

# NEWSLETTER

## Editorial

### Eine Schiffahrt

Liebe Alumna, lieber Alumnus

Ein bekanntes Volkslied beginnt mit «Eine Seefahrt die ist lustig, eine Seefahrt die ist schön. Denn da kann man fremde Länder und noch manches andre sehn.» Ich habe zwar keine fremden Länder gesehen, aber dafür manches anderes.

Denn vor einigen Tagen habe ich mir des Abends eine Rundfahrt auf dem Zürichsee gegönnt – mit Picknick, netter Gesellschaft und allem, was dazu gehört. Wer ein Abonnement des Zürcher Verkehrsverbundes besitzt, reist gratis und wird bereichert mit unzähligen Eindrücken und einer schönen Abendstimmung. Vom Deck aus hatten wir einen traumhaften Blick über den See, auf die wunderbaren Seegrundstücke und das imposante Alpenpanorama.

Es ist beeindruckend, was auf den Zürichsee-Schiffen nebst den Rundfahrten geboten wird: Warst Du zum Beispiel schon einmal auf dem Lunch-Schiff, das Dich über Mittag für eine Stunde aus dem Büroalltag entführt? Kennst Du das BBQ-Schiff, das Women-Only-Schiff, den Langschläfer-Zmorge oder das Salsa-Schiff? Das eingangs erwähnte Lied endet mit den Worten «In der Heimat angekommen, fängt ein neues Leben an»...

Unwesentlich, ob Du eine Abendrundfahrt, ein Barbecue oder einen Brunch auf dem Zürichsee geniesst: Es fühlt sich danach – wenigstens ein bisschen – so an, als würde tatsächlich ein neues Leben beginnen.

Probiert's aus... Renata

## 25 Jahre HWZ

Die HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich feierte ihr 25-jähriges Jubiläum mit einem grossen Festakt. An der traditionellen Ringvorlesung in der Maag Event Hall trat dieses Jahr der Chef der Deutschen Bank Dr. Josef Ackermann als Keynote Speaker auf.

HWZ

Über 1300 Studierende, Dozierende, Mitglieder der alumni HWZ sowie Mitarbeitende und geladene Ehrgäste verfolgten sein spannendes Referat zum Thema «Globale Finanzmärkte nach der Krise: Trends und Charakteristika».

Das Jubiläumsjahr der HWZ ist auch ein Rekordjahr: Ende des Herbstsemesters 2010/11 waren über 1900 Studierende eingeschrieben. So viele wie noch nie in der 25-jährigen Geschichte der HWZ. «Wir freuen uns über diesen Rekord. Er bestätigt uns, dass wir mit unserer klaren Fokussierung auf berufsbegleitende und praxisorientierte Studiengänge und mit einem marktorientierten Bildungsangebot richtig liegen», sagt Rektor Prof. Dr. Jacques Bischoff. «Wir sehen uns aber auch in unserem Bestreben bestätigt, die Qualität unserer Studiengänge stetig weiter zu verbessern, denn vor allem als staatlich nicht subventionierte Hochschule ist ein solches Wachstum ohne hohe Qualität nicht möglich», ergänzt er. «Qualitatives Wachstum, Fokussierung auf berufsbegleitende Studiengänge und Ausrichtung auf die Anforderungen der Wirtschaft werden auch in Zukunft die strategischen Wegweiser der HWZ sein», hält Urs Marti, Präsident des Verwaltungsrates der HWZ, fest.



Bilder der Ringvorlesung 2011 finden Sie unter [www.fh-hwz.ch/bildergalerie](http://www.fh-hwz.ch/bildergalerie)

## Im Interview: Dr. Peter Felser, mitverantwortlich für die neue Dachmarke der HWZ

Peter Felser



### **Peter Felser, wann haben Sie das letzte Mal die HWZ wahrgenommen?**

Ich durfte am 8. Juli an der HWZ-Jubiläumsveranstaltung zum 25-jährigen Bestehen dabei sein. Das Referat von Joe Ackermann war spannend. Am meisten beeindruckte mich allerdings die professionelle, aber doch sehr menschliche Atmosphäre, welche die Gastgeber Marti und Bischoff dem Anlass verliehen. Man spürte förmlich die gute Stimmung in der Geschäftsleitung und bei den Studierenden der hwz.

### **Was ist eigentlich gemeint, wenn man von einer Dachmarke spricht?**

Eine Dachmarke vereinigt verschiedene Angebote unter einem Dach – fokussiert also verschiedene Leistungen auf eine übergeordnete Marke. Dieser Ansatz kommt in vielen Dienstleistungsunternehmen zum Einsatz, wobei Dachmarke und Unternehmensmarke oft identisch sind. Viele Unternehmen sind sich heute bewusst, dass aktive Markenführung Geld und Energie benötigt und reduzieren deshalb die Anzahl Marken auf ein Minimum. Was allerdings unter einer Marke generell verstanden wird, da gehen die Meinungen und Definitionen der

Fachleute bis heute auseinander. Aus Sicht der Praxis ist die Marke primär ein differenzierendes Versprechen mit der Absicht, Zielgruppen an das Angebot zu binden.

### **Was bedeutet der Markenname HWZ?**

Hochschule für Wirtschaft Zürich. Die drei Buchstaben verfügen zunehmend über mehr Kraft. Vielleicht wird sich die Markenführung in Zukunft auf das Kürzel hwz beschränken. Im Moment hilft der «Describer» Angebot und Herkunft zu verdeutlichen.

### **Wie sind Sie vorgegangen, um herauszufinden, wofür HWZ steht oder stehen soll?**

Wir analysierten zunächst die Geschichte der Marke. Wie entstand die hwz? Was zeichnete die hwz bei der Entstehung aus? Wir haben versucht, die Gründe für den Erfolg und den Kern der Marke zu verstehen. Dann analysierten wir die formalen Elemente der Marke und definierten die Markenpersönlichkeit. Dabei muss man das spezielle Schulgebäude besichtigen und erleben, mit Studenten sprechen und intensive Gespräche mit der Geschäftsleitung der hwz führen. Die schnörkellose Architektur mit

dem dominierenden Beton wurde in der Kommunikation als prägendes formales Element aufgenommen. Inhaltlich zeichnet sich die hwz durch die aussergewöhnliche Kombination von praxisorientiertem und theoretischem Wissen aus. Die Tatsache, dass alle Studierenden die Hochschule berufsbegleitend absolvieren und die Mehrheit der Dozenten aus der Praxis kommen, macht die hwz für die reale Wirtschaft besonders wertvoll. In der Werbung für die hwz nehmen wir diese einzigartige Kombination von Theorie und Praxis auf und verdeutlichen, dass ohne Wirtschafts-Know-how eine grosse Idee nur eine Idee bleibt.



Peter Felser (49) gründete 2002 die Werbeagentur Spillmann/Felser/Leo Burnett AG.

Im Juli 2011 übergab er die operative Führung an seinen Nachfolger Andy Stäheli und amtet nun als Verwaltungsrat der Agentur. Er studierte Wirtschafts- und Sozialwissenschaften an der Universität Freiburg und promovierte zum Thema Werbeforschung unter der Leitung von Prof. Dr. Richard Kühn.

Er ist Präsident des Branchenverbandes bsw leading swiss agencies. 2007 wurde Peter Felser zum Werber des Jahres gewählt.

Zu den Kunden von Spillmann/Felser/Leo Burnett AG gehören Marken wie ABB, Beldona, Emmentaler, Fleurop, Kantonalbanken, Ovomaltine, Suva und Volvo.

# Let them eat cake!

Ein ehemaliger HWZ-Student berichtet über sein Masterstudium an der Universität Cambridge.

Tobias Häusermann



Das Wahrzeichen der Stadt Cambridge: das King's College.

Vor nicht allzu langer Zeit stellte ein Student der Universität Cambridge während seiner Abschlussprüfung eine verblüffende Forderung: Man möge ihm doch ein Bier und ein Stück Kuchen reichen. Als seine Bitte empört zurückgewiesen wurde, wies er auf das vierhundertjährige, auf Latein verfasste Universitätsgesetz hin, welches

vorschreibt, dass ein Ehrenmann beim Examen Bier und Kuchen verlangen darf. Seinem Wunsch wurde gerecht. Drei Wochen später erhielt er eine Busschrift über fünf Pfund, da er bei den Prüfungen kein Schwert getragen hatte.

Der Wahrheitsgehalt dieser Anekdote ist wohl so hoch wie bei vielen der Legenden, welche die Universität umgeben. Doch sie widerspiegelt das Traditionsbewusstsein, das mich während meines Masterstudiums täglich begleitete. Will man die 800-jährige Uni begreifen, so muss man die Eigenartigkeiten der britischen Kultur verstehen und Cambridge ist ein extremes Beispiel. Extrem, oder eben aussergewöhnlich, war mein Jahr. Wahrlich hätte der Unterschied nicht grösser sein können, als ich im Spätsommer 2010 meinem Bachelorabschluss von der vergleichsweise blutjungen HWZ ein Masterstudium in Cambridge anhängte. Auf ein berufsbegleitendes, stark strukturiertes Studium folgte ein Jahr in einem akademischen Zentrum mit seinen eigenen Regeln und Normen. So darf man als Student nicht arbeiten, ist verpflichtet an der Uni zu wohnen, trägt zu formellen Anlässen einen akademischen Talar und die Bibliotheken bleiben Tag und Nacht geöffnet.

Zu Recht wird das Studentenleben oft als Leben in einer Blase beschrieben – Privatleben und Studium unterscheiden sich nicht. Dies war eine Erfahrung, die ich suchte und fand. Doch auch ausserhalb des Lehrplans waren die Möglichkeiten immens. So war ich Steuermann unseres Ruderteams und beteiligte mich an mehreren Theaterproduktionen. Und ab und zu, wenn ich auf den Spuren von Isaac Newton, Charles Darwin oder Stephen Hawking durch die Stadt an eine Vorlesung marschierte, dachte ich an meine HWZ-Zeit und das solide Grundgerüst, das ich dank ihr in meinem Rucksack trug.



Diplomfeier an der Universität Cambridge im traditionellen, schwarzen Talar

Tobias Häusermann schloss diesen Sommer sein „Master of Philosophy“-Studium in der Fachrichtung Soziologie an der Universität Cambridge ab. Zwischen 2005 und 2009 hatte er sein Bachelorstudium in Kommunikation an der HWZ absolviert.

## Bologna-Roadshow 2011

FH Schweiz

40 Prozent der Absolventinnen und Absolventen des FH-Fachbereichs «Wirtschaft und Dienstleistungen» sind im Bild, was die Bolognareform betrifft. Das zeigt die FH-Lohnstudie 2011 der FH SCHWEIZ, die im Juni erschienen ist. 44 Prozent dagegen melden gewisse Lücken an, und 16 Prozent geben sogar zu, schlecht beziehungsweise sehr schlecht über die Reform informiert zu sein.

Vor diesem Hintergrund lanciert die FH SCHWEIZ nach 2008 eine zweite Roadshow, welche das Thema Bolognareform und Arbeitsmarkt stark in den Fokus stellt. Kernfragen sind: Welche Auswirkungen hat die Bolognareform auf die Rekrutierung von FH-Absolventinnen und -Absolventen? Welche Erfahrungen machen Unternehmen und Betriebe? Was berichten Betroffene und Fachpersonen aus dem HR-Umfeld?

### Diese Roadshow 2011 macht auch an der HWZ Halt.

Donnerstag, 8. Dezember 2011, HWZ Zürich.

Die Teilnahme ist kostenlos. Das Programm sieht Referate und Inputs von Fachpersonen vor – ausserdem ist viel Raum dem Erfahrungsaustausch gewidmet.

Anmeldung und Information:  
[www.fhschweiz.ch/roadshow](http://www.fhschweiz.ch/roadshow)

Kontakt:  
[christina.reuther@fhschweiz.ch](mailto:christina.reuther@fhschweiz.ch)

PS: Neugierig auf die Löhne von FH-Absolventen/innen?  
Jetzt auf [www.fhlohn.ch](http://www.fhlohn.ch).

## Worauf Sie beim Erstellen Ihres Nachhaltigkeitsberichts achten sollten

Ist Ihnen auch schon aufgefallen, dass immer mehr Nachhaltigkeitsberichte veröffentlicht werden? Und haben Sie sich auch schon gefragt, was es mit der Qualität dieser Berichte auf sich hat? Wir haben aus unserer täglichen Beratungspraxis jene Punkte zusammengetragen, die für die Qualität von Nachhaltigkeitsberichten entscheidend, in der Praxis aber oft mit Schwierigkeiten in der Umsetzung verbunden sind.

Im Nachhaltigkeitsbericht informiert ein Unternehmen über seine ökonomische, ökologische und soziale Leistung. Bisher erfolgt die Berichterstattung zu Nachhaltigkeitsthemen freiwillig, häufig aufgrund von Anfragen verschiedener Stakeholdergruppen, aber auch als Instrument zur Positionierung oder Reputationsförderung. Das Thema wird jedoch auch auf gesetzlicher Ebene zunehmend diskutiert. Länder wie Dänemark, Grossbritannien oder Indonesien kennen bereits eine Berichterstattungspflicht zur Nachhaltigkeitsleistung.

Einen solchen Bericht zu erstellen, ist allerdings nicht immer ganz einfach. Unternehmen sehen sich oft mit ähnlichen Herausforderungen konfrontiert, und die Nachhaltigkeitsberichte weisen vergleichbare Schwachstellen auf, nämlich:

- sie versäumen es, aufzuzeigen, inwiefern Nachhaltigkeit in die Geschäftsstrategie eingebettet ist
- sie verlieren sich in der Schilderung von unterschiedlichsten Themen, anstatt sich auf einige wenige, dafür relevante Themen zu konzentrieren
- sie erschöpfen sich in Absichtserklärungen, ohne aufzuzeigen, wie sie diese Visionen in der Realität umsetzen wollen

- sie versäumen es, ihre relevanten Stakeholder einzubinden
- sie zeigen nur die positiven Seiten auf, ohne darzulegen, wo Schwierigkeiten und Interessenskonflikte bestehen
- sie produzieren hochdetaillierte und technische Reports und vergessen, die Informationen zielgruppenspezifisch aufzubereiten

Durch die Orientierung an Best Practices können diese Punkte verbessert werden. Auch können Qualität, Glaubwürdigkeit und Wert eines Berichts erheblich gesteigert werden, wenn er in einem strukturierten Prozess erarbeitet wird, wie ihn beispielsweise die Global Reporting Initiative (GRI) entwickelt hat. Ein systematisch durchgeführter Berichterstattungsprozess setzt in Unternehmen zudem oft eine Verbesserungsspirale in Gang: Die regelmässige Zusammenstellung von Informationen und Indikatoren zu sozialen und ökologischen Themen initiiert eine Diskussion darüber, was Nachhaltigkeit für das Unternehmen überhaupt bedeutet. Dies führt dazu, dass ein Bewusstsein für Nachhaltigkeitsthemen entwickelt wird und diese systematischer gemangelt werden, was letztlich häufig zu einer nachhaltigeren Unternehmensführung beiträgt.



Irene Perrin, Dr. phil., ist nach ihrer Assistenz Tätigkeit an der HWZ als Senior Consultant bei BSD Consulting eingestiegen und berät nun Unternehmen zum Thema Nachhaltigkeit.  
i.perrin@bsd-net.com, www.bsd-net.com

## Impressum

**Redaktion:** alumni HWZ, Reto Wettstein  
alumni@fh-hwz.ch, www.alumni-hwz.ch

**Gestaltung:** unterart. Stefan Lieberherr

**Auflage:** 3200 Stück

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