



Editorial

Liebe Studierende, liebe Partner der THI Business School,

der Start des Wintersemesters 2016 an unserer Fakultät ist durch die Gründung des Center of Entrepreneurship geprägt. Unter Federführung der THI Business School bündelt es die Gründerförderung der THI und unterstützt den Technologietransfer. Es wird zukünftig eng mit dem von externen Partnern getragenen Digitalen Gründerzentrum im Kavalier Dallwigk verzahnt.

Zudem beobachten wir mit großem Interesse wie sich die ersten Absolventen unserer Studiengänge International Management (Bachelor) sowie Automotive & Mobility Management (Master) im Arbeitsmarkt schlagen.

Zu diesen und vielen anderen Aktivitäten und Themen lesen Sie mehr in dieser Ausgabe von MOMENTUM – Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre!

Ihr

Prof. Dr. Bernd Scheed
Dekan

In dieser Ausgabe...

...Gründung Center of Entrepreneurship

...neue Gesichter in der Fakultät

...internationale Praxisprojekte und Exkursionen in
allen Kompetenzfeldern der THI Business School

und vieles mehr!



Im Blickpunkt

Gründung Center of Entrepreneurship



Prof. Dr. Martin Bader

Seit 1. Oktober 2016 koordiniert das neu gegründete Center of Entrepreneurship der THI Business School THI-übergreifend die Gründungsaktivitäten an der Hochschule. Kernziele sind die Förderung des Technologietransfers und wettbewerbsfähiger Gründungen. Im Fokus der Gründerförderung stehen der Aufbau unternehmerischer Kompetenz, der Aufbau eines Entrepreneurship Netzwerkes und die Unterstützung von Gründern bei der Akquisition von Kapital.

Das Center of Entrepreneurship wird von THI-Professor Martin Bader, Professor für Technologiemanagement und Entrepreneurship, koordiniert. Im Entrepreneurship-Team der THI Business School sind auch die Professoren Robert G. Wittmann (Existenzgründung und Innovationsmanagement) und Michael Jünger (Business Consulting und Management).

Die THI verfolgt damit, wie in ihrer Strategie 2018+ geplant, den Ausbau der in der Business School verankerten Gründerausbildung in Richtung einer flächendeckenden Entrepreneurship-Lehre in all ihren Studiengängen. Damit wird eine Kultur für Unternehmensgründungen aus der Hochschule noch systematischer als bisher gefördert.

Neue Gesichter im Fakultätsteam



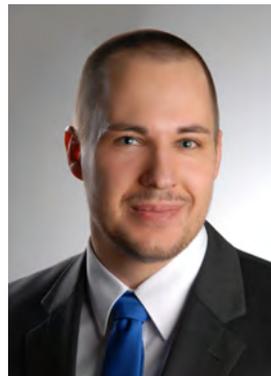
Prof. Dr. Tanja Sinha

Professorin für
Corporate Finance



Prof. Dr. Christian Stummeyer

Professor für
Wirtschaftsinformatik und Digital
Commerce



Daniel Arnold

Wissenschaftlicher Mitarbeiter
bei Prof. Dr. Martin Bader

Anmeldung zum 5-Euro-Business-Wettbewerb an der THI im Wintersemester 2016/17

5-Euro-Business – Eine Idee und 5 Euro Startkapital:

Sie finden eine Geschäftsidee, entwickeln diese im Team weiter und setzen sie am realen Markt um. Während des gesamten Wettbewerbs werden Sie kompetent betreut und geschult. Sie präsentieren Ihr Unternehmen vor einer fachkundigen Jury und können im Team um den Siegertitel wetteifern.

Infoveranstaltung:

Mittwoch, 19. Oktober 2016, 18.15 – 19.45 Uhr, E001, Technische Hochschule Ingolstadt, www.5-euro-business.de.

Info und Anmeldung:

Technische Hochschule Ingolstadt, Daniel Arnold, Email: thi@5-euro-business.de und über Moodle.



Professorium in Walting



Ende Juli trafen sich die Professorinnen und Professoren sowie auch die Wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen der THI Business School zu Ihrer jährlichen Sommerklausur im Altmühltal. Im Blickpunkt der Diskussionen stand die strategische Weiterentwicklung der Fakultät sowie die Verbesserung der Qualität der Lehre. So wurde beispielsweise ein Konzept für einen neuen Master-Studiengang im Handelsmanagement verabschiedet oder auch die Handhabung von Plagiatsversuchen diskutiert.

Studierende und Absolventen (Stand Juli 2016)

THI Business School	BW	IG	IHM	IRM	DB*	AMM	FMC	MVM	SR	Σ
Erstsemester WS 2015/16	169	53	122	45		13	12	23	11	448
Erstsemester SS 2016						9	12	31	12	64
Studierende SS 2016	566	202	254	126		47	53	109	53	1410
Davon Dualstudierende	109		69	10		1	1	2		192
Austauschstudierende SS 2016										
von anderen Hochschulen	25	1	3							29
Absolventen im WS 2015/16	106	11	29	14		3	12	28	10	213

*Start zum WS 2016/17

Qualität



Prof. Dr. Robert Wittmann, Studiendekan

Be aHead!

... wie engagierte Köpfe die Business School und damit ihre eigenen Zukunftschancen voranbringen ...

MOMENTUM:

Herr Wittmann, als Studiendekan sind Sie für die „Qualität der Lehre“ verantwortlich – das hört sich nach einem trockenen Thema an – was bringt es den Studierenden?

Robert Wittmann:

Im Ergebnis ist das Thema überhaupt nicht trocken, denn es geht um die Zukunftschancen, die unsere Studierenden bei uns aufbauen können. Der Vergleich mit anderen Hochschulen zeigt uns zwar, dass wir in vielfacher Hinsicht exzellente Bedingungen für das Studium bieten können, aber darauf dürfen wir uns nicht ausruhen. Wir müssen uns immer neu die Frage stellen: Was können wir weiter verbessern – damit unsere Studierenden im Wettbewerb um die besten Köpfe einen Vorsprung haben – ganz nach dem Motto: „Be aHead!“

MOMENTUM:

Können Sie das etwas näher erläutern?

Robert Wittmann:

Die Personalverantwortlichen schauen sich doch heute im Recruiting sehr genau an, von welcher Hochschule die Absolventen kommen. Bei der Vorauswahl zu den Auswahlgesprächen wird oft die Positionierung einer Hochschule im CHE-Ranking herangezogen. Dieses Ranking wird im Wintersemester für die Studiengänge der Business School erneut durchgeführt. Es ist daher sehr wichtig, dass sich möglichst viele Studierende am Ranking beteiligen, damit wir ein objektivierte Bild der Qualität unserer Studienprogramme nach außen vermitteln können.

MOMENTUM:

... und was tun Sie konkret, damit sich die Qualität der Lehre wirklich weiterentwickelt?

Robert Wittmann:

In der Business School ist uns eine gelebte Feedbackkultur ein großes Anliegen. Ein Beispiel: Im Sommersemester 2016 haben wir alle Studierenden eingeladen, an Befragungen zu ihrem Studiengang teilzunehmen. Ziel ist es, daraus ganz konkrete Maßnahmen abzuleiten, die die Qualität weiterbringen. Aber nicht nur das Feedback von innen ist uns ein wichtiger Impuls. Aktuell haben wir die Studiengänge Internationales Handelsmanagement, Financial Management und Controlling sowie Automotive & Mobility Management in der externen Akkreditierung bei FIBAA. Dieser kritische externe Blick liefert uns wichtige Anstöße, damit wir gezielt weiterkommen.

MOMENTUM:

Wie können die Studierenden sich aktiv in die Qualitätsentwicklung einbringen?

Robert Wittmann:

Das ist sehr einfach. Die Idee „Be aHead“ lebt von einer zweifachen Interpretation: Erstens, dass sich smarte Köpfe persönlich mit ihren Ideen einbringen und dadurch, zweitens, für ihre eigene Zukunft Vorteile schaffen. Ich lade daher alle Studierende ein: Reichen Sie uns Ihre Ideen für die Weiterentwicklung der Business School weiter. Ihre Studierendenvertretung hat dafür ein offenes Ohr und selbstverständlich finden Sie bei mir und meinen Kolleginnen und Kollegen offene Türen. Daher „Be aHead“ im doppelten Sinne: Seien Sie ein engagierter smarter Kopf, damit Sie am Ende selbst Ihren Wettbewerbsvorteil gestalten ...

AUTOMOTIVE & MOBILITY MANAGEMENT

Barbara Koch

Im Sommersemester 2016 wurden im Rahmen des Masterstudiengangs Automotive & Mobility Management zwei Projekte in Zusammenarbeit mit der Firma ComTrade Software Solutions GmbH aus Ljubljana erfolgreich unter der Betreuung von Prof. Dr. Harry Wagner abgeschlossen.

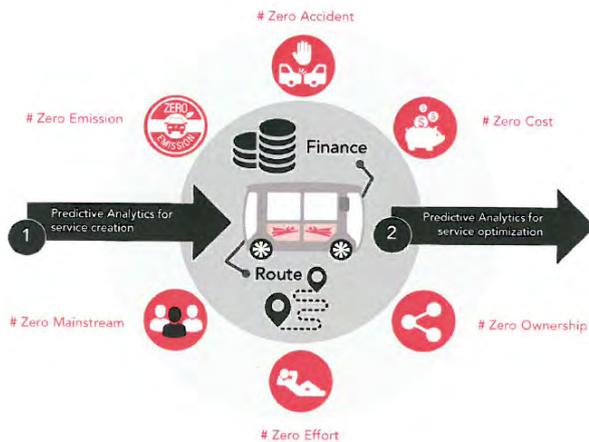
„Endgame scenarios – driverless vehicle applications and the influence on future mobility products and service“

Die zukünftige Anwendbarkeit von fahrerlosen Fahrzeugen auf abgegrenzten Gebieten mit dem Fokus auf Flughäfen war Gegenstand dieser Projektarbeit. Zunächst wurden die Prozesse, welche ein Passagier sowie dessen Gepäck an einem Flughafen durchlaufen, analysiert und Ineffizienzen identifiziert. Darauf aufbauend wurde ein Benchmark verschiedener fahrerloser Fahrzeugkonzepte als auch angewandter Transportsysteme an Flughäfen weltweit durchgeführt. Im Anschluss daran wurde ein Konzept erarbeitet, wie Prozesse an Flughäfen in Zukunft mit dem Einsatz von fahrerlosen Fahrzeugen optimiert werden können und somit Effizienzgewinne realisiert werden könnten.

„Predictive Analytics“

Digitalisierung, Personalisierung und alternative Antriebe verändern den Mobilitätssektor stark. Um wettbewerbsfähig agieren zu können, setzen sowohl Fahrzeughersteller als auch Mobilitätsdienstleister auf

gezielte Methoden vorhersagender Trendforschung auf Basis von Kunden- und Umweltdaten. Diesem Thema des „Predictive Analytics“ haben sich vier Studierende des Masters Automotive & Mobility Management zusammen mit IT-Dienstleister ComTrade Software Solutions gestellt und dabei für den Business2Business Bereich ein neues Mobilitätskonzept entwickelt.



weiterentwickelt.

Das technische Bachelorstudium mit dem anschließenden konsekutiven Master stellt eine sehr gute Grundlage für meinen Direkteinstieg als Entwicklungsingenieur im Bereich Sitzsicherheit bei der Firma Audi dar.“



Stefan Watti

„Im direkten Anschluss an mein BWL-Studium an der Hochschule Kempten begann ich im Oktober 2014 mit dem damals neuen Masterstudiengang Automotive & Mobility Management an der THI. Die Entscheidung für AMM hatte einen relativ simplen Hintergrund: Da ich vor meinem wirtschaftswissenschaftlichen Studium eine technische Ausbildung als KFZ-Mechatroniker bei Audi in Ingolstadt absolvierte, stellte der Masterstudiengang AMM die perfekte Weiterbildung für die Verknüpfung wirtschaftlicher und technischer Aspekte mit dem Fokus auf das Automotive-Segment dar.

Diese Entscheidung habe ich bis zum heutigen Tage nicht bereut. Im Gegenteil. Durch eine Vielzahl praxisorientierter Projekte, eines führte bspw. meine Kommilitonen und mich für zwei Tage an den Nürburgring, fand das Studium nicht ausschließlich in den Vorlesungssälen der THI statt. Das macht Spaß und motiviert zugleich.

Auf dieses Fundament konnte ich bereits während meiner Masterarbeit bauen, die ich in Zusammenarbeit mit der Audi driving experience angefertigt habe. Die Erfahrungen in Hinblick auf eine projektorientierte Arbeitsweise im Team kamen mir hierbei täglich zu Gute.

Seit Anfang August kann ich diese Erfahrungen zusätzlich im täglichen Berufsleben im Rahmen einer Festanstellung bei der Audi driving experience einsetzen.“

Erste Absolventen im Masterstudien- gang Automotive & Mobility Manage- ment



Florian Weidenhiller

„Nach meinem berufsbegleitenden Fahrzeugtechnik Bachelorstudium am Institut für Akademische Weiterbildung der THI habe ich mich bewusst für den Masterstudiengang AMM entschieden.

Dieser bietet für mich die beste Möglichkeit mein Wissen hinsichtlich der Elektromobilität zu erweitern, aber auch über den Tellerrand hinauszublicken und sich so mit innovativen und neuen Mobilitätskonzepten auseinander zu setzen.

Die hohe Anzahl an Projekt- und Seminararbeiten war für mich ebenfalls ein entscheidender Aspekt, denn dadurch wurden neben dem fachlichen Wissen auch die Soft Skills geschult und

Business Informatics & Logistics

MAXimale Praxiserfahrung bei MINI Oxford

Toni Donhauser

Ende Juli machten sich acht Studenten der BWL mit Schwerpunkt Logistik im Rahmen der Lehrveranstaltung „L3 Analysemethoden und Projektstudium“ (Prof. Dr. Peter Schuderer) auf in das englische Oxford, um dort die Versorgungsprozesse im Montagewerk des Automobilherstellers Mini unter die Lupe zu nehmen.

Die Aufgabe in diesem einwöchigen Projekt bestand darin, Engstellen und Ineffizienzen bei der Anlieferung von Material an die Fertigungslinie zu identifizieren und geeignete Konzepte zur Behebung dieser Schwachstellen zu entwickeln. Nach einer je zweitägigen Analyse- und Konzeptionierungsphase wurden Konzepte für geeignete Behältersysteme, die Modernisierung von Anlieferungsprozessen und die Erhöhung der Direktanlieferquote in einer Zwischen- sowie einer Abschlusspräsentation auf Englisch vor fast 30 Unternehmensvertretern vorgestellt. Auf dieser Basis kann das Unternehmen nun Maßnahmen ergreifen, um Wege zu verkürzen, Arbeitsschritte zu reduzieren, Bestände zu verringern und Qualitätsprobleme zu verhindern.



Projektwoche bei der Moritz Fürst in Nürnberg

Mario Serno

Mitte April analysierten und optimierten 12 Studenten der Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik der THI gemeinsam mit zwei Studenten des Lehrstuhls für Fertigungsautomatisierung und Produktionssystematik (FAPS) der FAU Erlangen-Nürnberg unter Leitung von Prof. Dr. Peter Schuderer die Unternehmensprozesse des Reinigungsdienstleisters Moritz Fürst GmbH & Co. KG in Nürnberg. Im Zentrum stand dabei die Fragestellung, welche der im Kontext der vierten industriellen Revolution (Industrie 4.0) diskutierten Prinzipien und Technologien auf ein Unternehmen aus der Dienstleistungsbranche im Sinne einer Dienstleistung 4.0 übertragen werden können.

Das Projekt begann mit einer eintägigen Grundlagen- und Methodenschulung, in der die Studenten das nötige Basiswissen zur zielgerichteten Projektarbeit an die Hand bekamen. Getreu dem sprichwörtlichen „Sprung ins kalte Wasser“ begannen die

Studenten am Montagmorgen der darauffolgenden Woche direkt mit der Aufnahme der Reinigungsprozesse. Hierzu begleiteten sie die Fachkräfte zu Kunden wie der Schaeffler Gruppe und der Verkehrs-Aktiengesellschaft Nürnberg (VAG) und modellierten den Ablauf sowie die genutzten technischen Hilfsmittel auf Basis von Interviews und Beobachtungen. Nach einer intensiven Aufarbeitung konnte die Ist-Analyse den Prozessverantwortlichen bereits Mittwochmorgen im Rahmen der Zwischenpräsentation vorgestellt werden. Aus einem anschließenden Brainstorming resultierten innovative Out-of-the-box-Lösungen, die im weiteren Verlauf geeignet gruppiert, fundiert aufgearbeitet und der Unternehmensführung im Rahmen der Abschlusspräsentation vorgestellt wurden.



The Smell of Silicon Valley

Prof. Dr. Werner Schmidt

Anfang Juni vertrat Prof. Dr. Werner Schmidt die THI Business School auf dem SAP University Alliance Digital Transformation Incubator Trip to Silicon Valley. Organisiert von der SAP AG besuchten etwa 30 Hochschulvertreter aus der ganzen Welt die Brutstätte vieler digitaler Innovationen.

Zunächst führte das Programm an die Stanford University. Am dortigen Hasso Plattner Institute of Design (d.school) ging es zwei Tage um Design Thinking. Internationale Studentengruppen präsentierten die Ergebnisse ihrer neunmonatigen, mit dem diesem Ansatz abgewickelten Innovationsprojekte.

Am Folgetag konnten die Teilnehmer dann in den SAP Labs in Palo Alto nach einer Einführung durch Prof. Larry Leifer, führender Vertreter des Ansatzes, selbst aktiv werden. Sie entwickelten in sieben interdisziplinären und multinationalen Teams Lösungsansätze für verschiedene Challenges und präsentierten diese in jeweils drei Minuten einer Jury aus Stanford-Experten. Das Team mit Prof. Schmidt ging dabei als Sieger hervor (siehe Foto).

Ein weiterer Tag, gestaltet vom SAP Start-up Focus Team, stand unter dem Motto „Smarter Mobility for Smart Cities“. Hier stellten Start-ups ihre Lösungen und Geschäftsmodelle in diesem Themengebiet vor. Zum Abschluss lieferte die Singularity University, ein Silicon Valley Think-Tank, einen spannenden Beitrag zum Thema „Exponentielles Denken“.

Der Besuch im HanaHaus, einem Working Space für Start-ups, sowie der Campus von Google, Facebook, Apple und Tesla, ein BBQ auf dem palmengesäumten Stanford-Campus und ein Abendempfang im SAP Innovation Hub rundeten den Aufenthalt ab.

Prof. Schmidt fasst seine Erfahrung wie folgt zusammen: „Es war ein intensives, spannendes und anspruchsvolles Programm. Wir Teilnehmer konnten viele Eindrücke und Inspirationen mit nach Hause nehmen. Diese können für den neuen Studiengang Digital Business und die Gestaltung des in Ingolstadt geplanten digitalen Gründerzentrums Dallwigk von Nutzen sein. Mich selbst hat der Trip darin bestärkt, mein bestehendes Lehrangebot im Bereich Design Thinking auch über Studiengangsgrenzen hinweg auszubauen. Außerdem sollte das Thema eng mit dem Lehrangebot zu Entrepreneurship verknüpft werden, um entwickelte Ideen vom Prototypstatus auch in Richtung echte Umsetzung und Vermarktung zu bringen.“



Finance, Controlling & Taxation

Prof. Dr. Stefan May in der FAZ über „aktive“ Anlagenfonds und ihren kontrovers diskutierten Erfolg

Prof. Dr. Stefan May

Prof. Dr. Stefan May äußert sich am 07.05.2016 in der Rubrik Wirtschaft der Frankfurter Allgemeinen Zeitung zu dem aktuell kontrovers diskutierten Erfolg aktiver Kapitalanlageformen. Basierend auf den Ergebnissen der unabhängigen Finanzmarktforschung kommt er zu dem Schluss, dass es für „Gewinner-Fonds“ mit Überrenditen keine Garantie gibt. Ganz im Gegenteil seien die bisherigen als Gewinner bekannten Fonds glücklichen Umständen zu verdanken. Prof. Dr. Stefan May empfiehlt Anlegern daher sich nicht auf das Können eines Fondsmanagers zu verlassen, sondern „(...) der produktiven Kraft der Weltwirtschaft (zu) vertrauen“ (May, Stefan: Abkehr von der Renditejagd, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung (2016), Nr. 106, S. 28).

Human Resources & Organisation Management

Praxisprojekte mit dem VDI e.V. im Vertiefungsseminar Personal 2016

Prof. Dr. Alfred Quenzler

Schon seit vielen Jahren bearbeiten Studierende im Schwerpunkt Personal praxisrelevante Projekte mit Unternehmen. Trotz hohen Arbeitsaufwands sind die Studierenden mit großem Engagement dabei und freuen sich über die Möglichkeit, an realen Projekten mitzuarbeiten und konkret Wissenschaft in die Praxis umzusetzen.

Diese Chance nutzte der Verein Deutscher Ingenieure (VDI e.V.) mit Sitz in Düsseldorf. Der VDI ist das führende Netzwerk für Ingenieurinnen und Ingenieure in Deutschland. Die Gruppe der Studenten und Jungingenieure stellt hierbei mit einem Drittel aller Mitglieder des VDI eine große Gruppe. Durch den Kontakt zu Prof. Dr. Alfred Quenzler, der seit 2011 ehrenamtlicher Vorsitzender des Fachbeirats „Beruf und Arbeitsmarkt“ des VDI e.V. im Auftrag der THI ist, wurden von Dr. Finck aus dem Bereich „Beruf und Gesellschaft“ Herrn Gelb, Leiter Mitglieder und Regionalservice, sowie Frau Schob, Vorstandsvorsitzende der Studenten und Jungingenieure, ein umfassendes, komplexes Thema im Sommersemester 2016 im Auftrag gegeben.

Fünf Teams, bestehend aus jeweils vier Studierenden, gingen der Frage nach welche Maßnahmen entwickelt werden können, um die Effektivität und Effizienz der Zusammenarbeit zwischen Arbeitskreisleitern, Kontaktpersonen und den VDI-Bezirksvereinen zu erhöhen. Ziel der Untersuchung war der Vergleich der Kommunikationswege zwischen lokalem Studenten und Jungingenieuren-Teams, VDI-Kontaktpersonen und dem VDI-Bezirksverein an den für Ingenieurwissenschaften relevanten Hochschulstandorten in Deutschland. Aus dieser Erhebung heraus sollten erfolgreiche Praxisbeispiele identifiziert und beschrieben werden, die als „best practise“-Beispiele dienen. Zudem wurden Maßnahmen und Prozesse abgeleitet, die die Zusammenarbeit zwischen den beteiligten Stakeholdern verbesserten.

Nach intensiven Recherchen, Fragebogenkonstruktionen, Erstellung von Interviewleitfäden, Reisetätigkeiten und umfangreichen Analysen der Ergebnisse fanden die Endpräsentationen vor den Auftraggebern an der THI statt. Diese zeigten sich ob der Ergebnisse von der Dynamik, Kreativität und Motivation der Studierenden begeistert und nahmen fünf dicke Projektmappen mit nach Düsseldorf. Die Ergebnisse werden im Regionalbeirat und vor dem Präsidium des VDI e.V. vorgestellt.

Mit Spendengeldern, die aus den Projekten resultieren, wird wieder auf freiwilliger Basis das Kinderhospiz St. Nikolaus in Memmingen unterstützt.

Weitere Projekte wurden durchgeführt mit der AUDI AG, die die Frage stellte, wie Kohorten von Innovatoren und „Early Adopters“ identifiziert werden können, um diese für innovative Nachhaltigkeitsthemen zu gewinnen und zu aktivieren. Für contagi Management in Frankfurt sollte demgegenüber Kennzahlen

erarbeitet werden, die für die Steuerung der Personalarbeit in den operativen Geschäftsbereichen eines Unternehmens relevant sind. Mit MAN in München wurden die aktuellen Rekrutierungswege analysiert und zeitgemäße Rekrutierungsformen bezogen auf die Effektivität für die jeweiligen Generationen und Zielgruppen analysiert.

Bei Interesse können sich Unternehmen gerne an alfred.quenzler@thi.de wenden.

trendence Employer Branding Awards 2016

Prof. Dr. Alfred Quenzler

Auch in diesem Jahr fand im Mai wieder die Prämierung der besten HR-Marketing Aktivitäten namhafter großer deutscher Unternehmen in Berlin statt. Eine Jury von neun Professoren und Professorinnen, die sich in Deutschland mit den Themen Personal, Design und Kommunikation beschäftigen, wählte aus den Einreichungen die besten drei Kampagnen aus folgenden Kategorien aus:

- Beste Karriere-Anzeige
- Beste Karriere-Website
- Bestes Hochschulmarketing
- Bestes Employer Branding Law
- Bester Social Media Impact
- Bestes Schülermarketing
- Gender Diversity
- Employer Branding Innovation des Jahres

Die Vorauswahl trafen dabei rund 45.000 Schüler und Absolventen, die in Umfragen des Personalmarketinginstituts trendence angaben, welche Arbeitgeber mit welchen Personalmarketingkampagnen besonders in Erinnerung geblieben sind.

Prof. Dr. Alfred Quenzler, der seit 2010 Mitglied der Jury ist, ließ vor dem offiziellen Event die Kampagnen ausgewählter Kategorien von Studierenden des Vertiefungsstudiums Personal bewerten. Interessanterweise wichen die Ergebnisse der Studierenden nur unwesentlich von den Ergebnissen der Jury ab. In Berlin wurde dies bei der Laudatio von Prof. Dr. Alfred Quenzler vor ca. 200 Unternehmensvertretern der überwiegend 50 großen Dax-Unternehmen für die Kategorie „Beste Karriereanzeige“ mit großem Erstaunen und Beifall – vor allem von den Preisträgern – aufgenommen.

Gastvorträge im SS 2016

Prof. Dr. Claudia Lieske

Im Sommersemester 2016 fanden im Bereich HR & Organisation Management mehrere Gastvorträge an der THI Business School statt. Am 21.04.2016 kam Dr. Sebastian Döring aus dem Bereich „Organisationskonzepte“ der Audi AG in die Vorlesung „International HR, Organisation & Leadership“. Er stellte hierbei insbesondere die internationale Organisation der Audi AG vor und sprach über das Engagement der Audi AG, z.B. in Mexiko. Da mehrere Studierende des Studiengangs ihr Auslandssemester in Mexiko verbringen

werden, konnten sie hierdurch spannende Einblicke bekommen.

Am 16.06.16 war Dr. Julia Sauerbrey, damals bei Porsche Consulting GmbH beschäftigt (heute HR Portfolio Manager - Digital Commerce der ProSiebenSat.1 Media SE), zu Besuch in der Vorlesung „Personal & Organisation“ im Studiengang Betriebswirtschaft. Sie stellte hierbei die Einführung des Ulrich Modells und das Set-up eines globalen HR Shared Service Centers in einem großen Unternehmen vor, das sie selbst als HR-Beraterin begleitet hatte. Nachdem das Ulrich Modell zuvor Teil des Theorieinhalts in der Vorlesung gewesen war, hatten die Studierenden im Vortrag nun Gelegenheit zu sehen, wie sich das Modell in der Praxis bewährt. Insbesondere konnte Frau Dr. Sauerbrey aufzeigen, welche Aspekte in einem großen Umstrukturierungsprozess besonderer Beachtung bedürfen und welche Hürden hierbei überwunden werden müssen.

Marketing & Sales

Projekt mit IDG (International Data Group) im Rahmen der Veranstaltung MVM Digitales Marketing

Prof. Dr. Alexander Decker

Es hat sich mittlerweile zu einer guten Tradition entwickelt, dass im Rahmen der Veranstaltung „Digitales Marketing“ im Masterstudiengang Marketing / Vertrieb / Medien das Gelernte anhand eines Praxisprojekts angewendet und umgesetzt werden soll.



Siegergruppe aus dem ersten Semester: v.l.n.r.: Sabrina Parisi, Sara Jarek, Julian Engels

Mit der International Data Group (IDG) konnte der heute weltweit führende Anbieter auf den Gebieten IT-Medien, IT-Research, Konferenzen und Ausstellungen gewonnen werden. IDG publiziert derzeit weltweit über 200 Zeitungen und Zeitschriften in rund 85 Ländern.

Gerade der Zeitschriftenmarkt sieht sich in den letzten Jahren besonderen Herausforderungen ausgesetzt: bei sinkenden Auflagen und einer nur schleppenden Verlagerung von Print zu Digital sind die digitalen Ertragsquellen derzeit noch marginal. Dennoch treten fast täglich neue Konkurrenten mit neuen Geschäftsmodellen am Markt auf. An dieser Stelle sollten nun die MVM-Studenten ansetzen. Ihre Aufgabe war es, neue, ggf. disruptive oder aber zumindest digitale Geschäftsmodelle für den Verlag IDG zu entwickeln. Digitale

Verlängerungen der bisherigen Geschäftsmodelle waren auch möglich.



Siegergruppe aus dem zweiten Semester: v.l.n.r.: Philipp Wagner, Andrea Kern, Benjamin Weweck, Julia Schmid, Fabian Waldmüller

Insgesamt machten sich fast 50 MVM-Studierende, in acht Gruppen unterteilt, an die kreative Arbeit. Dabei wurde nach dem ersten und dem zweiten Semester getrennt. Am Ende wurden in beiden Semestern die jeweils besten Ansätze gesucht. Was sich bereits bei der sog. Schulterblickpräsentation andeutete, bei denen die Gruppen Ihre ersten Ideen präsentierten, wurde dann bei den Endpräsentationen vollendet: ein wahres Feuerwerk an Ideen für die IDG. Sowohl Projektpartnerin Mirja Wagner von der IDG, Leiterin der Database Operations, als auch Prof. Decker waren hellauf begeistert von den tollen Ansätzen der Gruppen.

MVM Exkursion nach Frankfurt

Prof. Dr. Alexander Decker

Im April ging es für die MVM Studierenden wieder auf eine mehrtägige Exkursion. Das Ziel war diesmal Frankfurt.

Am 13. April ging es per Bus in die Mainmetropole und dort angekommen gleich zur ersten Station: Nestlé. Der Lebensmittelriese lädt den MVM Tross (insgesamt sind 51 Studierende und drei Professoren dabei) in das neue Nestlé Competence Center ein. Nach der Vorstellung verschiedenster Bereiche und einem Speed Dating mit Nestlé-Verantwortlichen klang der erste Abend gemütlich beim Italiener aus.

Am nächsten Morgen auf dem Programm: zweimal Banken. Aufgeteilt in zwei Gruppen ging es für die eine Hälfte zur Commerzbank, für die andere zur Deutschen Bank. Gespannt folgte nach der Gruppenzusammenführung um 13 Uhr der Erfahrungsaustausch, der durchaus unterschiedlich und klar pro Commerzbank ausfiel. Danach ging es für alle zum Fraport. Zunächst begrüßte uns Pressesprecher Mike Peter Schweitzer und gab tolle Einblicke in seine Arbeit als Presse- und Krisenmanager am Frankfurter Flughafen. Danach ging es im Shuttle über das ganze Gelände der Fraport mit vielen Erläuterungen zu allem was da so steht, fährt, fliegt, landet oder sich sonst wie bewegt. Mit dem neu gewonnenen Wissen über sämtliche Flugzeugtypen klang der Abend dann in der Äpplewoi-Kneipe „Wagner“ gemütlich aus.

Am dritten Tag, ging es morgens zur Brand Academy der Lufthansa in Seeheim. Corporate Design Boss Ronald Wild sowie Brand Strategy Chefin Sandra Sturm gaben tiefe und offenste Einblicke

in die Markenstrategie der Lufthansa und haben dies dann runtergebrochen, bis ins kleinste Designdetail. Besonderheit am Rande: Die Brand Academy bekommt sonst kein Normalsterblicher zu sehen, sondern nur Lufthansa Konzern Mitarbeiter, die auf einer Markenschulung sind. Perspektivenwechsel am Nachmittag: Es ging zur ältesten Werbeagentur der Welt: J. Walter Thompson, gegründet 1864! Annette Endrass, Personalchefin Deutschland, sowie Marc Karabas, Creative Director, zündeten ein wahres Feuerwerk mit vielen Beispielen aus Ihren Kampagnen und allem, was die Agenturarbeit betrifft.



Besuch in der Lufthansa Brand Academy

MVM Projekte 2016

Prof. Dr. Alexander Decker

Die Studierenden im Masterstudiengang MVM müssen zum Ende Ihres Studiums ein Masterprojekt absolvieren, bei dem es gilt, das im Studium erlernte anhand eines konkreten Projekts umzusetzen. Die nachstehende Übersicht gibt einen Eindruck über die Vielzahl an Projekten:

Business-Konzepte/Kommunikationskonzepte/Marktanalysen

- Analyse des brasilianischen Einkaufserlebnisses in Hinblick auf Konsumentenverhalten und Einkaufsstätten-Aufbau sowie Herausarbeitung möglicher Potentiale für den deutschen und den brasilianischen Markt.
- Entwicklung und Umsetzung eines Konzeptes zur Einführung der neuen Streckenagent APP für die DB Regio AG.
- Handlungsempfehlungen zur Steigerung der Markenbekanntheit des Pay-TV Senders.
- Entwicklung eines Marketing-Konzeptes für das Start-up Collaboration Factory AG.
- Fundraising-Konzept für das neue Elefantenareal im Zoo Augsburg.
- Markt- und Wettbewerbsanalyse im Produktbereich „Face Care“ im Zuge der Neuprodukteinführung eines „Skin Analyzer“ mit Ableitung von entsprechenden Maßnahmen.
- Entwicklung eines internen Dialogkonzeptes des Produktmanagements für Vertriebs- und Engineeringmitarbeiter.
- Entwicklung eines Konzeptes zur Implementierung der Corporate Identity der MSP Druck und Medien GmbH.
- Entwicklung einer Anzeigen-Strategie für ein Maschinenbauunternehmen.
- Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für den Studiengang „Energietechnik und Erneuerbare Energien“ der THI.

B2B, CRM und Vertrieb

- Auswahl eines geeigneten CRM-Systems für den Eventdienstleister „Erlebniswert“ unter Berücksichtigung begrenzter finanzieller und personeller Mittel.
- Lead-Generierungs-Konzept auf Basis einer Ergebnisanalyse der externen Kommunikation der NFZ-Kampagnen bei der Beurer GmbH.
- Entwicklung eines Konzepts zur zielgruppenspezifischen Vertriebsansprache der Hotelbranche in Deutschland für das Produkt AquaClean Dusch WC durch die Geberit Vertriebs GmbH.
- Aufbau eines differenzierten Kommunikations- und Betreuungskonzepts innerhalb der Vertriebsprozesskette bei einem Unternehmen für erneuerbare Energien.

Online Marketing- und Website-Projekte

- Smartphone Nutzung von Flüchtlingen: Eine Potenzialanalyse für Integration und Arbeitsplatzvermittlung für Handwerksberufe im Saarland.
- Ausarbeitung eines Strategie-Papiers zur Nutzungssteigerung von Business Social Communication Plattformen hin zum Social Intrapreneurship Tool.
- Wettbewerberanalyse der Läden innerhalb der Schlemmer-Passage und Ausarbeitung von Differenzierungsmöglichkeiten am PoS unter besonderer Berücksichtigung von Social Media.
- Social Media Moderation für den MVM Studiengang.

Team mit sechzehn Studierenden entwickelt die neue Bandenwerbung der BFFT im Audi Sportpark des FC Ingolstadt

Prof. Dr. Alexander Decker

Die Bandenwerbung als Teil des Sportsponsorings hat sich in den letzten Jahrzehnten stetig weiterentwickelt. Während man in der Anfangszeit die Bandenwerbung als „Schleichwerbung“ oder „schamlose Ausnutzung der Sportbegeisterung der Massen“ bezeichnete, ist sie heutzutage eine anerkannte Form der Kommunikation, insbesondere in Fußballstadien.

Dies hat auch die BFFT Gesellschaft für Fahrzeugtechnik mbH – ein Ingolstädter Fahrzeugentwickler – erkannt. Als Sponsor des FC Ingolstadt bewirbt das Unternehmen ihre Arbeitgebermarke über die Bande des Ingolstädter Fußballstadions. Nach der erfolgreichen Werbekampagne „Spielmacher gesucht“ in der Bundesligasaison 2015/2016, sollte nun eine neue „flankierende“ Kampagnen-Story entwickelt werden.



Im Rahmen des Projektseminars zum Studienschwerpunkt Marketing von Prof. Alexander Decker mit dem Thema „Bandenwerbung 2.0“ war es das Ziel für die sechzehn Studierenden des Bachelorstudienganges Betriebswirtschaft, eine cross-mediale Kampagnen-Story zur Mitarbeitergewinnung oder Mitarbeiterbindung für die BFFT zu entwickeln. Über die Bande des Erstligisten FC Ingolstadt soll die Kampagne schwerpunktmäßig ab der neuen Spielzeit kommuniziert werden.

In mehreren Runden wurde eine Vielzahl an Ideen entwickelt und schließlich am 02.06.2016 in der FCI-Loge im Audi-Sportpark auch unter Anwesenheit von Vertretern des FCI vorgestellt. BFFT-Markenchef Michael Schilhaneck zeigte sich dann auch sichtlich beeindruckt von den kreativen Vorschlägen, „mit denen er locker das ganze nächste Jahr bestreiten kann“.

Also aufgepasst! Wer nicht gerade selbst im Audi Sportpark live vor Ort sein kann, der sollte spätestens bei der ersten Sportschauendung in der neuen Saison nach der BFFT-Bandenwerbung Ausschau halten. Diese wurde von den Studierenden dieses Kurses an der THI Business School entwickelt.

Retail & Consumers

Aktuelles zur Handelslogistik - Experten tauschen sich an der THIAus



Prof. Dr. Stefan Rock

Für viele von uns hat der Handel mittlerweile mehrere Gesichter: einerseits bevorzugen wir für bestimmte Sortimente den traditionellen stationären Handel, andererseits bestellen wir im Internet oder via Handy. Eines erwarten wir immer, nämlich dass die Produkte verfügbar sind bzw. sehr schnell an den Zielort geliefert werden. Dies zu leisten, ist die Aufgabe der Handelslogistik. Was sich recht einfach liest, birgt doch recht hohe Anforderungen in sich. So sind die Anforderungen, die sich aus dem gleichzeitigen Vorhandensein obiger Absatzkanäle an die Logistik ergeben, sehr unterschiedlich. In der Handelslogistik besteht eine Unsicherheit, welche Verhaltensweise sich als sinnvoll und wirtschaftlich erweist. Wird die Nachfrage aus den unterschiedlichen Absatzkanälen aus einem Lager bedient oder werden zwei unterschiedliche Lager erforderlich? Was geschieht, wenn einzelne Kunden Klebstoff bestellen und sich mehrere Sendungen des Klebstoffs in einem Auslieferfahrzeug befinden? Wird dieses dann zum Gefahrguttransport, für den dann ganz andere gesetzliche Rahmenbedingungen gelten? Was geschieht mit den ohnehin sehr verkehrsbelasteten Innenstädten, wenn das Onlinebestellaufkommen und damit die Anzahl der Kleinanlieferungen weiter ansteigen? Wird dann seitens der Paketlieferdienste nur noch in zweiter Reihe geparkt oder lässt sich dies durch eine veränderte Art der Zusammenarbeit der Paketdienste oder innovative Zustellkonzepte vermeiden? Welche neuen Impulse für das Tagesgeschäft lassen sich erkennen?

Mit diesen und weiteren Fragestellungen und deren Diskussion befassten sich an der THI Anfang Mai insgesamt bis zu 30 Führungskräfte aus der Handelslogistik und logistiknahen Bereichen aus ganz Deutschland. Bei dem Treffen handelte es sich um einen regelmäßig tagenden Arbeitskreis des EHI Retail Institute gemeinsam mit dem HDE. Die Tagung fand auf Einladung von Prof. Dr. Stefan Rock bei uns an der THI statt.

Neben Fragestellungen aus dem daily business wurden auch zukunftsorientierte Themen erörtert, so u.a. hinsichtlich der Möglichkeit des Einsatzes von Datenbrillen in der Handelslogistik, insbesondere bei der Kommissionierung von Waren. Das zweitägige Meeting schloss mit einer Exkursion zu zwei namhaften Handelsunternehmen. Hier, sowie durch den persönlichen Austausch von Erfahrung und Wissen, nahmen die Experten wichtige Impulse für ihre eigene Arbeit auf. Das Meeting und das Umfeld der THI wurden durch die Teilnehmer sehr positiv aufgenommen und bewertet.

Neues aus dem Retail Lab



Anna Schleicher

Seit der Eröffnung des Retail Lab im Winter 2014 hat sich einiges getan: Nicht nur hat sich die Fläche um einen Vorlesungsbereich mit 25 Arbeitsplätzen erweitert, der direkt an den Point of Sale anschließt. Auch wird dieses Semester eine Multisensorik-Anlage in Betrieb genommen, mit der Studierende am Point of Sale den Einfluss von

Licht, Farben, Geräuschen und Düften auf das Verhalten der Kunden analysieren können.

Auch weiterhin finden im Retail Lab im laufenden Semesterbetrieb Vorlesungen, Forschungsprojekte und Gastvorträge statt, die insbesondere Einflussgrößen bei der Laden-Konzeption und – Gestaltung behandeln. Es geht z.B. um Fragestellungen wie: Was machen die Kunden im Laden? Welche Ware fassen sie wann an und wie oft? Wie lässt sich das durch Warenpräsentation und das Setzen von sensorischen Reizen beeinflussen? Welche Rolle spielen Luftschleier und Klimatechnik für den Energieverbrauch? Welche Möglichkeiten bietet RFID? Hier bekommen die Studierenden regelmäßig die Möglichkeit, Fragestellungen aus der gelebten Retail-Praxis zu erfahren, selbst zu bearbeiten und eigene Ergebnisse zu generieren.

Gastdozent aus Brasilien im Handel an der THI Business School



Martin de La Martinière Petroll

„My name is Martin de La Martinière Petroll (PhD) and I am Professor for Business at Universidade Federal de Santa Catarina in Florianópolis (Brazil)– UFSC. I teach in marketing for undergraduates, Master- and PhD -programmes.

Since 2014 there is a relationship between THI Business School and UFSC. In 2015 I taught „Consumer Behavior“ in Retailing and this year, 2016, I taught „International Marketing“ focused in Retailing as well. In both years I stayed 2 weeks and taught 20-30hs for international business undergraduation THI students.

The reason for coming back is to strengthen the relationship and learn from German faculty and students. Another reason for me to come back is the opportunity to visit retailing stores and the industry in Ingolstadt. To conclude, I hope to contribute in the next years not only in teaching, but also in research. This is the next step that we are beginning to establish.“

Strategy, Technology & Management

Erste Absolventen im Bachelorstudiengang International Management



Björn Bächter

„Das Besondere am Studiengang International Management ist vor allem der Bezug zum Ausland. Nicht nur die in englisch gehaltenen Vorlesungen sondern auch das Auslandssemester und Praktikum im Ausland helfen perfekt, um sich für eine Karriere im Ausland oder für ein internationales Unternehmen vorzubereiten. Auch das Erlernen einer weiteren Fremdsprache hat mir für meinen beruflichen Werdegang sehr weiter geholfen.

Generell kann man sagen, dass der Studiengang sehr breit aufgestellt ist. Es umfasst Themengebiete wie Marketing und Sustainability Management bis hin zur Int. Finanzierung und Int. Recht. Wer diesen Studiengang studieren will muss sich im Klaren sein, dass man am Ende kein Experte in diesen Fächern sein wird. Man bekommt eher einen Einblick in die verschiedensten Themengebiete.

Derzeit befinde ich mich in Kalifornien bei SAP in Palo Alto und schreibe zusammen mit dem HR und Sport Marketing Department meine Bachelorarbeit über Employee Branding und Brand Recognition Value. Anschließend besteht die Möglichkeit einer Festanstellung entweder in den USA oder in Deutschland. Sollte dies nicht klappen, werde ich mich nach einem Masterstudiengang in Richtung Sport-Event Management im Ausland (USA) umsehen.“



Sarah Wyklicky

„Nach dem Studium International Management haben Studenten viele Optionen, da die zum Teil englischsprachigen Kurse im Grundstudium breit gefächert sind. Durch das Vertiefungsstudium und die zwei Pflichtauslandssemester erhalten Studenten Einblicke in das Business anderer Länder und Kulturen und haben hier die Möglichkeit sich zu spezialisieren.

Besonders gut gefallen haben mir die kleinen Studiengruppen, der enge Kontakt zu Professoren und die Praxisrelevanz in den Vorlesungen. Nach Abschluss des Studiums habe ich ein Praktikum bei BMW im Produktmanagement absolviert. Ich freue mich auf meinen Master “Automotive & Mobility Management” an der THI und werde weiterhin als Werkstudentin bei BMW arbeiten.“

Internationales

Summer School auf Island



Prof. Dr. Torsten Graap

Im Juli und August fand eine dreiwöchige Summer School zum Thema „Creative Leadership in the 21st Century“ bei unserem Kooperationspartner Bifröst University auf Island statt. Auch drei Studenten der THI und Prof. Dr. Torsten Graap nahmen an diesem zukunftsweisenden Thema mit 20 anderen Studierenden aus ganz Europa und Japan teil.

Leadership verlangt als ganzheitlicher Ansatz bedeutend mehr Anforderungen an die Lenker von morgen als der traditionelle Managementansatz. Neben z.B. „Knowledge of Self“, „Sustainable thinking“, „Human Rights“, „Business Ethics“ wurden inhaltliche Veranstaltungen durch Unternehmensbesuche, Fallstudien, Präsentationen und Papers durch die Studierenden ergänzt. Prof. Graap hielt z.B. eine Vorlesung zum Thema „Creative Leadership through understanding world's complexity“.

Neben der intensiven Arbeit haben alle Teilnehmer natürlich die jüngste Vulkaninsel der Erde kennengelernt, z. B. durch Hochseeangeln, Vulkanwandern, Islandponyreiten am Nordatlantik. Insgesamt war es für alle Teilnehmer ein unvergessliches Erlebnis. Wer Interesse an einem Studiensemester an der Bifröst Universität hat, kann sich für nähere Information beim International Office oder direkt bei Prof. Dr. Torstem Graap melden.

Internationale Double Degrees in Australien, Schottland und USA: Ein Studium, zwei Abschlüsse

Prof. Dr. Peter Augsdörfer

Die THI Business School bietet Bachelorstudienabschlüsse mit Double Degrees in Kooperation mit drei internationalen Partnerhochschulen an. Studierende haben die Möglichkeit ihr Bachelorstudium mit zwei Bachelor-Abschlüssen zu absolvieren. Die ersten beiden Studienjahre erfolgen an der THI und das dritte Studienjahr an der Partneruniversität. Das abschließende siebte

Semester wird an der THI absolviert. Internationale Partner sind das Seminole State College of Florida, die Abertay University in Schottland und die University of the Sunshine Coast in Australien. Weitere Informationen sind beim International Office der THI verfügbar.

Partnerhochschule auf den Seychellen

Prof. Dr. Axel Bader

Nachdem Prof. Bader im März dieses Jahres die „University of Seychelles“ (UniSeY - www.unisey.ac.sc) auf der Insel Mahe im Indischen Ozean wegen einer möglichen Partnerschaft besucht hatte, erfolgte am 03.08.2016 der Gegenbesuch durch den dortigen Dekan der Business Fakultät Dr. Justin Valentin in Ingolstadt. Zusammen mit unserem Head of Internationalisation, Prof. Dr. Peter Augsdörfer, wurden die Möglichkeiten für ein konkretes Austauschprogramm mit der THI Business School ausgelotet (geplanter Beginn ab dem WS 2017/18). Die UniSeY ist eine relativ kleine Hochschule mit ca. 2000 Studierenden der Republik der Seychellen, die 1976 unabhängig von Großbritannien wurden. Das B.Sc. Studienprogramm ist mit der „University of London“ abgestimmt und von London akkreditiert.



Ihre Ansprechpartner



Petra Heckner
F 203
0841/9348-1270
petra.heckner@thi.de

Studiengänge:
BW
IRM



Erika Thureau
F 203
0841/9348-1170
erika.thureau@thi.de

Studiengänge:
WINF
Digital Business



Stefan Amann
F 202
0841/9348-4670
stefan.amann@thi.de

IT-Service



Tobias Ochsenkühn
F 202
0841/9348-3300
tobias.ochsenkuehn@thi.de

IT-Service



Amela Dizdarevic
F 206
0841/9348-3282
amela.dizdarevic@thi.de

Studiengänge:
AMM
MVM



Nina Dustmann
F 204
0841/9348-7510
nina.dustmann@thi.de

Studiengänge:
IG
IHM



Dr. Tanja Engelbert
F 206
0841/9348-3353
tanja.engelbert@thi.de

Lehre:
QM
Mikroökonomik



Nicole Schneider
F 204
0841/9348-3281
nicole.schneider@thi.de

Studiengänge:
FMC
SR

Impressum momentum

Newsletter der THI Business School, Technische Hochschule Ingolstadt
Erscheint einmal pro Semester
Fotos S. 1 rechts/S. 2 oben: Tanja Kernweiss

V. i. S. d. P.: Redaktion Arbeitskreis momentum
Dekan Prof. Dr. Bernd Scheed
Projektmanagement Nicole Schneider