

NEWSLETTER

Editorial

Warum in die Ferne schweifen, wenn das Gute so nahe liegt?

Die Sommerferien stehen vor der Türe. Thailand, Vietnam, Australien, USA, Argentinien, Spanien, Dänemark, Frankreich, die Liste ist endlos.

Meine Feriendestination liegt so zu sagen vor der Haustüre, ich bleibe in Zürich. Nicht nur aus Mangel eines Ferienbudgets, sondern auch weil Zürich laut einer britischen Studie die Stadt mit der höchsten Lebensqualität sei. Das internationale Flair, Multikulturalität und das breite Kultur- und Freizeitangebot machen die Stadt an der Limmat so attraktiv. Warum in die Ferne schweifen, wenn das Gute so nahe liegt?

Für die zwei Monate schulfreie Zeit habe ich mir so einiges vorgenommen. Ausstellungen, Openairkino, neue Restaurants, diverse Freibäder testen, und und und. Meiner Vorahnung, dass mein Programm doch etwas dicht gedrängt ist, schenke ich wenig Beachtung und plane munter weiter. Hauptsache etwas Erholung, Spass und Sonne...

Ich wünsche allen Alumnis einen schönen Sommer, viel Sonnentage, Erholung und all jenen, die in der Woche 38 wieder an der HWZ sind, einen guten Start ins neue Semester.

*Es grüsst Euch herzlich
Yamuna Betschart*

FH SCHWEIZ Gruppe

Die FH SCHWEIZ hat per 16. Mai 2007 eine eigene Gruppe auf der Networking-Plattform XING (www.xing.com) eingerichtet. Nebst der Kontaktpflege unter den FH-Absolventen und Studierenden, soll auch der Kontakt zwischen der FH SCHWEIZ und den Absolventen verstärkt werden.

Die Gruppe zählt zurzeit (Stand Mitte Juni 2008) 145 Mitglieder, moderiert wird sie von Claudia Sutter, Leiterin Public Affairs FH SCHWEIZ, Co-Moderator ist Toni Schmid, Geschäftsführer FH SCHWEIZ.

Ziele der Gruppe sind:

- FH-Absolventen / Studierende aus der Schweiz und dem Ausland verbinden
- Austausch zwischen FH SCHWEIZ und Absolventen / Studierenden intensivieren
- Bekanntmachung der FH SCHWEIZ
- Informationen zu Bildungsthemen liefern
- Forum für Inputs, Vernehmlassungen oder andere Projekte einbeziehen

Bis heute wurden bereits sieben Artikel im gruppeninternen Forum erfasst. In der Vorstellungsrunde haben sich vier regionale Alumni-Gesellschaften präsentiert. Ausserdem hat die FH SCHWEIZ aktuelle Informationen zu den Themen «Vernehmlassung Hochschulrahmengesetz», «FH-Titel oder FH-Bachelor?» und «FH SCHWEIZ in Kürze» publiziert.

Die Gruppe FH SCHWEIZ wurde für Absolventen und Studierende von Fachhochschulen aus der Schweiz und dem Ausland eingerichtet. Der Gruppe beitreten können nicht nur Mitglieder der FH SCHWEIZ beziehungsweise der regionalen Alumni-Organisation,

Yamuna Betschart, Vorstand alumni HWZ, in Zusammenarbeit mit der FH SCHWEIZ.

sondern auch FH-Absolventen, welche sich keiner Alumni-Organisation angeschlossen haben. Aus diesem Grund dient XING auch als Plattform, um diese Zielgruppe zu erreichen.

Will jemand der Gruppe beitreten, so muss er bei der Anmeldung angeben, wann und mit welchem Diplom das Studium abgeschlossen wird bzw. wurde. Die Moderatoren bearbeiten dann die Anfrage und bestätigen den Beitritt.

Die FH Schweiz ist die Dachorganisation der regionalen Gesellschaften der Absolventen (z.B. alumni HWZ). Sie vertritt die Interessen der Absolventen der Fachrichtungen Technik und Informationstechnologie, Architektur, Bau- und Planungswesen, Chemie und Life Science, Land- und Forstwirtschaft, Wirtschaft und Dienstleistungen, Angewandte Psychologie sowie Soziale Arbeit. Gegenwärtig zählt die FH SCHWEIZ 40 000 Mitglieder.

Tritt doch selber der Gruppe bei und sieh dich um unter www.xing.com/net/fhschweiz.

In der nächsten Ausgabe kannst du hier mehr über die neue XING Gruppe der alumni HWZ lesen.

GV alumni HWZ – High- und Lowlights im 2007

Am 24. April lud die alumni HWZ zur alljährlichen, ordentlichen Generalversammlung im altherwürdigen Zunfthaus zur Meisen. Inmitten von Schweizer Porzellan aus dem 18. Jahrhundert, hielt zuerst Philipp Sauber, Partner bei der INM Inter Network Marketing AG und verantwortlich für Marketing und Verkauf, einen Vortrag über die neusten Trends im Onlinemarketing.

Joel Gloor, Vorstand alumni HWZ

An diversen Beispielen konnte Philipp Sauber anschaulich zeigen, wie ähnlich sich Wahlpropaganda und Produktwerbung sind. Dank seines lebendigen Vortrages waren die Mittel wie Multimediale Inhalte (Videos), Testimonials, Community (Blogs, Chats), Wettbewerbe, Online-Games sowie virales Marketing greifbar geworden.



Philipp Sauber, Partner bei der INM Inter Network Marketing AG und verantwortlich für Marketing und Verkauf, während seines Vortrags

Anhand der Onlinestrategie der SVP zeigte er auf, wie das Internet gezielt zur Übertragung von politischen Botschaften sowie zur Mobilisierung von neuen Wählern genutzt werden kann. Zum Beispiel werden professionell gestaltete Onlinevideos für die Kundenansprache immer wichtiger, denn animierte Informationen finden heute deutlich mehr Beachtung als Informationen in Fliesstextform. Ausserdem kann so die Verweildauer der Besucher auf der Website erhöht werden.

Während des anschliessenden Apéros im Porzellanmuseum konnte dann dem Networking gefrönt werden. Der Rahmen war ideal, um ehemalige Kommilitoninnen und Kommilitonen zu treffen und neue Kontakte zu knüpfen.

Schliesslich blickte die alumni HWZ in der nachfolgenden Generalver-

sammlung auf ein weiteres, erfolgreiches Jahr zurück: Die Mitgliederzahl hat erneut zugenommen und ist auf einem neuen Höchststand von 2560 angekommen. In seinem Jahresrückblick ging der Präsident Georges Ulrich auf seine persönlichen High- und Lowlights ein. Zu ersteren zählten das Operationalisieren des Visionstages in einem entsprechenden Marketing- und Kommunikationskonzept sowie der Ausbau des Leistungsangebotes im Bereich Veranstaltungen. Und schliesslich hat die alumni HWZ eine ausgeglichene Jahresrechnung präsentieren können.

Die Demissionen aus dem Vorstand waren sicherlich ein Lowlight. Glücklicherweise konnten diese Abgänge mit der Wahl von Yamuna Betschart als Verantwortliche für Newsletter und Website sowie Norbert Kremmel als Vertreter der Master Lehrgänge in den Vorstand ersetzt werden.

Die alumni HWZ hat sich auch für das neue Jahr wieder einiges vorgenommen. Es wird eine Umfrage durchgeführt, um die neue Ausrichtung und die ergriffenen Kommunikations-Massnahmen zu evaluieren. Ausserdem wird Feedback zur Arbeit des Vorstandes sowie zum Dienstleistungsangebot eingeholt. Des Weiteren soll die Neuaufteilung der Arbeitsgruppen innerhalb des Vorstandes umgesetzt werden und die neuen Mitgliederkategorien aktiv angegangen und betreut werden. Schliesslich wird eine Teilzeitstelle für das alumni Management geschaffen und die Kommunikation von Veranstaltungsdaten und -themen vereinheitlicht und verbessert. Der Vorstand freut sich also auf ein weiteres, intensives und erfolgreiches Jahr.

The Suitability of Topic Maps Tools for Knowledge Creation with Stakeholders

Dissertation von Isabelle Kern,
Center for Strategic Management:
Stakeholder View, HWZ

In einer globalisierten und komplexen Welt wird Wissen für Firmen immer wichtiger, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Zwar implementieren immer mehr Firmen ein Wissensmanagementsystem. Dieses ist jedoch häufig text-basiert und bezieht nur die Mitarbeiter ein. Die Dissertation geht der Frage nach, ob sich sogenannte Topic Maps eignen, um interne und externe Stakeholder (z.B. Kunden, Lieferanten, NGOs) ins Wissensmanagement einzubeziehen. Zudem wird erläutert, ob mit Topic Maps implizites Wissen und mentale Modelle der Stakeholder visualisiert werden können.

Zu diesem Zweck wurden zwei Fallstudien mit global tätigen Unternehmen durchgeführt und dabei zwei verschiedene Topic-Maps-Werkzeuge eingesetzt. Die Ergebnisse zeigen, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, damit die Werkzeuge den Firmen erlauben, das implizite Wissen ihrer Stakeholder anzuzapfen.

Die Dissertation wird in der HWZ-Schriftenreihe erscheinen und kann bei isabelle.kern@fh-hwz.ch bestellt werden.

2 Minuten mit...

Georges Ulrich



1 Welchen HWZ-Studiengang würdest Du gerne besuchen und warum?

Ich bin seit elf Jahren mit der HWZ verbunden und vom Angebot, das sich in den letzten Jahren

entwickelt hat, schlicht beeindruckt. Da gab es «zu meiner Zeit» weder den Lehrgang Kommunikation, noch Wirtschaftsinformatik oder die MBA und MA etc. Lehrgänge. Diejenigen Lehrgänge, welche ich am spannendsten fand, habe ich auch gleich besucht. D.h. Betriebswirtschaft, MBA USQ und das Doktorat. Genau genommen bin ich – auch wenn die Arbeit eingereicht ist – noch als Doktorand bei Prof. Dr. Sybille Sachs an der HWZ eingeschrieben. Also frag mich in einem Jahr nochmals.

2 Wo siehst Du die Vorteile eines berufsbegleitenden Studiums?

Die Frage wäre bedeutend einfacher, wenn man sie umgekehrt stellen und nach den Nachteilen fragen würde, denn da brauchte ich bedeutend weniger Platz. Es gibt kein perfektes System, aber das muss es für mich auch nicht sein; es kommt viel mehr darauf an, welche Möglichkeiten ich habe. Bei einem berufsbegleitenden Studium wird ein ganzer Blumenstrauss an Möglichkeiten potentielliert. Das bestätigen vor allem diejenigen, welche das Studium abgeschlossen haben. Also frag mich in einem Jahr nochmals.

Georges Ulrich, Institutsleiter und Verwaltungsrat des Forschungsinstituts gfs-befragungsdienst und Präsident der alumni HWZ. Betriebsökonom FH, MBA USQ, seit Mai 2005 Doktorand bei Prof. Dr. Sybille Sachs und Prof. Dr. Bruce Millett.

Es ist noch kein Master vom Himmel gefallen.

Wer durch die Strassen Zürichs läuft, 20 Minuten oder das Tages-Anzeiger-Magazin liest, mit ÖV unterwegs ist oder durchs Netz surft, ist der neuen HWZ-Werbekampagne vielleicht schon begegnet. Seit Juni 2008 wirbt die HWZ mit einem neuen und eigenständigen Auftritt. Sie will damit noch authentischer wirken und sich auch mehr als die Premium-Marke darstellen, die sie dank hoher Qualität der Studiengänge und dem architektonisch prämierten Hochschulgebäude ist.

Bernadette Bisculm, Leiterin Marketing & Kommunikation, HWZ

Beim Besuch der HWZ waren sich Martin Spillmann und Peter Felser, Inhaber der renommierten Werbeagentur Spillmann/Felser/Leo Burnett (SFLB) schnell einig: Das Gebäude mit seinem Sichtbeton ist langfristig unverwechselbar und erzeugt – sofort spürbar – den ersten «Premium-Eindruck». Dies ist auch für alle einfach wieder zu erkennen, welche die HWZ schon mal betreten haben. SFLB wählte eine der HWZ-Wände als Sujethintergrund. Das wirkt puristisch, edel. Und jetzt? Die HWZ will intellektuell daherkommen andererseits soll Überraschung und Humor der Kampagne zu Aufmerksamkeit verhelfen, damit sie bei der Zielgruppe «top of mind» wird. Ansprechen sollen sie erfolgsorientierte, angehende

MACHEN SIE KARRIERE, OHNE DIE TOCHTER DES CHEFS ZU HEIRATEN.



Bachelor- und Master-Studierende. Eine Umfrage Ende Mai wandte sich an hundert Bachelor-, hundert Master- und hundert potentielle Studierende, wie ihnen die bisherige «blaue Kampagne» gefallen hatte. Nächstes Jahr fragen wir ebenso viele, wie ihnen die neue «betongraue Kampagne» gefällt. Wir sind sehr gespannt auf die Auswertung dieser Umfrage.

Verband Schweizer Marktforscher öffnet seine Kurse mit 50% Rabatt für Studierende

Georges Ulrich

An den Schweizer Fachhochschulen werden ausgewählte Themen und Fragestellungen der Marketing-, Markt-, Meinungs- und Werbeforschung gelehrt. Basierend auf den Grundlagenveranstaltungen in Betriebs- und Volkswirtschaft, Marketing, Statistik, Soziologie und Psychologie lernen die meisten Studierenden auch die Grundzüge der empirischen Sozialforschung kennen. Trotz dieser Verankerung in der Grundausbildung fehlt vielen Hochschulabsolventen und -absolventinnen sowie den heute in der Marktforschung Tätigen das notwendige Wissen über vertiefte Zusammenhänge in der Markt-, Marketing-,

Meinungs- und Werbeforschung. Diese Lücke zu schliessen, das ist das Ziel des vsms-Kursprogrammes.

17.09.–	Einführung in die Markt-/	
19.09.08	Meinungsforschung	875.–
14.10.08	Einführung Statistik, I	425.–
28.10.08	Onlinemarktforschung	425.–
28.01.09	Richtige Methodenwahl	425.–
03.02.09	Einführung Statistik, II	425.–
26.03.09	Fragebogentraining	425.–
23.04.09	Mystery Research	425.–

Detailunterlagen bestellen bei:
georges.ulrich@gfs-bd.ch

Veranstaltungen

Neben der GV mit dem spannenden Vortrag von Philipp Sauber zum Thema «Onlinemarketing» standen in den letzten Wochen weitere interessante Veranstaltungen auf der Agenda. So wurde z.B. am 16. April wurde unser traditionelles Seminar zum Thema «Vermögensaufbau & Wohneigentum» durchgeführt. Die Vermögensplanung ist ein wichtiger Meilenstein bei der Bildung von Vermögen. Die Experten der Stiftung Benefit zeigten auf, auf was es bei diesem Thema ankommt und beantworteten die zahlreichen Fragen der Teilnehmenden.

Beim Efficiency Club standen aus aktuellem Anlass die Referate im April und Mai ganz im Zeichen der Finanzmarktkrise. Gleich mehrere hochkarätige Finanzspezialisten konnten ihre Sicht der Dinge darlegen. Am 15. April sprach Konrad Hummler, Geschäftsführender Teilhaber der Bank Wegelin & Co., über Themen wie: «Tangiert die Steuerhinterziehung-Affäre zwischen Deutschland und Liechtenstein auch die Schweiz?» oder «Warum das Bankgeheimnis immer stärker unter Druck gerät respektive zum Teil bereits ausgehöhlt wurde». Am 19. Mai trafen sich Grössen des Schweizer Finanzplat-

zes im Grand Hotel Dolder zu einer Podiumsdiskussion zum Thema «Finanz-Debakel: Wahrheit und Vision». Marcel Rohner, CEO der UBS, Philipp Hildebrand, Vizepräsident der Schweizerischen Nationalbank, Pierin Vincenz, CEO der Raiffeisen Gruppe, Martin Spieler, Chefredaktor der HandelsZeitung, und Rainer-Marc Frey, Gründer und Präsident des Verwaltungsrates von Horizon21, diskutierten unter der Leitung von Reto Brennwald (SF), wie die Finanzkrise, die zweifellos auch zu einer Vertrauenskrise geworden ist, bewältigt werden kann.

Am Internationalen Alpensymposium Anfang Juni schliesslich konnten die Mitglieder der alumni HWZ freie Sicht auf Wertschöpfung gewinnorientierter und leistungsstarker Persönlichkeiten geniessen. Zum Thema «Winning! In Business – In Sports – In Technologies» wurden exklusive Referenten wie z.B. Jack Welch, Ex-CEO General Electric (GE), eingeladen.

Bist du interessiert an unseren Veranstaltungen? Auf unserer Homepage findest du jeweils unseren aktuellen Veranstaltungskalender: www.alumni-hwz.ch/veranstaltungen

Veranstaltungskalender

Datum	Anlass
Fr 22.08.08	Abschluss-Apéro Absolventen
Do 28.08.08	Efficiency Club – Thema noch offen
Mo 15.09.08	Welcome-Apéro für neue Studierende
Mi 24.09.08	KPMG: Effiziente Nutzung von Microsoft Office für die Diplomarbeit
Do 02.10.08	Efficiency Club – Thema noch offen
Di 18.10.08	Efficiency Club – Thema noch offen
Di 11.11.08	Vermögensaufbau & Wohneigentum (Benefit)

Impressum

Redaktion: alumni HWZ, Yamuna Betschart
alumni.hwz@gmx.net, www.alumni-hwz.ch
Gestaltung: unterart. Stefan Lieberherr
Auflage: 2700 Stück

alumni HWZ «Mitglied FH SCHWEIZ, Dachverband Absolventinnen und Absolventen Fachhochschulen»

Was macht eigentlich ...

David Bilkei?

Studiengang Kommunikation,
6. Semester

Der Schritt in die Selbständigkeit ist nicht ganz einfach. Es gibt kein Patentrezept, sondern nur ein paar gute aber leider auch schlechte Ratschläge. Am besten man hört auf sein Bauchgefühl und hält dabei Augen und Ohren offen. So tun sich Möglichkeiten auf; Oasen gibt es genug, man braucht sie nur zu finden.

Reden ist Silber – schreiben ist Gold. Seit rund 18 Monaten ist das für mich berufliche Realität: Ich habe mich als Texter selbständig gemacht. Schon immer hat es mich fasziniert, was Worte bewirken können. Sie beleben Produkte und Dienstleistungen, vermitteln Gefühle und regen zum Nachdenken an.

Da heute praktisch alles, was zum Verkauf angeboten wird, substituiert werden kann, versuchen viele Unternehmen, ihre Angebote über die Kommunikation zu differenzieren. So zum Beispiel mit ausgereiften Texten, die den USP auf den Punkt bringen, ein Image ins Leben rufen oder zum Handeln bewegen.

Gelungene Texte machen Firmen lebendig und vor allem fassbar. Da keine Interaktion mit den Kunden stattfindet, müssen Texte auf bestechende Weise aufzeigen, warum die Kunden genau hier beim richtigen Anbieter sind. Gelingt dies, ist man vielleicht bald schon um einen wertvollen Kontakt reicher.