

NEWSLETTER

Wie gewinnt eine Hochschule Marlon als Studenten?

Georges Ulrich

Das ist Marlon. Er ist am 26. Mai 2010 um 4.09 Uhr im Spital Zollikerberg auf die Welt gekommen. Was muss eine Hochschule (zum Beispiel die HWZ) tun, damit sich Marlon in ein paar Jahren für genau diese Schule entscheidet? Mit dieser Frage haben sich Georges Ulrich und Hochschulmarketing-Experte Prof. Dr. Rödiger Voss auseinandergesetzt und mit Unterstützung der alumni HWZ ein Buch herausgegeben mit dem Titel: «Hochschul Relationship Marketing». Die Frage ist also, vor welchen Herausforderungen sehen sich Hochschulen gestellt und wie kann ein professionelles Marketing helfen, Studierende zu gewinnen? Neben dem Unterschied zwischen privaten und staatlich Hochschulen und die damit einhergehenden Kürzungen an öffentlichen Geldern, wird die Herausforderung sein, sich in einem zunehmend wettbewerbsorientierten und internationalen Umfeld zu positionieren, um auch attraktiv für künftige Studierende wie Marlon zu sein. Zudem ist es besonders wichtig, Studienabgänger fester an die Hochschule zu binden; das ist eine Form von Netzwerk, Identifikation und Kultur. Bei den meisten Hochschulen steckt dieses Relationship Marketing noch in den Kinderschuhen. Wie in vielen Bereichen des Marketings sind die USA und Grossbritannien zwar Vorreiter, doch eine einfache Übertragung amerikanischer Konzepte wäre aufgrund des kulturspezifischen Kontextes fehlerhaft, da deutsche und Schweizer Alumnis andere Erwartungen an die Beziehungsgestaltung, an Dienstleistungen und Informationsbedarf haben. Zahlreiche neue private Anbieter bereichern mittlerweile die Hochschullandschaft, Studierende sind flexibler als noch vor zehn Jahren und ziehen ein Auslandsstudium eher in Betracht. Daher steht ausser Zweifel,



In rund 20 Jahren werden wir Marlon fragen, ob er findet, dass das Hochschul Relationship Marketing der HWZ auf ihn Wirkung zeigt!

das sich Hochschulen entsprechend positionieren und aktives Marketing betreiben müssen. Zwangsläufig bilden sich in diesem Zusammenhang eine Reihe von Fragen: Wie stellen wir es am besten an? Welches sind unsere relevanten Anspruchsgruppen, was sind die Bedürfnisse unserer (potenziellen) Studierenden und wie können wir diesen effizient und effektiv gerecht werden? Welche Rolle spielen dabei insbesondere die Studierenden und die Absolventen-Organisationen? Wie können wir unsere Ehemaligen an uns binden und welche Chancen ergeben sich daraus? Diesen und vielen weiteren Fragen rund um das Thema Hochschul Relationship Marketing wird im erwähnten Buch nachgegangen. Übrigens: Der Beitrag von Georges Ulrich beschreibt am Beispiel der alumni hwz, wie eine Alumni-Organisation eine Struktur, eine Strategie sowie eine Kultur aufbauen kann, um sich überzeugend zu positionieren – eben die Erfolgsgeschichte der alumni hwz.

Buchtipp: Georges Ulrich und Rödiger Voss (Hrsg.): Hochschul Relationship Marketing 180 S., broschiert, EUR 48.–, Eul Verlag, Lohmar 2010, ISBN 978-3-89936-923-6

Editorial

Orakel

Das Orakel von Delphi prophezeite Laios, dem König von Theben, dass sein eigener, eben geborener Sohn ihn töten und seine Frau heiraten werde. Um dies zu verhindern, setzte er seinen Sohn im Gebirge aus. Das Schicksal wollte, dass sich Vater und Sohn dennoch über den Weg liefen und die erste Prophezeiung ihre Erfüllung fand. In der Folge löste Ödipus das Rätsel der Sphinx und durfte nichtwissend als Belohnung die Königin – seine Mutter – heiraten; auch die zweite Prophezeiung trat ein.

Auch beim Kraken-Orakel trafen die Vorhersagen zu 100% zu. Paul war an der Fussball WM 2010 Top of Mind. Jeder seiner Tipps traf ins Schwarze. Unzählige – auch ausländische – Medien berichteten über ihn. Und Paul ist noch immer aktuell: Gibt man heute seinen Namen bei Google ein, steht sein Wikipedia-Eintrag an oberster Stelle.

Nebst Delphi und Paul gibt es für freie Minuten Spannendes – wenn auch Skurriles – zu entdecken: Unter gummibaerchen-orakel.ch kannst Du Dir fünf Gummibärchen ziehen und Deine Zukunft voraussagen lassen. Unter dialects.from.ch lokalisiert man Dir gar mit einer 100prozentigen Übereinstimmung Deinen Dialekt. Wirklich nur für sehr freie Minuten...

Sommerliche Grüsse
Renata

P.S. Unser Präsident, Georges Ulrich, wurde am 26. Mai 2010 Vater. Wir gratulieren zum strammen Marlon!

Was macht eigentlich ...

Paul Meyer?

HWZ-Professor, Dr. OEC HSG

Mein Name ist Paul Meyer, ich komme aus Basel und habe an der Universität St. Gallen und an der Columbia-Universität in New York Betriebs- und Volkswirtschaft studiert. Anschliessend habe ich verschiedene Management-Positionen im Detailhandel, in der Industrie und im Dienstleistungsbereich bekleidet, war Senior Consultant, Wirtschaftsförderer und Management-Trainer und bin seit rund zehn Jahren als Dozent an der HWZ tätig. Ich bin verheiratet und habe drei erwachsene Söhne. Meine Vorlesungen erstrecken sich hauptsächlich auf Volkswirtschaftslehre und Marketing in der Bachelor- und Masterstufe. Im MBA-Programm, das die HWZ mit der australischen University of Southern Queensland durchführt, halte ich die Vorlesungen «Economics for Managers» und «International Business». Zuhause spreche ich zwar Französisch, aber an der HWZ betreue ich deutsch- und englischsprachige Studiengruppen. Mit jungen, strebsamen Berufstätigen eine Lehr- und Lerngemeinschaft zu bilden, ist ausserordentlich anregend und spannend. Am meisten lerne ich aus Semester- und Bachelor-Arbeiten. Das Niveau dieser Arbeiten ist beachtlich; die Studierenden investieren viel Zeit, Energie und Ideen in diese Papers. Es ist spannend, die Autorinnen und Autoren auf ihrem Weg zum fertigen «Produkt» zu begleiten und zu sehen, wie etwas meist Gutes entsteht.

Manchmal werde ich in Berufs- und sogar in Lebensfragen als «Berater» angefragt und helfe dann, soweit ich kann. Besonders faszinierend ist für mich die berufliche und kulturelle Vielfalt, die unsere Studierenden – vor allem in den englischsprachigen Studiengruppen – in den «Sihlhof» bringen – das ist manchmal wie eine kleine UNO. Bei wirtschaftspolitischen und historisch umstrittenen Themen muss man dann etwas Diplomatie walten lassen. Aber die habe ich mir schon vor meiner HWZ-Zeit zugelegt und bin damit meist nicht schlecht gefahren.

Veranstaltung: Gibt es ein Erfolgsrezept für die Berufslaufbahn?

Faszinierende Werdegänge von FH-Abgängern am Beispiel von HWZ Absolvierenden


Renata Fäh

Zu ihrem 10-jährigen Jubiläum richtet die Internationale Bodensee Hochschule (IBH) Veranstaltungen in der ganzen Schweiz aus. In Kooperation mit der HWZ und der alumni HWZ findet eine solche am 30. September 2010 im Auditorium der HWZ statt: sechs alumni-Mitglieder erzählen von ihren eindrucksvollen Werdegängen.

Mitglieder der alumni HWZ bringen vieles unter einen Hut: Studium, Wissenschaft, Praxis,

Familie. An unserer Veranstaltung greifen wir Beispiele aus unseren Reihen heraus, die während und nach der Fachhochschule ganz besondere Wege beschritten haben. Im Zentrum steht dabei die Frage nach dem Rezept zum Erfolg, im Wissen, dass es das EINE Rezept nicht gibt. Nach den kurzen Referaten begibt sich Hugo Bigi zusammen mit den Referenten und dem Publikum auf die Suche nach einem gemeinsamen Nenner und einem möglichen Erfolgsrezept.

Zum Programm:

18:00	Begrüssung Einführung: Alles unter einem Hut	Urs Dürsteler Georges Ulrich
18.10	Faszinierende Werdegänge von HWZ Absolvierenden > Vom Betriebsökonom zum Habilitand an der HSG > Eine Businessfrau wird Mutter > Von der Bildung in die Bildung > Kinderbetreuung leicht gemacht? > Mein Weg in die Politik	Patrick Scheurle Isabelle Schütz Alexia Böniger Gabriella Wichmann Philipp Wespi
	Moderation	Hugo Bigi, Telezüri
19:15	Podiumsdiskussion anschliessend Apéro riche im Lichthof der HWZ	Referenten und Hugo Bigi
	Medienpartnerschaft: Finanz & Wirtschaft Kontakt: alumni@fh-hwz.ch oder info@fhhwz.ch	
	Alle Referentinnen und Referenten haben die Fachhochschule absolviert. > Alexia Böniger, Stellvertretende Geschäftsleiterin Center for Young Professionals CYP > Patrick Scheurle, Dr.oec.HSG / Habilitand Uni St. Gallen > Isabelle Schütz, Head of HR bei Compass Group (Schweiz) > Philipp Wespi, Stadtrat von Illnau-Effretikon > Gabriella Wichmann, Familienfrau und Eigentümerin von drei Kindertagesstätten	

Impressum

Redaktion: alumni HWZ, Reto Wettstein
alumni@fh-hwz.ch, www.alumni-hwz.ch
Gestaltung: unterart. Stefan Lieberherr
Auflage: 2700 Stück

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

Die alumni HWZ Studie

Im April/Mai dieses Jahres hat die Studiengruppe BKO-D08 eine Umfrage bei den Mitgliedern der alumni HWZ durchgeführt. Viele von Euch haben daran teilgenommen.

Raimondo Costa

In der Umfrage ging es um Eure Aktivität auf der Plattform XING im Zusammenhang mit der alumni HWZ. Ziel war es, herauszufinden, was sich die XING-Mitglieder von ihrer Mitgliedschaft erhoffen, welche Erwartungen die User an die Vernetzung haben und inwiefern sie diese Plattform nutzen.

Folgende Fragen sollten beantwortet werden:

- › Wieso sind User (nicht) auf XING, wieso (nicht) bei Netadress bzw. bei der alumni HWZ
- › Was waren die Beweggründe für eine Anmeldung bei den Netzwerken und den Gruppen, was waren die Erwartungen?
- › Werden die entsprechenden Erwartungen erfüllt?

Es wurden 300 Mitglieder auf XING und rund 2800 Alumni der HWZ angeschrieben. Die Rücklaufquote lag mit 300 Antworten bei 10%. Spannend war, dass 85% der Antworten von heutigen Alumni HWZ XING-Gruppen-Mitgliedern kamen und somit beweisen, dass sie aktiv und interaktiv sind. Von diesen XING-Mitgliedern sind 20% Mitglied der alumni HWZ.

Zwei Drittel der XING-User gaben an, dass sie XING mindestens einmal wöchentlich nutzen. Von den Nicht-XING Nutzern befinden zwei Drittel, dass auf XING zu wenig läuft oder sie kein Interesse an XING hätten. Als verbesserungswürdig befanden die meisten, dass die Foren auf XING zu wenig lebhaft seien, XING zu wenig attraktiv sei und generell zu wenig «Traffic» vorherrsche. Ebenfalls wird bemängelt, dass die Mailing-Funktion nur Premiummitgliedern zugänglich ist.

Ebenfalls zwei Drittel geben an, dass sie von XING beruflich, privat oder in

beiden Fällen profitieren. Es wird auch angemerkt, dass XING besser sei als das NetAdress-Mitgliederverzeichnis. Der Interaktions- und Kommunikationsteil von XING wird heute von den HWZ-Alumni zu wenig genutzt. Dies sei verbesserungswürdig, lässt sich aus den Antworten entnehmen. Auch Stellenangebote über XING werden gewünscht.

Fazit nach der Besprechung der Umfrageresultate im Alumni-Vorstand: XING ist für uns ein Profi-Netzwerk und einer von vielen Informationskanälen und kann nicht mit interaktiven Plattformen wie z.B. Facebook verglichen werden. Die Alumni Adressdaten werden weiterhin auf dem statischen, jährlich aktualisierten NetAdress geführt, denn nur ein kleiner Teil der Alumni ist auch Mitglied der XING HWZ Gruppe. Für uns wäre aber wünschenswert, wenn möglichst viele HWZ-Alumni sich auch auf XING in unserer Gruppe anmelden würden. Der derzeitige Stand von knapp über 300 Gruppenmitgliedern ist noch zu wenig für eine verbreitete Kommunikation über XING, ist aber eine gute Basis. Die HWZ versendet bereits heute schon Einladungen und Informationen über den XING-Kanal. Der Vorteil liegt auf der Hand: Die Mitglieder haben Zugang zu allen ehemaligen HWZ-Studierenden und können XING für ihre beruflichen Kontakte und ihre Karriere aktiv nutzen.

Habt Ihr Ideen, wie die XING-HWZ Alumni-Gruppe weiter belebt werden kann oder möchtet Ihr Euch gar aktiv engagieren als Moderatoren eines Forums? Dann meldet Euch bitte beim Generalsekretariat des Vorstandes. Wir freuen uns auf Eure Beiträge! -> info@alumni-hwz.ch

Bis bald auf XING!
Euer Vorstand

Neues mit Spareffekt

Auch dieses Jahr konnte die FH SCHWEIZ ihre Leistungspalette erweitern.

FH Schweiz



Das breite Angebot an Versicherungen, Medienprodukten oder Dienstleistungen aus dem Karrierbereich sowie Mobilitätsumfeld gewinnt dieses Jahr einige weitere Perlen. Mit der Online-Buchhandlung «buchhaus.ch» konnte vereinbart werden, dass FH-SCHWEIZ-Mitglieder Literatur mit einem Rabatt von 15 Prozent über einen Online-Shop erwerben können. Bei einem Einkaufswert ab 30 Franken fallen die Versandkosten weg. Für Liebhaberinnen und Liebhaber der Belletristik heisst es nunmehr Geld sparen beim Bücherkaufen.

Auch im Freizeitbereich konnte eine neuer Partner gefunden werden: «Sirius Outdoor» ist Spezialist in der Ausrüstung für Wanderungen und Trekking und führt ein umfassendes Angebot von Qualitätsprodukten. FH-SCHWEIZ-Mitglieder profitieren von 20 Prozent Rabatt auf das ganze nicht reduzierte Sortiment von «Sirius Outdoor» – auf GPS-Artikel wird ein Rabatt von 10 Prozent gewährt. Weitere Angebote können aus der aktuellen Ausgabe des Magazins INLINE sowie aus der neuen Leistungsübersicht der FH-SCHWEIZ entnommen werden.

www.fhschweiz.ch

2 Minuten mit...

Dominic Hofstetter

Dominic Hofstetter hat im Jahr 2007 an der HWZ abgeschlossen und nun mit Bravour die University of Chicago mit einem MBA beendet. Bald wird er an der Oxford University einen weiteren Masterlehrgang beginnen.

1 Was ist Ihre grösste Motivation einen weiteren Masterlehrgang zu machen?

«Der Hauptmotivationsfaktor war für mich nach einem langen Teilleistungsstudium sich auf fachlicher und wissenschaftlicher Ebene weiterentwickeln zu können. Zudem lernt man viele neue Leute kennen und kann sich ein gutes Netzwerk aufbauen. Andererseits verlangt auch die Industrie heutzutage ein spezialisierteres Fachwissen, um sich glaubwürdig den beruflichen Herausforderungen stellen zu können.»

2 Was hat Ihnen in Ihrer Studienzeit bisher am besten gefallen?

«Ich bin ein sehr neugieriger Mensch. Eine Universität ist somit ein idealer Ort für mich, da man sich jeden Tag neuen Themen und Erkenntnissen entgegenstellen muss. Als MBA-Student wird man durch verschiedene Programme stets gefordert und durch das neu gewonnene Wissen stark geprägt. Besonders gefallen hat mir an einer Universität zu studieren, an welcher man die Gelegenheit hat von Nobelpreisträgern unterrichtet zu werden.»

«Uns geht es um die Integration von unternehmerischer und menschenorientierter Führung»

Im Herbst startet die erste Durchführung des Studiengangs Master of Advanced Studies (MAS) in Human Resources Leadership. Mit dem Studiengangsleiter Matthias Mölloney hat die HWZ einen äusserst erfahrenen Experten gefunden.

HWZ

Eine Master-Weiterbildung im HR-Bereich ist auf dem Schweizer Markt nichts Neues. Wie unterscheidet sich der neue Master HR Leadership der hwz vom Angebot der Mitbewerber?

Wir wollen einen Beitrag leisten, damit das Personalmanagement eine wesentlich strategischere, aber auch innovativere Rolle mit und in der Geschäftsleitung spielen kann. In unserem Lehrplan geht es einerseits um den betriebswirtschaftlichen und unternehmerischen Rahmen, in dem professionelles Personalmanagement stattfindet, andererseits aber – und das ist ein besonderer Schwerpunkt – um Innovationen im Personalmanagement. Diese Innovationen müssen immer in einem unternehmerischen Kontext stehen. Wir fokussieren weder auf das professionelle Personalmanagement wie die meisten anderen HRM-Programme, noch auf das betriebswirtschaftliche Management wie ein klassisches MBA-Programm. Uns geht es um die Integration von unternehmerischer und menschenorientierter Führung. Wir schaffen Kompetenz, um das Managementverständnis zu wandeln.

Welche Möglichkeiten stehen den Absolventinnen und Absolventen nach der Weiterbildung offen?

Unsere Weiterbildung soll dazu befähigen, eine unternehmerische (Personal-) Führungsfunktion auf der Stufe Geschäftsleitung zu erfüllen. Unsere Absolventen haben ihre Personalmanagement-Perspektive um die Sicht der Unternehmensleitung ergänzt und sind besonders qualifiziert, die in Zukunft immer wichtiger werdende Vermittlerrolle zwischen den Interessen der Eigentümer und der Belegschaft zu übernehmen. Ausserdem werden sie sich intensiv mit der Zukunft der Arbeitswelt auseinandergesetzt haben und könnten mit innovativen Ideen wichtige Schlüsselpositionen in der Unternehmensentwicklung und in hochkarätigen Change Management Projekten erfolgreich besetzen.

Mehr Informationen zum MAS Human Resources Leadership finden Sie unter www.fh-hwz.ch/mas/hr

Kurzbiografie Matthias Mölloney:



Ausbildung und Karriere bei Luft-hansa. Anschliessend Personalchef von Swissair, Centerpulse (Sulzer Medica) und Unaxis. 2005 Gründung der Beratungsfirma peopleXpert. Seit 2010 zusätzlich Leiter des Centers for Human Resources Management and Leadership an der hwz.