

Auslese

Baden ist Elite. Wir haben nicht nur die meisten Sonnenstunden und den besten Wein, sondern auch die besten Unis. Karlsruhe, Freiburg, Heidelberg und Konstanz sind im Rahmen der „Exzellenzinitiative“ zu Elite-Unis erkoren worden. Nun studieren wir aber leider nicht an einer dieser Unis, sondern an der Hochschule Pforzheim. Zur Elite gehören wir trotzdem. Das wird zumindest jedes Semester bei der Newie-Begrüßung durch die Professoren betont. Das war bei Ralph Schieschke schon so und ist bei Designer-Dekan Ansgar Häfner nicht anders. Was sollen sie auch anderes sagen? Schließlich müssen Studienanfänger in Pforzheim je nach Studiengang Auswahlgespräche überstehen, sich durch vierstündige Studierfähigkeits-tests arbeiten oder Mappen mit Arbeitsproben anfertigen. Wer möchte dann schon hören, dass man „nur“ Mittelmaß ist? Aber was genau ist „Elite“? Ursprünglich kommt der Begriff aus dem lateinischen und bedeutet soviel wie „Auswahl“. Der Duden beschreibt Elite als „eine Auslese darstellende Gruppe von Menschen“. So weit so gut. Wir sind also eine Gruppe von Auserwählten. Auserwählt dazu, später einmal Führungsrollen in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft zu übernehmen. In diesem Zusammenhang wird oft von Funktions-, Leistungs- oder Bildungselite gesprochen. Doch fühlen sich die Studenten vor diesem Hintergrund auch als Elite? Das Bild ist geteilt: Einige sind durchaus der Meinung, dass sie schon alleine mit der Zusage, in Pforzheim studieren zu dürfen, zu den Besten gehören. Andere hingegen fühlen sich erst nach der bestandenen Steuerklausur der Elite zugehörig und wieder andere nach Erhalt des Diploms oder Bachelorgrades. Doch manchen geht die ganze Elitediskussion mittlerweile etwas gegen den Strich. „Ich studiere hier, weil ich so zu Hause wohnen bleiben kann, außerdem hat die Hochschule einen guten Ruf“, sind Stimmen, die man nicht selten zu hören bekommt. Oder ist der Begriff zuweilen negativ besetzt und gleichbedeutend mit Arroganz und Überheblichkeit? Darauf einen Schluck badischen Spätburgunders 2003. Auslese natürlich. Alice Weiß

Das PZ-Interview mit Uwe Seeger, '97er-Absolvent und Manager bei der Würth-Gruppe in Shanghai

„Plagiate sind Riesenindustrie“

Kontakt zu Absolventen zu halten, ist das Ziel von Alumni-Treffen. Ein solches fand zuletzt im Studiengang International Business statt. Es könnte aber auch anderswo sein – dort, wo eben ein paar Hochschul-Absolventen aus Pforzheim versammelt sind. In Shanghai hat sich ein solcher Stammtisch gebildet. PZ-Redakteur Olaf Lorch sprach mit Organisator Uwe Seeger über das deutsche Leben in der Fremde.



Treffpunkt „Mediterraneo Restaurant“ in Shanghai: Dort tauschen sich die Pforzheimer Hochschulabsolventen beim Stammtisch aus, in diesem Fall Oliver Schwarz, Uwe Seeger, Professor Waldemar Pförtsch und Hui Zhang (von links).

Pforzheimer Zeitung: Wie viele Alumni sind derzeit in Shanghai?
Uwe Seeger: Momentan halten sich neun Alumni aus Pforzheim in Shanghai auf, zusätzlich Professor Waldemar Pförtsch. Er unterrichtet an der China European International Business School für die Dauer von drei Jahren Markenmanagement. Darüber haben Sie ja berichtet.

PZ: Haben alle am ersten Stammtisch teilgenommen?
Seeger: Am ersten Stammtisch haben drei Alumni und Professor Pförtsch teilgenommen.

PZ: Von wem ging die Initiative aus?
Seeger: Die Initiative ging von mir aus, nachdem ich auf der Alumni-Plattform gesehen habe, dass Stammtische vor allem in Deutschland stattfinden.

PZ: Gelang das Ausfindig-Machen über die Alumni-Plattform der Hochschule, auf der mittlerweile deutlich über 9000 Namen eingepflegt sind?

Seeger: Das Ausfindig-Machen ging sowohl über die Alumni-Plattform als auch „word of mouth“ – das heißt, ein Alumnus wusste noch von anderen und hat es weitergegeben.

PZ: Wie muss man sich den Stammtisch vorstellen? Wo fand er statt?
Seeger: Der „Stammtisch“ hat in einem Restaurant in Shanghai stattgefunden („Mediterraneo Restaurant and Bar“, www.mediterraneo.cn). Organisiert habe ich ihn und die Themen an dem Abend drehten sich vom Persönlichem – Werdegang, Studium, Arbeit, Familie, weitere Pläne für die Zukunft – bis zu China, Politik, Deutschland und Fachthemen aus den Studienbereichen.

PZ: Wie lange werden die Alumni in Shanghai bleiben?
Seeger: Die Teilnehmer des Stammtisches waren ein Deutscher, der bedingt durch seine chinesische Frau und Kind unbegrenzt in China bleiben will/wird, ein chinesischer MBA-Absolvent aus Pforzheim, der auch in China bleiben will, ich – ich habe noch ein Jahr im Kontrakt – und Professor Pförtsch, der einen Dreijahresvertrag hat.

PZ: Wenn es Sie später woanders hin verschlägt – werden Sie auch dort die Tradition des Stammtischs fortsetzen?
Seeger: Auch in einem anderen Land würde ich wieder einen

Alumni-Stammtisch ins Leben rufen.

PZ: China ist derzeit eines der Top-Themen in den deutschen Medien: Doping und Olympia, Wirtschaftswachstum, Umweltverschmutzung, Plagiate, Rohstoffaufkäufer, Lohndumping. Was kriegen Sie davon mit?
Seeger: Von den genannten Themen bekommt man hier mehr oder weniger alles mit. Entweder über die chinesische Presse, die nach wie vor zensuriert berichtet, so die allgemeine Meinung, und dadurch verzerrt oder durch internationale Berichterstattung über Presse und Fernsehen und Internet. Olympia ist natürlich das

Thema schlechthin, die Tage werden heruntergezählt. Doping ist hier überhaupt kein Thema. Die Wirtschaftsmacht wird sehr herausgestellt. Japan – immer ein Thema wert, bedingt durch historische Fehler der Japaner in China – ist nun bald in der Wirtschaftsleistung überholt, was hier natürlich Freude auslöst. Plagiate werden kaum angesprochen, da es eine Riesenindustrie hier ist und nur einige Symbolfälle gezeigt werden und wie dagegen vorgegangen wird. Doch das ist chinesisch: ein paar „Opfer“ bringen und damit Ruhe herstellen. Und bei den Autos werden nur die Glanzpunkte gezeigt – dass die Fahrzeuge reihenweise bei den Tests nach europäischen Standards durchfallen, stört hier im Land niemanden. Verkauft werden sie gut. Nach wie vor sind die europäischen und amerikanischen Joint-Ventures (VW, General Motors, Ford) Marktführer. Doch die chinesischen Eigenbauten und Marken holen auf – vor allem durch Lokalpatriotismus und sehr günstige Preise.

ZUR PERSON

Uwe Seeger

Der 36-jährige gebürtige Nagolder Uwe Seeger studierte von 1993 bis 1997 an der Hochschule Pforzheim mit den Studienschwerpunkten Finanzwirtschaft und Controlling. Zuvor absolvierte er bei der Sparkasse Pforzheim Calw eine Ausbildung zum Bankkaufmann. Seine ersten beruflichen Meriten nach dem Studium verdiente er sich bei der Würth-Gruppe in Künzelsau, Bangkok, Shanghai und Tianjin (China). Seit Januar 2006 ist der verheiratete Familienvater Mitglied des Board of Directors von SWG Fasteners Shanghai (gehört ebenfalls zur Würth-Gruppe). Das Unternehmen macht einen Jahresumsatz von rund acht Millionen Euro.



Professorin Heike Bühler (Zweite von links) und Martin Erhardt (Mitte) sind stolz auf die frisch gebackenen PR-Referenten.

„Turbo für Karriere“

PR-Referenten auf Arbeitsmarkt begehrt

„Das Begleitstudium PR-Referent soll als Turboantrieb für die Karriere wirken und den Absolventen unserer Hochschule noch bessere Berufschancen geben“, so Rektor Professor Martin Erhardt. Die frisch gebackenen PR-Referenten können in den Bereichen Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit bei Unternehmen, Verbänden und Institutionen, Agenturen oder Organisationen tätig sein. Die Leiterin des Zertifikatsprogramms, Professorin Heike Bühler, hob die Bedeutung der Kommuni-

kation und der Öffentlichkeitsarbeit als Wettbewerbsfaktor gerade auch für mittelständische Unternehmen in Pforzheim und dem Enzkreis hervor. Professorin Brigitte Gaiser, Prodekanin der Fakultät für Wirtschaft und Recht, lobte das enorme Engagement der Studierenden, welche das Zertifikatsprogramm zusätzlich zu ihrem regulären Studium absolvierten. Beate Sohl, Geschäftsführerin der Deutschen Akademie für PR, hob die gute Qualität der Ausbildung hervor.

AUF DEM CAMPUS



Was läuft auf dem Campus? Einmal wöchentlich berichtet die PZ während des Semesters über Wissenswertes von der Hochschule.

INFO

HOCHSCHULE PFORZHEIM

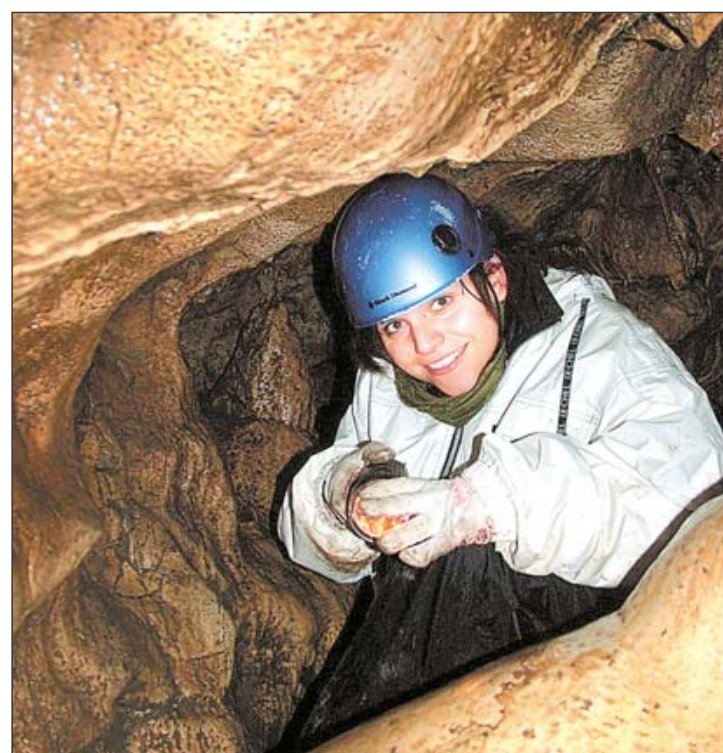
Wichtige Adressen

Studentensekretariat der Fakultäten für Technik, Wirtschaft und Recht: Tiefenbronner Straße 65, 75175 Pforzheim, Telefon (07231) 28 69 40 (Montag-Freitag 9-11.30 Uhr)
Studentensekretariat der Fakultät für Gestaltung: Holzgartenstraße 36, 75175 Pforzheim, Telefon (07231) 28 67 25 (Montag, 13-18 Uhr)
ASTA: Telefon (07231) 28 62 63
Internet: www.hs-pforzheim.de

Erst die Höhle – dann das Design

Studenten der Fakultät für Gestaltung entwerfen für ehrenamtliche Organisation einheitliches Erscheinungsbild

So haben wir uns das nicht vorgestellt.“ Jasmin Boje ist erschöpft. Jacke und Hose sind mit Lehm verschmutzt. Um einige Erfahrungen und blaue Flecken reicher krabbeln die Studierenden der Hochschule Pforzheim aus dem Ausgang der Gustav-Jakobs-Höhle bei Grabenstetten. „Recht so“, sagt Ingo Bauer, Ausbildungsleiter der Höhlenrettung Baden-Württemberg. Schließlich sollten die 13 Männer und Frauen aus Pforzheim zusammen mit ihrer Professorin Alice Chi den Arbeitsplatz der Untertage-Hilfsorganisation kennenlernen. Grund der Exkursion ins Dunkel der 280 Meter langen, engen Tropfsteinhöhle ist die Recherche zu einer Semesterarbeit zum Thema „Corporate Design“. Der Studiengang Visuelle Kommunikation an der Fakultät für Gestaltung kam auf die Höhlenretter zu und bot ihnen an, im Rahmen einer Semesterarbeit für den Verein kostenlos ein einheitliches Erscheinungsbild zu entwerfen.



Es wird eng für Studentin Jasmin Boje – doch was tut man nicht alles für eine Semesterarbeit...

„Wir haben uns bewusst für eine ehrenamtliche Institution entschieden. Die haben normalerweise kein Geld, einen Profi mit so etwas zu beauftragen“, begründet Hochschullehrerin Chi ihre Wahl. Im Klartext: farblich-symbolisch einheitliches Auftreten der Höhlenretter in Logos, Briefpapier, Flyern, aber auch Einsatzkleidung und Vereinsausweisen. Auch die Homepage des Vereins soll angepasst werden.

Kaum Vorgaben

Um ein wirkungsvolles Design entwerfen zu können, gehörte zur Recherche auch, das Umfeld zu kennen, dessen „Botschaft“ über das Design transportiert werden soll. Die Höhlenretter gewähren den Studenten bei ihrer Arbeit weitestgehend freie Hand. Vorgaben gibt es nur wenige. So soll etwa das neue Logo rund sein und die symbolische Botschaft „Höhle“ und „Notfall“ oder „Hilfeleistung“ vermitteln. Auch die Homepage des Vereins soll im Design angeglichen werden. Im Rettungsmateri-

aldepot auf dem Gelände der Reutlinger Feuerwehr erhielten die Pforzheimer einen Einblick in die Vielfalt an Ausrüstungsstücken, mit denen die Höhlenretter arbeiten. „Uns ist es wichtig, dass die Studenten wissen, aus welchen Werkstoffen unser Material besteht und welche Flächen unter Umständen durch Beschriften zur Verfügung stehen“, erklärt Ingo Bauer.

Attraktiv für Sponsoren

Bei der Fragestunde ging es für die Studenten um konkrete Anweisungen, wen die Höhlenretter mit ihrem neuen Corporate Design ansprechen möchten. Laut Bauer sind die Hauptzielgruppen natürlich alle Höhlengeher. Das neue Erscheinungsbild sollte aber auch helfen, den Verein bei Rettungsorganisationen bekannter zu machen und potenzielle Sponsoren ansprechen. Im Januar sollen die fertigen Entwürfe der Öffentlichkeit vorgestellt werden. Alexander Maier

@ www.hoehlenrettung.bw