© alumni HWZ

NEWS LETTER

Ausgabe 3, August 2017

QUO VADIS?

Urs on the Road - Ein erstes Fazit

5 Kompetenzen, die ein Marketing Leader von morgen beherrschen sollte

Big Data ohne bla bla

alumniHWZ

echt clever vernetzt

Urs Dürsteler ist promovierter Ökonom der Universität St. Gallen sowie Master of Arts in Economics der staatlichen Universität von Kalifornien. Vor seiner aktuellen Position als «Visiting Senior Reseach Scholar» an der University of California San Diego (UCSD) war er Prorektor an der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich und leitete beziehungsweise co-leitete unter anderem die Studiengänge Bachelor und Master of Science in Business Administration.

© Urs Dürsteler

VON SIMONE EPPLER

URS ON THE ROAD – EIN ERSTES FAZIT

Seit knapp einem Jahr forscht Urs Dürsteler an der University of California in San Diego (UCSD). Nun zieht er ein erstes Résumée.

Sind die Leute in Kalifornien wirklich so oberflächlich?
Meine nächste Umgebung an der UCSD, mein Freundeskreis und meine Nachbarschaft unterscheiden sich nicht wesentlich von meinem Umfeld in der Schweiz. Einige Beziehungen sind sehr eng und längerfristig angelegt, andere sind «June Bugs» (Eintagsfliegen). Aber: California is always on the move.

Vermisst du die Schweiz?
Selbstverständlich vermisse ich meine Familie, Freunde und Bekannte und meine Arbeit an der HWZ: Der Kontakt mit den smarten Studierenden sowie die guten Diskussionen mit meinen Kolleginnen und Kollegen fehlen mir. Durch meine Auslanderfahrungen – unter anderem in den USA, Nepal, Bhutan und Israel – habe ich mir «emotional survival skills» zurechtgelegt: Statt Zopf esse ich Challah. Statt Schwiizerdütsch spreche ich Englisch. Statt ÖV benutze ich das Auto. Statt in die Berge fahre ich zum Strand. Statt trübem Wetter habe ich sunny California.

Was ist dein bisher eindrücklichstes Erlebnis?
Zu Beginn betrug mein Creditscore 340 Punkte. «Just slightly above being homeless», hat mir ein guter Freund mitleidig erklärt. Trotzdem konnte ich ein Haus mieten, ein Auto kaufen und die entsprechende Versicherung abschliessen, Wasser- und Elektrizität im Haus organisieren und ein Bankkonto eröffnen. Meine Schlussfol-

gerungen: Erstens durchlebe ich das Schicksal eines jeden Immigranten (ich besitze ein non-Immigrant Visum), der sich zuerst etablieren muss, und zweitens haben quantitative Beurteilungsverfahren immer eine relative Aussagekraft: entweder ist das Messverfahren nicht umfassend genug oder die qualitativen Faktoren werden ausgeblendet.

Liessen sich Erfahrungen an der UCSD auf die HWZ übertragen?
Die Studierenden an der UCSD sind sehr motiviert! Über fünfzig Prozent haben einen asiatischen Hintergrund, lediglich zwanzig Prozent sind «Caucasian» (weiss). In vielen Lehrveranstaltungen werden iClicker (ein e-System für Ad-hoc-Tests) eingesetzt: Der Stoff wird in einer kurzen Prüfung am Ende der Lehrveranstaltung abgefragt. Diese Tests werden mit fünf bis zehn Prozent an die Semesternoten angerechnet, was offensichtlich eine Steigerung der Kursnote von zehn bis fünfzehn Prozent bewirkt.

Was sind deine Pläne für die nächsten 6 Monate?
Treffen von Verwandten und Freunden in der Schweiz; Besuch der HWZ und der Ringvorlesung; Verlängerung des US-Visums bis 2020; drei Wochen Projektarbeit in Bhutan und anfangs September via Tokyo zurück nach San Diego; Weiterarbeit an meiner Forschungsarbeit, inklusiv Absolvieren des Lehrgangs «California Certified Career Adivsor» an der UCSD und schliesslich Jahresausklang - vermutlich irgendwo in Lateinamerika.

© Johanna Schwager

JOHANNA SCHWAGER

Indie Game Development für die Schweiz

VON ARBELA STATOVCI

Das ist Mal was anderes: Die Schweizer Game Design Branche befindet sich im europäischen Vergleich noch immer in den Kinderschuhen. Dennoch gibt es immer wieder mutige Menschen, die den Versuch starten in dieser Branche Fuss zu fassen.

Wer steckt hinter dem Team?
Johanna Schwager, BBA Studentin im 8. Semester. Unterstüzt wird sie durch die beiden Entwickler Stefan Rychen und Daniel Donsbach.

Studieren und ein Start-up - nicht der einfachste Weg.
Gelegentlich werden die zielstrebigen Jungunternehmer von Freunden und Familie unterstützt, denn arbeiten müssen sie trotzdem, nebst Studium und Start-up.

Was ist Legend of Decay für ein Game?
Das ist eine Action RPG, in dem der Spieler eine von Krieg zerrüttete Welt erkundet und selbst entscheiden kann, für welche Seite man die Waffen erheben will. Die Kombination von mehreren Kampftechniken bringt neben der schnellen Spielweise eine entsprechende taktische Tiefe in alle Auseinandersetzungen.

Um auf sich aufmerksam zu machen, haben sich Johanna und Co. vor drei Monaten für ein kleineres Vorprojekt entschieden, ein Überlebens Adventure. Der Spieler muss dabei Materialien sammeln, Rätsel lösen und Gegner bekämpfen. Dabei darf man die Bedürfnisse des Helden nicht aus den Augen verlieren.

Mehr dazu und wie es den HWZ-Jungunternehmer während der Start-up Phase ergangen ist, kannst du auf alumni.ch/Blog lesen.

5 KOMPETENZEN, DIE EIN MARKETING LEADER VON MORGEN BEHERRSCHEN SOLLTE

VON PROF. DR. MICHAEL GRUND, LEITER CENTER FOR MARKETING

Im Marketing muss vermehrt markt- bzw. kundenorientierte Unternehmensführung als Denkhaltung gelebt werden. Dazu braucht es fachliche Expertise, aber auch Leadership-Kompetenz. Wer sich als Marketing Leader in einem von Veränderung und Dynamik geprägten Umfeld präsentieren will, sollte diese fünf Kompetenzen optimieren und weiterentwickeln.

1. MIT KOMPLEXITÄT UMGEHEN

«KISS - Keep it simple and stupid» ist ein schönes Prinzip – nur halten sich die unternehmerischen Herausforderungen nicht immer daran. Wie können wir unsere inkonsistente Preisstruktur bereinigen? Wie lässt sich unser Brand verjüngen, ohne die treue Kundschaft zu verlieren? Zwei Beispielfragen, die zeigen, dass es selten eine einfache Antwort gibt – und dass den Zusammenhängen im Marketing Aufmerksamkeit gewidmet werden muss.

2. RELEVANTE INNOVATIONEN ERARBEITEN UND EINFÜHREN

«Marketing and Innovation produce results – all the rest are costs» Dieses Statement von Peter Drucker bringt es auf den Punkt. Die meisten erfolgreichen Unternehmen zeichnen sich durch marktgerechte Innovationen und marktorientierte Unternehmensführung aus.

3. DIE VERÄNDERUNGSDYNAMIK BEHERRSCHEN

Führen heisst verändern. Je grösser die Dynamik um uns herum, desto agiler muss ein Unternehmen aufgestellt sein. Agile Geschäftsmodelle stellen aber die Menschen in den Organisationen vor Herausforderungen.

4. STRATEGIEN NICHT NUR KONZIPIEREN, SONDERN AUCH MIT LEBEN ERFÜLLEN

Warum scheitern Konzepte oder Strategien? Meist nicht, weil die Ideen oder Strategien schlecht waren. Sondern an der Umsetzung im Unternehmen, in Projekten beim Rollout oder ganz einfach im Tagesgeschäft. Ohne die richtigen Schritte der Implementierung gibt es zu viele Barrieren, die aus Strategien Papiertiger werden lassen.

5. DAS NETZWERK OPTIMIEREN

Plattformen für Business-Kontakte und zur Vernetzung gibt es inzwischen in genügender Zahl. Und dennoch hat das Zusammentreffen in der «realen» Welt immer noch eine andere Qualität. «You cannot email a handshake.»

2018 startet der völlig neu konzipierte EMBA – Marketing an der HWZ, der sich am Marketing Leader der Zukunft misst.
www.embam.ch

© FH Schweiz

TOPLÖHNE FÜR HWZ-ABSOLVENTEN

3 MINUTEN

In der letzten Ausgabe haben wir an dieser Stelle auf die Resultate der FH-Lohnstudie verwiesen. Die Studie wird alle zwei Jahre vom Dachverband FH SCHWEIZ durchgeführt und liefert wertvolle Anhaltspunkte über Löhne und Anstellungsbedingungen von FH-Absolventen in der ganzen Schweiz und über alle Fachbereiche hinweg. Nicht publiziert wurden bisher die Daten von Absolventen der einzelnen Fachhochschulen. Gerade für Absolventen der HWZ lohnt sich deshalb dieser exklusive Einblick: Mit 120 000 Franken (Medianlohn) verdienen sie nämlich deutlich besser als der Schweizer Durchschnitt (100 000 Franken). Inklusive Leistungslohn und weiterer monetärer Leistungen liegt der Medianlohn der HWZ-Absolventen gar bei 132 400 Franken. Auch im Vergleich zu allen Schweizer Absolventen des FH-Fachbereichs Wirtschaft und Dienstleistungen (108 000 Franken) stehen Berufsleute mit einem HWZ-Abschluss gut da. Weitere Resultate der FH-Lohnstudie wurden im Special der Handelszeitung vom 18. Mai sowie im letzten INLINE publiziert. Abgefragt werden können die Resultate per kostenpflichtigem Login, welches online bestellt werden kann.

www.fhlohn.ch

© alumni HWZ

© unsplash

BIG DATA OHNE BLA BLA

VON GEORGES ULRICH

Die diesjährige Generalversammlung bestand aus zwei Teilen: Zum einen haben wir aufgezeigt, was die **alumni HWZ** im vergangenen Jahr alles mit dem neuen, engagierten Team im Vorstand erreicht hat bzw. was wir für das kommende Jahr für unsere Mitglieder geplant haben. Zum anderen leisteten ausgewiesene Experten aus unterschiedlichen Perspektiven einen Beitrag zum Themenfeld Big Data.

Das Interesse war wie immer gross. Wer einen Sitzplatz im Dada Haus ergattern wollte, musste sich beeilen. Ein Feuerwerk an Informationen, Meinungen und lebhaften Diskussionen zeigten das enorme Interesse sowohl an den Aktivitäten der **alumni HWZ** als auch am gewählten Themenfeld Big Data. Kein einfacher Job für Arbela, die das Plenum mit Bravour moderierte.

Besonders gefreut hat das Zusammenspiel und die aktive Beteiligung der anwesenden Akteure von Studierenden, Absolventen, Schulleitung der HWZ, FH SCHWEIZ und des **alumni HWZ** Vorstands.

Die offene Diskussion zeigte, dass hier eine Kultur besteht, die von gegenseitigem kritischem aber wohlwollendem Interesse und gemeinsamen Engagement geprägt ist. Eine Kombination, die nicht selbstverständlich ist und sich über die letzten Jahre etabliert hat. Umso erfreulicher war es, dass Rektor Petrin - ganz im Sinne von Taten statt Worte - seine Unterstützung in Form eines persönlichen Engagements im Vorstand der **alumni HWZ** zusicherte.

Die Schlussfrage im Plenum lautete, über welche Kompetenzen Studierende am Schluss ihres Studiums im Umgang mit Big Data verfügen sollten. Die Wortmeldungen haben gezeigt, wie heterogen dieses Themenfeld ist und wie weit der Weg noch ist. Denn Big Data ist nicht nur ein schwieriger Begriff an sich, sondern birgt in seiner Wirkung noch Potenziale, die viel weiter greifen und zum Teil über das heutige Vorstellungsvermögen hinausgehen. Digitalisierung wird heutzutage noch häufig als Automatisierung von Prozessschritten verstanden, dabei ist dies erst der Anfang von vielem, das noch auf uns zukommt.

Wie also macht man sich bzw. Studierende fit für eine noch nicht vorstellbare Zukunft? Es wäre wirklich spannend nun von den Teilnehmenden zu hören, was genau sie aus der Diskussion mit nach Hause genommen haben. Für mich selber war wieder mal klar: Auch noch so viele Daten werden nicht dabei helfen die eigentliche Frage richtig zu verstehen, wenn man - am Ende des Tages - nicht die Kompetenz hierfür hat. Die Kompetenzen, welche die Studierenden im Bereich des Präfaktischen erlernen, schützen sie letztlich vor Fehlschlüssen im Postfaktischen.

MI, 13.09.2017
Investors Panel «Roboland»: Wie digital wird unsere Zukunft?

DI, 03.10.2017
A-Club: Organisationsdesign & -entwicklung im 21. Jahrhundert: Falsch organisiert, Richtig erfolgreich?

DO, 02.11.2017
Stiftung Benefit: Seminar Vermögensaufbau & Wohneigentum

IMPRESSUM

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

Gestaltung
seaio.interactive, Uster
Druck
beagdruck, Emmenbrücke

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