

NEWSLETTER

Editorial

Liebe Alumna, lieber Alumnus

«Erfolg ist nur halb so schön, wenn es niemanden gibt, der einen beneidet.» – sagte bereits der US-amerikanische Schriftsteller Norman Mailer. Doch geht es wirklich darum, beneidet zu werden? Ich kann es nicht abschliessend sagen.

Was ich aber weiss, ist, dass am Erfolg etwas sehr Süsses haftet und dieser sich wahnsinnig gut anfühlt. Klar: Erfolg bedeutet für jeden von uns etwas anderes. Und wir sollten täglich daran erinnert werden, dass wir die kleinen Erfolge nicht verpassen dürfen, während wir auf die ganz grossen warten.

Als am 9. und 10. Oktober die Diplome an die diesjährigen Diplomanden verteilt wurden, war der Erfolg spürbar, ja sogar greifbar. Die vierjährige Arbeit vorüber, der langersehnte Moment gekommen: wir hatten es geschafft und wurden dafür belohnt. Dieser Moment war für jeden von uns ein grosser, wenn nicht der grösste im bisherigen Leben – und wir genossen ihn und tun es immer noch.

Zu diesem grossartigen Erfolg möchte ich euch gratulieren. Ich möchte es aber nicht missen, euch als Diplomanden dazu einzuladen, Mitglied bei der alumni HWZ zu bleiben – Infos dazu gibt's auf der Website www.fb-hwz.ch/de/alumni.htm.

Es grüsst euch
Bujar

Interview mit Prof. Dr. Sybille Sachs zum Buch «Strategisches Management – eine neue Perspektive».

Claude Meier

Frau Sachs, Ihr Buch «Strategisches Management – eine neue Perspektive» ist Nr. 1 bei Kindle. Wie fühlen Sie sich?

S. Sachs: Es freut uns natürlich sehr, dass das Thema strategisches Management wieder so grosse Bedeutung erhält. Wir denken, dass diesem Thema in den letzten Jahren viel zu wenig Aufmerksamkeit gewidmet worden ist. Wir zeigen im Buch, dass seit den 1980er Jahren ein stark finanzorientiertes strategisches Management dominiert hat. Jetzt geht es wieder in eine Richtung, bei der ein breiteres Wertverständnis im Vordergrund steht.

Was sind die Hauptaussagen in Ihrem Buch?

Was wir vor allem einmal aufarbeiten und aufzeigen wollten ist, dass der Zeitgeist ein äusserst wichtiger Faktor im Verständnis des strategischen Managements ist. Man kann sagen, dass sich das strategische Management nach den 1950er Jahren professionalisiert hat, es gab zum ersten Mal eine wirklich professionelle Manager-Generation. Es war jene Manager-Generation, welche dem Portfolio-Management nachging. Dies führte nach einer gewissen Zeit dazu, dass – wie z.B. bei ABB und Oerlikon-Bührle – die Firmen aus verschiedensten Arten von Geschäftsfeldern bestanden. Um wiederum eine Fokussierung der Geschäftstätigkeiten zu erreichen, waren strategische Ansätze zum Konsolidieren und Umstrukturieren gefragt. Dazu war die Generation des Shareholder-Value besonders geeignet, sie half den Unternehmungen bei dieser Fokussierung. Dass die finanzielle Risikoverteilung nun von den Sharehol-



dern getätigt wurde, war aufgrund der Professionalisierung der Finanzmärkte möglich. Aber auch dieser Ansatz hat mit der Zeit zu einer Übertreibung geführt. Und heute, genau jetzt, sind wir wieder an einer Schwelle zu einer nächsten Manager Generation: wir sehen, dass wir die enge Ausrichtung auf die finanzielle Führung wieder an einer breiter verstandenen Wertorientierung ausrichten müssen.

An welche Leserschaft richtet sich Ihr Buch?

Das Buch ist ganz klar an Studierende auf Stufe Bachelor adressiert. Es richtet sich an jene Studierende, die eine Einführung brauchen, einen Überblick. Damit sollen sie verstehen können, welche Tools bei welchen Generationen im Vordergrund gestanden hatten. Es ist ja nicht so, dass das Portfolio-Management heute nicht mehr angewendet wird oder dass der Shareholder-Value keine Bedeutung mehr hat. Durch das Buch können die Studierenden aber die ganzen Tools und Elemente besser reflektieren und verorten. Und vor allem kennen sie auch die in der heutigen Zeit relevanten und benötigten Tools und Techniken.

In memoria – Prof. Dr. Paul Meyer

Georges Ulrich

Der Tod von Paul Meyer hat uns alle sehr betroffen gemacht. Er war mein VWL-Dozent, als ich noch Student war, und ich durfte ihn ein Teil seines Lebens an der HWZ auch als Kollegen begleiten.

Die alumni HWZ hat nebst der Information an die Absolventen, einen Blumenstrauss mit Geleitbotschaft zur Beerdigung beigetragen, in Würdigung seiner Verdienste in seinen unterschiedlichen Rollen an der HWZ.

Nebst dem, dass ich persönlich die alumni an der Beerdigung vertreten habe, waren zahlreiche HWZ Alumni und Alumnae anwesend. Die Familie hat diese Geste sehr geschätzt und sich auch schriftlich dafür bei der alumni bedankt.

Trotz den Aktivitäten bleibt irgendwie ein Loch zurück und ich danke allen Mitgliedern für ihre starke Anteilnahme, welche mir zeigt, dass es anderen auch so geht wie mir.

Tool für HR-Personen

FH SCHWEIZ

Wie viel verdient ein Wirtschaftsabsolvent der Fachhochschule in der Zentralschweiz? Wie hoch ist der Durchschnittsverdienst einer 37-jährigen FH-Bachelorabsolventin der Biotechnologie im Grossraum Nordwestschweiz? – Auf solche Fragen erhält man auf www.fhlohn.ch eine Antwort.

Die Website greift auf Daten von über 7400 Absolventinnen und Absolventen von Fachhochschulen zurück. Grundlage ist eine Erhebung, welche die FH SCHWEIZ alle zwei Jahre durchführt – letztmals Anfang 2013. Eine Suchmaske erleichtert die spezifische Suche; Kriterien wie Alter, Arbeitsort, Abschlussart, Branche, Studienrichtung u.a. stehen zur Auswahl, um die Suche zu verfeinern.

Unternehmen sehen sich zudem in der Lage, spezifische Branchen- und Standortvergleiche durchzuführen. Wie hoch sollte ein Jahreslöhrlöhne in einer bestimmten Region sein? Was zahlt die gesuchte Branche in einem bestimmten Grossraum der Schweiz?

Auf www.fhlohn.ch kann ein Login bestellt werden. Es ist kostenpflichtig und bis 2015 gültig.

Informationen: www.fhlohn.ch

3 Minuten mit Alexander Curiger

Zwei eigene Firmen und ein Wie ist das denn machbar?

Alexander Curiger ist gerade mal 25 Jahre alt und hat zwei eigenen Firmen (Silverbogen AG und Mirrus AG) gegründet. Er hat studiert er im fünften Semester Generalmanagement an der HWZ diesen engagierten jungen Mann getroffen.

Nach dem Abverdienen des Grenadier Offiziers in Isonne gründete ich 2010 gemeinsam mit meinem Bruder die Silverbogen AG (www.silverbogen.com). Sie ist sowohl ein Brandbuilder als auch ein Generalimporteur innovativer Produkte im Barbereich und zählt bereits heute zu den aufstrebendsten Unternehmen in dieser Branche. Unser Kundenstamm setzt sich zusammen aus 500 Gastrobetrieben, 120 Detailhändlern wie Globus und Manor, und 25 Getränkehändlern. Gestartet haben wir mit der Einführung des Beluga Vodka auf dem Schweizer Markt, womit wir einen wichtigen Erfolg erzielen. Heute ist Beluga Vodka einer der begehrtesten Premium-Vodka.

Zur selben Zeit begann ich an der Universität Zürich BWL zu studieren. Jedoch musste ich bereits im zweiten Jahr kapitulieren, da mein Arbeitspensum in der Silverbogen AG 100 Prozent überschritt und das Studium nur noch eine untergeordnete Rolle innehatte. Also musste eine berufsbegleitende Lösung her, worauf ich ein Studium an der HWZ begann. Ausschlaggebend für die Wahl der HWZ waren die Randzeiten der Lektionen, die zentrale Lage der Hochschule und die Empfehlungen ehemaliger Studenten aus meinem Bekanntenkreis. Mit dem Studium an der HWZ konnte ich mich besser auf meine Tätigkeiten fokussieren.

Vor kurzem gründete ich meine zweite Firma, die Mirrus Switzerland AG (www.mirrus.ch). Unsere Produkte ermöglichen ein personalisiertes Einkaufserlebnis durch eine innovative Spiegeltechnologie. Marken und Detaillisten können diese individuell prägen und kontrollieren.

Studium an der HWZ.

ahre alt und bereits Inhaber zweier (rrus Switzerland AG). Nebenbei l Management an der HWZ. Wir haben fen und ihn ein wenig ausgehört.

Ramona Vontobel



Ich schätze an der HWZ den praxisnahen Unterricht mit vielen Beispielen und Anekdoten der Dozenten sowie den Zeitaufwand, der es mir möglich macht, Beruf und Studium unter einen Hut zu bringen. Andererseits wünschte ich mir von der HWZ mehr Kulanz in der Absenzen-Regelung, da es für mich kaum möglich ist, eine 80 prozentige Anwesenheit einzuhalten. Termine im In- und Ausland lassen sich leider nicht nach Belieben dem Stundenplan unterordnen, was für mich die grösste Belastung darstellt.

Neuer Studiengang an der HWZ Brand Leadership – Marken ganzheitlich führen

Die HWZ lanciert in Kooperation mit der GfM Gesellschaft für Marketing den innovativen Studiengang «Brand Leadership». Er widmet sich den facettenreichen Disziplinen einer ganzheitlichen und strategischen Markenführung. Studienstart ist im März 2014. Renommierte Experten aus Wissenschaft und Praxis konnten als Dozierende gewonnen werden.

HWZ

Der Studiengang setzt den klaren Fokus auf die Interdisziplinarität einer erfolgreichen Markenführung. Brand Leadership übernimmt die strategische Verantwortung für die Marke, definiert, wofür die Marke steht und macht diese Inhalte den unterschiedlichen Anspruchsgruppen effektiv erlebbar. «Der Studiengang vermittelt ein neuartiges Führungsverständnis, bei dem die Marke im Mittelpunkt des unternehmerischen Handelns steht, und bietet aktuelle Instrumente für wertsteigernde Markenführung im digitalen Zeitalter», so Dr. Peter Felser, der gemeinsam mit Max Meister den Studiengang leitet.

Opinion Leader dozieren

Nebst bewährten Kräften der HWZ dozieren hochkarätige nationale und internationale Experten aus führenden Unternehmen. Zu ihnen zählen:

Thomas Amstutz
CEO Feldschlösschen Getränke AG

Nadine Borter
*Inhaberin der Contexta AG,
Werberin des Jahres 2011*

Dr. Peter Felser
Unternehmer / Berater / Dozent

Karin Frick
*Leiterin Research und Mitglied
der Geschäftsleitung des Gottlieb
Duttweiler Instituts*

Clarissa Haller
*Head of Corporate Communications
ABB*

Dr. Hans-Georg Häusel
*Vorstand Gruppe Nymphenburg
München*

Max Meister
*Dozent und VR-Delegierter,
BV4 AG*

Matthias Mölloney
*Berater und Leiter des «Center for
Human Resources Management &
Leadership» an der HWZ*

Prof. Dr. Sven Reinecke
Universität St. Gallen

Urs Riedener
CEO Emmi AG

Prof. Dr. Sybille Sachs
*Leiterin des «Institute for Strategic
Management» an der HWZ
und Titularprofessorin an der Uni-
versität Zürich*

Martin Spillmann
*Creative Director, Leo Burnett
Europe*

Prof. Dr. Torsten Tomczak
Universität St. Gallen

Dr. Dominique von Matt
Jung von Matt/Limmat AG

Der Studiengang «Brand Leadership» dauert 20 Tage und richtet sich an markenaffine Führungskräfte, die ihr strategisches Markenverständnis stärken wollen. Im Rahmen von Gastreferaten, Fallstudien und Exkursionen verknüpft der Studiengang neueste wissenschaftliche Erkenntnisse mit bewährten Erfolgsregeln aus der Praxis.

Weitere Infos zum Studiengang:
www.fh-hwz.ch/brand

Vorstand

Alexia Böniger



Seit dem 1. Oktober 2013 betreut die AdManus GmbH das Generalsekretariat der alumni HWZ. Hinter AdManus steckt Michèle Ulrich, welche langjähriges Know-How aus dem Personal- und Treuhandbereich mitbringt.

Der Aufgabenbereich im Führen des alumni Sekretariates ist sehr vielfältig. Wie bsp. die Mitgliederbefragung, welche gerade durchgeführt

wurde, sowie Buchhaltungsarbeiten, Sitzungsvorbereitungen, Vorbereiten Events etc. Das Generalsekretariat ist aber auch die zentrale Schnittstelle zur HWZ, FH SCHWEIZ, sowie zum Efficiency Club.

«Eines der wichtigsten Anliegen von mir ist es jedoch, für die Mitglieder bei Fragen und Anregungen die Anlaufstelle zu sein», so Michèle Ulrich. «Ebenso möchte ich aufzeigen, welche Möglichkeiten Mitglieder haben, die Bekanntheit der Dienstleistungen fördern und auch von Zeit zu Zeit evaluieren, ob diese auch als nützlich erachtet werden, resp. tatsächlich auch genutzt werden.»

In den letzten Jahren hat sich die Fachhochschullandschaft so stark gewandelt, dass eine weitere Professionalisierung des alumni Managements ein kritischer Erfolgsfaktor einer Fachhochschule geworden ist.

«Sehr gerne unterstütze ich dieses Bestreben tatkräftig, damit die alumni HWZ weiterhin als Vorzeigorganisation im deutschsprachigen

Raum positioniert ist und weiterentwickelt werden kann. Dass bei der alumni HWZ 60% der Absolventen Aktivmitglieder bleiben zeigt, dass die Absolventen und Absolventinnen den Mehrwert dieses Netzwerkes über den Arbeitgeber hinaus erkannt haben. Im HWZ Begleitschreiben des Jahresberichts schrieb Jacques Bischoff, dass, nebst dem Umgang mit Menschen und der Innovationskraft, vor allem das Netzwerk zu den drei wichtigsten Indikatoren erfolgreicher Unternehmen und Führungskräfte gehört. In diesem Sinne stellt das alumni Netzwerk eines der drei wichtigsten Indikatoren zur Verfügung. Dieses Netzwerk funktioniert natürlich nur dann, wenn es auch durch seine Mitglieder genutzt und getragen wird. Somit freue ich mich auf Eure Anregungen und Inputs für Dienstleistungen, Events, Wünsche etc.»

Gerne möchte sich der Vorstand an dieser Stelle nochmals bei Reto Wettstein (ehemaliger Generalsekretär) für die sehr gute Zusammenarbeit und insbesondere die Unterstützung in allen Bereichen der alumni Arbeit herzlich bedanken.

Veranstaltungen

Die alumni HWZ ist Mitglied des Efficiency Club. Als unser Mitglied hast du somit auch die Möglichkeit, an diesen Veranstaltungen teilzunehmen. Mehr dazu unter: www.efficiency.ch

EFFICIENCY
Efficiency Club Zürich
Club für Wirtschaftspraxis

Impressum

Redaktion: alumni HWZ, Michèle Ulrich
alumni@fh-hwz.ch, www.alumni-hwz.ch

Gestaltung: unterart. Stefan Lieberherr

Auflage: 3900 Stück

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