



Business PF Newsletter



#international

UNITED COLORS OF
BENETTON

Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser,

2024 steht ganz im Zeichen unserer Curriculumsreform. Neben mehr Digitalisierung und Internationalisierung als Ausbildungsinhalte in allen Studiengängen wächst in diesem Jahr eine zweite strategische Säule: Zum Wintersemester werden sechs Programme als englischsprachige Studiengänge angeboten werden - das entspricht 25% unseres Studienangebots.

Im aktuellen Newsletter stellen wir Ihnen dieses neue Angebot näher vor und berichten von den strategischen Überlegungen im Hintergrund. Zudem lesen Sie wie gewohnt über Lehr- und Forschungsprojekte, Alumni, Preise und Auszeichnungen sowie Neuigkeiten aus der Hochschule insgesamt.

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen des Newsletters.

Ihr Dekanat
Thomas Cleff, Claudius Eisenberg, Simone Huck-Sandhu,
Markus-Oliver Schwaab und Harald Strotmann

Introduction

Dear reader,

2024 is all about our curriculum reform. In addition to more digitalization and internationalization as educational content in all our degree programs, a second strategic pillar is growing from this year on: six programs will be offered as English-language degree programs from the winter semester - this corresponds to around 25% of the scope of our program portfolio.

In the current newsletter, we present these new programs in more detail and report on the strategic considerations behind them.

As usual, you can also read about teaching and research projects, alumni, prizes and awards as well as news from the university as a whole.

We hope you enjoy reading this newsletter.

Your Dean's Office
Thomas Cleff, Claudius Eisenberg, Simone Huck-Sandhu,
Markus-Oliver Schwaab and Harald Strotmann



I like that we can talk a lot with the professors. In Korea you usually ask questions in person after the class but here you can ask directly during the class and students asking a lot of questions which I like.

Minji Park
Hanyang University, South Korea

#international

International – Knowledge that knows no boundaries

Internationalization is firmly anchored as a strategic goal in the Business School's identity. Cooperation across national and cultural borders creates new perspectives for teaching and research as well as for the students. Courses and lectures in English, international guest students and co-working in intercultural teams enrich the Pforzheim campus. A network of over 100 partner universities in 40 countries opens the doors to the world for students.

Wissen, das keine Grenzen kennt:
Internationalisierung

Internationalisierung ist als strategisches Ziel fest im Selbstverständnis der Business School Pforzheim verankert. Durch Zusammenarbeit über nationale und kulturelle Grenzen hinweg entstehen neue Perspektiven für Lehre, Forschung und für die Studierenden. Englischsprachige Veranstaltungen, internationale Studierende und das Arbeiten in interkulturellen Teams bereichern den Pforzheimer Campus. Ein Netzwerk aus über 100 Partnerhochschulen in 40 Ländern öffnet Bachelor- und Masterstudierenden die Tore zur Welt.

Schwerpunktthema / In the spotlight

Business School erweitert internationales Studienangebot	4
Business School introduces wider range of international study programs	6
Einblicke: Auslandserfahrungen von Studierenden	15
Insights: Students' experiences abroad	19

Einblick / Insight

Stiftungsprofessur „Digital Business Management“	23
Guest Professor Julianna Paola Ramírez Lozano	24
Rankings	28
Preise und Auszeichnungen	31
Aus der Forschung	33
Studierendenprojekte	35

Rückblick / Review

In den Medien	41
---------------	----

Weitblick / On the horizon

Alumni im Porträt	42
Termine	44

Business School erweitert internationales Studienangebot: Zum Wintersemester ein Viertel der Programme in englischer Sprache

Zum Wintersemester 2024 können Studieninteressierte erstmals zwischen sechs englischsprachigen Studiengängen wählen. Mit drei Bachelor- und drei Master- bzw. MBA-Programmen werden künftig rund 25% des Studienangebots der Business School vollständig auf Englisch angeboten. Die Programme richten sich einerseits an Bewerberinnen und Bewerber aus dem Inland, die sich für ein international ausgerichtetes Studium mit interkultureller Studierendengruppe interessieren. Andererseits werden Bewerberinnen und Bewerber aus dem Ausland angesprochen, die für ein Studium und die Perspektive eines Einstiegs in den deutschen Arbeitsmarkt in die Bundesrepublik kommen.

Mit künftig sechs englischsprachigen Studiengängen öffnet die Business School ab dem kommenden Wintersemester rund ein Viertel ihrer insgesamt 26 Programme für internationale Bewerbende auch ohne deutsche Sprachkenntnisse. Damit geht die Fakultät einen weiteren Schritt in der Internationalisierung. Sie erschließt sich ein weitgehend neues Terrain, in konsequenter Weiterführung der bisherigen Internationalisierungsstrategie.

Gewinnung der besten internationalen Bewerberinnen und Bewerber

Seit vielen Jahrzehnten werden Studierende in den Pforzheimer BWL- und Wirtschaftsrechtsstudiengängen auf eine erfolgreiche Karriere in einer dynamischen, globalen, interdisziplinären und zunehmend digital geprägten Arbeitswelt vorbereitet. Bislang mussten Bewerberinnen und Bewerber jedoch für fast alle Studiengänge zwar auch gutes Englisch, aber eben auch fließend Deutsch sprechen, um zugelassen werden zu können.

„Mit dem erweiterten englischsprachigen Angebot richten wir uns an

hochqualifizierte Studieninteressierte aus dem Ausland, die sich für ein Studium in Deutschland interessieren, aber bislang noch kein oder nur wenig Deutsch sprechen“, so Professor Dr. Harald Strotmann, der als Stellvertretender Dekan der Business School den Strategie- und Internationalisierungsprozess maßgeblich vorantreibt. „Der Fachkräftemangel wird sich in den nächsten Jahren demographisch bedingt weiter verschärfen. Ziel

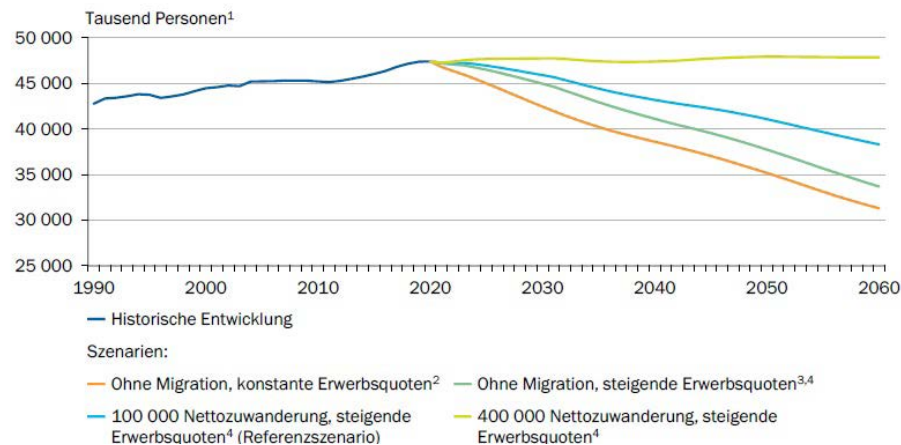
unseres erweiterten englischsprachigen Angebots ist es, neben unseren hervorragenden deutschen Studierenden auch die besten internationalen Bewerberinnen und Bewerber für erfolgreiche Karrieren im deutschen Arbeitsmarkt zu qualifizieren.“

Zweites Standbein für die Internationalisierungsstrategie

Bereits über viele Jahre hinweg wurde an der Business School Pforz-

heim ein umfangreiches Angebot an englischsprachigen Lehrveranstaltungen in die deutschsprachigen Bachelor- und Masterstudiengänge integriert. Die Zahl der internationalen Gastprofessorinnen und Gastprofessoren, die in den Pforzheimer Hörsälen unterrichteten, stieg stark an. Zudem entstand – vor allem dank der AACSB- und EFMD-Akkreditierungen – ein umfangreiches Netz von derzeit über 100 hochkarätigen Partnerhochschulen in

Szenarien für die Entwicklung des Erwerbspersonenpotenzials für die Jahre 1990 bis 2060



Quelle: Fuchs et al. (2021); © Sachverständigenrat | 22-223-01



From the classes that I've taken, I've enjoyed that we move past the theoretical. I feel like they do a very good job of helping me to apply the things that I'm learning.

Blake Nelson
Brigham Young University, USA

aller Welt. Mittlerweile verbringen über 40% der Pforzheimer Studierenden ein Semester im Ausland oder erwerben gar im Rahmen eines Auslandsjahres einen Double-Degree-Abschluss der Hochschule Pforzheim und der jeweiligen Hochschule im Ausland. Im Gegenzug kommen pro Jahr rund 200 Austauschstudierende aus dem Ausland, die ein Semester zu Gast in Pforzheim sind.

Mit der Neueinrichtung bzw. Weiterentwicklung von sechs englischsprachigen Studiengängen erhält die Internationalisierungsstrategie der Business School nun einen weiteren Schub. Für diese Studiengänge werden neben Bewerbungen von Studieninteressierten aus dem Inland, die weiterhin sehr willkommen sind, nun verstärkt auch Bewerbungen aus dem Ausland erwartet. Mit ihnen soll die Gruppe der Internationals, die als sogenannte „degree seeking students“ vom ersten Semester an regulär an der Hochschule studieren, wachsen. Studierende aus dem Ausland, die ihr Abitur oder ihre Fachhochschulreife bzw. den Bachelorabschluss außerhalb Deutschlands erbracht haben, waren bislang vor allem im englischsprachigen Bachelor „Digital Enter-

prise Management“ oder im „MBA International Management“ eingeschrieben. Zur Gruppe der internationalen Studierenden zählten bislang auch schon jene, die in ihren Heimatländern an einem Deutschen Gymnasium das deutsche Abitur erworben haben und in einem deutschsprachigen Bachelor- oder Masterstudiengang angenommen worden sind.

Englischsprachiges Studienangebot im Bachelorbereich

Im Bachelorbereich können Studieninteressierte nun drei BBA-Studiengänge wählen. BBA steht für „Bachelor of Business Administration“ und bedeutet „Bachelor in Betriebswirtschaftslehre“. Angeboten werden ein „BBA/International Marketing“, der auf dem langjährigen deutsch- und englischsprachigen Studiengang BW/International Marketing aufbaut; ein „BBA/International Business“, dessen Vorgängerprogramm ebenfalls schon seit vielen Jahrzehnten erfolgreich am Netz war, und in dem die Studierenden neben Englisch einen französisch- oder spanischsprachigen Track belegen; und der neue Studiengang „BBA/Digital Business Management“, der aus dem Experi-

mentalstudiengang „Digital Enterprise Management“ hervorgeht. Gemeinsam haben die drei Bachelorprogramme, dass Bewerberinnen und Bewerber zum Studienbeginn noch keine Deutschkenntnisse vorweisen müssen. Mit Abschluss des Studiums aber gilt es dann, Grundkenntnisse der Landessprache nachzuweisen.

Sprachkenntnisse können über studienbegleitende Sprachkurse am Sprachenzentrum der Hochschule Pforzheim erworben und im Kontakt mit den deutschsprachigen Kommilitoninnen und Kommilitonen direkt angewendet werden.

„Wir beobachten, wie sich Tätigkeitsfelder und Anforderungsprofile in den Unternehmen verändert haben. Englisch als Geschäftssprache ist selbst in mittelständischen und kleinen Unternehmen angekommen. Teams sind international zusammengesetzt, und viele Aufgabenstellungen der Wirtschaft ohnehin global. Für unsere Absolventinnen und Absolventen bedeutet das, dass sie nicht nur das englische Fachvokabular kennen und sich professionell sicher in der englischen Sprache bewegen können sollten. Sondern auch die interkulturelle Kompetenz und andere Soft-

Skills gewinnen an Bedeutung“, so Strotmann. „Durch unsere noch stärker international zusammengesetzten Studierendengruppen findet interkulturelles Lernen für unsere Studierenden in Zukunft hier noch viel intensiver als bisher direkt im Alltag, im Hörsaal und in der Teamarbeit statt“.

Masterstudiengänge mit internationalem Profil

Im Masterbereich ist der „MBA International Management“ seit rund 25 Jahren ein Aushängeschild der Business School. Für diesen Vollzeit-Master kommen Young Professionals aus aller Welt, abhängig von ihrer vorherigen Qualifizierung, für drei bzw. vier Semester nach Pforzheim. Über „company projects“ – mit realen Aufgabenstellungen aus Unternehmen –, Firmenbesuche, Exkursionen, Lehrbeauftragte und Gastreferenten aus der Praxis und ein Mentoring-Programm durch Alumni bilden die MBA-Studierenden ein großes individuelles Netzwerk in die Wirtschaft, national und international, aus. Der Erfolg gibt dem Programm recht: Viele Internationals machen nach dem Studienabschluss in Deutschland Karriere. Andere sind in Unterneh-

men im Ausland tätig, aber mit enger Schnittstelle zum deutschen Markt.

Zum Wintersemester 2024/25 bereichert der neu geschaffene Master „Digital Business Management“ das Masterangebot. Er entstand aus dem Bedarf der Wirtschaft an hochqualifizierten Fach- und Führungskräften im Bereich der Digitalisierung von Unternehmen und Geschäftsmodellen. Das Studium adressiert Tätigkeitsfelder im Kontext der digitalen Transformation: Alumni werden in Digitalisierungsprojekten in den Unternehmen tätig, konzipieren digitale Geschäftsmodelle oder führen neue Prozesse ein. Sie sind an der Schnittstelle zwischen den Abteilungen tätig und haben eine hohe kommunikative Kompetenz, um Change-Prozesse im Unternehmen zu begleiten. Im Masterstudium erwerben sie die Fachkompetenz über Forschungsmethoden und Datenanalyse, um den Status-quo fundiert erheben, Zukunftsoptionen entwickeln und tragfähige Entscheidungen treffen zu können. Zudem geht es darum, abzuschätzen, wie durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz Prozesse und Leistungen optimiert werden können. Daneben erfordern

Digitalisierungsprojekte aber auch interdisziplinäre Kompetenzen und die Zusammenarbeit über Abteilungen hinweg.

Als dritter im Bunde stellt der Master „Corporate Communication Management“ zum Wintersemester seine Unterrichtssprache um. Die Praxis der Unternehmenskommunikation ist zunehmend international geworden. Sowohl Alumni als auch Akteure aus Wirtschaft und Gesellschaft spiegeln zurück, dass die Neuausrichtung des Masters einen klaren Bedarf im Arbeitsmarkt trifft .

➤ Auf den folgenden Seiten dieses Newsletters stellen sich die sechs Studiengänge im Kurzprofil vor.

➤ Alle Masterstudiengänge – inkl. der 9 deutschsprachigen Voll- und Teilzeit-Studiengänge – präsentieren sich beim **Master-Infoabend am 24. April 2024** in Präsenz auf dem Campus und digital.

➤ Die Bachelorstudiengänge öffnen ihre Türen für ein **Osterferien-Schnupperstudium am 3. & 4. April** sowie beim **Bachelor-Infonachmittag am 12. Juni** vor Ort auf dem Pforzheimer Campus.

Business School introduces a wider range of international study programs: Starting in the winter semester, 25% of programs will be available in English

For the first time, interested students will be able to choose between six study programs taught entirely in English starting in the winter semester 2024. With three Bachelor's and three Master's or MBA programs, around 25% of the Business School's study programs will be offered in English in the future. These programs are designed both for applicants from Germany who are interested in an internationally oriented course of study with an intercultural student group and for applicants from abroad who are interested in studying in Germany and in entering the German job market.

Starting with the upcoming winter semester, the Business School will open up around a quarter of its 26 programs to international applicants without German language skills by offering six study programs in English. The school is thus taking the next step towards internationalization. In doing so, it is stepping on largely new terrain, in consistent continuation of its internationalization strategy up until now.

Attracting the best international applicants

For many decades, students studying business administration and business law in Pforzheim have been preparing themselves for a successful career in a dynamic, global, interdisciplinary and increasingly digital professional world. To date, however, all applicants for almost all study programs have been required to speak not only English proficiently but also be fluent in German in order to be admitted.

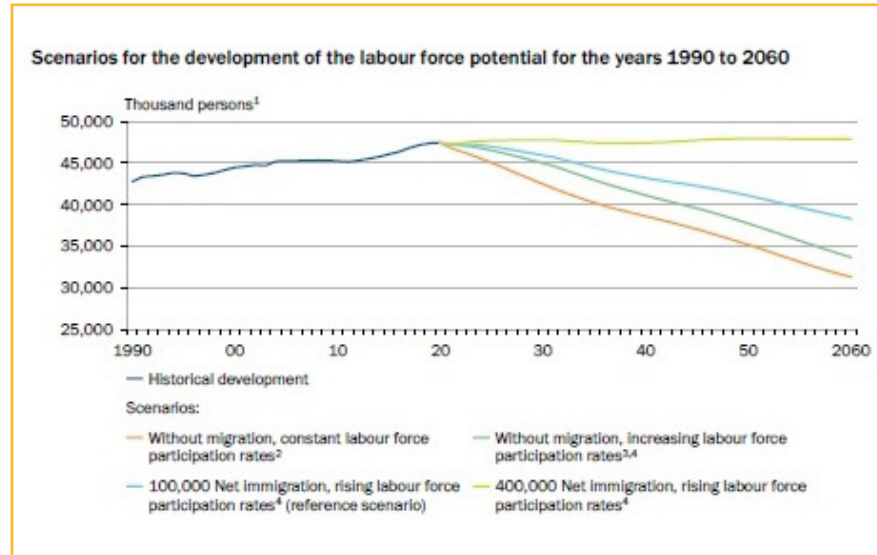
'With the expanded English-language offering, we are targeting highly qualified prospective students from abroad who are interested in studying in Germany and do not yet speak any or only little German,' says Professor Dr Harald Strotmann, who, as Vice Dean of the Business School, is playing a key role in driving forward the strategy and internationalization process. 'The shortage of skilled workers will become even more acute in the coming years due to

demographic factors. The aim of our expanded study program in English is to qualify the best international applicants for successful careers in the German job market alongside our outstanding German students.'

A second pillar for our internationalization strategy

For many years, Business School Pforzheim has integrated a substantial range of courses taught in English into its German-language Bachelor's and Master's study programs. The number of international guest professors teaching in Pforzheim's lecture halls has risen considerably. In addition, thanks to AACSB and EFMD accreditations in particular, an extensive network of currently more than 100 top-class partner universities around the world has been established. More than 40% of Pforzheim students now spend a semester abroad or even earn a double degree from Pforzheim University and their respective university abroad. In return, around 200 exchange students come from all over the world to spend a semester in Pforzheim each year.

The Business School's internationalization strategy is now receiving a further boost with the establishment and further development of six study programs in English. In addition to applications from prospective German students, who



are always very welcome, applications from abroad are now increasingly expected for these programs. The group of internationals, who study regularly at the university from the first semester onwards as so-called 'degree seeking students', is expected to grow as a result. Students from abroad who have completed their university entrance qualification or Bachelor's degree outside of Germany have so far

mainly been enrolled in the Bachelor's degree in Digital Enterprise Management or the MBA International Management. The group of international students has so far also included those who have obtained the German high school diploma at a German high school in their home countries and have been accepted into a German-language Bachelor's or Master's study program.



I love that the classes are very specific and different from my country. They are a lot more practical than theoretical

Sofia dos Santos Carvalho
ISCTE Business School, Portugal

Bachelor's study programs in English

Prospective students can choose from three BBA study programs to complete their Bachelor's degree. BBA stands for 'Bachelor of Business Administration'. They include a 'BBA/International Marketing', which builds on the long-standing German and English-language BW/International Marketing study program; a 'BBA/International Business', whose German-language predecessor program has also been successfully running for many decades and in which students take a French or Spanish track in addition to English; and the new 'Digital Business Management' study program, which emerged from the experimental 'Digital Enterprise Management' study program.

All three Bachelor's programs have in common that applicants are not required to have any knowledge of German at the start of their studies. However, once they have completed their studies, they will need to demonstrate basic knowledge of the local language. Language skills can be acquired by taking language courses at the Language Center at Pforzheim University and can be applied directly in contact with German-speaking students.

'We are noticing a change in companies' job as well as requirement profiles. English has become the language of the corporate world even in small or medium sized companies. International teams and global tasks are a very normal occurrence nowadays. For our graduates, this means that they not only need to be familiar with specialist English vocabulary and be able to use English with professional confidence. Intercultural competence and other soft skills are

also becoming increasingly important,' says Dr. Strotmann. 'Thanks to our even more international student groups, intercultural learning will take place much more intensively for our students in everyday life, in the lecture hall and in teamwork in the future.'

Master's study programs with an international profile

The MBA International Management has been a flagship of the Business School for around 25 years. Depending on their previous qualifications, young professionals from all over the world come to Pforzheim for three or four semesters for this fulltime Master's degree. Through 'company projects' - with real tasks assigned by companies -, company visits, excursions, lecturers and guest speakers from the field and a mentoring program by alumni, the MBA students build up a large individual network in the business world, both nationally and internationally. The program's success speaks for itself: many internationals pursue careers in Germany after graduation. Others work in companies abroad, but with a close connection to the German market.

In the winter semester 2024/25, the newly created Master's degree in Digital Business Management will be added to our Master portfolio. It was created in response to the economy's need for highly qualified specialists and managers in the field of digitalization of companies and business models. The program addresses fields of activity in the context of digital transformation: our graduates work on digitalization projects in companies, design digital business

models or introduce new processes. They work at the interface between departments and have a high level of communication skills to support change processes within the company. In the Master's degree program, they acquire the specialist knowledge of research methods and data analysis to be able to assess the status quo, develop future options and make viable decisions. It is also about assessing how processes and services can be optimized through the use of artificial intelligence. However, digitalization projects also require interdisciplinary skills and collaboration across departments. The third in the group, the Master's in Corporate Communication Management, will change its teaching language in the upcoming winter semester to English. The practice of corporate communication has become increasingly international. Both graduates and stakeholders from business and society reflect the fact that the new direction of the Master's meets a clear demand in the job market.

- Please refer to the following pages of this newsletter for a brief profile of each of the six study programs.
- All Master's study programs - including the 9 German-language full-time and part-time study programs - will be presented at a [Master's information evening on April 24, 2024](#) both on campus and digitally.
- The Bachelor's study programs will open their doors for an [Easter vacation introductory course on April 3 and 4](#) as well as at the [Bachelor's info afternoon on June 12](#) on site in Pforzheim.



Bachelor of Science BBA Digital Business Management

The program is aimed to prepare graduates for designing and implementing optimized processes and IT solutions in the dynamic international digital business world. Its curriculum is carefully crafted to provide a balanced combination of general management principles and program-specific knowledge. In the general part of the program, students will delve into subjects such as business administration, economics, ethics, social and intercultural competence, quantitative methods, and law. The program-specific part will equip students with specialized skills in particular areas, including e.g. Digital Business Models, Digital Business Processes, User Experience Design, Web Technologies, Big Data Management, Digital Business Applications, Electronic Data Interchange or e-commerce

Career Opportunities

Whether students see themselves as aspiring entrepreneurs, dynamic consultants, visionary managers, or skilled specialists, the Digital Business Management program equips them with the skills and knowledge to thrive in a vibrant and fast-paced professional landscape. From digital product/service management to digital transformation consultancy, from leading as a CIO to shaping strategies as a CEO, our program opens doors to a wide range of exciting career opportunities. As digitalization continues its unstoppable march, it is set to revolutionize business models, work processes, and the very fabric of our society, much like the transformative impact of movable type printing. The demand for talented individuals who can navigate this digital landscape and contribute to the transformation is urgent. By joining us, students can play a vital role in shaping the future and enjoy promising career prospects along with the potential for above-average income. We will equip them with the necessary skills in future-oriented fields such as Artificial Intelligence, Process Mining, IT Security, and Cloud.

Applicant Profile

The Digital Business Management program is ideal for students who are passionate about understanding and shaping the digital business world. It attracts individuals who are eager to develop a deep understanding of how digital technologies transform processes and strategies.

➤ hs-pforzheim.de/bdbm



Bachelor of Science BBA International Business

Our study program International Business provides training for young people with advanced knowledge of English (level B2 according to the Common European Framework of Reference for Languages) and French or Spanish (level B1) to prepare them for success in the field of Business Administration. The previous knowledge should correspond to approximately four to six years of education at a high school or comparable knowledge. In addition to professional training, we offer international projects and field trips as well as double degrees with partner universities abroad. During their stay abroad, students can choose freely between our more than 100 partner universities and either enhance their profile as a Spain or France specialist or become a global player in Business Administration.

Career Opportunities

Globalization – the international interdependence of the economy – affects every company today. As a result, there is a growing need for specialists and managers who have a good knowledge of economics and at the same time can establish and maintain international business relationships in several languages and with intercultural competence. We prepare students perfectly for their professional life in a global environment. If they graduate from International Business, they will have a wide range of promising opportunities to start their careers. Typical starting positions are country representative, staff member in export and import divisions, administrative staff in international or strategic purchasing and positions in corporate controlling or activities as a junior consultant at business consultancies. Many alumni work as global product managers, executives in national subsidiaries of large corporations, or as sales or purchasing managers for specific regions of the world. A large number of alumni spend part of their professional life abroad; currently, our alumni work in around thirty countries worldwide.

Applicant Profile

The International Business program is ideal for students passionate about international business contexts and foreign languages. It is tailored for those aspiring to work in international environments or abroad, leveraging their analytical and linguistic skills.

➤ hs-pforzheim.de/bib



Bachelor of Science BBA International Marketing

The program offers a degree in business administration with a specialization in international marketing. Students study four semesters general business administration courses and two semesters specialized marketing courses (e.g. Sustainability Marketing, Digital Marketing, Marketing Communications). Degree-seeking students who come from abroad to do their Bachelor's degree in International Marketing usually complete all their courses at the university and immerse themselves in the German culture and business world. However, they can also take advantage of one of the two study abroad options that are mandatory for students with a German background: Either spend their year abroad at a partner university and acquire a double degree, i.e. the Pforzheim Bachelor's degree in combination with the foreign degree of the respective partner

university. Or complete two semesters abroad at two different partner universities on two different continents. Both studies in Pforzheim and abroad are held in English. The study program is supplemented by a one-semester job-specific internship in the field of marketing. For those who will spend time abroad, there are currently eleven partner universities available that offer the double degree.

Career Opportunities

The International Marketing degree opens doors to a multitude of career opportunities in the global business arena. Upon graduation, students will have the necessary business knowledge to take on international management responsibilities in the business world. The focus of their career opportunities will be in product or brand management, market research, advertising, in sales, or in management consulting. As a result of the challenging, hands-on studies at Pforzheim University they will be ideally qualified for further studies in the Master's program and for taking on tasks in multinational companies.

Applicant Profile

The Bachelor's program in International Marketing is ideal for students who are passionate about marketing and aspire to build a career in an international setting. The program is tailored for individuals who seek a comprehensive education in business administration, enriched with specialized marketing knowledge and intercultural exchange.

➤ hs-pforzheim.de/bim



Master of Science M.Sc. Digital Business Management

The M.Sc. in Digital Business Management is a cutting-edge program designed for the digital era. It focuses on the digitalization of companies, business models, and working environments, addressing the growing need for digital transformation in various industries. Graduates emerge as skilled professionals, adept at managing digitalization projects, crafting innovative business models, and implementing new processes. They serve as vital links between departments, leveraging their interpersonal skills to facilitate change within organizations. The program's hands-on approach, enriched by direct company involvement, ensures students are well-prepared for professional roles in digital transformation projects. Digitalization is everywhere, in many industries there is a need for the digitalization of companies, business models and working environ-

ments. The job opportunities targeted by this study program are to be found in the field of the digital transformation of companies and organizations. Graduates deal with digitalization projects in companies and design new business models or introduce new processes. In the context of these projects, they are the link between departments and have a high level of interpersonal skills to support the change processes within the company. Students learn to design digital processes and services and drive businesses forward. They acquire knowledge in Digital Management and IT, Data Analytics and Research Methods, Change and Project Management and apply interdisciplinary skills in Management and IT.

Career Opportunities

Graduates of the Master's program are highly qualified for managerial and expert positions in digitalization projects on an executive as well as on a strategic level. Depending on their individual profile, graduates can work as project managers in digitalization projects, as managers in digital transformation processes, as IT consultants, as data scientists, as change managers or chief digital officers (CDOs).

Applicant Profile

This program is ideal for students aspiring to thrive in digital corporate settings. It is tailored for those keen on actively participating in the evolution of corporate processes, services, and professional life, blending a passion for digital innovation with a desire to shape the future of business.

➤ hs-pforzheim.de/mdbm



**Master of Science M.Sc.
Corporate Communication Management**

The M.Sc. in Corporate Communication Management (MCCM) covers communication of and in organizations, with a specific focus on corporate communication and its three pillars. This Master's program offers a deep dive into corporate communication and management.

With a focus on internal communication, public relations, and marketing communication, students can tailor their learning through applied courses and research projects. The intimate setting of 25 students per batch ensures personalized attention and a strong collegial network.

Career Opportunities

Organizations are increasingly under public scrutiny. They are responding to the increasing pressure to legitimize themselves by expanding and professionalizing corporate communications,

which has long since developed into a management function. In times when mass media channels have multiplied, PR, marketing and internal communication are increasingly merging as formerly separate disciplines. Content is planned for convergent media in a topical manner and planned, designed and evaluated for specific target groups according to new reception patterns. This leads to new demands on the qualifications of communication specialists: Corporate communication managers who can plan, advise and evaluate in an integrated manner are increasingly in demand. Prospective communicators need communication and business skills for this. They need to be able to think in a holistic way and manage communication regardless of the boundaries between disciplines. Communication managers should be able to work as broadly trained generalists with specialist knowledge. This requires training in specific media as well as cross-disciplinary skills. At the same time, specialists are needed for fields of activity that are currently being expanded or will be systematically developed by Corporate Communication in the coming years.

Applicant Profile

This program is ideal for students keen on exploring all facets of Corporate Communication Management. It is tailored for those aspiring to understand and master the complexities of communication within corporate settings.

➤ hs-pforzheim.de/mccm



**Master of Business Administration MBA
International Management**

Established in 1996 as the first state-accredited MBA in Germany, the international MBA program in Pforzheim integrates generalist management education with most relevant future topics: innovation management, sustainability management and digital transformation. The course is carefully designed to tackle today's rapidly changing business world by addressing the challenges of a continuously intensifying globalization of economies, societies, environments, and cultures. The Pforzheim MBA International Management follows a two-tier strategy that will provide our students with distinct competitive advantages for the business of tomorrow. This strategy implies an international, generalist and profound classical management education which is integrated with the most relevant future topics: Sustainable Globalization and Innovation Mana-

gement & Digital Business. The focus is on the quality of the participants, their cultural empathy and willingness to perform, not on profits. The small course size of 20-25 students allows individual career advancement. The full-time MBA is designed to last 21 months – with no prior business knowledge – or 16 months short-track for business graduates. The program includes electives in management skills, big data & artificial intelligence, marketing, finance & accounting and recent developments in management & business transformation.

Career Opportunities

In a rapidly changing business world, executive managers and employees are confronted with immense challenges: the conditions under which executive managers have to act and make decisions as volatile and uncertain as never before. It is the aim of the program to enable students, as future managers, to meet these challenges for the benefit of their companies. Graduates of the MBA in international Management have great job opportunities working in multinational corporations, cross-sector industries, consulting companies, among many others.

Applicant Profile

The MBA in International Management is intended for anyone looking to change their career path. Candidates of this program learn and practice new business skills while also getting the unique chance to network with companies across all industries.

➤ hs-pforzheim.de/mba

BBA Digital Business Management (B.Sc.)

Das Programm zielt darauf ab, die Absolventen auf die Gestaltung und Umsetzung optimierter Prozesse und IT-Lösungen in der dynamischen internationalen digitalen Geschäftswelt vorzubereiten. Das Curriculum ist sorgfältig ausgearbeitet, um eine ausgewogene Kombination aus allgemeinem Managementwissen und programm-spezifischem Wissen zu vermitteln. Im allgemeinen Teil des Studiums beschäftigen sich die Studierenden mit Fächern wie Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre, Ethik, soziale und interkulturelle Kompetenz, quantitative Methoden und Recht. Im studiengangspezifischen Teil werden ihnen spezielle Fähigkeiten in bestimmten Bereichen vermittelt, wie Digitale Geschäftsmodelle, Digitale Geschäftsprozesse, User Experience Design, Webtechnologien, Big Data Management, Digitale Geschäftsanwendungen, Elektronischer Datenaustausch oder E-Commerce.

Karrierechancen

Ganz gleich, ob sich die Studierenden als aufstrebende Unternehmer, dynamische Consultants, visionäre Manager oder erfahrene Spezialisten sehen, der Studiengang Digital Business Management stützt sie mit den Fähigkeiten und dem Wissen aus, um in einer dynamischen und schnelllebigen Berufswelt erfolgreich zu sein. Vom digitalen Produkt-/Dienstleistungsmanagement bis hin zur digitalen Transformationsberatung, von der Führungsposition als CIO bis hin zur Gestaltung von Strategien als CEO – unser Programm öffnet die Türen zu einer Vielzahl von spannenden Karrieremöglichkeiten. Die Digitalisierung setzt ihren Vormarsch unaufhaltsam fort und wird Geschäftsmodelle, Arbeitsprozesse und die Struktur unserer Gesellschaft revolutionieren, ähnlich wie der Druck mit beweglichen Lettern. Es besteht ein hoher Bedarf an talentierten Menschen, die sich in dieser digitalen Landschaft zurechtfinden und zum Wandel beitragen können. Wer bei uns einsteigt, kann die Zukunft mitgestalten und hat vielversprechende Karriereperspektiven mit überdurchschnittlichen Verdienst-

möglichkeiten. Wir vermitteln ihnen das nötige Rüstzeug in zukunftsweisenden Bereichen wie Künstliche Intelligenz, Process Mining, IT-Sicherheit und Cloud.

Bewerberprofil

Der Studiengang Digital Business Management ist ideal für Studierende, die sich für das Verständnis und die Gestaltung der digitalen Geschäftswelt begeistern. Er spricht Menschen an, die ein tiefes Verständnis dafür entwickeln wollen, wie digitale Technologien Prozesse und Strategien verändern.

➤ hs-pforzheim.de/bdbm

BBA International Business (B.Sc.)

Unser Studiengang International Business bereitet junge Menschen mit fortgeschrittenen Englischkenntnissen (Niveau B2 nach dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen) und Französisch oder Spanisch (Niveau B1) auf eine erfolgreiche Karriere auf dem Gebiet der Betriebswirtschaft vor. Die Vorkenntnisse sollten etwa vier bis sechs Jahren Schulbildung an einem Gymnasium oder vergleichbaren Kenntnissen entsprechen. Neben der fachlichen Ausbildung bieten wir internationale Projekte und Exkursionen sowie Double Degrees mit ausländischen Partnerhochschulen an. Während ihres Auslandsaufenthaltes können die Studierenden frei zwischen unseren mehr als 100 Partnerhochschulen wählen und entweder ihr Profil als Spanien- oder Frankreichspezialist schärfen oder ein Global Player in der Betriebswirtschaftslehre werden.

Karrierechancen

Die Globalisierung – die internationale Verflechtung der Wirtschaft – betrifft heute jedes Unternehmen. Damit wächst der Bedarf an Fach- und Führungskräften, die über gute wirtschaftliche Kenntnisse verfügen und gleichzeitig mehrsprachig und interkulturell kompetent internationale Geschäftsbeziehungen aufbauen und pflegen können. Wir bereiten die Studierenden optimal

auf ihr Berufsleben in einem globalen Umfeld vor. Nach dem Abschluss des Bachelors International Business stehen ihnen vielfältige und vielversprechende Einstiegsmöglichkeiten in das Berufsleben offen. Typische Einstiegspositionen sind Länderrepräsentanten, Mitarbeiter in Export- und Importabteilungen, Sachbearbeiter im internationalen oder strategischen Einkauf sowie Positionen im Unternehmenscontrolling oder Tätigkeiten als Junior Consultant bei Unternehmensberatungen. Viele Alumni arbeiten als globale Produktmanager, Führungskräfte in Landesgesellschaften großer Konzerne oder als Vertriebs- oder Einkaufsleiter für bestimmte Regionen der Welt. Eine große Zahl der Alumni verbringt einen Teil des Berufslebens im Ausland; derzeit arbeiten unsere Alumni in rund dreißig Ländern weltweit.

Bewerberprofil

Der Studiengang International Business ist ideal für Studierende, die sich für internationale Geschäftsbeziehungen und Fremdsprachen begeistern. Er ist auf diejenigen zugeschnitten, die in einem internationalen Umfeld oder im Ausland arbeiten möchten und dabei ihre analytischen und sprachlichen Fähigkeiten nutzen wollen.

➤ hs-pforzheim.de/bib

BBA International Marketing (B.Sc.)

Der Studiengang bietet einen Abschluss in Betriebswirtschaftslehre mit Spezialisierung auf international Marketing. Die Studierenden lernen vier Semester die Grundlagen Allgemeiner Betriebswirtschaftslehre und zwei Semester spezialisierte Marketingkurse (z. B. Nachhaltigkeitsmarketing, Digitales Marketing, Marketingkommunikation). Studieninteressierte, die aus dem Ausland kommen, um ihren Bachelor in International Marketing zu machen, absolvieren in der Regel alle Kurse an der Hochschule Pforzheim und tauchen in die deutsche Kultur und Geschäftswelt ein. Sie können aber auch eine der beiden Auslandsoptionen wählen, die für Studierende mit deutschem Hintergrund obligatorisch

sind: Entweder sie verbringen ihr Auslandsjahr an einer Partnerhochschule und erwerben einen Double Degree, d.h. den Pforzheimer Bachelor-Abschluss in Kombination mit dem ausländischen Abschluss der jeweiligen Partnerhochschule. Oder sie absolvieren zwei Auslandssemester an zwei verschiedenen Partnerhochschulen auf zwei verschiedenen Kontinenten. Sowohl das Studium in Pforzheim als auch im Ausland wird in englischer Sprache durchgeführt. Ergänzt wird das Studium durch ein Praxissemester im Bereich des Marketings. Für einen Auslandsaufenthalt stehen derzeit elf Partnerhochschulen zur Verfügung, die einen Double Degree anbieten.

Karrierechancen

Der Abschluss in International Marketing öffnet die Türen zu einer Vielzahl von Karrieremöglichkeiten in der globalen Geschäftswelt. Nach Abschluss des Studiums verfügen die Studierenden über das notwendige betriebswirtschaftliche Wissen, um in der Geschäftswelt internationale Managementaufgaben zu übernehmen. Der Schwerpunkt ihrer Karrieremöglichkeiten wird im Produkt- oder Markenmanagement, in der Marktforschung, in der Werbung, im Vertrieb oder in der Unternehmensberatung liegen. Durch das anspruchsvolle und praxisnahe Studium an der Hochschule Pforzheim sind sie bestens qualifiziert für ein Masterstudium und die Übernahme von Aufgaben in multinationalen Unternehmen.

Bewerberprofil

Der Bachelor-Studiengang International Marketing ist ideal für Studierende, die sich für Marketing begeistern und eine Karriere in einem internationalen Umfeld anstreben. Der Studiengang ist auf Personen zugeschnitten, die eine umfassende betriebswirtschaftliche Ausbildung anstreben, angereichert mit speziellem Marketingwissen und interkulturellem Austausch.

➤ hs-pforzheim.de/bim

Digital Business Management (M.Sc.)

Der Master in Digital Business Management ist ein hochmoderner Studiengang, der für das digitale Zeitalter entwickelt wurde. Er konzentriert sich auf die Digitalisierung von Unternehmen, Geschäftsmodellen und Arbeitsumgebungen und begegnet dem wachsenden Bedarf an digitaler Transformation in verschiedenen Branchen. Die Absolventen werden zu kompetenten Fachleuten, die Digitalisierungsprojekte managen, innovative Geschäftsmodelle entwickeln und neue Prozesse implementieren können. Sie dienen als wichtige Bindeglieder zwischen den Abteilungen und nutzen ihre zwischenmenschlichen Fähigkeiten, um den Wandel innerhalb von Organisationen zu erleichtern. Der praxisnahe Ansatz des Programms, der durch die direkte Anwendung im Unternehmen verstärkt wird, stellt sicher, dass die Studierenden gut auf Führungspositionen in digitalen Transformationsprojekten vorbereitet sind. Die Digitalisierung ist allgegenwärtig, in vielen Branchen besteht ein Bedarf an der Digitalisierung von Unternehmen, Geschäftsmodellen und Arbeitsumgebungen. Die Berufsfelder, auf die dieser Studiengang abzielt, sind im Bereich der digitalen Transformation von Unternehmen und Organisationen zu finden

Die Masterstudierenden befassen sich mit Digitalisierungsprojekten in Unternehmen und gestalten neue Geschäftsmodelle oder führen neue Prozesse ein. Im Rahmen dieser Projekte sind sie das Bindeglied zwischen den Abteilungen und verfügen über ein hohes Maß an zwischenmenschlicher Kompetenz, um die Veränderungsprozesse zu unterstützen. Die Studierenden lernen, digitale Prozesse und Services zu gestalten und Unternehmen voranzubringen. Sie erwerben Kenntnisse in Digital Management und IT, Data Analytics und Forschungsmethoden, Change- und Projektmanagement und wenden interdisziplinäre Kompetenzen in Management und IT an.

Karrierechancen

Die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs sind für Fach- und Führungspositionen in

Digitalisierungsprojekten sowohl auf Leitungs- als auch auf strategischer Ebene hoch qualifiziert. Je nach individuellem Profil können die Absolventen als Projektleiter in Digitalisierungsprojekten, als Manager in digitalen Transformationsprozessen, als IT-Consultant, als Data Scientist, als Change Manager oder Chief Digital Officer (CDO) arbeiten.

Bewerberprofil

Dieser Studiengang ist ideal für Studierende, die in digitalen Unternehmen erfolgreich sein wollen. Er ist auf diejenigen zugeschnitten, die sich aktiv an der Entwicklung von Unternehmensprozessen, Dienstleistungen und der Arbeitswelt beteiligen wollen und dabei ihre Leidenschaft für digitale Innovationen mit dem Wunsch verbinden, die Zukunft der Wirtschaft zu gestalten.

➤ hs-pforzheim.de/mdbm

Corporate Communication Management (M.Sc.)

Der M.Sc. in Corporate Communication Management (MCCM) befasst sich mit der Kommunikation von und in Organisationen, wobei ein besonderer Schwerpunkt auf der Unternehmenskommunikation und ihren drei Säulen liegt. Dieser Masterstudiengang bietet einen tiefen Einblick in die Unternehmenskommunikation und das Management. Mit einem Schwerpunkt auf interner Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Marketingkommunikation können die Studierenden ihr Lernen durch angewandte Kurse und Forschungsprojekte individuell gestalten. Die überschaubare Anzahl von 25 Studenten pro Jahrgang garantiert eine persönliche Betreuung und ein starkes kollegiales Netzwerk.

Karrierechancen

Organisationen stehen zunehmend unter öffentlicher Beobachtung. Auf den zunehmenden Legitimationsdruck reagieren sie mit dem Ausbau und der Professionalisierung der Unternehmenskommunikation, die sich längst zu einer Managementfunktion entwickelt hat. In Zeiten, in denen sich die Kanäle der Massenmedien vervielfacht

haben, verschmelzen PR, Marketing und interne Kommunikation als ehemals getrennte Disziplinen zunehmend. Inhalte werden aktuell für konvergente Medien konzipiert und nach neuen Rezeptionsmustern zielgruppenspezifisch geplant, gestaltet und ausgewertet. Dies führt zu neuen Anforderungen an die Qualifikation von Kommunikationsfachleuten: Unternehmenskommunikationsmanager, die integriert planen, beraten und evaluieren können, sind zunehmend gefragt. Angehende Kommunikatoren brauchen dafür Kommunikations- und Business-Kenntnisse. Sie müssen in der Lage sein, ganzheitlich zu denken und die Kommunikation über die Grenzen der Disziplinen hinweg zu steuern. Kommunikationsmanager sollten in der Lage sein, als breit ausgebildete Generalisten mit Spezialwissen zu arbeiten. Dies erfordert sowohl eine medien spezifische Ausbildung als auch fachübergreifende Kompetenzen. Gleichzeitig werden Spezialisten für Tätigkeitsfelder benötigt, die die Unternehmenskommunikation derzeit ausbaut oder in den kommenden Jahren systematisch entwickeln wird.

Bewerberprofil

Dieser Studiengang ist ideal für Studierende, die alle Facetten des Corporate Communication Management erforschen wollen. Er ist auf diejenigen zugeschnitten, die die Komplexität der Kommunikation in Unternehmen verstehen und beherrschen. möchten

➤ hs-pforzheim.de/mccm

MBA in International Management

1996 als erstes internationales MBA-Programm in Deutschland staatlich akkreditiert, verbindet der Pforzheimer MBA in International Management eine generalistische Managementausbildung mit den wichtigsten Zukunftsthemen: Innovationsmanagement, Nachhaltigkeitsmanagement und digitale Transformation. Der Studiengang ist so konzipiert, dass er den Herausforderungen einer immer stärker globalisierten Wirtschaft, Gesellschaft, Umwelt und Kultur in einer

sich schnell verändernden Geschäftswelt gerecht wird. Der Pforzheimer MBA verfolgt eine zweistufige Strategie, die den Studierenden deutliche Wettbewerbsvorteile für die Wirtschaft von morgen verschaffen soll. Diese Strategie impliziert eine internationale, generalistische und profunde klassische Managementausbildung, die mit den relevantesten Zukunftsthemen verknüpft ist: Nachhaltige Globalisierung und Innovationsmanagement & Digital Business. Im Mittelpunkt steht die Qualität der Teilnehmer, ihr kulturelles Einfühlungsvermögen und ihre Leistungsbereitschaft, nicht der Profit. Die kleine Kursgröße von 20-25 Studierenden ermöglicht eine individuelle Karriereförderung. Der Vollzeit-MBA ist auf 21 Monate ausgelegt - ohne betriebswirtschaftliche Vorkenntnisse - oder auf 16 Monate Short-Track für Berufserfahrene. Das Programm umfasst Kurse in Management Skills, Big Data und künstliche Intelligenz, Marketing, Finanz- und Rechnungswesen sowie aktuelle Entwicklungen im Bereich Management und Business Transformation.

Karrierechancen

In einer sich rasch wandelnden Geschäftswelt sind Fach- und Führungskräfte mit großen Herausforderungen konfrontiert: Die Bedingungen, unter denen sie handeln und Entscheidungen treffen müssen, sind so volatil und unsicher wie nie zuvor. Ziel des MBA ist es, die Studierenden zu befähigen, als künftige Führungskräfte den Herausforderungen zum Vorteil ihrer Unternehmen zu begegnen. Absolventen des MBA in International Management haben gute Berufschancen in multinationalen Konzernen, branchenübergreifenden Industrien oder Beratungsunternehmen.

Bewerberprofil

Der MBA in International Management richtet sich an alle, die ihre berufliche Laufbahn verändern wollen. Die Studierenden erlernen und üben neue Business Skills und erhalten dabei die einmalige Chance, mit Unternehmen aus allen Branchen in Kontakt zu treten.

➤ hs-pforzheim.de/mba

Sustainable technology "Made in China": MBA alumnus Hui Zhang brings innovative electric cars from Shanghai to Munich

Hui Zhang is pursuing an ambitious goal: as Vice President of the European division of the Chinese start-up Nio, based in the car manufacturing city of Munich, in the direct vicinity of the traditional BMW brand, he wants to conquer the European market.

Hui Zhang is pursuing an ambitious goal: as Group Vice President of the Chinese start-up Nio, based in the car manufacturing city of Munich, in the direct vicinity of the traditional BMW brand, he plans to launch the Smart-EU, which is equipped with state-of-the-art technology, on the European market. He was able to gain intercultural experience for this venture during his studies in Beijing, Utah and Pforzheim, where he completed his MBA in International Management in 2002. Following his MBA, he embarked on a career path between China and Europe, which led him to Nio in 2016 via responsible positions in various corporate divisions such as Purchasing, Sales and Supply Chain Management at Voith AG, Kiekert AG, Lotus and Leoni AG. He currently runs the headquarters in Munich together with locations in seven European countries, including Oxford, Berlin and Hungary. The global start-up for premium e-cars Nio entered the European market in October 2021, starting with Norway. Together with his team, Hui Zhang develops electric vehicles and adapts them to the needs of German consumers. In doing so, he benefits from his professional background, combined with an extensive network in both

Germany and China. As Vice President of the Chinese Chamber of Commerce in Germany, Hui Zhang has also taken on the role of "bridge builder" at the interface between the two very different markets.

As a passionate networker, Hui Zhang regularly welcomes students from 'his' MBA when they are on field trips to Munich to get to know various companies there. Navigating through the evening traffic of the Bavarian capital in a Nio-E-Car is of course an unforgettable experience for the international group of students. The excursion participants are always very impressed by Hui Zhang's warm and welcoming manner in which he introduces them to the company, its products, future visions and potential career opportunities. 'It is always very rewarding for us and our students to meet him and learn from him,' reports Professor Dr. Harald Strotmann, MBA program director and Vice Dean of the Business School, 'we really appreciate how he always takes the time to be there for our students personally, despite his busy schedule.'

Hui Zhang still vividly remembers his own start at the Business School Pforzheim over 20 years ago: It was definitely



a 'culture shock' for him to swap the vibrant metropolis of Beijing with its thousands of years of history for – in comparison – the more manageable, plain Pforzheim on the edge of the northern Black Forest. However, he soon recognized the advantages that studying in Pforzheim had to offer: looking back, he still emphasizes the 'ideal combination of theory and practice' of the MBA pro-

gram, which included a wide range of contact opportunities with companies in various industries in Baden-Wuerttemberg and throughout Germany. For Hui Zhang, the MBA in Pforzheim was the starting signal for a successful international career and he wishes today's students that they take advantage of the opportunities that the program opens up for them.

Nachhaltige Technologie „Made in China“: MBA-Alumnus Hui Zhang bringt innovative E-Autos von Shanghai nach München

Hui Zhang verfolgt ein ehrgeiziges Ziel: Als Vice President der europäischen Sparte des chinesischen Startups Nio will er von der Autobauer-Stadt München aus, gewissermaßen in direkter Nachbarschaft zur Traditionsmarke BMW, den europäischen Markt erobern.

Hui Zhang verfolgt ein ehrgeiziges Ziel: Als Gruppen-Vizepräsident des chinesischen Startups Nio will er von der Autobauer-Stadt München aus, gewissermaßen in direkter Nachbarschaft zur Traditionsmarke BMW, den Smart-EU mit modernster Technologie auf den europäischen Markt bringen. Interkulturelle Erfahrungen konnte er für dieses Unterfangen während seiner Studienzeit in Peking, Utah und Pforzheim sammeln, wo er 2002 den MBA in International Management abschloss. Danach machte er sich auf seinen chinesisch-europäischen Karriereweg, der ihn über verantwortliche Positionen in unterschiedlichen Unternehmensbereichen wie Einkauf, Vertrieb und Supply Chain Management bei der Voith AG, Kiekert AG, Lotus und Leoni AG schließlich 2016 zu Nio führte. Bei dem global agierenden Startup für Premium-E-Cars leitet er aktuell die Headquarter in München und Standorte in sieben europäischen Ländern, darunter Oxford, Berlin und Ungarn. Nio kam im Oktober 2021 auf den europäischen Markt und begann mit Norwegen. Gemeinsam mit seinem Team entwickelt Hui Zhang die Elektrofahrzeuge und passt sie an den Geschmack der deutschen Konsumenten an. Dabei pro-

fitiert er von seinen beruflichen Stationen, verbunden mit einem weitverzweigten Netzwerk sowohl im deutschen als auch im chinesischen Markt. Eine Funktion als „Brückenbauer“ an der Schnittstelle zwischen den beiden so unterschiedlich geprägten Märkten hat Hui Zhang auch als Vice President der „Chinesische Chamber of Commerce“ (Chinesische Handelskammer) in Deutschland übernommen.

Als passionierter Netzwerker empfängt Hui Zhang regelmäßig Studierende „seines“ MBA, wenn sie auf Exkursion in München sind, um dort verschiedene Unternehmen kennenzulernen. Mit einem Nio-E-Car durch den Feierabendverkehr der bayerischen Landeshauptstadt zu navigieren ist natürlich ein unvergessliches Erlebnis für die international zusammengesetzte Studiengruppe. Mindestens ebenso begeistert sind die Exkursionsteilnehmer jedoch von der herzlichen Art, mit der Hui Zhang ihnen das Unternehmen, dessen Produkte, Zukunftsvisionen und potentielle Karrieremöglichkeiten vorstellt. „Es ist immer sehr bereichernd für uns und unsere Studierenden, ihn zu treffen und von ihm zu lernen“, berichtet Professor Dr. Harald Strotmann, Studiengangleiter

des MBA und stellvertretender Dekan der Business School, „wir wissen es sehr zu schätzen, wie er sich trotz seines vollen Terminkalenders immer wieder die Zeit nimmt, für unsere Studierenden auch persönlich da zu sein“. Dabei erinnert sich Hui Zhang noch lebhaft an seinen eigenen Studienbeginn an der Business School Pforzheim vor über 20 Jahren: Es war für ihn durchaus mehr oder minder ein „Kulturschock“, die pulsierende Millionenmetropole Peking mit ihrer Tausende Jahre alten Geschichte gegen das – im Vergleich dazu – eher überschaubare, nüchterne Pforzheim am Rande des Nordschwarzwalds zu tauschen. Bald jedoch erkannte er die Vorteile, die das Studium in Pforzheim zu bieten hatte: Rückblickend hebt er noch heute die „ideale Kombination zwischen Theorie und Praxis“ des MBA-Programms hervor, das vielfältige Kontaktmöglichkeiten zu Unternehmen verschiedener Industriezweige in Baden-Württemberg und deutschlandweit beinhaltet. Für Hui Zhang war der MBA in Pforzheim der Startschuss für eine erfolgreiche internationale Karriere und er wünscht den heutigen Studierenden, dass sie die Chancen nutzen, die das Studium ihnen eröffnet.

Einblicke: Auslandserfahrungen von Studierenden

von Clara Schwab, studentische Mitarbeiterin in der Fakultätskommunikation der Business School



Internationalisierung ist fest im Selbstverständnis der Business School Pforzheim verankert. Auf dem heimischen Campus wächst das englischsprachige Lehrangebot stetig und bringt Studierende und Lehrende aus aller Welt zusammen. Wer während des Studiums interkulturelle Erfahrung im Ausland sammeln möchte, hat auch dazu jede Menge Möglichkeiten: Unseren Studierenden steht ein Netzwerk von über 100 Partnerhochschulen in 40 Ländern offen. Neben der Option, ein Auslandssemester zu absolvieren, bieten einzelne Studiengänge zudem Double-Degree-Programme an, die in einem Doppelabschluss von der Hochschule Pforzheim und der Partnerhochschule im Ausland münden. Hier berichten einige Studierende davon, wie sie ihre Zeit im Ausland erlebt haben.

Double Degree: Die Herausforderung lohnt sich

Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta (Indonesien)

Oliver Wohlleb (Bachelor International Business) hat im Rahmen des Double Degrees das Wintersemester 2022/23 und Sommersemester 2023 in Indonesien verbracht.

Studium und Kurse an der Partnerhochschule Universitas Gadjah Mada

„Das Semester an der Universitas Gadjah Mada (UGM) in Yogyakarta ist in zwei Hälften aufgeteilt. Dazwischen finden Mid-Term Exams statt und am Schluss die Final Exams. Es ist nicht unüblich, dass die Professorinnen und Professoren nach der Hälfte des Semesters wechseln. Die Vorlesungen folgen dem Motto des „Student Centered Learning“. Typischerweise starten sie mit einer Gruppenpräsentation und gehen dann in eine Diskussion über, die von den Studierenden geführt wird. Anfangs kann einem der Workload sehr hoch vorkommen, aber durch das kontinuierliche Befassen mit den Vorlesungsinhalten fällt die Klausurvorbereitung später leichter. Die Abwechslung zu den deutschen Unterrichtsmethoden kann also eine echte Bereicherung sein, wenn man gewissenhaft mitarbeitet. Ein weiterer Unterschied: An der UGM gibt es einen Dresscode. An der Fakultät für Wirtschaft muss man beispielsweise lange Hosen und ein Oberteil mit Kragen tragen. Das kann aber auch ein Sommerhemd aus dem letzten Bali-Urlaub sein, wird also nicht wirklich streng gehandhabt.

Kontakt zu Einheimischen und Internationals

Zu Beginn des Semesters bekommt man zwei Buddys zugeteilt, die einem beim Einleben in Yogyakarta (kurz: Yogya) behilflich sind. Der Kontakt zu den Buddys kann auch

der erste Schritt in Richtung einer Freundschaft mit den einheimischen Studierenden sein. Man kann sich zum Beispiel nach der Uni in einer der zahlreichen Cafeterien auf dem riesigen Universitätsgelände treffen. Unsere Vorlesungen hatten wir alle mit den indonesischen Studierenden aus dem englischsprachigen International Undergraduate Program (IUP), wodurch die Sprachbarriere gering war. Allgemein habe ich viele (wenn auch nicht alle) einheimische Studierende als sehr offen und interessiert kennengelernt. Mit anderen International Students kommt man auch sehr schnell in Kontakt, nicht zuletzt durch die vielen verschiedenen Kurse. Die meisten wohnen in größeren Häusern zusammen, sodass man sowieso nie alleine ist. An beinahe jedem Wochenende findet in einem der Häuser eine Party statt.

Leben am Studienstandort

Indonesien ist ein vielseitiges, wunderschönes und abenteuerliches Land. Es herrschen dort ganzjährig tropische Temperaturen um die 30°C und es gibt nur zwei Jahreszeiten: die Trockenzeit und die Regenzeit. Der Studienstandort Yogyakarta liegt auf der Insel Java und hat über 400.000 Einwohner. Es gibt dort viele verschiedene Ausflugsmöglichkeiten, Cafés und andere Orte, um Freunde zu treffen und obwohl es eine sehr hektische Stadt mit viel Verkehr ist, ist sie doch recht überschaubar. Alles ist mit dem Roller

schnell zu erreichen, der dort eines der meistgenutzten Fortbewegungsmittel ist. In der Stadt gibt es mehrere Shopping Malls aber auch viele kleine Straßenstände, an denen man billige Kleidung, Schuhe und vor allem Essen kaufen kann. Rund um Yogya gibt es Strände, Wasserfälle, Vulkane, Tempel und unzählige andere Ausflugsziele. Das gilt übrigens für ganz Indonesien, auch wenn die meisten vermutlich zuerst nach Bali reisen. Neben Abenteuern in der Natur und Tierwelt Indonesiens kann man auch die unfassbar freundlichen Locals kennenlernen und ein Leben abseits des Tourismus und der Zivilisation erleben.

Resümee zum Double-Degree-Programm

Obwohl das Leben in Indonesien und das Studieren an der UGM mit einigen Challenges verbunden ist, kann ich ein Doppeldiplom nahezu uneingeschränkt empfehlen. Die Kommunikation mit Professorinnen und Professoren sowie mit der Hochschule verläuft kulturell anders als in Deutschland. Indonesien ist ein Land, an das man sich gewöhnen muss. Es ist laut, trübelig, schmutzig (Stichwort Müll in der Natur) aber auch unglaublich schön und voller freundlicher Menschen. Das Land ist sehr divers, sodass man innerhalb eines Jahres viele verschiedene Kulturen und Regionen kennenlernen und entdecken kann und seinen Horizont enorm erweitert. Allgemein kann ich das Doppeldiplom in Indonesien vor allem für den Perspektivenwechsel empfehlen. Im Schwellenland Indonesien wollen viele Menschen ihr Land voranbringen und der nächsten Generation Wohlstand verschaffen, während wir in Deutschland unser Privileg des Wohlstands meist übersehen.“

➤ <https://ugm.ac.id/en>



Excelia Business School, La Rochelle (Frankreich)

Ricarda Kolb und Anastasia Pilyukpassidi (Bachelor International Business) waren im Wintersemester 2022/23 und Sommersemester 2023 für ihr Doppeldiplom in Frankreich.



Studium und Kurse an der Partnerhochschule Excelia Business School

„Das Studium an der Excelia Business School ist anders aufgebaut als in Pforzheim. Zum einen werden die Kurse in Form von Blockveranstaltungen gelehrt. Wir besuchten also ein bis zwei Kurse für einige Wochen am Stück und hatten danach ein neues Fach. In allen Kursen herrscht das ganze Semester über Anwesenheitspflicht. Neben der jeweiligen Endprüfung umfasst die Benotung immer auch „in-class“ Aufgaben wie Präsentationen, Hausarbeiten oder Tests. Diese finden oft als Gruppenarbeit statt und erfordern kreatives und „out-of-the-box“ Denken. Die Excelia legt großen Wert darauf, all diese Fähigkeiten und eine (internationale) Zusammenarbeit zu fördern. Während der beiden Semester mussten wir außerdem einen Französischkurs besuchen, für den man basierend auf seinem aktuellen Sprachlevel eingeteilt wurde. Französischkenntnisse sind zwar nicht unbedingt notwendig, aber auf jeden Fall von Vorteil, weil viele Leute in La Rochelle kein Englisch sprechen.“

Kontakt zu Einheimischen und Internationals

Es ist sehr einfach, Kontakt zu anderen Internationals zu knüpfen. Man lernt die meisten am Begrüßungstag kennen und vernetzt sich direkt. Abseits der Angebote der Uni haben sich die Studierenden auch selbst

organisiert. Da das Wetter am Anfang des Semesters noch sehr gut war, hat man sich meistens am Strand in der Nähe der Uni getroffen oder ist abends zusammen feiern gegangen, zum Beispiel auf Partys des Erasmus Student Network (ESN). Die Französinnen und Franzosen, mit denen wir gemeinsame Kurse hatten, waren sehr freundlich, hilfsbereit, interessiert und sind auf einen zugegangen. Viele französische und internationale Studierende hat man über Gruppenarbeiten kennengelernt. Generell war jeder sehr offen, andere Leute und ihre Kultur kennenzulernen und Zeit miteinander zu verbringen.

Leben am Studienstandort

Das Leben in Frankreich ähnelt dem in Deutschland größtenteils, allerdings sind die Lebenshaltungskosten höher. Die Französinnen und Franzosen haben auch eine andere Lebensweise als die Deutschen: Unserer Erfahrung nach sind sie viel entspannter und legen größeren Wert auf den Genuss im Leben. Der Studienstandort La Rochelle ist eine kleine, aber sehr schöne Stadt direkt am Atlantik. Es gibt viele nette Geschäfte, Restaurants und Cafés und zwei tolle Strände. Einkaufen kann man in mehreren kleinen Supermärkten und zweimal die Woche findet ein großer Markt statt. Die Anzahl an Nachtclubs ist mit Pforzheim vergleichbar. Alles ist

sehr gut zu Fuß, mit dem Fahrrad oder mit dem Bus zu erreichen, allerdings sind die Möglichkeiten, etwas zu unternehmen, auf Dauer begrenzt. Deshalb lohnt es sich, auch mal mit dem Zug nach Bordeaux, Paris und Nantes zu fahren. Das Wetter ist bis Mitte Oktober gut, ansonsten sehr wechselhaft und vor allem windig.

Resümee zum Double-Degree-Programm

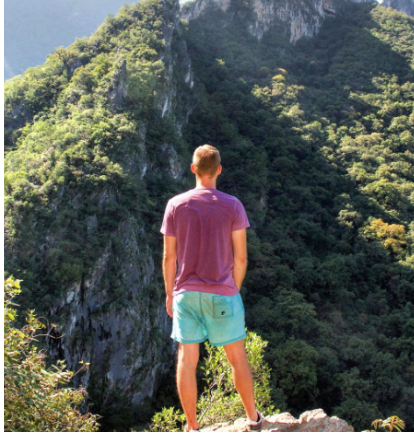
Durch das Doppelstudium in La Rochelle bekommt man die Möglichkeit, neue Kulturen, ein neues System der Lehre und neue Arbeitsweisen kennenzulernen. Die Excelia fördert viele wichtige Skills für das spätere Arbeitsleben und die abwechslungsreichen, sehr praxisorientierten Kurse gaben Einblicke in neue Themenfelder. Natürlich gab es auch ein paar Kritikpunkte, etwa die strenge Anwesenheitspflicht an der Uni, die Dauer bis zur Notenbekanntgabe, die teils intransparente Benotung und die vergleichsweise schlechtere Organisation in manchen Fächern und an der Uni allgemein. Nichtsdestotrotz würden wir den Double Degree an der Excelia auf jeden Fall weiterempfehlen. Es ist eine einzigartige Erfahrung und eine unglaubliche Bereicherung, sowohl für das akademische als auch für das private Leben.“

➤ www.excelia-group.com/about-excelia/group/our-campuses/la-rochelle

Auslandssemester: Bunt und bereichernd

Constance Fraundorf (Master Creative Communication & Brand Management) hat ein Semester an der **University of Wyoming** in den **USA** verbracht:

„Leben und studieren in den USA ist eine Erfahrung wert! Neben dem Studieren kann man vieles erleben: Nationalpark, Football Games, Swing & Line Dance, tägliche Events an der Universität - langweilig wird es einem nicht. Ich habe mich für die University of Wyoming (UW) entschieden um mein Englisch zu verbessern und das typisch amerikanische College Life zu erleben... and I love it! ;)“



Felix Wiedemann (Master Corporate Communication Management) war im Auslandssemester an der **Tec de Monterrey** in **Mexiko**:

„Es war definitiv die richtige Entscheidung, ein Auslandssemester in das MCCM-Studium zu integrieren. Mexiko hat sämtliche Erwartungen in Gänze übertroffen. Das Land lädt mit seinen zahllosen, weißen Sandstränden sowie beeindruckenden Dschungellandschaften und einer großen Auswahl an Kulturangeboten zum Entdecken ein. Die Mexikaner sind offen, kommunikativ und gehören zu den herzlichsten Menschen, die ich jemals kennenlernen durfte.“

Philipp Nalesny (Master Human Resources Management) hat während der Corona-Pandemie ein Semester an der **ISCTE Business School** in Lissabon, **Portugal** studiert:

„Lissabon ist eine großartige Stadt für ein Auslandssemester in Europa. Ganzjährig ist das Wetter super, im Gegensatz zu anderen mediterranen Ländern bieten viele Unis englischsprachige Kurse an, die Kosten für Miete und Verpflegung sind für eine Hauptstadt günstig und das Land ist wunderschön. Zudem erlebte ich meine portugiesischen Kommilitonen als sehr offen und interessiert, wodurch ich auch viele Insights in die portugiesische Kultur erhalten durfte. Als Deutscher musste ich mich vor allem an die lokale Organisationsstruktur gewöhnen. Trotz Corona-Pandemie hat mir das Auslandssemester viel Spaß und neue Erfahrungen gebracht.“



Leonie Drüppel (Master Life Cycle & Sustainability) war zu Beginn der Corona-Pandemie für ein Semester an der **University of Ljubljana** in **Slowenien**:

„Im Corona-Pandemie-Jahr stand ein Auslandssemester unter keinem guten Stern. Doch trotz Lockdown, Ausgangssperre und Kontakt- & Reiseeinschränkungen war es eine der schönsten Erfahrungen in meinem Studium. Ich konnte Freundschaften mit Menschen aus ganz Europa schließen und die wunderschöne Natur Sloweniens genießen. Die Lehre an der University of Ljubljana war trotz Online-Semester sehr gut und die breite Fächerauswahl der Business Fakultät auf Englisch bietet MLiCS Studierenden die Möglichkeit, über den Tellerrand zu schauen.“

Insights: Students' experiences abroad

by Clara Schwab, student reporter at the Business School

Understanding internationalization is an integral part of the Business School Pforzheim. The range of lectures taught in English is steadily growing on our campus and brings together students and lecturers from all over the world. Those who would like to gain intercultural experience abroad during their studies also have plenty of opportunities to do so: Our students have access to a network of over 100 partner universities in 40 countries. In addition to the option of completing a semester overseas, some degree programs also offer double degree programs, which lead to a double degree from Pforzheim University and the partner university abroad. Here, some students talk about how they experienced their time in a foreign environment.

Double degree: the challenge is worth it

Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta (Indonesia)

Oliver Wohlleb (Bachelor International Business) spent the winter semester 2022/23 and summer semester 2023 in Indonesia as part of the double degree programme.

'Studies and courses at the partner university Universitas Gadjah Mada
The semester at Universitas Gadjah Mada (UGM) in Yogyakarta is divided into two halves. Mid-term exams take place in between and the final exams at the end. It is not unusual for professors to change after half of the semester. The lectures follow the motto of 'student-centred learning'. They typically start with a group presentation and then move on to a discussion led by the students. At the beginning the workload may appear to be very high, but the continuous engagement with the lecture content makes exam preparation easier later on. The change from German teaching to foreign methods can therefore be a real enrichment if you work conscientiously. Another difference: there is a dress code at the UGM. For example, you have to wear long trousers and a collared shirt at the Business School. But that can also be a summer shirt from your last holiday in Bali, so it's not really strictly enforced.'

Contact with locals and internationals

At the beginning of the semester, you are assigned two buddies who help you settle in Yogyakarta (Yogya for short). Contact with the buddies can also be the first step towards making friends with the local students. For example, you can meet up after university in one of the many cafeterias on the huge university campus. We all had our lectures with the Indonesian students from the English-speaking International Undergraduate Programme (IUP), which meant that the language barrier was low. In general, I found many (though not all) local students to be very open and interested. You also make contact with other international students very quickly, also due to the vast amount of different classes. Most of them live in larger houses together, so you are never

alone anyway. There's a party in one of the houses almost every weekend.

Life at the study location

Indonesia is a diverse, beautiful and adventurous country. It has tropical temperatures of around 30 °C all year round and there are only two seasons: the dry season and the rainy season. Yogyakarta is located on the island of Java and has a population of over 400,000. There are many different excursion possibilities, cafés and other places to meet friends and although it is a very hectic city with a lot of traffic, it is still quite manageable. Everything can be reached quickly by scooter, which is one of the most popular means of transportation there. There are several shopping malls in the city, but also many small street stalls where you can buy cheap clothes, shoes and, above all, food. There are beaches, waterfalls, volcanoes, temples and countless other excursion destinations around Yogya. Incidentally, this applies to the whole of Indonesia, even though most people probably travel to Bali first. In addition to adventures in Indonesia's nature and wildlife, you can also get to know the incredibly friendly locals and experience life away from tourism and civilisation.

Summary of the Double Degree Program

Although living in Indonesia and studying at the UGM is associated with some challenges, I can recommend a double degree program almost without reservation. Communication with professors and with the university is culturally different than in Germany. Indonesia is a country that you have to get used to. It's loud, turbulent, dirty (keyword: rubbish in nature) but also incredibly beautiful and full of friendly people. The country is very diverse, so you can get to know and discover many different cultures and regions within a year and broaden your horizons enormously. In general, I can recommend the double degree especially for the change of perspective. In Indonesia, a newly industrialized country, many people want to advance their country and create prosperity for the next generation, while we in Germany usually overlook our privilege of prosperity.'

Excelia Business School, La Rochelle (France)

Ricarda Kolb and Anastasia Pilyukpassidi (Bachelor International Business) were in France for their double degree in the winter semester 2022/23 and summer semester 2023.

'Studies and courses at the partner university Excelia Business School

The program at Excelia Business School is structured differently in comparison to Pforzheim. Firstly, the courses are taught in the form of block courses. So we attended one or two courses for a few weeks at a time and then had a new subject. Attendance is compulsory in all courses throughout the semester. In addition to the final examination, the grading always includes "in-class" tasks such as presentations, homework or tests. These often take the form of group work and require creative and 'out-of-the-box' thinking. Excelia attaches great importance to promoting all these skills and (international) collaboration. During the two semesters, we also had to attend a French course, which we were assigned to based on our current language level. Although knowledge of French is not absolutely necessary, it is definitely an advantage because many people in La Rochelle don't speak English.

Contact with locals and internationals

It's very easy to get in touch with other internationals. You get to know most of them on the welcome day and network directly. Apart from the activities offered by the university, the students have also organized themselves. As the weather was still very good at the beginning of the semester, they usually met at the beach near the university or went partying together in the evening, for example at parties organized by the Erasmus Student Network (ESN). The local students in our courses were very friendly, helpful, interested and approachable. We got to know many French and international students through group work. In general, everyone was very open to getting to know other people and their culture and spending time together.

Life at the study location

Life in France is largely similar to life in Germany, although the cost of living is higher. The French also have a different way of life to the Germans: In our experience, they are much more relaxed and place greater emphasis on enjoying life. La Rochelle is a small but very beautiful city right on the Atlantic. There are lots of nice shops, restaurants and cafés and two great beaches. You can shop in several small supermarkets and there is a large market twice a week. The number of night clubs is comparable to Pforzheim. Everything is easy to reach on foot, by bike or by bus, but the options for things to do are limited in the long term. That's why it's worth taking the train to Bordeaux, Paris and Nantes. The weather is good until mid-October, otherwise very changeable and above all windy.

Summary of the Double Degree Program

The double degree program in La Rochelle gives you the opportunity to get to know other cultures, a new system of teaching and new ways of working. Excelia promotes many important skills for later working life and the varied, very practice-orientated courses provided insights into new subject areas. Of course, there were also a few points of criticism, such as the strict attendance requirements at the university, the time it took to receive grades, the sometimes non-transparent grading and the comparatively lower degree of organisation in some subjects and at the university in general. Nevertheless, we would definitely do the double degree at Excelia in any case. It is a unique experience and an incredible enrichment, both for academic and private life.'

Semester abroad: colourful and enriching

Constanze Fraundorf (Master Creative Communication & Brand Management) spent a semester at the University of Wyoming in the USA

'Living and studying in the USA is worth the experience! You can experience a lot besides studying: National Park, football games, swing & line dancing, daily events at the university - you never get bored. I chose the University of Wyoming (UW) to improve my English and experience the typical American college life... and I loved it! ;)'

Felix Wiedemann (Master Corporate Communication Management) spent a semester abroad at the Tec de Monterrey in Mexico

'It was definitely the right decision to integrate a semester abroad into the MCCM program. Mexico completely exceeded all of my expectations. The country invites you to discover its countless white sandy beaches, impressive jungle landscapes and a wide range of cultural highlights. The Mexicans are open, communicative and some of the kindest people I have ever met.'

Philipp Nalesny (Master Human Resources Management) studied at the ISCTE Business School in Lisbon, Portugal, for one semester during the coronavirus pandemic:

'Lisbon is a great city for a semester abroad in Europe. The weather is great all year round, unlike other Mediterranean countries, many universities offer English-language courses, the cost of rent and food is reasonable for a capital

city and the country is beautiful. I also found my Portuguese fellow students to be very open and interested, which gave me a lot of insight into Portuguese culture. As a German, I had to get used to the local organisational structure. . Despite the corona pandemic, I had a lot of fun and gained new experiences during my semester *abroad*.'

Leonie Drüppel (Master Life Cycle & Sustainability) spent a semester at the University of Ljubljana in Slovenia at the beginning of the coronavirus pandemic:

'During the corona pandemic, a semester abroad didn't seem like a good idea. But despite the lockdown, curfew and contact and travel restrictions, it was one of the best experiences of my studies. I was able to become friends with people from all over Europe and enjoy Slovenia's beautiful nature. The teaching at the University of Ljubljana was very good despite the online semester and the wide range of subjects offered by the Business School in English gave MLiCS students the opportunity to think outside the box.'

MBA in International Management: Let's talk intercultural communication!

by Aditya Yardi, MBA Class of 2025

Learning how to communicate with German and international people: The first semester MBA students were invited to learn more about intercultural communication in the form of a one-day workshop, designed and presented by Barbara Sametinger, founder of Sametinger Business English and Cross-Cultural Training.

The session started with a bang as students were, through interactive exercises, exposed to the perceptual bias individuals possess. The MBA students learned how perception and culture influence the way individuals think and process information and how this impacts the behaviour of people around them. German culture in detail and the cultural standards inherent within Germans were some of the addressed topics of the workshop. Practical, relevant, and thought-provoking case studies were assigned to the individual MBA students. They were complemented by practical tips in how to approach cultural differences they would likely encounter in their work as well as in their future life in general. For the participants, one of the important takeaways from the intercultural communication workshop was that one's values and culture shape perception

immensely, so that people generally see the world through their own cultural filter or lens.

Barbara Sametinger explained that a smart thing to do was to know one's own cultural compass. The students learned that the more we know our roots, the more grounded we are, and that this leads to less judgement and more empathy while dealing with others.

The art of delivering constructive feedback (both positive and negative) lies in fostering a dialogue and trying to deal with the situation, rather than taking things personally by attaching emotions to them. Hence, a timely and constructive feedback leads to progress and growth. „We now feel equipped with the understanding of intercultural competence and how one can learn from diversity and make an effort to become part of different cultures“, summarizes an MBA class member.



Ingela Tietze ist neue hauptamtliche Prorektorin der Hochschule Pforzheim

von Axel Grehl, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Hochschule Pforzheim



Hochschulratsvorsitzender Stephan Scholl (l.) und Rektor Professor Dr. Ulrich Jautz gratulieren Professorin Dr. Ingela Tietze zur gewonnenen Wahl als hauptamtliche Prorektorin. (Foto: Susanne Materac)

In einer gemeinsamen Sitzung von Hochschulrat und Senat wurde Professorin Dr. Ingela Tietze Anfang Januar 2024 mit großer Mehrheit zur hauptamtlichen Prorektorin gewählt. Damit weitet sie ihre Kompetenzen aus, nachdem sie bereits seit Dezember 2020 Prorektorin im Nebenamt war. Zu Ihrem Aufgabengebiet gehört neben ihren bisherigen Themenfeldern Energiemanagement und Klimaschutz fortan auch die Studierendengewinnung.

„Wir sind glücklich, dass wir mit Ingela Tietze eine profilierte Kollegin weiterhin im Rektorat haben. Sie hat im Nebenamt bei den Themen Klimaschutz und Energiemanagement bereits wichtige Meilensteine gesetzt und kann nun im Hauptamt mit vollem Elan zusätzlich die großen Herausforderungen beim Thema Studierendengewinnung mitgestalten. Der demografische Wandel und das nachlassende Interesse an MINT-Studienfächern sorgen für einen Bewerrückgang, den wir gemeinsam stoppen wollen. Wir haben weiter viel vor und deshalb gratuliere ich Ingela Tietze ganz herzlich“, sagte Rektor Professor Dr. Ulrich Jautz bei der Wahl. Ingela Tietze bedankte sich für das ihr entgegengebrachte Vertrauen: „Energiemanagement und Klimaschutz waren, sind und bleiben wichtige Themen – gerade beim Betrieb einer Hochschule. Wir haben bereits viel erreicht und wollen in Zukunft unser Profil für eine nachhaltige Hochschulzukunft weiter schärfen. Ich bin zudem gespannt auf die neuen Herausforderungen beim Thema Studierendengewinnung und freue mich sehr auf die Aufgabe und die weiterhin vertrauensvolle Zusammenarbeit im Rektorat“, sagte sie nach ihrer Wahl.

Ingela Tietze ist seit 2015 Professorin für Nachhaltige Energiewirtschaft an der Hochschule Pforzheim. Zu Ihren Arbeitsschwerpunkten gehören die Nachhaltigkeitsbewertung von Energiesystemen, die effiziente Gestaltung von Ener-

gie- und Stoffströmen und die (klimaneutrale) Energieversorgung von Unternehmen und Quartieren. Seit Dezember 2020 war sie als nebenamtliche Prorektorin für Energiemanagement und Klimaschutz engagiert. In ihrer Amtszeit wurde die Hochschule Pforzheim unter anderem für ihr Energiemanagement zertifiziert und als Fair Trade University ausgezeichnet.

Amtsantritt des neuen Prorektors für Studium und Lehre

Im Dezember 2023 hatte Professor Dr.-Ing. Frank Niemann sein Amt als Prorektor für Studium und Lehre angetreten. Niemann war im Juni 2023 für eine Amtszeit von sieben Jahren gewählt worden. Er beerbt den bisherigen Prorektor, Professor Dr. Hanno Weber, der nach zwölf Jahren im Amt nicht mehr zur Wahl angetreten war, um sich künftig wieder mehr in der Lehre zu engagieren.

„Mein Ziel ist es, in enger Zusammenarbeit mit Kolleginnen und Kollegen die Hochschule zu einer „Präsenzhochschule mit digitalem Mehrwert“ weiterzuentwickeln und so das attraktive Angebot für unsere Studierenden weiter auszubauen“, so Frank Niemann nach seiner Wahl. Dr.-Ing. Frank Niemann ist seit 2006 Professor für Informationsübertragung, Übertragungsverfahren, Kommunikationssysteme und -netzwerke an der Hochschule Pforzheim.

Stiftungsprofessur „Digital Business Management“: Professor Dr. Mario Boßlau neu an der Business School



Professor Dr. Mario Boßlau wird zum Sommersemester 2024 die Stiftungsprofessur „Digital Business Management“ in der Fakultät für Wirtschaft und Recht antreten, die von der Gerhard und Ilse Schick Stiftung getragen wird. Die neu geschaffenen W2-Professur wird mit ihrer Lehre und Forschung in den bestehenden Bachelor- und Masterstudiengängen, insbesondere aber auch im neu eingerichteten Masterstudiengang „Digital Business Management“ (M.Sc.) wirken.

Mario Boßlau ist Wirtschaftsingenieur mit Schwerpunkten in den Themenfeldern Geschäftsmodellentwicklung, Innovations- und Technologiemanagement sowie Digitale Transformation. Sein Tätigkeitsfeld umfasst das Spannungsfeld zwischen Wirtschaft und Technologie. In diesem interdisziplinären Umfeld beschäftigt er sich mit kreativen Innovationsprozessen und der Strategieentwicklung. Als Experte für smarte Geschäftsmodelle hat er national und international mehrere Auszeichnungen für seine Forschung erhalten, unter anderem ist er Träger des Gert-von-Kortzfleisch-Preises 2016 für seine Forschungstätigkeiten im Bereich der Entwicklung dynamischer Geschäftsmodelle und System Dynamics. „Die Übernahme der Stiftungsprofessur für Digital Business Management markiert für mich den Beginn einer spannenden Reise, auf der ich die Brücke zwischen Theorie und digitaler Praxiswelt schlagen möchte“ freut sich Professor

Dr. Mario Boßlau. „Mein Ziel ist es, zukunftsfähige digitale Kompetenzen zu fördern und die nächste Generation auf die Herausforderungen des digitalen Zeitalters vorzubereiten.“

Vor seiner Berufung an die Hochschule Pforzheim war Boßlau seit 2018 an der International University of Applied Sciences (IU) in Bad Reichenhall tätig. Er schloss sein Studium zum Diplom-Ingenieur in I Wirtschaftswissenschaften 2006 an der Brandenburgischen Technischen Universität Cottbus-Senftenberg ab. 2014 erhielt Mario Boßlau seine Promotionsurkunde zum Dr.-Ing. mit der Note „summa cum laude“ an der Ruhr-Universität Bochum. Stiftungsprofessuren an der Business School Pforzheim stellen eine Verbindung zwischen Wirtschaft und Wissenschaft dar, von der beide Seiten gleichermaßen profitieren. Mit der zusätzlichen Professur können neue, zukunftssträchtige Themenfelder entwickelt werden, für die keine

öffentlichen Mittel zur Verfügung stehen. Der Stifter erhält die Möglichkeit, einen wichtigen Beitrag für die Weiterentwicklung der Forschung in für ihn relevanten Gebieten zu leisten und seine Ideen in den Zuschnitt der Professur einbringen. Der Stifter kann so die aus seiner Sicht wichtigen Themen an der Hochschule verankern, während er der Business School Pforzheim ermöglicht, neue Akzente in Lehre und Forschung zu setzen, ihre Kompetenzfelder deutlich zu vertiefen oder gar neu zu entwickeln. „So entsteht eine Win-win-Situation für beide Partner“, erläutert Dekan Professor Dr. Thomas Cleff. Die gemeinnützige Gerhard und Ilse Schick Stiftung mit Sitz in Gaildorf wurde 2022 von Karin Schick, Ankeraktionärin und Tochter des Mitgründers der Bechtle AG, gegründet. Bechtle ist im MDAX notiert und gehört zu den führenden IT-Unternehmen in Europa. Einer der Förderbereiche der Stiftung ist Wissen-

schaft & Forschung in der Betriebswirtschaft. Das Engagement in diesem Bereich ist gemäß der Stiftung „geprägt von Gerhard Schick und seiner Leidenschaft für die Betriebswirtschaft sowie seiner Unterstützung für die nächste Generation von innovativen Köpfen“. Karin Schick führt die Philosophie ihres Vaters fort und betont: „Junge Talente müssen die Möglichkeit haben, im Rahmen eines betriebswirtschaftlichen Studiums neue - auch unkonventionelle - Ideen zu entwickeln und auf ihre Praxistauglichkeit für die Wirtschaft zu prüfen. Nur so können wir in Deutschland mit den sich immer schneller ändernden Rahmenbedingungen im internationalen Kontext Schritt halten.“ Durch Fortschritte in der Betriebswirtschaft wolle man nicht nur einen positiven Beitrag für Unternehmen, sondern auch für die Gesellschaft als Ganzes leisten.



„The priority in Peru is different because there are different realities” Guest Professor Julianna Paola Ramírez Lozano from Pontificia Universidad Católica del Perú

Julianna Paola Ramírez Lozano is a full-time professor at the Graduate Business Department of the Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), Lima, Peru. She visited Business School Pforzheim in the winter term as a guest professor and taught courses on organization, communication and advertising in our study program Master Corporate Communication Management. In the interview with student Sophie Mercedes Familia, professor Ramirez talks about her research on different topics, her honorary program and the difference between Peru and Germany.

Ms. Ramirez, you spent six weeks as a guest professor at our Business School. How did you get to know our Business School Pforzheim?

I got to know this university through Consejo Latinoamericano de Escuelas de Negocios, CLADEA. CLADEA is an institution that groups business schools from Latin America and has agreements with many universities in Europe and one of them is Pforzheim University. I decided to go to Pforzheim because I found it interesting to come here for the master's degree in communication and management.

You are a full-time professor at the Graduate Business Department of the Pontificia Universidad Católica del Perú and researcher, professor and "Head of Sustainability" at the Business Center, CENTRUM-PUCP, the business school of the Pontificia Universidad Católica del Perú. What do you do in your research?

I am a career counselor and throughout the years I have worked on topics related to business and companies, specifically social responsibility in business and companies. So now my research focuses on ethics, social responsibility and corporate communication. I also deal with the topic of social responsibility of universities. With the model that we have developed, we have programs and projects of social responsibility.

You have created some free study programs in Peru, in which you and many other honorary professors teach start-ups, micro-entrepreneurs or women entrepreneurs. You also received the AMBA award for these programs, one of the three accreditations next to AACSB and EFMD/EQUIS. How did this project come about?

The programs are based on the model of social responsibility of a business school. The *raison d'être* of a business school is to teach and train its students in the business world. So we have recognized that an important area is to be able to offer education and business training to people who have never accessed a university but who have a business, who have learned from practice, but who do not have academic knowledge. So our responsibility as a business school is to be able to give these tools to these micro-entrepreneurs and businessmen that exist in Peru. We do this thanks to our teachers, who teach these classes on an honorary basis, and it began with the pandemic in the year 2020.

Does this program help you acquire new ideas and knowledge that you can then apply to your regular courses and classes and to your research?

Of course. I wrote an article that talks about the model of voluntary social responsibility for business schools. And through that the idea of this practical experience was born. The first project we took out and produced at Centro de Negocios PUCP was "Mejorando Mi Bodega". At that time, "Mejorando Mi Bodega" was a training program for my entrepreneurs - bodegueros (small businesses) - and we did other programs that followed the same model in the sense that business training has an ally in the form of companies that contribute as sponsors to finance the project. And in the end it's a wonderful alliance because we all win: the entrepreneurs win, the university wins, the teachers win. Because in this way they can also demonstrate their social responsibility. Today we have six programs along the same lines, for example, with women or in the context of tourism.

Do you think people in Peru are concerned about the same sustainability issues as people in Germany?

The situation is different. We still have to overcome the basic needs of the pyramid at the first level, for example, the end of poverty. Europe is already at the second level. You have new ways of innovation or sustainable cities. But in Peru we have to deal with health, education and overcoming poverty in general, so there are still many differences. I think that education, as in my project, is the most basic because there are people who never went to university. So we cannot start with bigger things if basic things are missing. The priority is different because there are different realities.

What especially surprised you in Germany? What will you remember most about your weeks in Germany?

That's a nice question. I had a lot of expectations regarding the cultural issue, for example, I expected the Germans to be much more distant but I found a great closeness with the whole team and the different teachers who are all wonderful. And the students as well. So I think I like the good memories of closeness, the institute, talking about our subjects, sharing them together and research. And I love the internationality! I have seen a lot of movements and activities - parties, the celebration of the new EFMD-accreditation, a lot of life at the university. I love it because maybe in other universities elsewhere I would not have seen these movements and activities.

Would you like to come back?

Of course! I would love to come back. The topics interest me a lot and the research gives more value to communication and business management. I think it is a great credo.

Thank you very much, Professor Ramírez Lozano!

The Pontifical Catholic University of Peru (PUCP) was founded in 1917 and is recognized for its plurality, the quality of its teaching, research, social responsibility, support for culture and its inspiring action. The oldest private university in the country has approximately 25,000 students in 13 different faculties.

Beirat der Business School: Henrik M. Lingenhölín neuer Vorsitzender des Präsidiums

Der Beirat der Business School steht unter neuer Leitung: Henrik M. Lingenhölín, Hofkammerpräsident des Hauses Württemberg, wurde mit Jahresbeginn zum neuen Acting Chair des Präsidiums gewählt. Kerstin Klär, Gründerin und Geschäftsführerin von Q Agentur für Forschung wurde zur Incoming Chair gewählt. Michael Baumgärtner, der in den vergangenen acht Jahren den Vorsitz des Präsidiums hatte, bleibt dem Gremium als Outgoing Chair weiter erhalten.



Henrik M. Lingenhölín

Henrik M. Lingenhölín ist – wie alle Mitglieder des Beirats der Fakultät für Wirtschaft und Recht – Absolvent der Hochschule Pforzheim. Der gebürtige Stuttgarter schloss 1991 sein Studium im Studiengang Absatzwirtschaft ab und war in den 90er und 2000er Jahren in verschiedenen leitenden Positionen bei den Privatbanken Ellwanger & Geiger, Hauck & Aufhäuser und der Vontobel Österreich AG tätig. 2009 verließ der gelernte Bankkaufmann

Henrik M. Lingenhölín die Bank und übernahm die Leitung und Gesamtverantwortung der privaten Vermögensverwaltung der herzoglichen Familie Württemberg mit einer sehr breiten Diversifikation in unterschiedlichen Asset-Klassen, unter anderem Forst, Landwirtschaft, Weinbau, Immobilien- und Immobilienprojektentwicklung sowie Beteiligungen. Zunächst war er Direktor der Hofkammer des Hauses Württemberg, im Jahr 2018 wurde er zum Hofkammerpräsidenten ernannt. Außerdem bekleidet Henrik M. Lingenhölín diverse Beiratsmandate bei mittelständischen Unternehmen.

Kerstin Klär hat an der Hochschule Pforzheim Marktforschung studiert und im Jahr 2000 abgeschlossen. Nach ihrer Tätigkeit als Senior Research & Consultant beim Sinus Institut gründete sie 2008 die Full Service Agentur - Q | Agentur für Forschung GmbH, deren Geschäftsführerin sie bis heute ist. Zu ihren



Kerstin Klär

Arbeitsschwerpunkten zählen Trend- und Zukunftsforschung, strategisches Markenmanagement und Zielgruppenkommunikation. Sie betreut unter anderem Kunden aus den Bereichen Pharma, Medien, Telekommunikation, Energiewirtschaft, Financial Services und Handel. Neben ihrer Funktion im Beirat der Business School ist sie der Hochschule seit über zwanzig Jahren als Lehrbeauftragte für „Qualitative und Psychologische Marktfor-

schung“ verbunden und erhielt für diese Tätigkeit den Dean's Teaching Award for Distinguished Lecturers 2022.

„Wir freuen uns, dass mit Henrik Lingenhölín und Kerstin Klär zwei hoch engagierte Alumni die Arbeit im Präsidium unseres Beirat fortsetzen“, so Dekan Professor Dr. Thomas Cleff. „Der Beirat bringt wichtige Impulse aus der Praxis in die Weiterentwicklung unseres Lehr- und Forschungsprofils ein. Wir schätzen diese Unterstützung und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit mit dem gesamten Präsidium.“ Der Beirat unterstützt und berät die Fakultät für Wirtschaft und Recht in allen wichtigen Belangen und leistet einen wesentlichen Beitrag zur strategischen Weiterentwicklung. Mitglieder des Beirats sind erfolgreiche Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Gesellschaft, die ihr Studium an der Fakultät für Wirtschaft und Recht der Hochschule Pforzheim absolviert haben.

„Proudly Fighting Food Waste“: Werber-Alumna Dominique Ertl

von Clara Schwab, studentische Mitarbeiterin in der Fakultätskommunikation der Business School

Dominique Ertl schloss 2017 den Studiengang Marketingkommunikation und Werbung (B.Sc.) an der Business School Pforzheim ab. Während ihres Bachelorstudiums engagierte sie sich in der studentischen Werbeagentur Werbeliebe e.V. und verbrachte ein Auslandssemester in Kalifornien. Dort wuchs ihr Interesse am Thema Nachhaltigkeit, welches sie im Rahmen ihrer Bachelorarbeit mit dem Titel „Nachhaltigkeit optimal kommunizieren. Erfolgsfaktoren der unternehmerischen Nachhaltigkeitskommunikation“ vertiefte.



Nach ihrem Abschluss war Dominique Ertl zunächst einige Jahre für den Online-Anbieter mymuesli tätig, unter anderem im Produkt- und Brandmanagement, und absolvierte parallel ein Masterstudium in Marketing Management an der HWR Berlin. Den Wunsch, ihre Begeisterung für die Lebensmittelindustrie mit ihrer Leidenschaft für Nachhaltigkeitsthemen zu verbinden, konnte sich Dominique Ertl 2020 durch den Einstieg bei Motatos erfüllen. Der Online-Handel für Lebensmittel hat sich die Minimierung von Lebensmittelverschwendung zum Ziel gesetzt. Dafür bezieht das Unternehmen direkt von Lebensmittelherstellern Produkte, die ansonsten gar nicht erst in den Handel gekommen wären. Nachdem Dominique Ertl zwei Jahre im Merchandising tätig war, ist sie seit Juni 2022 als Landeschefin für Motatos in Deutschland und Österreich verantwortlich: „Proudly fighting food waste“

Dominique, bevor wir uns dem Thema Lebensmittelverschwendung widmen, lass uns kurz über deinen Werdegang sprechen. Wie hast du dein Bachelorstudium an der Business School erlebt?

Ich habe mein Studium nach wie vor sehr positiv in Erinnerung. Es war sehr praxisnah und ein guter Mix aus fordernd und fördernd. Ich konnte damals zum Beispiel an einem Mentoringprogramm teilnehmen – das bietet hilfreiche Einblicke, besonders für Studierende, die nicht aus Akademikerhaushalten kommen oder deren Eltern in anderen Bereichen tätig sind (bei mir z.B. Bau und Bankwesen). Mir hat es sehr geholfen, Rat von jemandem zu bekommen, der bereits einen Werdegang in meinem Fachbereich hinter sich hatte. Allgemein hatte ich immer das Gefühl, dass sich die Hochschule mit ihren ergänzenden Angeboten – den Studierendeninitiativen und Veranstaltungen – wirklich ins Zeug legt. Mein Key-Takeaway ist deshalb auch, dass ich mich immer wieder lieber an einer Hochschule bewerben würde, die sich nicht auf der Attraktivität ihres Standorts ausruhen kann. In großen, beliebten Städten wollen viele studieren. In meinem Masterstudium in Berlin habe ich deshalb gerade bei den extracurricularen Angeboten klare Unterschiede festgestellt.

Zu den extracurricularen Angeboten an der Business School gehört auch unsere studentische Werbeagentur Werbeliebe e.V. Inwiefern hat dein Engagement in der Initiative dein Studium und deine weitere Laufbahn geprägt?

Auch wenn ich selbst am Ende nicht den Weg einer klassischen Werbekarriere eingeschlagen habe, konnte ich aus meinen etwa zwei Jahren bei der Werbeliebe einiges mitnehmen. Man lernt, Probleme zu analysieren, individuelle Lösungen zu erarbeiten und diese zu präsentieren. Das ermöglicht noch mehr zusätzliche Praxiserfahrung und hat mich gut auf das vorbereitet, was später im Beruf auf mich zukam.

Ist in dieser Zeit auch dein Interesse an Nachhaltigkeitsthemen entstanden?

Dafür war mein Auslandssemester ausschlaggebend. Ich war damals in Kalifornien, zu einer Zeit, als es dort viele Waldbrände gab. Dazu kam, dass sich einer meiner Mitbewohner vegan ernährte. Ich habe mich also im Studium und im Alltag mehr und mehr mit Nachhaltigkeit auseinandergesetzt. Zurück in Pforzheim habe ich mir überlegt, wie ich einen Nachhaltigkeitsbezug zu den eher betriebswirtschaftlichen Themen und meinem Fachgebiet Marketingkommunikation herstel-

len kann. Schließlich habe ich dann meine Bachelorthesis bei mymuesli über Nachhaltigkeitskommunikation geschrieben. Erst über die Jahre habe ich gemerkt, dass ich mir wünsche, dieses Interesse auch mehr und mehr in mein Berufsleben zu integrieren. Bei mymuesli habe ich deshalb immer wieder versucht nachhaltige Projekte mit voranzutreiben oder zu initiieren, was ja bei Startups und Mittelständlern meist sehr gut geht. Mein jetziger Job bei Motatos bringt nun tatsächlich Nachhaltigkeit mit dem Thema Food zusammen. Ich kann heute also zwei Passionsthemen von mir vereinen – das ist wirklich ein Traum.

Motatos ist seit 2020 in Deutschland tätig – du hast noch im selben Jahr deine Stelle dort angetreten. Wie kam es dazu?

Das ist eine lustige Geschichte, weil ich vorher tatsächlich selbst noch nie von Motatos gehört hatte. Nachdem ich mich aber bei mymuesli bereits für mein Passionsthema eingesetzt hatte, wurde Motatos dort auf Anfrage an mich als Ansprechpartnerin für Nachhaltigkeitsthemen verwiesen. Ich hatte mir zu diesem Zeitpunkt schon länger eine Veränderung hin zu mehr Nachhaltigkeitsbezug in meinem Beruf gewünscht und habe deshalb im Gespräch die Gelegenheit er-

griffen: „Müsli kann ich keines anbieten, aber wie wär's denn, wenn wir mal über einen Job sprechen?“

Was unterscheidet Motatos von anderen Organisationen, die überschüssige Lebensmittel retten, wie etwa TooGoodToGo oder die Tafeln?

Im Kern unterscheidet uns, dass wir nicht im lokalen Handel oder Großhandel ansetzen, sondern schon früher in der Supply Chain. Wir sind direkt mit den Herstellern in Kontakt und nehmen Überbestände schon ab, bevor sie im Supermarkt auftauchen, wo ja TooGoodToGo und auch viele Tafeln ansetzen. Dementsprechend geht es auch um deutlich größere Mengen, die wir dann in unserem Zentrallager einlagern von dort aus direkt an die Konsumenten in Deutschland und Österreich versenden können. Aktuell arbeiten wir mit über 300 verschiedenen Herstellern zusammen, Tendenz steigend. Wir haben noch nicht alle erschlossen, aber es ist schon eine große Menge, die bei Überschuss zum Hörer greifen und uns Bescheid geben.

Wie kommt es denn zu diesen Überschüssen bei den Herstellern?

Gute Frage! Man stellt sich das immer so einfach vor, aber ein Supermarkt bestellt

ja im Grunde auch nur bei den Herstellern, und zwar einige Wochen oder Monate bevor die Sachen dann wirklich verkauft werden. Der Hersteller selbst muss seine Verträge mit Zulieferern dagegen häufig schon ein Jahr im Voraus schließen und sich entsprechend viel früher für eine Produktionsmenge entscheiden. Ob diese Menge dann tatsächlich von den Händlern abgenommen wird, ist eine ganz andere Frage. Das hängt beispielsweise mit der aktuellen Marktsituation und Saisonalitäten zusammen. Auch das Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) spielt eine Rolle: Supermärkte erwarten je nach Produktgruppe üblicherweise zwei bis sechs Monate Restlaufzeit bis zum MHD, denn schließlich haben auch viele Konsumenten diese Erwartungshaltung. Und so kommt es häufig zu dem Problem, dass die Hersteller Ware in ihren Lagern haben, die sie nicht loswerden, insbesondere wenn sie keinen eigenen Onlineshop haben. Dann bleibt ihnen oft nichts anderes als der Export ins Ausland oder die Vernichtung der Ware.

In einem Gespräch mit dem Tagesspiegel sprichst du davon, dass das MHD ein „Re-Branding“ nötig habe. Was meinst du damit und wie könnte so etwas aussehen? Tatsächlich würde ich die Frage in den Raum werfen, ob es nicht sogar ein Re-Naming braucht, denn der Name „Mindesthaltbarkeitsdatum“ ist schon so stark negativ aufgeladen, dass er sich womöglich kaum mehr umbranden lässt. Es gibt dabei in meinen Augen ein großes Missverständnis: Ein MHD hat gar nichts mit einem Verbrauchsdatum zu tun! Das gibt es auch – auf Frischwaren wie Geflügel oder Fisch, die nach Ablauf des Datums auch wirklich gesundheitsgefährdend sein können. Ein MHD ist aber, wie der

Name schon sagt, wirklich nur eine Mindestangabe und eine Garantie des Herstellers, dass die Ware bis zu diesem Zeitpunkt noch genau die gleichen Qualitäten hat – wie crunchy die Chips sind, zum Beispiel. Bei verpackten Lebensmitteln ist in Wirklichkeit oft gar nicht klar, wann dieses Datum erreicht wäre. Es ist also nicht sinnvoll, sich so darauf zu fokussieren.

Welchen konkreten Handlungsbedarf siehst du stattdessen?

Es müsste zumindest viel klarer kommuniziert werden, dass es hier um eine Garantie geht und es nichts mit einer Gesundheitsgefahr zu tun hat. Man könnte viel stärker darüber aufklären, dass Lebensmittel oft länger gut sind und woran man das feststellen kann, so wie das z.B. TooGoodToGo schon ganz wunderbar macht: Sehen – Riechen – Schmecken. Hier sähe ich sehr gerne die Politik mehr in der Verantwortung. Es sollte schließlich im allgemeinen Interesse sein, darüber aufzuklären – vielleicht schon in der Schule. Wenn Unternehmen wie Motatos Lösungen gegen Food Waste finden, sehe ich darin eher eine Art Symptombekämpfung. Für eine langfristige Lösung des Problems muss an der Ursache angesetzt werden. Das heißt, es braucht Richtlinien und Gesetze seitens der Politik, die ganz klar vorschreiben, dass Unternehmen ihren Food Waste transparent machen und minimieren müssen.

Gibt es auch bei Herstellern direkt Potenzial zur Reduzierung von Food Waste?

Sicherlich – insbesondere dort, wo die Rohstoffkosten sehr gering sind. Häufig kann man nämlich beobachten, dass es zu deutlich weniger Food Waste kommt, wenn die Herstellung eines Produkts sehr

teure Rohstoffe beinhaltet. Es ist also durchaus möglich, Überschüsse gering zu halten, wenn es Anreiz dazu gibt. Ganz auf null zu kommen, kann zwar nicht die Erwartungshaltung sein – das Forecasting der Hersteller ist nun mal oft ein Blick in die Glaskugel. Aber es gibt eine Menge Ineffizienzen in Prozessen und Planungen, an denen man ansetzen könnte. Vielleicht müssten sich Supermärkte auch schon früher darauf committieren, wie viel sie abnehmen. Vielleicht lässt sich begrenzen, wie oft sich Produktverpackungen wegen Werbeaktionen ändern. Oder es finden sich Wege, die Produkte trotzdem weiterzuverkaufen.

Trotz der Größenordnung des Problems der Lebensmittelverschwendung: Kann auch ich als einzelne Person in meinem Alltag einen Unterschied machen?

Es lastet natürlich schon viel Verantwortung auf den Einzelnen. Und trotzdem: Mehr als 50% der Lebensmittelverschwendung passiert in den Privathaushalten. Das heißt auch, dass dort das Potenzial am größten ist. Als Konsumenten sind wir verwöhnt von immer vollen Supermarktregalen und haben ein Stück weit den Bezug zu Lebensmitteln verloren: Wir werfen ungeöffnete Lebensmittel weg, nur weil das MHD erreicht ist, anstatt auf unsere eigenen Sinne zurückzugreifen und zu sehen, riechen, schmecken, ob ein Produkt noch genießbar ist. Wenn es um Resteverwertung geht, können wir meiner Meinung nach von den älteren Generationen viel lernen. Ich lade deshalb immer alle dazu ein, einfach mal mit Großeltern oder Nachbarn zu sprechen – die haben immer ein paar Tipps parat. Mein persönlicher Favorit: Einfach mal eine schrumpelige Karotte über Nacht in ein Wasserbad legen. Selbst

wenn man schon kurz davor war, sie wegzuzwerfen – am nächsten Tag ist sie wieder frisch! Und natürlich kann man auch über Motatos Lebensmittel retten.

Motatos ist mir zum ersten Mal durch auffällige Werbeplakate am Bahnhof begegnet. An welche Zielgruppe richtet sich euer Angebot hauptsächlich?

Unsere zwei Kernzielgruppen sind einerseits die klassischen Sustainable Shopper, die wir über den Nachhaltigkeitsaspekt abholen, aber auch die Schnäppchenjäger, die an guten Preisen interessiert sind, gerade in der aktuellen Situation. Das Schöne an unserem Konzept ist, dass es sehr massentauglich ist. Wir versuchen in der Ansprache deshalb so aufzutreten, dass es genau das sein kann. Nur wenn wir die Masse ansprechen, können wir auch maximal viele Lebensmittel retten.

Du bist mittlerweile als Region Director für Motatos in Deutschland und Österreich zuständig. Welche Herausforderungen siehst du in diesen Märkten hinsichtlich eurer Mission?

Gerade im deutschen und österreichischen Markt haben wir natürlich noch einiges im Bereich Brand Awareness zu tun. Viele kennen uns noch nicht oder haben Vorurteile, die es abzubauen gilt – „ach bei euch gibt es doch nur abgelaufenes Essen“. Wir müssen also auch hier Aufklärungsarbeit rund um das Thema MHD leisten, aber auch erklären, dass der Großteil der Produkte in unserem Angebot das MHD noch lange nicht erreicht hat. Viele landen bei uns, weil die Restlaufzeit zu knapp für die Supermärkte ist, aber auch aufgrund von Saisonalität oder Verpackungsfehlern. Das ist eine Herausforderung, den

Menschen zu vermitteln, wer wir sind und was wir eigentlich anbieten.

Das eröffnet sicherlich auch viele Chancen...

Ja! In Deutschland und Österreich leben zusammengenommen ungefähr 90 Millionen Menschen. Jeder davon wirft im Jahr im Schnitt 70 kg Lebensmittel weg. Also jede Menge Potenzial, Lebensmittelverschwendung durch den Einkauf von geretteten Lebensmitteln bei uns zu kompensieren. Die Zielgruppe ist wahnsinnig groß und die Kombination, die wir in unserem Businesskonzept vereinen – der niedrige Preis und die Nachhaltigkeit – ist für viele sehr interessant. Wenn man zum Ursprung zurückgeht, ist Nachhaltigkeit ja die Verwertung von allem, was es schon gibt, und damit auch mit Sparen verbunden – ob man die Heizung runterdreht oder Lebensmittelverschwendung reduziert

Was ist deine Vision für Motatos im deutschsprachigen Raum in den kommenden Jahren? Gibt es konkrete Zukunftspläne??

Wir sind natürlich nach wie vor auf Wachstumskurs, wollen unsere Customer Base vergrößern und mehr Lebensmittel retten. Gleichzeitig hat sich in den letzten Jahren am Markt auch einiges verändert. Deshalb wollen wir jetzt vor allem im deutschsprachigen Raum unter Beweis stellen, dass wir auch profitabel sein können und damit nicht nur die ökologische, sondern auch die ökonomische Nachhaltigkeit in unserem E-Commerce-Konzept unterbringen können.

Viel Erfolg dabei und herzlichen Dank für die spannenden Einblicke!

Eduniversal 2023: Business School Pforzheim confirms top position among German Universities of Applied Sciences

Business School Pforzheim is the no. 1 business school at a University of Applied Sciences in Germany for the 6th year in a row, according to the international Eduniversal 2023 ranking. In the overall ranking of all Universities of Applied Sciences, Business School Pforzheim has once again achieved a place among the top 10 business schools in Germany.

In the category "Recommendation by the Deans", Pforzheim Business School holds 6th place and is also among the top Universities of Applied Sciences in Germany. 'To be at the top so many times in a row is also an outstanding team achievement,' says Rector Professor Dr Ulrich Jautz, delighted with the excellent result and the commitment of all colleagues at the Business School.

'We are delighted that we are regarded as one of the leading Business School in Germany and that our research and academic teaching are valued worldwide', said Professor Dr. Thomas Cleff, Dean of the School. 'Once again, we meet the demands of an international labour market.'

The Eduniversal ranking is based on a survey of rectors and deans of a total of 1,000 business schools. For each country, they indicate which business school they would recommend to a prospective student wishing to study in that country. The ranking therefore displays the international reputation of a



country's business schools. The 1,000 universities eligible to take part in the ranking are selected by an international academic committee.

➤ eduniversal-ranking.com/business-school-university-ranking-in-germany.html

CHE Master's ranking: Master's programs in business administration receive top marks from students

According to our students Business School Pforzheim is one of a kind: In the latest Master's Ranking of the Centre for Higher Education Development (CHE), students have awarded top marks to the Master's programs in Business Administration at Pforzheim University of Applied Sciences.

Pforzheim University has received a lot of top ratings in the subjects of business administration, business informatics and industrial engineering. The students awarded an average of four and a half to five stars for a whole range of criteria relating to the study situation in Pforzheim, such as supervision by lecturers, support during studies and general study situation. The Master's programs of the Business School also achieved the average value for all universities concerning the criteria research orientation and digital teaching elements. Master's students also rate the transition to the Master's program and the practical orientation of teaching at the highest level, while the criterion of study organisation even receives the dream rating of five stars. 'We are very pleased that our students are so satisfied with the Master's program and the framework conditions here in Pforzheim,' says Professor Dr Harald Strotmann, Vice Dean of the Business School, who is responsible for the Master's department at the Business School. 'As an AACSB-accredited university, we always focus on the quality of our teaching and an optimal infra-

structure for teaching and learning. We see our strategy clearly confirmed by the top ratings for the general study situation and the research and practice-orientation of teaching.'

The eleven Master's programs at Pforzheim Business School are based on a clear profile of professional functions. They are characterized by practical orientation, internationality and the involvement of renowned companies. The CHE Master's Ranking 2023 is essentially based on the students' judgement. In the new comparison of Master's programs, up to 15 different criteria – student judgements and facts – are selected depending on the subject. The assessment is presented on a 5-star scale. It is shown how intensive the contact with professional practice is, for business administration studies at Universities of Applied Sciences and for the subjects of business informatics and business engineering at all types of universities. These results are allocated to a top, middle and bottom group.

➤ heystudium.de/masterranking

Eduniversal 2023: Business School Pforzheim bestätigt Spitzenposition unter den deutschen Hochschulen für Angewandte Wissenschaften

Die Business School Pforzheim ist gemäß dem internationalen Ranking „Eduniversal 2023“ zum sechsten Mal in Folge die Nummer 1 unter den Hochschulen für Angewandte Wissenschaften in Deutschland.

Im Gesamtranking aller Hochschulen, in dem auch die Universitäten berücksichtigt sind, hat die Business School erneut eine Platzierung unter den Top 10 der Business Schools in Deutschland erreicht. In der Kategorie „Empfehlung der Dekane“ liegt die Business School Pforzheim auf dem 6. Rang und gleichzeitig an der Spitze der Hochschulen für Angewandte Wissenschaften in Deutschland.

„Die Spitzen-Platzierung macht deutlich, dass wir mit unserer Lehre höchsten Qualitätsansprüchen gerecht werden und im nationalen und internationalen Vergleich ganz vorne mit dabei sind. So oft in Folge an der Spitze zu sein, ist auch eine überragende Teamleistung“, freut sich Rektor Professor Dr. Ulrich Jautz über das hervorragende Ergebnis und das Engage-

ment aller Kolleginnen und Kollegen an der Business School.

„Wir freuen uns, dass wir als eine der führenden Business School in Deutschland gelten und unsere Forschung und akademische Lehre weltweit geschätzt werden“, so Professor Dr. Thomas Cleff, Dekan der Fakultät. „Einmal mehr wurde uns bestätigt, dass wir den Anforderungen eines internationalen Arbeitsmarktes gerecht werden.“

Das Eduniversal-Ranking basiert auf einer Umfrage unter Rektoren und Dekanen von insgesamt 1.000 Business Schools. Für jedes Land geben sie an, welche Business School sie einem Studieninteressierten empfehlen würden, der in diesem Land studieren möchte. Die Rangliste gibt also Aufschluss über das internationale Ansehen der Business Schools in einem Land. Die 1.000 Hochschulen, die in das Ranking einbezogen werden, werden von einem internationalen akademischen Komitee ausgewählt.

➤ eduniversal-ranking.com/business-school-university-ranking-in-germany.html

CHE Master-Ranking: BWL-Masterstudiengänge erhalten Top-Bewertungen von Studierenden

Das Studierendenurteil lässt Sterne regnen: Beim aktuellen Master-Ranking des Centrums für Hochschulentwicklung (CHE) haben die Studierenden Top-Bewertungen für die betriebswirtschaftlichen Masterprogramme der Hochschule Pforzheim vergeben.

Die Hochschule Pforzheim bekommt in den Fächern BWL, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsingenieurwesen sehr viele Top-Bewertungen. Die befragten Masterstudierenden haben bei einer ganzen Reihe an Kriterien in Bezug auf die Studiensituation in Pforzheim vierhalb bis fünf Sterne im Durchschnitt vergeben, so etwa bei der Betreuung durch Lehrende, Unterstützung im Studium und Allgemeiner Studiensituation. Der Mittelwert für alle Hochschulen wird von den Masterprogrammen der Business School auch bei den Kriterien Lehrangebot, Forschungsorientierung und Digitale Lehrelemente übertroffen. Den Übergang zum Masterstudium und die Praxisorientierung in der Lehre stufen die Masterstudierenden ebenfalls auf höchstem Niveau ein, das Kriterium Studienorganisation erhält sogar die Traumbewertung von glatten fünf Sternen.

„Dass unsere Studierenden so zufrieden mit dem Masterstudium und den Rahmenbedingungen hier in Pforzheim sind, freut uns sehr“, so Professor Dr. Harald Strotmann, stellvertretender

Dekan der Fakultät für Wirtschaft und Recht, der für den Masterbereich der Business School verantwortlich ist. „Als AACSB-akkreditierte Hochschule haben wir die Qualität unserer Lehre und eine optimale Infrastruktur für das Lehren und Lernen stets im Blick. Unsere Strategie sehen wir durch die Spitzenbewertungen bei der Allgemeinen Studiensituation sowie bei der Forschungs- und Praxisorientierung in der Lehre klar bestätigt.“ Die elf Masterprogramme der Business School Pforzheim orientieren sich an einem klaren Profil beruflicher Funktionen. Sie sind geprägt durch Praxisorientierung, Internationalität und durch die Einbindung renommierter Unternehmen. Das CHE Master-Ranking 2023 basiert im Wesentlichen auf dem Urteil der Studierenden. Im neuen Vergleich der Masterangebote werden je nach Fach bis zu 15 verschiedene Kriterien – Studierendenurteile und Fakten – ausgewiesen. Die Bewertung wird auf einer 5-Sterne-Skala abgebildet. Für die BWL an HAW/Fachhochschulen sowie für die Fächer Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsingenieurwesen an allen Hochschultypen wird dargestellt, wie intensiv der Kontakt zur Berufspraxis ausfällt. Die Ergebnisse zu den Fakten werden einer Spitzen-, Mittel- und Schlussgruppe zugeordnet.

➤ heystudium.de/masterranking



Audit bestätigt: Hochschule Pforzheim hat hervorragendes Energiemanagement

von Axel Grehl, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Hochschule Pforzheim

Die Hochschule Pforzheim ist vor einem Jahr für ihr Energiemanagementsystem nach der „DIN EN ISO 50001:2018“ zertifiziert worden. Nun hat ein erstes Überwachungsaudit des renommierten Umweltgutachters Henning von Knobelsdorff die hohe Qualität des Systems bestätigt. Professorin Dr. Ingela Tietze, Prorektorin für Energiemanagement und Klimaschutz, hat die Einführung und Zertifizierung eines Energiemanagementsystems gemäß ISO 50001 vor einem Jahr federführend geleitet.

„Meines Wissens sind wir die einzige staatliche Hochschule in Baden-Württemberg, die ein zertifiziertes Energiemanagementsystem hat. Dadurch und durch konkrete Einsparmaßnahmen konnten wir im Winter 2022/23 insgesamt 23 Prozent Erdgas einsparen“, freut sich Tietze. „Ich freue mich sehr über die aktuelle Bestätigung. Ich hatte damals schon gesagt, dass die Zertifizierung ein zentrales Ziel meiner Amtszeit ist. Umso mehr freut es mich, dass wir mit diesem System nachhaltig erfolgreich sind“, sagte Ingela Tietze nach

der Bestätigung durch das Gutachten.

Lob gab es auch von Rektor Professor Dr. Ulrich Jautz. „Wir haben die Themen Energiemanagement und Klimaschutz bewusst und mit hoher Priorität im Rektorat verankert und sehen nun, wie wichtig das für die Zukunft unserer Hochschule ist. Für diesen Erfolg möchte ich mich bei Ingela Tietze und dem Energie-Team bedanken und gratuliere allen Beteiligten zu ihrer Leistung.“

Neben Ingela Tietze gehören dem Team die Hochschulmitarbeiterinnen und -mitarbeiter Steffen Lewerenz, Angela Wenzel, Isabel Rittmann, Jürgen Augenstein, Martin Gegenheimer sowie die Klimaschutzmanagerin des Landes, Kerstin Anstätt, an. „Der Schlüssel war, dass wir die Strukturen für das Energiemanagementsystem schon zuvor geschaffen hatten. Wir waren also bereits vor der Gasmangellage ein eingespieltes Team, das schnell konkrete Maßnahmen zur Erdgaseinsparung umsetzen konnte“, ergänzt Tietze.

#30u30: MCCM-Alumna Marcia Bohn ist Young Professional des Jahres

Mit Marcia Bohn (Daimler Truck) ist im November 2023 erstmals eine Pforzheimer Alumna im #30u30-Wettbewerb als Young Professional des Jahres ausgezeichnet worden. Sie nahm den Award des PR Reports gemeinsam mit Paula Accordi (SAP) in Berlin entgegen.

Marcia Bohn schloss den Master Corporate Communication Management (MCCM) 2019 ab. Sie ist heute in der Unternehmenskommunikation von Daimler Truck erfolgreich. Seit 2022 ist sie für die interne und externe Kommunikation des

CIO Marcus Claesson und die Vermittlung der IT-Strategie zuständig.

Marcia Bohn war im Sommer 2023 in den begehrten 30unter30-Kreis führender Nachwuchs-Kommunikatorinnen und -Kommunikatoren aufgenommen worden.

Studiengangleiterin Professorin Dr. Simone Huck-Sandhu gratuliert Marcia Bohn zu der Auszeichnung und betont: „Unser noch recht junger Studiengang blickt auf immer mehr erfolgreiche Alumni in Agenturen, Beratungen, Mittelstand und Großunternehmen. Das wird im



MCCM-Alumna Marcia Bohn

Berufsfeld gesehen und anerkannt und bestätigt das Pforzheimer Lehrkonzept, mit interner Kommunikation, gesellschaftsorientierter Kommunikation und Marketingkommunikation den Blick fürs Ganze zu vermitteln.“

Absolventenverabschiedung **Laudatio**: „Bildung, Anstand und Humor sind Zauber-Schlüssel für die Zukunft“

496 Absolventinnen und Absolventen der Hochschule Pforzheim aus insgesamt 22 Bachelor- und 16 Masterstudiengängen der Fakultäten für Technik sowie für Wirtschaft und Recht feierten im November 2023 mit ihren Angehörigen und Freunden den erfolgreichen Abschluss ihres Studiums.



(Foto Fotostudio Keller)

„Mit Ihrem Studienabschluss haben Sie bewiesen, dass Sie die notwendigen Kompetenzen, die Leistungsbereitschaft und das erforderliche Durchhaltevermögen mitbringen, um alle künftigen Herausforderungen in Beruf und Gesellschaft bestens zu meistern!“ – mit diesen Worten begrüßte Professor Dr. Ulrich Jautz, Rektor der Hochschule Pforzheim, die gut 1500 Gäste im Congress-Centrum Pforzheim (CCP). Und ermunterte sie ausdrücklich, ihre berufliche Zukunft nicht nur in den bekannten Großunternehmen zu suchen, da gerade der regionale Mittelstand dringend auf hochqualifizierte Mitarbeiter angewiesen sei. „Deshalb lautet mein Appell an Sie: Schauen Sie nicht nur auf die großen Konzerne in Stuttgart, München oder Berlin. Nehmen Sie auch den Nordschwarzwald, das Kraichgau oder den Enzkreis ins Visier. Dort gibt es unzählige ‚Hidden Champions‘, die ihren Mitarbeitenden viel zu bieten haben und Ihnen beste Karrieremöglichkeiten versprechen“, so Jautz weiter.

Dr.-Ing. Rainer Draht, Professor für Mechanische Systementwicklung an der Hochschule Pforzheim, ermutigte in seinem Festvortrag die Absolventinnen und Absolventen,

die Fähigkeiten zu pflegen, die sie im Studium erarbeitet haben: „Ich stelle die ‚drei Schlüssel, die essentiell für Ihre Zukunft sind, vor, hier geht es um Werte, die im Leben eigentlich alle Türen öffnen können: Bildung, Anstand und Humor sind Ihre Zauber-Schlüssel für Ihre eigene Zukunft. Und haben Sie keine Angst vor Künstlicher Intelligenz: KI ersetzt Menschen nicht, sondern KI ist wie eine Brille: man sieht besser damit, aber sie ersetzt nicht die Augen oder den Willen nach Fortschritt und die Sehnsucht nach der Ferne. KI wird Menschen künftig vernetzter denken und formulieren lassen. Aber es bleibt in menschlicher Hand, die richtigen Ziele zu finden, zu verfolgen, Ergebnisse zu validieren, zu analysieren, zu bewerten und nach menschlichen Maßstäben zu verstehen.“

Nach dem Festvortrag betraten die ehemaligen Studierenden nacheinander die Bühne des großen Saals, wo ihnen die Dekane der Fakultäten für Technik, Professor Dr. Matthias Weyer, sowie für Wirtschaft und Recht, Professor Dr. Thomas Cleff, gratulierten. Beim abschließenden Sektempfang ließen die Absolventinnen und Absolventen den Abend entspannt ausklingen.

INEC: Symposium thematisiert die Nachhaltigkeitsberichterstattung in Unternehmen – Treiber von Nachhaltigkeit oder bürokratische Überforderung?

von Marco Rudolf, Akademischer Mitarbeiter am INEC

„Was man nicht messen kann, kann man auch nicht verbessern.“ Diese Worte, die dem Physiker Lord Kelvin zugeschrieben werden, könnten auch die Motivation hinter den seit dem 1. Januar 2024 geltenden Pflichten zur Nachhaltigkeitsberichterstattung in Unternehmen beschreiben.

Mit der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) der Europäischen Union soll die Transformation zu nachhaltigem Wirtschaften in Unternehmen beschleunigt werden. Diese neuen Berichterstattungspflichten bringen zugleich fachliche und bürokratische Herausforderungen mit sich. Wie können Unternehmen den Anforderungen der Nachhaltigkeitsberichterstattung gerecht werden, wie sieht die aktuelle Realität aus und welchen Beitrag leisten die Berichtspflichten tatsächlich zu einer nachhaltigen Entwicklung?

Genau diesen Fragen widmete sich am 8. Dezember 2023 das 3. Symposium Nachhaltigkeit und Ressourceneffizienz, zu dem sich trotz Bahnstreiks und Krankheitswelle rund 300 Teilnehmerinnen und Teilnehmer im Audimax der Hochschule und über den kurzfristig eingerichteten YouTube-Livestream einfanden. Die acht Referentinnen und Referenten aus Unternehmen, Wissenschaft und NGOs setzten sich in ihren Vorträgen mit dem Thema „Anspruch und Wirklichkeit der Nachhaltigkeitsberichterstattung“ auseinander und stellten sich den Fragen des Publikums.



Blick aus dem Audimax auf den Vortrag von Dr. Laura Niederrenk vom WWF. (Foto: Stefanie Schmaltz)

Professor Dr. Tobias Viere vom veranstaltenden Institut für Industrial Ecology (INEC) eröffnete die Veranstaltung mit einem allgemeinen Überblick, gefolgt von Dr. Laura Niederrenk vom WWF, die beschrieb, was NGOs als wichtige Vertreter der Gesellschaft von Unternehmen erwarten, wo große Lücken in der Nachhaltigkeitsberichterstattung klaffen (z.B. beim Thema Biodiversität) und wie sich NGOs in entsprechende Standardisierungsprozesse einbringen. Spannende Einblicke aus der Praxis lieferten im Anschluss Dr. Rüdiger Herpich

(LANXESS), Luise Schulmayer und Michelle Jung (Würth-Gruppe) sowie Christian Kammerer (BarthHaas GmbH & Co. KG). Es wurde deutlich, wie viel Aufwand die Nachhaltigkeitsberichterstattung den Unternehmen einerseits abverlangt, andererseits aber auch, welch großes Potenzial darin liegt, alle Unternehmensbereiche auf Nachhaltigkeitsziele auszurichten und ihren jeweiligen Beitrag zur Zielerreichung systematisch erfassen zu können. Passend dazu gab Dr. Zoe Rost (DEKRA Assurance Services GmbH) einen umfassenden Einblick in

die zukünftige Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten, die nach der CSRD und den European Sustainability Reporting Standards (ESRS) erstellt werden.

Einen Blick über den europäischen Tellerrand hinaus lieferte Juliano B. de Araujo, der als Postdoc am INEC arbeitet und die Nachhaltigkeitsberichterstattung der 38 größten brasilianischen Unternehmen kritisch unter die Lupe nahm.

Aus Sicht des Moderatorenduos Pia Heidak und Marco Schmid war das Symposium ein voller Erfolg. „Es war schon im Vorfeld klar, dass das Thema aufgrund seiner Dringlichkeit gerade bei mittelständischen Unternehmen auf großes Interesse stößt“, erklärte Marco Schmid nach der Veranstaltung. „Dass trotz Bahnstreiks 200 Gäste vor Ort und zusätzlich knapp 100 Zuschauer per Livestream dabei sein würden, war nicht zu erwarten. Die hohe Teilnehmerzahl und die Nachfragen zu den Vorträgen zeigen, dass es im Bereich der Nachhaltigkeitsberichterstattung noch einigen Klärungsbedarf gibt.“

Ergebnisse zu INEC-Forschung im Amazonas Regenwald in Fachzeitschrift „Nature“ veröffentlicht

Pro Kilo Gold werden 16.000 Kilogramm CO₂ und 0,2 Kilogramm Quecksilber beim handwerklichen und Klein-Bergbau freigesetzt. In einem mehrjährigen Forschungsprojekt des Institute for Industrial Ecology (INEC) der Hochschule Pforzheim und der Bundesuniversität UFOPA in Santarém (Brasilien) wurden diese Umweltbelastungen des sogenannten artisanalen Goldabbaus im Amazonas-Regenwald ermittelt.

Trotz einer Reduzierung des Quecksilbereinsatzes durch den vermehrten Gebrauch von Destillationsapparaten, sogenannten Retortas, gelangen im Einzugsgebiet des Amazonas-Nebenflusses Tapajós jährlich rund 2,5 Tonnen des toxischen Schwermetalls in die Umwelt. Es belastet die Böden und die Gewässer, gefährdet die Natur und wirkt sich negativ auf die Gesundheit der Goldgräber und der lokalen Bevölkerung aus.

Bisher weitgehend unbeachtet ist, dass der energieintensive Abbau von Gold, verbunden mit dem Einsatz von Diesel, auch erhebliche Mengen CO₂ freisetzt. Projektleiter Professor Dr. Mario Schmidt betont: „Der Goldabbau ist nicht klimafreundlich, auch nicht der artisanale Bergbau. Der Klimafußabdruck von Gold ist mit den 16 Tonnen pro Kilo unter den Metallen mit am höchsten. Bei Kupfer liegt der Wert im Vergleich bei nur 3 Kilogramm CO₂.“

Das Forschungsteam besuchte im Rahmen des Projekts rund 50 teils illegale und schwer zugängliche Minen. Umfassende Daten aus dem Projekt sind nun in der renommierten Fachzeitschrift „Nature Sustainability“ erschienen.

„Goldabbau im Regenwald veranschaulicht die komplexe Herausforderung der Nachhaltigkeit, da ökologische Lösungen nur durch das Anbieten akzeptabler Alternativen für die dort lebenden Menschen erreichbar sind“, betont Mario Schmidt. Die Umweltprobleme seien hier unmittelbar mit den sozialen und wirtschaftlichen Problemen verknüpft. Es gelte, auch den Klimaschutz in den Fokus von Entwicklungshilfeprojekten und Produktzertifizierungen zu rücken und dort mit zu berücksichtigen. In entsprechenden Kooperationen werden meist nur die sozialen Bedingungen und der Quecksilbereinsatz betrachtet. Erforderlich sei aber eine ganzheitliche ökologische Bilanz in der Verbindung mit einer stärkeren gesetzlichen Regulierung und Überwachung des informellen Bergbaus. Zudem bedürfe es technischer Lösungen zur Reduzierung des Quecksilbereinsatzes und zur umweltfreundlichen Energieversorgung, so Schmidt – nicht nur für die Abbaugebiete im Amazonas, sondern auch in vielen anderen Ländern in Südamerika, Afrika oder Südostasien.

➤ www.nature.com/articles/s41893-023-01242-1



Das Titelbild der Januar 2024-Ausgabe zeigt eine typische Goldgrube inmitten des brasilianischen Regenwaldes (Foto: M. Schmidt)

Mit Künstlicher Intelligenz Gesichter oder Objekte analysieren: Gastprofessor Pin Luarn aus Taiwan unterrichtet Kurs im Master **MMI**

Introduction to AI – so lautete der Titel eines Kurses, den Studierende des Masterstudiengangs Marketing Intelligence und ihre Kommilitoninnen und Kommilitonen aus dem Master Corporate Communication Management dieses Semester wählen konnten. Das Ziel: spannende Einblicke in die Welt der künstlichen Intelligenz gewinnen.

In zwei kompakten Wochen vermittelte Pin Luarn, Professor für Business Administration an der National Taiwan University of Science & Technology in Taiwan den Studierenden eine „Hands-on-Einführung“ in der Bilderkennung mit Künstlicher Intelligenz. Während des Kurses hatten die Teilnehmenden die Gelegenheit, Python-Bibliotheken wie Mediapipe, Tensorflow und PyTorch zu verwenden. Mit diesen Tools entwickelten sie kleine Programme, die in der Lage waren, Gesichter oder Objekte in Bildern und

Videos zu erkennen, sowie Gesten zu interpretieren. Zusätzlich kamen die Studierenden mit der Bibliothek Streamlit in Berührung und erstellten hiermit interaktive Webanwendungen.

Der Kurs bot die Balance zwischen Theorie und praktischer Anwendung, verbunden mit einer steilen Lernkurve. Die Fotos zeigen deutlich, dass Gastprofessor Luarn und die Studierende neben dem Ernst des Studiums viel Freude am interaktiven Kurs hatten.



Gastprofessor Pin Luarn (links) unterrichtet im Kurs „Introduction to AI“ im MMI

MCM: „Wo es um wirklich gute Ideen geht, braucht es den Menschen, um KI zu füttern“

von Susanne Materac, Referentin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Die Gruppe „Die Revolutionstheorie“ hat durch eine Kombination aus wissenschaftlichen Erkenntnissen und den Einsatz unterschiedlicher KI-Tools simuliert, wie zukünftige, angepasste Tierartenaussehen könnten (Foto: Cornelia Kamper)

Unter dem Motto „Asynchrone Beziehungen“ haben Studierende des Studiengangs „Creative Communication and Brand Management (MCM)“ ihre faszinierenden KI-Projekte in einer Vernissage an der Hochschule Pforzheim präsentiert. Die Veranstaltung verdeutlichte eindrucksvoll wie Künstliche Intelligenz (KI) als kreatives Werkzeug innovative Ideen hervorbringen kann.

„Vom Grundsatz her bietet KI so viele positive Potenziale wie noch nie – sowohl im Bereich der Hilfestellung von Projekten, als auch bei der Umsetzung. Die grundlegende Idee muss trotzdem vom Menschen kommen, denn wenn ich ein Konzept entwickeln will, brauche ich eine Grundidee und eine Anweisung – ohne geht es einfach nicht“, erläutert Dr. Konrad Zerr, Professor für Marktforschung und Marketing, zur Eröffnung der Vernissage. „Wir haben letztes Jahr schon tolle Ergebnisse gehabt, aber diese fünf Gruppen haben definitiv einen draufgesetzt. Sie haben bewiesen, dass generative KI mehr kann als nur Text, sie kann auch schon mehr, als statische Bilder. Bewegtbild, Video und Audioformate können inzwischen in der gleichen Qualität

erzeugt werden und das ermöglicht fast jedem Menschen, der eine kreative Ader in sich hat, jene durch KI auch besser auszuüben“, führt er stolz aus und übergibt das Wort an die Studierenden.

Die präsentierten Projekte thematisierten unterschiedliche Aspekte asynchroner Beziehungen: Zwischen Menschen und Alltagsgegenständen, Robotern, Tieren, die Beziehung zwischen Menschen und der Natur sowie jene zum Meer. Die Studierenden zeigten nicht nur technische Kompetenz, sondern auch die beeindruckende Fähigkeit gesellschaftliche Themen durch ihre Projekte hervorragend und kritisch zu reflektieren.

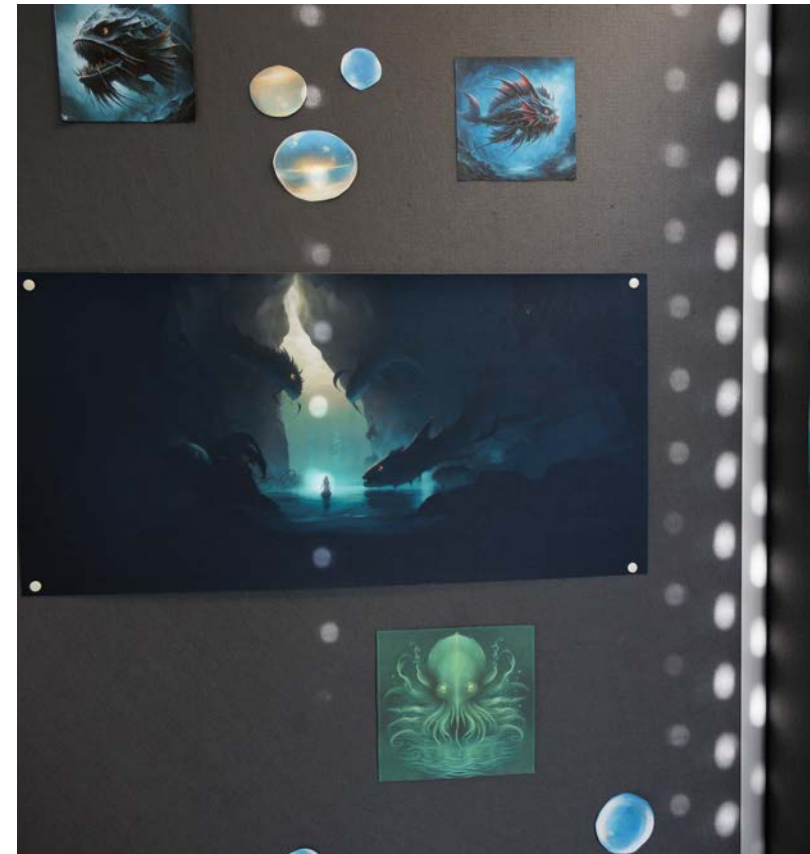
Studentin Anika Peterson aus der Gruppe „Die Revolutionstheorie“ erläuterte ihren gemein-

samen Ansatz wie folgt: „Wir haben uns gefragt, wie Tiere in einer zunehmend urbanisierten Welt aussehen könnten. Durch wissenschaftliche Recherche und KI-Steckbriefe haben wir faszinierende Merkmale wie leuchtende Federn bei einem Papagei oder Stacheln bei einer Schildkröte visualisiert“, Einen Elefanten mit Höcker und vergrößerte Ohren zum Temperaturausgleich konnten die Gäste ebenso bewundern, wie einen von KI erzeugten Dokumentarfilm, der die Tiere in Szene setzte. „Die Herausforderung bestand darin, Bilder zu erhalten, die wirklich zu den Merkmalen passen“, erzählt sie bei der Präsentation. Da die KI vor allem auf bereits bestehende Bilder zurückgreift, sei die Generierung von zukünftigen Tierarten eine Schwierigkeit gewesen, die sie durch genaue Arbeitsanweisungen (Prompts) und einige Versuche lösen mussten. Im Projekt „Zwischen Traum und Wirklichkeit“ hatten die Besucherinnen und Besucher die Möglichkeit in eine audiovisuelle Welt einzutauchen, in der sie bekannte Kunstwerke wie „Die Seerose“, „Der Wanderer“ oder „Der Schrei“

neu entdecken konnten. Die Studierenden ließen sich hier von der Scheinwelt der sozialen Medien inspirieren und erweiterten bekannte Werke berühmter Maler durch KI kritisch. Begleitet wurden die Bilder von einer umgeschriebenen Rede von Martin Luther King, die die behandelten Umweltthemen aufgriff. Cécile Zahorka erzählt: „Wir haben uns auch die Frage gestellt, wie es denn heute aussehen würde. Nehmen wir beispielsweise Claude Monet mit seinen Seerosen – dieser Teich wäre vermutlich mitten in der Stadt und ziemlich verschmutzt“, veranschaulicht die Studentin gleichzeitig in einem Passepartout, das nach und nach neue Details freilegt. Ähnlich wie bei Social Media Plattformen zeige der erweiterte Blick auf ein Bild oft auch Makel, die im kleinen Ausschnitt bewusst ausgespart würden. Die Projekte spiegelten jedoch nicht nur gesellschaftskritische Themen wider, sondern entführten die Interessenten auch in die Zukunft. Die Vision von „Robotopia“ zeigte beispielsweise ein harmonisches Miteinander von Menschen und Robotern im Jahr 2505.

Dabei entstand nicht nur ein faszinierendes Zukunftsbild, sondern auch ein eigenes Gesetzbuch und eine Hymne dieser Welt. Professor Dr. Konrad Zerr eröffnete die Vernissage und zeigte sich begeistert von den Möglichkeiten der KI und den so entstandenen Arbeiten seiner Studierenden. Neben Videos, Fotos, Reden und Hymnen wurde auch ein Märchenbuch entwickelt. Das Projekt „Die Farben des Ozeans“ beleuchtete dort das Spannungsfeld zwischen der faszinierenden Schönheit der Unterwasserwelt und den lebensbedrohlichen Gefahren, die das Meer birgt. Die Besucherinnen und Besucher hatten hierbei die Möglichkeit, die Geschichten und Wesen der Erzählungen auf zwei Seiten zu betrachten. Die Gruppe „Rezensionsrebell“ führt schließlich von einer märchenhaften Welt zurück in die Realität. Luna Jeschke, Katharina Moser und Mona Bauer, ein Teil der fünfköpfigen Gruppe, regten zur Selbstreflektion an. Ganz nach dem Motto „der Ton macht die Musik“ haben die Studentinnen rezensierte Gegenstände zum Leben erweckt und antworten lassen. Ih-

re Message: „Kritik ist richtig und wichtig aber mit puren Emotionen können auch Unternehmen nichts anfangen, daher sollte man immer hinterfragen WIE man sich äußert.“ Für einen besonderen Lacher sorgten auch die „Fehlergebnisse“, die sie auf dem Weg zum finalen Projekt gesammelt haben: „Der Rucksack sollte hüpfen, dabei sind ihm plötzlich Fußballerbeine gewachsen – man muss eben ganz genau auf die Anweisungen achten und manchmal hilft auch das nichts“, lacht Mona. Das Fazit aller Beteiligten fällt nach der intensiven Zusammenarbeit zwischen Maschine und Mensch ähnlich aus: KI ist eine tolle Unterstützung für kreative Prozesse, birgt allerdings noch einige Tücken im (Bewegt-)Bild: Gerade bei der Erstellung von Gliedmaßen und Bewegungen tue sich die künstliche Intelligenz schwer. Außerdem müsse man je nach Thema einen Faktencheck durchführen und genaustens auf die Anweisungen achten – in englischer Sprache sei die KI zudem präziser beziehungsweise einfacher zu bedienen.



„Die düstere Seite des Meeres“ (Foto: Cornelia Kamper)

MIS: Exkursion zu Cloud-Anbieter STACKIT

Im Rahmen der Vorlesung „Cloud Computing“ bei Professor Dr. Thomas Schuster unternahmen die Studierenden des Masters Information Systems im Wintersemester 2023/24 eine Exkursion zum Cloud-Anbieter STACKIT nach Neckarsulm.



Auf Exkursion bei STACKIT: Die Studierendengruppe aus dem MIS

Die Masterstudierenden wurden von Kai-Uwe Besir, Senior Professional der Schwarz IT GmbH & Co. KG, empfangen. STACKIT ist Teil der IT-Organisation der Schwarz Gruppe, zu der unter anderem Lidl, Kaufland und PreZero gehören. Nachdem Besir seinen beruflichen Hintergrund, seine Funktion im Unternehmen und das Unternehmen selbst vorgestellt hatte, zeigte er der Studierendengruppe im Rechenzentrum die Technik, die hinter einer Cloud steckt. Der Einblick in verschiedene Bereiche verdeutlichte dabei die Funktionsweise eines moder-

nen Rechenzentrums:

Im zweiten Programmteil der Exkursion präsentierte Max Baumgartl, Cloud Sales Consultant bei STACKIT, die Funktionalitäten der Cloud-Lösung und die damit verbundenen strategischen Ziele des Unternehmens.

„Die Exkursion bot nicht nur einen tiefen Einblick in die Technologien des Cloud Computings, sondern ermöglichte auch wertvolle Kontakte zu erfahrenen Fachleuten in der Branche“, resümierte Professor Dr. Thomas Schuster.

MLiCS: Unser Abwasser - was passiert damit und wie wird es gereinigt?

von Professor Dr.-Ing. Claus Lang-Koetz, Professor für Nachhaltiges Technologie- und Innovationsmanagement

Mit dieser Frage beschäftigte sich die Vorlesung Umwelttechnik im Masterstudiengang Life Cycle & Sustainability im Wintersemester bei einer Exkursion zur Kläranlage Pforzheim.

In einer Kläranlage werden mechanische, biologische und chemische Verfahren eingesetzt, um die wassergefährdenden Inhaltsstoffe des Abwassers zu reinigen. Diese Verfahren werden in verschiedenen Reinigungsstufen hintereinander geschaltet, konventionelle Kläranlagen sind in der Regel „dreistufig“. Doch wie sieht das konkret vor Ort aus? Davon konnten sich 25 Studierende Anfang November bei einer Besichtigung der Kläranlage Pforzheim zusammen mit ihrem Dozenten Professor Dr. Claus Lang-Koetz ein Bild machen.

Die Kläranlage Pforzheim des Eigenbetriebs Stadtentwässerung Pforzheim übernimmt die Abwasserreinigung für die Stadt Pforzheim und die Gemeinde Birkenfeld. Sie hat eine Ausbaugröße von 250.000 Einwohnerwerten, die sich je zur Hälfte aus angeschlossenen Haushalten und industriellen bzw. gewerblichen Einleitern zusammensetzen. Das Wasser wird in mehreren Prozessschritten gereinigt und dann in die Enz eingeleitet. Die Abwasserreinigung muss ständig verfügbar sein und rund um die Uhr funktionieren. Auch der bei der Reinigung anfallende Klärschlamm und das Klärgas müssen behandelt werden. Industrieabwasser oder Starkregenereignisse dürfen den Reinigungsprozess nicht einschränken. Eine Kläranlage ist da-

her ein komplexes technisches System – und was dabei alles zu beachten ist, wurde vor Ort eindrucksvoll erklärt. Die Betriebsleiterin, Frau Gloß, und ihr Kollege, Herr Wahlandt, nahmen sich zwei Stunden Zeit und führten die Gruppe durch den Betrieb. Bei der Besichtigung hatten die Studierenden die Möglichkeit, verschiedene Verfahren und Anlagen live kennen zu lernen. Besonders interessant war die neue vierte Reinigungsstufe, die 2020 in Betrieb gegangen ist: Sie dient der Elimination von Spurenstoffen aus dem Abwasser. Dabei wird Pulveraktivkohle eingesetzt und dann schließlich wieder aus dem Wasser abgetrennt. Damit können rund 95 Prozent der Medikamentenrückstände und Hormone aus dem Wasser entfernt werden. Pforzheim ist hier Vorreiter, denn in Deutschland gibt es bisher nur wenige Kläranlagen mit einer 4. Reinigungsstufe. Auch an einem weiteren Thema wird aktuell gearbeitet: Die Expertinnen und Experten erforschen Möglichkeiten, Mikroplastik effektiv aus dem Abwasser zu entfernen. Der Besuch vor Ort hinterließ bleibende Eindrücke – die Abläufe und die Technik wurden sehr anschaulich erklärt und eindrucksvoll dargestellt.



Die Betriebsleiterin der Kläranlage Pforzheim, Frau Gloß, erläuterte den MLiCS-Studierenden den Reinigungsprozess

Wirtschaftsrecht: Legal Design Projekt erfolgreich abgeschlossen



Die Projektgruppe aus dem Bachelor Wirtschaftsrecht bei der Abschlusspräsentation

Wirtschaftsrecht-Studierende des siebten Semesters zeigen im Rahmen eines Projekts, wie gut kreatives Design Thinking und Wirtschaftsrecht zusammenpassen.

So viel kundenzentrierte Kommunikation wie möglich, so viel rechtssichere Gestaltung wie nötig: In diesem Sinne wurde ein Mode-Onlineshop mit dem Fokus auf für die Nutzerinnen und Nutzer verständliche Einkaufsbedingungen von vier Arbeitsgruppen jeweils völlig neu konzipiert und gestal-

tet. „Es war ein Genuss, die neu entstandenen Webseiten, die Erklärvideos, die mit Sachverstand umformulierten Texte und die dahinterstehende Priorisierung an Rechts- und Sachfragen zu begleiten und zu begutachten“, so Dr. Kerstin Schweizer, Professorin für Unternehmensrecht, die das Projekt be-

treute. „Herzliche Gratulation an alle Mitwirkenden! Für mich selbst war es eine Bestätigung, immer wieder Experimente zu wagen, die eigene Komfortzone zu verlassen und den jungen Leuten etwas zuzutrauen – und bisweilen auch zuzumuten“.

In den Medien

➤ Professor Dr. Fernando Fastoso

„Quiet Luxury: Was steckt hinter dem Trend?“, dpa-ServiceLine, PNP.de (Passauer Neue Presse), web.de News und fnp.de (Frankfurter Neue Presse) vom 28.02.2024; „Harte Schale, reicher Kern“, Der Spiegel vom 03.02.2024; „Luxusjachten und mehr“, Frankfurter Rundschau vom 20.01.2024

➤ Professor Dr. Mario Schmidt

„Wenn Hersteller mit Nachhaltigkeit werben“, Main-Echo Hessen und Wertheimer Zeitung vom 27.02.2024, Badische Neueste Nachrichten Karlsruhe vom 23.02.2024; „Oft vage und irreführend“, Mannheimer Morgen Stadtausgabe vom 26.02.2024; „Das Geschäft mit der Nachhaltigkeit“, Nordsee-Zeitung vom 26.02.2024; „Shampoo aus Kaffeesatz“, Westfälischer Anzeiger - Hammer Zeitung vom 26.02.2024; „Greenwashing: Hersteller vorsichtiger“, Neue Vorarlberger Tageszeitung vom 25.02.2024; „Mit Nachhaltigkeit werben?“, Aachener Zeitung vom 23.02.2024; „Viele Wege führen zu mehr Nachhaltigkeit“, Badische Zeitung Bad Säckingen vom 23.02.2024; „Upcycling vs. Greenwashing“, Frankfurter Neue Presse Stadtausgabe und absatzwirtschaft online vom 23.02.2024 und Berliner-Zeitung.de vom 22.02.2024; „Experten: Hersteller bei grünen Werbeslogans vorsichtiger“, Welt.de vom 23.02.2024; „Marken werden bei grünen Werbeslogans vorsichtiger“, absatzwirtschaft online vom 22.02.2024; „Upcycling – mehr als ein Label?“, web.de News vom 22.02.2024

➤ Professor Dr. Torben Kuhlenkasper

„Statistik-Professor aus Bad Essen: Daran erkennt man schlechte Telefonumfragen“, noz.de (Neue Osnabrücker Zeitung) vom 24.02.2024

➤ Professor Dr. Konrad Zerr

„Künstliche Intelligenz wirkt als Co-Autor“, Pforzheimer Kurier vom 17.02.2024

➤ Professor Dr. Hanno Beck

„Wege aus der Organspende-Not“, Tagesspiegel vom 25.02.2024; „In Deutschland wächst die Streiklust“, Pforzheimer Zeitung vom 02.02.2024; „Inflationsgefahr noch nicht gebannt“, Pforzheimer Zeitung vom 16.01.2024; „Zu wenige Organspender: Kann eine Lotterie helfen?“, NRZ am Sonntag vom 17.12.2023; „Lotterie als Anreiz für Organspenden“, Vaihinger Kreiszeitung vom 15.12.2023; Stuttgarter Zeitung Stadtausgabe vom 14.12.2023; „Lotterie soll zu Organspenden animieren“, Berliner Morgenpost und Hamburger Abendblatt vom 14.12.2023;



„Mehr Organspenden mit einer Lotterie?“, Münchner Merkur Stadtausgabe und Stuttgarter Nachrichten Stadtausgabe vom 14.12.2023; „Millionengewinne für Organspender?“, Badische Neueste Nachrichten Karlsruhe vom 14.12.2023; „Spielerischer Anreiz“, Acher- und Bühler Bote vom 14.12.2023; „Lotterie für Organspender“, Südwest Presse Ulm vom 14.12.2023, Lüdenscheider Nachrichten und Westfälischer Anzeiger - Hammer Zeitung vom 25.11.2023; „Könnte eine Lotterie den Mangel an Organspendern beheben?“, Welt.de, augsburger-allgemeine.de, Focus online, ksta.de (Kölner Stadt-Anzeiger), FAZ.NET, stuttgarter-zeitung.de und schwarzwaelder-bote.de vom 13.12.2023; „Vorschlag: Menschen mit Lotterie als Organspender gewinnen“, stern.de, gea.de (Reutlinger General-Anzeiger) und PZ-news.de (Pforzheimer Zeitung) vom 13.12.2023; „Mangel an Organspenden: Könnten Geldpreise die Menschen animieren?“, HAZ.de (Hannoversche Allgemeine Zeitung) und rnd.de vom 13.12.2023; „Lotterie sollte Bereitschaft zur Organspende erhöhen“, aerzteblatt.de, KNA Basisdienst und Ärzte Zeitung Online vom 24.11.2023; „Makaber oder geniale Idee? Ökonomen wollen mit Lotterie Bereitschaft zur Organspende erhöhen“, rp-online.de (Rheinische Post) vom 24.11.2023; „Millionenpreise in der Organ-Lotterie - diese Idee soll Menschenleben retten“, Welt.de vom 24.11.2023

➤ Professorin Gabriele Naderer

„Was ist die Marke Klingel wert?“, Pforzheimer Zeitung vom 16.12.2023

➤ Professor Dr. Tobias Viere

„Nachhaltiges Handeln wird zur Pflicht“, Pforzheimer Zeitung vom 09.12.2023 und PZ-news.de vom 08.12.2023

➤ Professor Dr. Markus-Oliver Schwaab

„Ein Blick in die Zukunft des Lernens“, personalmagazin - neues lernen vom 28.11.2023

➤ Professor Dr. Dirk Wentzel

„Pforzheimer Ökonom rüffelt Bundesregierung und gibt der Ampel Krisentipps“, PZ-news.de (Pforzheimer Zeitung) vom 21.11.2023

➤ Professor Dr. Felix Krebber

„Geschichtskommunikation braucht moderne Forschung“, PR-Journal vom 20.11.2023

Alumni im Porträt: Arthur Höld



Arthur Höld hat 1996 im Studiengang **Marketingkommunikation und Werbung** seinen Abschluss gemacht und anschließend bei Bartle Bogle Hegarty in London den Einstieg in die Werbebranche gewagt. Nach zweijähriger Tätigkeit war er bestens vorbereitet auf die mittlerweile fast 25 Jahre bei Adidas, der „Marke seines Herzens“. Als Sportsbegeisterter konnte er bei adidas im Marketing und Sales verschiedene lokale und globale Funktionen ausüben. Seit April 2023 ist

Arthur Höld nun als Vorstand Sales für das operative Geschäft aller Märkte weltweit verantwortlich. „Dabei bleibt mir noch immer Zeit für Sport auf unserem hervorragenden Campus in Herzogenaurach“, so Höld, „genauso wie für meine Familie und Freunde, welche mich seit langem begleiten“.

Die ersten drei Dinge, die mir in den Sinn kommen, wenn ich an die Hochschule Pforzheim denke, sind:

- Internationale Ausrichtung
- Praxisbezug
- Fachrichtung Werbewirtschaft

Die Zeit meines Studiums an der Hochschule Pforzheim...

...war geprägt von Freunden mit denen ich heute noch verbunden bin.

In meiner heutigen Tätigkeit profitiere ich von...

...der Fokussierung auf praxisrelevante Informationen und deren Anwendung.

Mein Lieblingsplatz in der Hochschule war damals...

...der IT Raum. Online-Zugang und Mails waren in den 90ern eine Rarität.

Die drei wichtigsten Kompetenzen in meinem Arbeitsalltag sind:

- Internationales Denken
- Offenheit für Menschen und Kulturen
- Ökonomisches Handeln

Meine besten Einfälle habe ich...

...während ich Sport treibe ;-)

Mein Tipp für Studierende:

Seid neugierig und lernt für euer Leben!



Seit dem Wintersemester gibt es erstmals ein Orchester an der Hochschule Pforzheim. Dem Orchester unter Leitung von Jasper Lecon gehören Mitarbeitende, Studierende und Pforzheimer Bürger an. Im Dezember fand das Gründungskonzert mit Werken von Cole Porter, Charles Ives, Bedrich Smetana, George Gershwin und John Miles statt (Foto: Cornelia Kamper).

Ausblick – Termine

18.03.

Vorlesungsbeginn und Begrüßung Erstsemester Sommersemester 2024

20.03.

Antrittsvorlesung von Professor Dr. Mario Boßlau und Verleihung Lehrpreise

03./04.04.

Schnupperstudium für Schülerinnen und Schüler

09.04.

Ringvorlesung Digitalisierung mit Marius Take, FZI Forschungszentrum Informatik

17.04.

Studium Generale – Cancel Culture: Ende der Aufklärung? (Prof. Dr. Dr. h.c. Julian Nida-Rümelin)

24.04.

Master-Infoabend – in Präsenz & digital

Studium Generale – Urbane Zukunftskunst: Wie sich Städte nachhaltig gestalten lassen (Prof. Dr. Uwe Schneidewind)

07.05.

Ringvorlesung Digitalisierung mit G r me Stemmer, SAFELOG GmbH

Wir freuen uns auf Ihr Feedback zu dieser Ausgabe, auf Themenvorschl ge f r k nftige Newsletter und laden Sie herzlich ein, auch eigene Beitr ge zu verfassen!

Der Newsletter erscheint dreimal im Jahr. Er geht an Kolleginnen und Kollegen intern, an unsere Studierenden, an Alumni, den Beirat der Business School, an unsere Pension re und an internationale Partner.

We look forward to your feedback to this edition, to suggestions for topics for future newsletters and cordially invite you to write your own contributions as well!

The newsletter is published three times a year. It is sent to professors and staff, to our students, to alumni, to the advisory board of the Business School, to our retirees and to our international partners.

08.05.

Studium Generale – Lebensentw rfe im Umbruch? Ergebnisse der Verm chtnisstudie 2023 von Die Zeit, infas und WZB (Doris Hess)

04.06.

Ringvorlesung Digitalisierung mit Prof. Dr.-Ing. Sascha Alpers, Hochschule Heilbronn

07.06.

Absolventenverabschiedung Laudatio

11.06.

Ringvorlesung Digitalisierung mit Alexandra Wins, FZI Forschungszentrum Informatik

19.06.

Studium Generale – Classic Concert (S dwestdeutsches Kammerorchester Pforzheim)

26.06.

Preiszeit und Beta Gamma Sigma Ceremony

28.06.

Letzter Vorlesungstag

HS PF
Hochschule Pforzheim
Fakult t f r Wirtschaft und Recht
Business School

➤ Bianca Hoeger-Klittich
bianca.hoeger-klittich@hs-pforzheim.de

➤ Prof. Dr. Simone Huck-Sandhu
simone.huck-sandhu@hs-pforzheim.de