



FUNDAMENTE SETZEN – WEGE GEHEN

Professorin Dr. Anja Forster lehrt Marketing

das „Behavioral Branding“, also die Stärkung der Marke in der Wahrnehmung aller externen Interessengruppen, vor allem der Kunden, durch das markenadäquate Verhalten aller Mitarbeiter. Natürlich gab es auch noch zahlreiche andere hochschulimmanente Aufgabenfelder, wie z.B. das Verfassen von wissenschaftlichen Publikationen, etc.

In dieser Zeit erfolgte auch ein weiterer neuer, und wie ich heute weiß, wichtiger Schritt auf meinem Weg in Richtung meiner heutigen Funktion. Ich übernahm 2008 einen Lehrauftrag im Fachbereich „International Management“ an der „Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften“ in Winterthur – und diese Aufgabe machte mir so viel Freude, so dass ich auch weiterhin berufsbegleitend als Dozentin arbeitete. Zunächst in Winterthur, dann an der Universität St. Gallen und später auch an der Technischen Hochschule Nürnberg.

Nach Abschluss meiner Promotion entschied ich mich gegen eine angebotene Dozentur in der Schweiz, mein Weg führte mich wieder zurück nach Deutschland, in die Metropolregion Nürnberg. Ich erhielt hier das spannende Angebot, als Mitglied der Geschäftsleitung und Leiterin des Bereichs „Marketing & Development“ im Medical Valley EMN, dem Clustermanagement des durch das BMBF ausgezeichneten und geförderten Medizintechnik-Spitzenclusters, tätig zu werden. Auch ohne vertiefte Kenntnisse der Medizintechnik und ohne weitere Erfahrungen auf dem gesundheitspolitischen Parkett nahm ich diese neue Herausforderung an und sammelte in den folgenden Jahren wertvolle Erfahrungen in verschiedensten Bereichen wie z.B. dem Clustermarketing/-kommunikation, der Clusterstruktur-Entwicklung oder der Geschäftsfeld-Entwicklung für das Clustermanagement. Unter anderem arbeiteten wir hier – und arbeiten nach wie vor - an einem hochrangigen Projekt mit chinesischen Partnern. Ziel dieses Projektes ist es, Outbound-Clusterstrukturen an verschiedenen Standorten in China aufzubauen. Besonders prägend war für mich in dieser Zeit die Zusammenarbeit mit dem Geschäftsführenden Vorstand, Prof. Dr.-Ing. Erich R. Reinhardt (ehemaliger CEO Siemens Healthcare), einem brillanten Strategen und vor allem mitreißenden Visionär.

Im letzten Jahr erhielt ich den Ruf an die Hochschule Pforzheim. Eine neue Entscheidung auf meinem Weg. Ich nahm diese Professur – trotz der spannenden und erfolgreichen Zeit beim Medical Valley – mit großer Freude an, denn ungebrochen war nach wie vor auch meine Begeisterung für die Hochschularbeit.

Zurückblickend gab es also auf meinem beruflichen Weg schon manche Weichen, aufgrund derer ich heute vielleicht nicht – oder noch nicht – an der Hochschule Pforzheim wäre. Eine Professur zu planen ist nur bedingt möglich. Es gibt so viele Unwägbarkeiten, die nicht abschätzbar sind. Ein Ziel lässt sich sicher anvisieren und man kann daran arbeiten, die Fundamente zu schaffen, aber vielleicht ist vielseitiges Interesse, Offenheit und Neugierde, auch auf manchmal überraschende Optionen, eine gleichermaßen wichtige Kunst – genauso wie das bekannte Quäntchen Glück.

So oder so – ich freue mich auf alle Fälle sehr darüber, dass mich MEIN Weg hierher „berufen“ hat und auf die Zusammenarbeit mit den Kollegen/-innen und allen Studierenden! ■

>> Im Herbst 2013 wurde ich als Professorin für Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Marketing an die Hochschule Pforzheim berufen. Hier traf ich auf viele offene, interessierte und interessante Persönlichkeiten – Studierende wie Kollegen/-innen –, die mir den Start an der Hochschule mit viel Herzlichkeit und freundlicher Unterstützung sehr erleichterten. In dieser „Newie“-Situation war es völlig normal, dass man die neue Person und deren Werdegang kennenlernen wollte. Vor kurzem wurde ich zu meiner Überraschung gefragt, wie ich diesen Karriereweg denn geplant hätte? Und mir wurde klar: „Planen“ kann man diese Laufbahn eigentlich nicht. Über die Zeit entstehen lediglich Fundamente und Bausteine, die einem diesen Weg eröffnen können.

Mein Weg begann mit der Studienwahl... Genetik, Medizin oder Internationale Betriebswirtschaftslehre – drei Optionen, bei denen ich mich letztendlich für den damals neu geschaffenen NC-limitierten Studiengang "Internationale BWL" an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg entschied und in dessen Rahmen ich auch an der Université Montpellier in Frankreich studierte.

Während und nach meinem Studium sammelte ich vielfältige praktische und internationale Erfahrungen in Unternehmen und Organisationen in Österreich, Frankreich und Thailand. In Frankreich arbeitete ich für den Conseil Général du Département Hérault, in Thailand in der Wirtschaftsabteilung der Deutschen Botschaft in Bangkok und in Österreich beim Textilunternehmen Wolff, später in der Ski-Marketingabteilung der HEAD Sport AG. Wäre ich damals der Empfehlung des stellvertretenden Botschafters gefolgt, die Laufbahn des Diplomatischen Dienstes einzuschlagen oder wäre ich bei HEAD geblieben – wo ich für die gesamte Koordination des neu gebildeten länderübergreifenden Women Product Design Teams verantwortlich war –, wäre mein weiterer Weg ganz anders gewesen.

Ich entschied mich jedoch für den Schritt zur Promotion und arbeitete während dieser Zeit als Wissenschaftliche Mitarbeiterin mit begleitender Projektleitung bei Prof. Dr. Torsten Tomczak am Kompetenzzentrum Brand Management des Instituts für Marketing und Handel (heute Forschungsstelle für Customer Insight) an der Universität St. Gallen in der Schweiz. In verschiedenen Forschungs- und Beratungsprojekten mit namhaften nationalen und internationalen Industrie- und Dienstleistungsunternehmen (wir hatten u.a. zu tun mit: ABB, BMW, UBS, REWE, Die Mobiliar, Graubündner Kantonalbank, Sunrise) konnte ich hier Theorie und Praxis zu einer ganzheitlichen Perspektive verbinden. Schwerpunkt der Projekte war dabei insbesondere