Die Veranstaltung wurde mit einer Tombola eröffnet. Zu gewinnen gab es neben Kinokarten und Sitzsäcken als Hauptgewinn ein iPad – alles gespendet von Sponsoren. Im Rahmen der Feier überreichte der Alumni-Verein Geschäftsführer Dr. Jens Bölscher einen Scheck über 750 Euro von der Buchhandlung Graff und dem Verein, als Spende zur Anschaffung neuer Literatur.

„Wir zeigen in diesem Jahr Präsenz und öffnen uns. Ein Fest mit gutem Wetter, toller Live-Musik von Soulkitchen und Weltklasse-Tennis, besser geht es nicht“, freute sich Fabian Haars. Auch die Absolventen und Studenten waren begeistert von der Location. „Ich konnte mir das Halbfinale ansehen, das ist schon ein cooler Bonus“, erzählte Absolvent Alexander Greilach. Die gemütliche Lounge-Atmosphäre führte auch Erstsemester und Studenten aus den höheren Jahrgängen zueinander. „Es ist wie ein großes Klassentreffen – und wir lernen auch aktuelle Studierende kennen“, so die Ehemalige Felina Waldmann. 2016 möchte sich der Alumni-Verein neu aufstellen. Der Vorstand organisiert noch weitere Veranstaltungen, beispielsweise ein Herbstfest oder eine Weinprobe im Winter. Das Ziel: „Wir möchten das Gemeinwohl der Studierenden noch besser unterstützen.“



Wir danken allen Sponsoren ganz herzlich für die Unterstützung für ein gelungenes Sommerfest!

ANZEIGE

## Wissen, wer unsere Wirtschaft bewegt.

Jetzt Profil anlegen unter [standort38.de](http://standort38.de)

# Standort 38.de

Wirtschaft und Menschen in unserer Region

## „Wir agieren auch auf Zuruf“

**Christoph Mayhaus betreut die Weiterbildung an der WelfenAkademie. Was läuft besonders gut?**

Die Weiterbildung zum/zur geprüften Leasingfachwirt/-in (IHK) wird deutschlandweit nur in fünf Kammerbezirken angeboten. Sie ist ein Nischenprodukt. 2008 fragte die Volkswagen Financial Services AG bei der WelfenAkademie an: Könnte es den Zertifikatslehrgang nicht auch in Braunschweig geben? Das war der Startschuss für Weiterbildungsangebote an der Akademie. Heute werden neben Zertifikatslehrgängen auch Workshops und Seminare angeboten.

„Gute Nachfrage gibt es zum Beispiel nach unserem Planspielseminar für angehende Nachwuchskräfte. Zwei Referenten schulen Führungskraft, Zielorientierung, Sozialkompetenz und Rhetorik und geben individuelles Feedback. Die ganzheitliche Managementausbildung ist gerade für Firmen interessant, die mit Zielvereinbarungen arbeiten“, berichtet Koordinator Christoph Mayhaus. Ein weiterer Dauerbrenner ist die Weiterbildung zum Ausbilder gemäß AEVO mit IHK-Prüfungszertifikat. Die Erfolgsquote der pädagogischen Fortbildung (dreieinhalb Tage) liegt an der WelfenAkademie bei 98 Prozent – deutlich über dem Bundesdurchschnitt.

Zur Weiterbildung gehören zudem individuell vereinbarte Seminare: „Wir agieren auf Zuruf. Ein Partnerunternehmen benötigte zum Beispiel Unterstützung im Projektmanagement. Dann besprechen wir die Inhalte und den Aufbau, und ich besorge bedarfsgerecht die Referenten. In den Ganztagsseminaren werden zum Beispiel Führungstechniken und psychologisches und kommunikatives Know-how vermittelt: Wie motiviert man sein Team, setzt Meilensteine und vereinbart Ziele? Wichtig ist auch die operative Komponente: die Unterstützung durch IT.“

Aktuell in Vorbereitung ist ein Vertriebsseminar. Es wird Wege aufzeigen, wie das Neukundengeschäft bzw. die erfolgreiche Bindung bestehender Kunden erfolgreich gestaltet werden kann: angefangen von der Zielplanung über die Prozessorganisation und die inhaltliche und formelle Gestaltung bis hin zum Einsatz von Akquisinstrumenten. Darüber hinaus sollen wichtige soziale Kompetenzen (Soft Skills) trainiert werden, die für erfolgreiche Vertriebsmitarbeiter beim täglichen Umgang mit den Kunden unabdingbar sind.

Christoph Mayhaus, gebürtig aus dem Emsland, arbeitet bereits seit 2000 an der WelfenAkademie. Als Fachbereichsleiter BWL war er zu-

er mit dem Modul Recht zu kämpfen. Alles, was mit Recht zu tun hat, ist für BWLer problematisch. Das ist eine andere Denke. Im Nachhinein sagte er nun: „Das war echt eine gute Sache. Heute könnte ich noch viel mehr davon gebrauchen! Eine schöne Bestätigung. Das sind tolle Momente.“

## Welfen-Treffen

**Zufällige Begegnung: Joachim Roth und Laura Fritz trafen sich auf der Expo Real in München**

Die Überraschung war groß: Im Oktober trafen sich zwei Welfen unerwartet in München. Auf der Expo Real, der größten europäischen Immobilienausstellung, begegneten sich Jungwelfin Laura Fritz und der Vorstandsvorsitzende Joachim Roth auf dem Messestand der Stadt Braunschweig. Laura Fritz war mit dem Ausstellerteam ihres Ausbildungsbetriebes Assmann Beraten + Planen GmbH auf der Messe. Joachim Roth, ehemals Wirtschaftsdezernent der Stadt, besuchte mit Kanada Bau die Kooperationspartner auf dem Messestand. Insgesamt waren 39.000 Besucher auf der Messe.



Jungwelfin Laura Fritz mit Joachim Roth

## Digitales Marketing

**„Digital Day“: Experten berichten über ihre Erfahrungen mit sozialen Medien**

„Meine Mutter im Web 2.0“: Wie das aussieht, berichtete Nina Schwerdtfeger beim „Digital Day“ im April. Am Beispiel ihrer Mutter schilderte die damalige Kreativdirektorin Social Media bei Löwenstark, wie Unternehmen Facebook nutzen können, um eine Interessengemeinschaft aufzubauen. Ihre Mutter interessiert sich zum Beispiel für Gartenbau. Durch den Austausch mit Gleichgesinnten wird in der Gruppe Bedarf nach Produkten geweckt – und die Mutter kauft bald bei ihrem „Facebook-Bekanntem“, dem Unternehmen, das die Gruppe organisiert. Der „Digital Day“ brachte zum zweiten Mal Teilnehmer des Programms „Zukunft Bilden“ und Studenten der WelfenAkademie zusammen – eine Kooperation mit dem BZV-Medienhaus, mitorganisiert von Dr. Peter Wille. Unter den Referenten war auch Felix Jahnen. Der Leiter Digital Marketing bei Jägermeister berichtete über aktuelle Kampagnen und Werbemittel und darüber, was sich eine Marke in sozialen Medien erlauben darf. Seine Überzeugung: „Digitales Marketing ist die Zukunft des Marketings. Hier sollte man nicht warten, dass etwas perfekt wird, sondern einfach machen.“

Armin Maus gab den rund 120 Teilnehmern Einblick in den Journalismus in der digitalen Welt. Die stärkere Nähe zum Leser fördere den Dialog und ermögliche den Journalisten noch besser als früher, „Informationen auszutauschen, damit die Gesellschaft besser funktioniert“, so der Chefredakteur der Braunschweiger Zeitung. Mitgestaltet wurde die Veranstaltung zudem von Tim Sadler und Babak Khosrawi-Rad. Die Geschäftsführer des Start-up-Unternehmens Stereolove haben unter anderem das Braunschweiger Holi-Festival organisiert. Ihre Devise: „Wir machen nichts, worauf wir keinen Bock haben. Sonst könnten wir ja auch einen richtigen Job machen.“



Christoph Mayhaus bereitet unter anderem ein Vertriebsseminar vor

nächst zuständig für die Studienorganisation – für die organisatorische und inhaltliche Abstimmung der Module. Seit 2008, nach neunmonatiger Elternzeit, betreut der 47-Jährige nun die Weiterbildung. Zu seinen weiteren Aufgaben gehören die IT-Unterstützung, die Gestaltung der Webseite, Lehrveranstaltungen (z.B. Tabellenkalkulation, wissenschaftliches Arbeiten) und der Beisitz bei mündlichen Prüfungen.

Der Kontakt zur Akademie ergab sich über Studienleiter Prof. Dr. Uwe Götze. Ihn kennt Christoph Mayhaus seit seiner Studienzeit in Göttingen. Als Prof. Götze an der Georg-August-Universität habilitierte, studierte er BWL und war studentische Hilfskraft am Institut für betriebswirtschaftliche Produktions- und Investitionsforschung. „Engen Austausch hatten wir zum Beispiel durch ein Buchprojekt. Die Hiwis waren in die Umsetzung mit eingebunden.“ Nach dem Studium war er wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Wirtschaftswissenschaft der TU Clausthal. „Das Institut wurde zu dieser Zeit gerade aufgewertet. Neben Verwaltung und Lehre arbeitete ich in einer Berufskommission für neue Professoren mit“, erzählt er. Vier Jahre später dann der Wechsel an die WelfenAkademie, die ihren Sitz damals noch in Vienenburg hatte. Das Aufgabenspektrum war deutlich vielseitiger als an der Uni. „Verbunden mit der Organisation des Lehrbetriebs waren zum Beispiel auch Unternehmensbesuche und Gespräche mit Dozenten. Ich habe Lehrveranstaltungen übernommen, Hausarbeiten begutachtet und war bei Prüfungen dabei. In kleineren Unternehmen ist die Aufgabenvariabilität viel größer. Das machte es interessant.“

Das ist bis heute so geblieben. Und über all die Jahre erlebte Christoph Mayhaus auch, dass Studenten über die Belastung klagten. „Sie haben manchmal viel Druck. Ich höre immer wieder, dass jemand sagt: Das Pensum ist echt heftig. Aber bei der Abschlussfeier heißt es dann überall: Es war eine tolle Zeit.“ Er erinnert sich auch an ein zufälliges Treffen mit einem Absolventen, drei Jahre nach dem Abschluss: „Im Studium hatte

## 55 hochkarätige Künstler

**„Artgeschoss“: Highlight der regionalen Kulturszene im Frühjahr 2016 in der WelfenAkademie**

2016 wird die WelfenAkademie zur interessanten Adresse für Sammler, Galeristen und Liebhaber aktueller Kunst. Vom 1. April bis zum 24. Juni stellen 55 hochkarätige internationale Künstler Bilder, Fotografien, Skulpturen, Installationen und Videos aus. Die Werke können auch gekauft werden. Kurator der Ausstellung ist der Berliner Dmitrij Schurbin. Er hat das „Artgeschoss“ erstmals 2013 in Wolfenbüttel organisiert, gemeinsam mit der damaligen Citymanagerin. Nun zieht das Highlight der regionalen Kulturszene nach Braunschweig um!



Skulptur „Geber“ von Ingolf Keiner

Das „Artgeschoss“ bietet ein umfassendes Panorama zeitgenössischer Kunst in einem besonderen Ambiente. In Wolfenbüttel ließen sich bereits bei der Premiere rund 10.000 Besucher begeistern. 2013 öffnete die Galerie auf Zeit in einer leer stehenden Immobilie; 2014 dann in einem ehemaligen Modehaus in der Fußgängerzone. Fünf miteinander verbundene Gebäude wurden als Gesamtkunstwerk in Szene gesetzt. In der WelfenAkademie stehen nun im kommenden Jahr rund 3500 Quadratmeter Ausstellungsfläche zur Verfügung. „Das moderne Gebäude mit dem schönen Innenhof bietet die

perfekte Umgebung für eine Vielzahl von Kunstwerken – mit zwei Ebenen, einem beeindruckenden Eingangsbereich und mehreren Räumen mit gehobenem Ambiente“, so Dmitrij Schurbin. „Ein wichtiges Ziel des Artgeschosses ist, vielfältige Kunst an einen Ort zu bringen, an dem sie nicht unbedingt zu erwarten ist, der aber authentisch und angemessen ist. Das ist hier der Fall.“ Bislang haben sich schon über 200 Künstler beworben. Bis zum Jahresende wird eine unabhängige Fachjury die Auswahl treffen. Das Hauptkriterium: eine künstlerische Idee, die professionell realisiert wird. „Das Konzept ist, verschiedene Kunstrichtungen und Kunstformen zu zeigen. Die Kunstwerke sollen das Publikum nicht verwirren und glauben lassen, nichts von der Kunst zu verstehen. Das Artgeschoss soll stattdessen die Kunst und das Publikum einander näherbringen“, so der Kurator. „Jeder soll etwas finden, das ihn persönlich berührt und mit dem er sich identifizieren kann. Es werden Kunstwerke ausgestellt, die für sich autonom funktionieren und ihre eigene Harmonie hervorheben. Kunst muss von sich aus wirken, ohne Erklärung.“



Öl auf Leinwand: „Falter“ von Dmitrij Schurbin

## „Mischung aus Abenteuer und Jugendherberge“

Lars Kroschke gehörte zum dritten Jahrgang der WelfenAkademie. Wie erlebte der Geschäftsführer der sign point GmbH die Gründungsjahre?

Lars Kroschke kennt die WelfenAkademie noch aus den Gründungsjahren. Er gehörte zum dritten Jahrgang. 1996 bis 1999 ließ er sich im Kloster Wöltingerode ausbilden – mit der Volksbank Braunschweig als Partnerunternehmen. „Nach dem Abitur wollte ich studieren, aber mich nicht ausschließlich bereseln lassen. Ich wollte auch die Arbeitswelt kennenlernen. Theorie und Praxis im Wechsel, das war eine schöne Zwitterlösung – ein toller Einstieg“, erzählt der heutige Geschäftsführer der sign point GmbH. Die Gründungsjahre erlebte er als „noch etwas chaotisch, aber mit extrem viel Herz“. In den ersten vier Semestern wohnte er auch im Kloster: „Das war eine sehr charmante Zeit. Im ersten Jahr hatte man klitzekleine Zimmer mit niedrigen Decken, in denen man sich ducken musste. Es gab Gemeinschaftsküchen und -duschen. Eine Mischung aus Abenteuer und Jugendherberge. Im zweiten Jahr waren die Räume dann renoviert. Jeder hatte ein größeres Zimmer mit eigenem Bad. Viel stilvoller. Heute gibt es das schicke, repräsentative Bürogebäude in Braunschweig, aber das Urige damals hat mir auch gefallen. Es hat einen zusammengeschweißt. Ich habe einen guten Einblick bekommen und tolle Leute kennengelernt.“ Einige Kontakte haben die Jahre überdauert. Auch zur Akademie hat der 39-Jährige noch Kontakt, nicht zuletzt durch Geschäftsführer Dr. Jens Bölscher: „Bei ihm habe ich meinen Bachelor nachgemacht. Mein Abschluss 1999 war noch ein Betriebswirt (BA). Die Zusatzprüfung war die Voraussetzung für einen MBA-Studiengang für Führungskräfte.“

Neben dem MBA-Studiengang schloss Lars Kroschke ein Studium zum Diplom-Marketingwirt an der BAW München ab. 2004 stieg er dann in die Kroschke-Firmengruppe ein – bei der Permalight GmbH in Hannover. „Als Assistent der Geschäftsleitung habe ich auch den skandinavischen Markt mit betreut. Danach bot sich die Möglichkeit, zur American Permalight nach Los Angeles zu wechseln und den US-Markt als Vertriebler zu betreuen. Gleichzeitig habe ich mit Subunternehmern und Montagefirmen das New-York-Geschäft aufgebaut. Das hat sich aufgrund eines neuen Gesetzes für Wolkenkratzer entwickelt, die eine neue Art von Sicherheitsbeschilderung brauchten.“ Nach vier Jahren in den USA übernahm er dann 2010 die Geschäftsführung der sign point GmbH.



Lars Kroschke leitet seit 2010 die sign point GmbH

Das Unternehmen für Beschilderung, Werbetechnik und Stempel sorgt dafür, dass man in Gebäude hinein- und sich dort zurechtfindet. Zum Produktportfolio gehören neben der Objektbeschilderung auch Bauschilder, Banner, Bandenwerbung, Leuchtwerbung, Werbewürfel und Fahrzeugbeschilderung. Auch das Vereinsmuseum von Eintracht Braunschweig wurde von sign point realisiert, zusammen mit Eintracht und Jägermeister – ein Lieblingsprojekt von Lars Kroschke. Die WelfenAkademie gab bei sign point die Stele am Eingang und die Sponsorentafeln in Auftrag. Ein weiterer Bezug: Die Kroschke sign-international GmbH ist ein Kooperationsunternehmen. Und das Mutterunternehmen, die Kroschke Holding GmbH & Co. KG, hat eine Raumpatenschaft übernommen. Das Audimax heißt seit 2014 Raum Kroschke.

Bei Lars Kroschke steht nun der nächste Karriereschritt bevor. Innerhalb der nächsten ein bis zwei Jahre wird er in die Kroschke Holding wechseln. „Mein Vater ist jetzt 68 Jahre alt. Irgendwann, spätestens mit 70, wird er sich zurückziehen. Ich arbeite mich in seinen Aufgabenbereich ein. Passt alles, auch bei sign point, wechsele ich in die Geschäftsführung der Dachgesellschaft.“

## Raumpatenschaft

**Unverwechselbar: Löwenstark Online-Marketing GmbH gestaltete Seminarraum mit Fotocollagen**

Einen Seminarraum unverwechselbar gestalten: Das ermöglichen seit 2014 Raumpatenschaften an der WelfenAkademie. Der Raum wird nach dem Paten benannt. Auf dem Türschild wird das Firmenlogo präsentiert. Die weitere Gestaltung wird individuell vereinbart.

Die Löwenstark Online-Marketing GmbH beauftragte zum Beispiel die Fotografin Ute Eggeling, die Agentur optisch mit der Akademie zu verknüpfen. Löwenstark hat jüngst unsere Webseite überarbeitet. Geschäftsführer Tim Aster unterrichtet seit 2014 an der WelfenAkademie Online-Marketing, analysiert mit den Studenten Internetauftritte, Social Media Profile und virale Marketingkampagnen und entwickelt mit ihnen eigene Strategien. Ute Eggeling war an drei Tagen in der Agentur: „Dort gibt es vor allem Büros. Mein Ziel war, stimmige, aussagekräftige Details zu finden und sie in Verbindung mit Fotos aus der Akademie zu setzen“, berichtet sie. Die Collagen entstanden mit Photoshop. „Was man früher nur malen konnte, lässt sich nun am Computer kombinieren.“ Die Bilder sind – gerahmt – in Raum 13 im ersten Stock zu sehen. Präsent ist auch der Agentur-Slogan: „Zeigen Sie Ihrer Konkurrenz die Zähne.“

Es können noch Raumpatenschaften übernommen werden. Die Vertragsdauer beträgt drei Jahre. Nähere Informationen bei Clas Schilling, Telefon 05341/22 55 04.



Ute Eggeling gestaltete sechs Collagen für den Seminarraum

## Onboarding

**HR Round Table: 40 Personalentscheider tauschten Erfahrungen aus**

„Wir geben viel Geld für die Suche nach Mitarbeitern aus und wenn wir jemanden loswerden möchten – aber nicht dafür, dass sich jemand von Anfang an willkommen fühlt“: Das sagte Thomas Buck, Geschäftsführer der HR Informationssysteme, beim HR Round Table. Wie bindet man neue Mitarbeiter von Anfang an? Welche Ansprüche hat die Generation Y? Darüber diskutierten Ende Juni rund 40 Personalverantwortliche in der WelfenAkademie.

Impulsvorträge von Unternehmensberater Uwe Loof (Paon GmbH) und Anne Grovu führten in das Thema ein. Die Personalleiterin des Hamburger Spieleentwicklers InnoGames berichtete, dass das Unternehmen 400 Mitarbeiter beschäftigt. Altersdurchschnitt: 31 Jahre. Durchschnittliche Verweildauer: drei Jahre. Die Generation Y erwarte Wertschätzung, betonte sie. Wichtige Kriterien für einen Job seien, dass die Arbeit Sinn stiftet, Spaß macht und Selbstverwirklichung ermöglicht. Das Gehalt spiele demgegenüber eine untergeordnete Rolle.

Uwe Loof machte deutlich, wie wichtig eine Willkommenskultur für neue Mitarbeiter ist. Onboarding-Prozesse müssen als Teil des Talent Managements fest etabliert werden. Oft wüssten Mitarbeiter gar nicht, dass ein neuer Kollege eingestellt wurde. So riskiere man einen negativen ersten Eindruck. Das Netzwerktreffen findet viermal jährlich in Braunschweig statt. Veranstaltungsort ist auch der Arbeitgeberverband Region Braunschweig.



Dr. Jens Bölscher mit Cordula Miosga und Thomas Buck

### Kurz notiert:

#### Neuerscheinungen im WelfenAkademie-Verlag



Seit über 23 Jahren ist Manfred Casper Hauptgeschäftsführer beim Arbeitgeberverband Region Braunschweig. Anlässlich seiner Verabschiedung im August 2016 erscheint im WelfenAkademie-Verlag eine Festschrift mit Beiträgen von Weggefährten. Manfred Casper war von 2009 bis 2015 Vorstandsvorsitzender der Akademie.



Eine zweite Neuerscheinung im WelfenAkademie-Verlag befasst sich mit Green Economy. Verfasser ist Dr. Ralf Utermöhlen, Geschäftsführer der Agimus GmbH. Titel: Was jede Führungskraft über Green Economy und nachhaltige Entwicklung wissen sollte. Das Buch wird am 10. Dezember um 18 Uhr in der Akademie vorgestellt. Eintritt frei.

#### Video über die Absolventenfeier



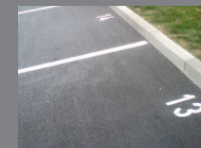
„Welfenakademie Absolventenfeier 2015“: Unter diesem Titel ist bei You Tube ein vierminütiger Film über die Abschlussfeier im Steigenberger Parkhotel zu sehen – mit dem Einzugs, Ausschnitten der Ansprachen, Blicken ins Publikum und der Zeugnisübergabe. Finalbild: die in die Luft geworfenen Hüte.

#### Benefiz-Konzert mit Jan Behrens



Am 3. Oktober spielten Jazzpianist Jan Behrens und Kontrabassist Jürgen Osterloh ein Benefiz-Konzert in der WelfenAkademie. Der Erlös wurde an die United Kids Foundation gespendet.

#### 200 Ausweich-Parkplätze



Für unsere Studenten stehen hinter dem Arcadia Hotel Play Off 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  
Claudia Block  
Regio-Press  
Dr. Anna Poser  
Patrick Scheunemann  
Michael Völkel

Fotos  
Jürgen Eickmann  
Regio-Press  
Patrick Scheunemann  
Michael Völkel

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

Druck  
Sigert GmbH Druck- und Medienhaus  
Ekbertstraße 14  
38122 Braunschweig



Koordination  
Clas Schilling

## Am Start

← Fortsetzung von Seite 1

Auch Dr. Jens Bölscher hieß den inzwischen 22. Jahrgang herzlich willkommen. „Dies ist immer ein besonderer Tag. Denn mit ihm fängt ein Zyklus an, der drei Jahre später mit der Absolventenfeier seinen Abschluss findet“, so der Geschäftsführer der WelfenAkademie. Als Einstimmung auf diesen Moment zeigte er den gerade fertiggestellten Film über die festliche Verabschiedung im Steigenberger Parkhotel – eine besondere Motivation. „Da wollen wir hin. Auf diesem Weg wartet aber noch eine Menge Arbeit.“ Das Studium sei durch die Kombination von Theorie und Praxis zeitlich enorm verdichtet. Auch in den Unternehmen warteten immer neue Herausforderungen. Dort müssen die jungen Studenten zum Beispiel emotionale Intelligenz beweisen und sich in einem ganz anderen Umfeld zurechtfinden, machte er deutlich. Mit der notwendigen Ernsthaftigkeit und stets dem Ziel vor Augen sei der Abschluss aber erreichbar.

Um den Neueinsteigern die Angst vor dem bevorstehenden Studium zu nehmen, gehört es bei der WelfenAkademie zur Tradition, dass Vertreter des Vorgänger-Jahrgangs ein Wort an ihre Nachfolger richten.



Die Erstsemester auf dem Weg ins Audimax

Jahrgangssprecher Philipp Voigtländer riet, im Studium Leidenschaft, Mut und Fleiß zu zeigen. Auch ein gutes Zeitmanagement sei erforderlich. Skali Wysocki gab den Tipp, das Gespräch mit älteren Welfen im eigenen Ausbildungsunternehmen zu suchen. Sie könnten stets gute Ratschläge geben. Einen kurzen Schockmoment verschaffte Dozent Dr. Bernd Hempelmann den neuen Studenten. Nach der Begrüßungszeremonie würden sie als erstes Arbeitspaket einen Mathematik-Test schreiben, berichtete er. Dieser diene dazu, einen Einblick in ihre Fähigkeiten zu erhalten, um darauf die Inhalte späterer Tutorien aufzubauen.

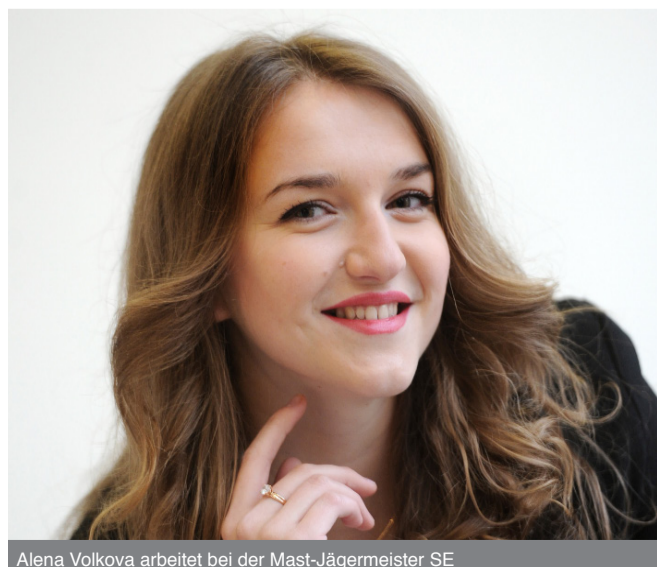


Nach der Begrüßung schrieben die neuen Studenten gleich einen Mathematik-Test. Aber davor war noch Zeit für schöne Fotos

## Woran arbeiten Sie gerade?

Alena Volkova und Willi Brandt erzählen über ihr duales BWL-Studium

Jägermeister ist als Premiumspirituose positioniert – und mittlerweile auch als Partymarke. Alena Volkova hat die Mast-Jägermeister SE nun näher kennengelernt. Im Rahmen ihres dualen BWL-Studiums, Vertiefungsrichtung Dialogmarketing, erhielt sie Einblick ins Marketing, die Kommunikation, die Personalabteilung sowie die Arbeit in der Buchhaltung, in Einkauf und Produktion. Ihr Zwischenfazit: „Die Umgangsformen im traditionsreichen Familienunternehmen sind eher konservativ. Die Marketingabteilung ist sozusagen eine Welt für sich. Dort wird das ‚wilde Getränk‘ gelebt.“ In den Praxisphasen hatte sie auch Kontakt zu „Fans“. Sie arbeitete an der jährlichen Wettbewerbsanalyse mit und beschäftigte sich in Hausarbeiten u.a. mit Gender-Marketing und Markenmanagement. In Russland hat sie bereits ein Germanistikstudium (Lehramt) abgeschlossen. Seit 2011 lebt Alena Volkova nun in Deutschland – und wollte neben weiterem Input auch die Wirtschaft kennenlernen. „Da bot sich das duale Studium an.“ Ihr Urteil zur Akademie: „Die Räume sind super, die Gruppengrößen ideal. Die Geschäftsleitung ist immer ansprechbar. Jede Veranstaltung wird evaluiert. Kritik wird ernstgenommen.“ Stressig findet sie, dass die Praxisstudien in den Praxisphasen erarbeitet werden. „Umfang und Gewicht der wissenschaftlichen Arbeiten sind zu groß. Die eigentlichen betrieblichen Tätigkeiten werden so zu einem Störfaktor degradiert.“ Generell bezeichnet sie das Studium als nicht das einfachste. „Aber ich kann vor allem Gutes darüber sagen.“



Alena Volkova arbeitet bei der Mast-Jägermeister SE

Willi Brandt (22) hat direkt nach dem Abitur sein duales BWL-Studium, Vertiefungsrichtung Bankmanagement, begonnen – bei der Braunschweigischen Landessparkasse. Sein Zwischenfazit im fünften Semester: „Theorie und Praxis sind gut verzahnt. In den verdichteten Theoriephasen ist aber gutes Zeitmanagement gefragt. Das gehört ja auch zur Vorbereitung auf den Beruf. Man muss Zeitdruck bewältigen und diszipliniert sein.“ Ihm gefällt, dass an der WelfenAkademie auch Soft Skills vermittelt werden, „zum Beispiel Präsentationstechniken – ein sehr gutes Fundament“. In den Praxisphasen überraschte ihn, wie stark heute viele Prozesse reguliert sind; wie genau sie dokumentiert werden. Als Beispiel nennt er die Kreditüberwachung. Der Einblick, den er in den Praxisphasen erhielt, war äußerst vielseitig. Er arbeitete im Privatkundengeschäft und war im Unternehmenskundengeschäft bei Finanzierungsverhandlungen mit Großkunden dabei. Bei der Nord/LB in Hannover lernte er das Geschäftsfeld Structured Finance kennen – Projektfinanzierungen in den Branchen Energie und Infrastruktur. In Hamburg beschäftigte er sich detailliert mit Schiffsfinauzierungen. Thema einer Praxisstudie waren Kundenbindungsmaßnahmen mittels Conjoint-Analyse. Als Thema für eine Hausarbeit wählte er das Kreditrisikomanagement mit Blick auf Risiken bei Schiffsfinauzierungen. Ein schönes Erfolgserlebnis am Rand: „In der Personalabteilung wurde angefragt, ob ich nicht wieder nach Hamburg kommen könnte. Das hat mich gefreut.“



Vertiefungsrichtung von Willi Brandt: Bankmanagement

## Wohnort: Zürich

Absolventin Dr. Anna Poser arbeitet seit 2013 als Vizedirektorin der DZ Privatbank in Zürich – nach Stationen in Luxemburg und Singapur

Gruezi aus dem wunderschönen Zürich! Es verwundert sicher nicht, dass es mich als „Banker“ in das Land von Wilhelm Tell und Heidi verschlagen hat. Schließlich ist die Schweiz neben Bergen, Alphörnern, Käse, Schokolade, Uhren und Neutralität vor allem für ihre Finanzwelt und die vielen Banken bekannt. Doch die typischen Eigenarten der Schweiz sind weitaus mehr als nur diese paar. Aber dazu an späterer Stelle mehr...

Nach meinen beruflichen Stationen in

1. Wöltingerode/Wolfenbüttel mit der Grundsteinlegung meiner Karriere zum Studium an der WelfenAkademie in Verbindung mit der Ausbildung in der Volksbank Wolfenbüttel-Salzgitter eG,
2. der Fortsetzung meines wirtschaftswissenschaftlichen Studiums an der Universität Trier und der sich anschließenden Promotion an der EBS European Business School in Oestrich-Winkel und Wiesbaden,
3. dem parallelen Traineeship und Übergang ins feste Arbeitsverhältnis bei der DZ Privatbank S.A. in Luxemburg,
4. vielen spannenden Projekten und einem Auslandsaufenthalt in der Merchant Bank der DZ Privatbank in Singapur bin ich seit mittlerweile zweieinhalb Jahren in Zürich als aufstrebende Führungskraft erfolgreich angekommen. Wie man sieht, habe ich auf meinem Weg dorthin stets die Verbindung aus Theorie und Praxis analog zur WelfenAkademie selbstständig weiterverfolgt. Von dem dualen Modell bin ich überzeugt und möchte diese sehr guten Erfahrungen gern weitergeben. Mittlerweile leite ich ein Team von über zehn Mitarbeitern, die ich nach diesem Vorbild fördere und fordere. Eigenständiges verantwortungsvolles Arbeiten ist für mich dabei eine Selbstverständlichkeit. Zudem beschäftige ich durchgängig mindestens eine studentische Aushilfe einer Schweizer Hochschule, die parallel zum Studium Erfahrungen und Eindrücke aus der Praxis sammeln möchte. Die Bedeutung von Netzwerken – wie die Kontakte der WelfenAkademie und ihrer Partner – habe ich theoretisch im Rahmen meiner Promotion untersucht und praktisch durch Knüpfen zahlreicher interessanter Kontakte mit Erfolg erfahren. Aber Achtung, auch hier gibt es eidgenössische Besonderheiten. So musste ich zum Beispiel feststellen, dass es in der Schweiz nicht reicht, bei einem Apéro in die Runde zu winken und Hallo zu sagen. Auch, dass man mit jedem anstoßen muss, bevor man trinkt, musste ich erst lernen.

Im Alltag haben sich zu Beginn überraschenderweise kleinere und größere



Dr. Anna Poser: „überraschenderweise Kommunikationsprobleme“

Kommunikationsprobleme ergeben, obwohl das Nachbarland sprachlich vermeintlich so nahe liegt. Aber Hochdeutsch ist hier eben nicht die Umgangssprache. Verwendet wird es nur im Schulunterricht oder in Nachrichtensendungen. Für die Ohren von Nordlichtern aus dem „großen Kanton“ (= Deutschland) wie mich klingt Schwyzerdütsch mit den vielen „ch“ zunächst wie eine Mischung aus Norwegisch und Türkisch – oder aus Gesang und Geräusch, wie besonders boshafte Spötter behaupten. Und selbst wenn ein Schweizer auf Hochdeutsch umschwenkt, klappt die Verständigung mit den Nachbarn nicht unbedingt sofort. Zudem ist die Schweizer Schriftsprache voller sprachlicher Besonderheiten, den Helvetismen – meist Lehnwörter aus dem Schwyzerdütsch oder Französischen, der zweiten Amtssprache. Selbst die NZZ, das Weltblatt aus Zürich, schreibt von Sackgeld statt Taschengeld, Heugümper statt Grashüpfer, von Pneu statt Reifen oder von Trottoir statt Gehweg. Glücklicherweise hat mir meine frankophone Erfahrung aus Luxemburg gute Dienste bei der Verständigung geleistet.

Mittlerweile habe ich die Eigenheiten des Landes kennen und lieben gelernt. Den Schritt, in die Schweiz überzusiedeln, bereue ich bis heute nicht. Ich lebe dort, wo andere Urlaub machen. An den Wochenenden findet man mich daher am See oder in den Bergen zum Klettern bzw. Skifahren. Für mich die perfekte Mischung aus Berufs- und Privatleben. Bis bald, tschüss und „Uf Wiederluege“!



Am Wochenende klettert sie oft in den Bergen