

Grußwort



Veränderung gemeinsam gestalten

„Nichts in der Geschichte des Lebens ist beständiger als der Wandel.“ Dieses Zitat von Charles Darwin erscheint angesichts von Mega-Trends wie Digitalisierung, Konnektivität, Industrie 4.0 und Globalisierung aktueller denn je. Insbesondere die Digitalisierung stellt bestehende Geschäftsmodelle, ja ganze Branchen in Frage. Zugleich eröffnet die fortschreitende Digitalisierung die Chance auf neue internetbasierte Geschäftsmodelle und neue Formen der Kommunikation und Beteiligung. Auch die berufliche Identität wird in vielen Branchen und Traditionsberufen durch die Digitalisierung in Frage gestellt.

Die akademische sowie die betriebliche Aus- und Weiterbildung kann einen entscheidenden Beitrag leisten, damit die digitale Transformation gelingen kann. Dies setzt allerdings voraus, dass auch (Weiter-) Bildungsinstitutionen sich auf die zukünftigen Erfordernisse einstellen. Digitale Medien müssen auch verstärkt Einzug im Bildungssektor finden. Medien- und Informationskompetenz sowie Lern- und Veränderungsbereitschaft gewinnen zunehmend an Bedeutung und müssen entsprechend gefördert werden. Um hier nur einige Beispiele zu nennen. Damit verbunden stellt sich für Bildungsinstitutionen wie die WelfenAkademie die entscheidende Frage, wie Berufseinsteiger bestmöglich auf die digitalisierte Arbeitswelt vorbereitet werden können?

Lassen Sie uns gemeinsam an den Fragen der Zukunft arbeiten! Als neues Vorstandsmitglied bin ich seit Ende 2016 im Amt und stelle fest, dass auch bei der WelfenAkademie einiges im Umbruch ist. Lassen Sie uns die notwendigen Veränderungen gemeinsam gestalten. Ich freue mich darauf!

Dr. Anne Cockwell, Leiterin der Personal- und Organisationsentwicklung, Volkswagen Financial Services AG und Vorstandsmitglied der WelfenAkademie

Digitale Welten

„Digital Day“: Thementag mit sechs Experten.

Können Fake News in Deutschland Wahlen entscheiden? Beim vierten „Digital Day“ berichtete Prof. Dr. Olaf Hoffjann (Ostfalia) von einer neuen Studie. Eine mehrjährige Untersuchung an der Uni München zeigte durch Inhaltsanalysen und Befragung: Mehrere Landtagswahlen zwischen 2012 und 2016 wurden durch bewusste Lügen wahlentscheidend beeinflusst. „Kurz: Ohne Fake News würden heute andere Ministerpräsidenten regieren.“ Wie viele Wahlen waren betroffen? Das sollten die rund 100 Studierenden und Schüler im Audimax Kroschke schätzen. Dann räumte der Experte für Medien und Marketing ein: „Die Studie gibt es gar nicht. Manchmal lügen auch Wissenschaftler.“ Misstrauisch sein, vor allem gegenüber denen, die die ganz einfachen Antworten anbieten: Das war eine Botschaft des Thementages.



Begrüßung durch Dr. Peter Wille und Prof. Dr. Bettina Rothärmel.

Lesen Sie weiter auf Seite 7 →

Auch in dieser Ausgabe:



Wo schauen Sie hin?

Wie muss eine Anzeige aufgebaut sein, damit sie wirkt? Marketing-Experte Prof. Dr. Bernd Schubert berichtet im Interview, wann Werbung (k)eine Chance hat und welche Markenwelt ihm besonders gut gefällt.

Mehr dazu auf Seite 3



Ganz schön abgehoben

Die Aerodata AG ist Weltmarktführer für Flugvermessungssysteme – mit Aufträgen auf allen Kontinenten! Das aktuell größte Projekt hat ein Volumen von 25 Millionen Euro. Eine Welfin arbeitet daran mit. Vorstand Hans J. Stahl gibt Einblick.

Mehr dazu auf Seite 4



Hier war lange keiner mehr

Die Licht-Bildner sind regelmäßig in verlassenem Orten. Sie fotografieren marode Industriekomplexe. In der WelfenAkademie sind bis zum 30. Juni 50 großformatige Werke zu sehen. Uns erzählten die Fotografen von ihren Touren.

Mehr dazu auf Seite 5

Im Porträt



In unserer neuen Serie stellen wir die Vorstandsmitglieder vor. Diesmal: Florian Bernschneider.

Florian Bernschneider steht schon seit vielen Jahren in engem Austausch mit der WelfenAkademie. „2009 war Joachim Roth, damals Wirtschaftsdezernent, an mich als jungen Bundestagsabgeordneten herangetreten: ob ich mir vorstellen könne, im Kuratorium mitzuwirken“, erzählt er. „Es war eine etwas seltsame Situation. Ich war damals selbst BWL-Student an einer dualen Hochschule, in Villingen-Schwenningen. Und nicht nur der damalige FDP-Parteivorsitzende Guido Westerwelle, auch meine Mutter wollte von mir wissen, wie ich mein Studium beenden möchte – neben dem Mandat im Bundestag. Und dann im Kuratorium?“ Er ließ sich dennoch überzeugen. „Ich war von Anfang an mit Herzblut dabei. Wir haben zusammen tolle Projekte auf die Beine gestellt.“ Er lud etwa regelmäßig Jahrgänge nach Berlin in den Reichstag ein. Und er regte an, Kontakt mit der Bürgerstiftung aufzunehmen. „Ist man beruflich stark belastet, vergisst man manchmal die Welt um sich herum. Sich immer wieder zu erden, finde ich wichtig – zu schauen: Wo kann ich helfen? Was bedrückt andere?“ Durch diesen Impuls entstand das Projekt „Jung und engagiert“.

Seit November gehört der 30-Jährige nun dem Vorstand an. „Da schließt sich ein Kreis. Manfred Casper war ja auch seit jeher ein engagierter Kämpfer für die Akademie“, so Florian Bernschneider. „Vor gut einem Jahr bin ich ihm als Hauptgeschäftsführer des Arbeitgeberverbandes Region Braunschweig (AGV) gefolgt. Da lag es nahe, auch hier in seine Fußstapfen zu treten.“

Welche Themen möchte er voranbringen? „Neben den großen Namen, auf die wir als Akademie zu Recht stolz sind, muss es darum gehen, weitere KMU als Kooperationsunternehmen zu gewinnen, die die Vorteile des dualen Studiums schätzen – in dem Wissen, dass man sich hier tolle Nachwuchsführungskräfte ausbildet.“ Ein zweites wichtiges Thema: die Digitalisierung. „Mir ist es ein Anliegen, dass die Akademie vermittelt, was ich als Betriebswirt für Möglichkeiten habe, durch Digitalisierung Chancen im Unternehmen zu nutzen.“ Als drittes wichtiges Thema nennt er den Ausbau der Weiterbildung. „Darüber wird bereits häufig im Vorstand gesprochen. Ich weiß, dass diese Frage auch für viele Mitglieder im AGV relevant ist: Wie kann ich mich weiterqualifizieren? Was ist der nächste Schritt?“

Beim AGV hat Florian Bernschneider aktuell neben dem Tagesgeschäft vor allem drei Themen im Blick. Zum einen die Digitalisierung. „Ein digitales Veranstaltungsmanagement wird bereits genutzt. Wer registriert ist, kann sich per Mausclick anmelden. Wir denken nun über einen Online-Arbeitszeugnisgenerator und über ein Tool zur digitalen Urlaubsplanung für unsere Mitgliedsunternehmen nach.“ Voranbringen möchte er auch den Austausch von Wirtschaft und Wissenschaft: „Das bisherige Netzwerk ist noch zu schwach, um die wahren Potenziale unserer Region zu heben.“ Zudem möchte der Hauptgeschäftsführer noch stärker junge Unternehmer ansprechen. Dafür sollen u.a. neue Veranstaltungsformate sorgen, etwa Frühstückstreffs. Dort wird vor der Arbeit über

Unser neuer Vorstand



Der ehrenamtliche Vorstand des Trägervereins der WelfenAkademie vor der Sponsorenwand im Eingangsbereich der Akademie.

Im November wählte die Mitgliederversammlung den ehrenamtlichen Vorstand des Trägervereins der WelfenAkademie. Das Gremium trifft sich zweimal im Jahr, im Frühjahr und Herbst. Mitglieder sind (von links; neben Geschäftsführer Dr. Jens Bölscher) Thomas Fehst (Braunschweigische Landessparkasse), Jens Düe (PKF Fasselt Schlage Partnerschaft mbH), Joachim Roth (Vorstandsvorsitzender der WelfenAkademie), Rüdiger Giesemann (Canzlei der Rechtsanwälte Giesemann Guntermann), Florian Bernschneider (Hauptgeschäftsführer Arbeitgeberverband Region Braunschweig e.V.), Dr. Anne Cockwell (Volkswagen Financial Services AG) und Claudia Block (Block am Ring Automobile, stellvertretende Vorsitzende), die nicht im Bild ist.

Themen wie die Arbeitswelt von morgen diskutiert. „Ich merke das selbst an mir als junger Familienvater“, so Florian Bernschneider. „Ich habe viele Abendtermine, aber man möchte gern auch so oft wie möglich bei der Familie sein. Deshalb das Morgenmeeting.“

Die Tochter der Bernschneiders, Maili Sofie, hat im März ihre ersten Schritte gemacht. Am Samstag schätzte Florian Bernschneider es, lange mit ihr einzukaufen und dann abends zu kochen. „Gerade in dieser Lebensphase in der Region unterwegs zu sein und nicht in Berlin zwischen Sitzungswochen hin und her zu sprinten, das war eine gute Entscheidung. Ich habe hier tolle Aufgaben für mich gefunden.“

Perspektiven



Die WelfenAkademie ist mit ihrem dualen Studienmodell anerkannt und zukunftsfähig aufgestellt. Inzwischen haben wir mehr als 1400 junge Menschen ausgebildet und wir sind stolz darauf, dass unsere Absolventen die Unternehmen dieser Region stärken. Die Arbeit der vergangenen Jahre hat Früchte getragen und so sind wir inzwischen auch wirtschaftlich sehr stabil aufgestellt.

Trotz der hervorragenden aktuellen Ausgangssituation bestehen laufend Risiken, die frühzeitig erkannt und umschifft werden müssen. Die WelfenAkademie trägt immerhin aktuell für jeweils rund 200 Studierende Verantwortung. Risiken im Kerngeschäft sind vor allem konjunktureller, aber auch politischer Art. Bei politischen Risiken wie dem Mindestlohngesetz (welches im ersten Gesetzentwurf auch Studierende betraf, was abgewendet werden konnte) ist es uns in den vergangenen Jahren immer gelungen, frühzeitig gegenzusteuern. Aktuell haben wir hier wieder eine Herausforderung vor uns: im Jahr 2020 wird in Niedersachsen ein ganzer Abiturjahrgang fehlen. Konjunkturelle Risiken betreffen unser Kernangebot ebenfalls und wir müssen uns hier frühzeitig wappnen. Dies kann besonders gut durch eine Diversifizierung unserer Angebote erreicht werden. Diese Thematik entwickeln wir daher derzeit stark.

Große Herausforderungen bestehen weiterhin im Bereich der Digitalisierung. Diese sind besonders komplex und mehrdimensional. Wie in anderen Branchen werden sich auch im Bildungsreich ganze Geschäftsmodelle durch Digitalisierung verändern müssen. Gleichzeitig hat das Thema digitale Transformation jedoch auch Auswirkungen auf die gesamte Organisation der WelfenAkademie. Hier wartet auf uns eine Menge Arbeit und ich würde mich freuen, wenn wir dabei breite Unterstützung genießen. Dann werden wir auf lange Sicht ein wichtiges Ziel sichern und die WelfenAkademie wird auch in Zukunft weiterhin erfolgreich Fach- und Führungskräfte für die Region ausbilden.

Dr. Jens Bölscher, Geschäftsführer der WelfenAkademie

Weiterbildung: Leasing-Fachwirt



Mit der Weiterbildung zum Leasing-Fachwirt bedient die WelfenAkademie seit 2008 eine Nische.

Das Thema Leasing kann selbst für Bankkaufleute knifflig werden. Rechtliche Fallstricke und Besonderheiten im Steuerrecht erfordern oftmals Spezialisten. Tiefergehendes Wissen vermittelt die Weiterbildung zum Leasing-Fachwirt (IHK). Eine Prüfung bieten bundesweit nur noch wenige IHK-Bezirke an. Neben Freiburg gehört auch Braunschweig dazu. Die WelfenAkademie hat einen zweijährigen berufsbegleitenden Fortbildungslehrgang im Programm, an dessen Ende die IHK-Prüfung steht.

„Wir bedienen eine Nische“, berichtet Christoph Mayhaus (Foto), der an der WelfenAkademie die Weiterbildung betreut. Ausschlaggebend für das Angebot war die Volkswagen Financial Services AG (VWFS): „Für unser Kooperationsunternehmen war es nicht funktional, Mitarbeiter für eine Weiterbildung nach München zu schicken.“ Ab 2008 wurden dann zunächst exklusiv Mitarbeiter von VWFS zum Leasing-Fachwirt qualifiziert. Über 100 Mitarbeiter schlossen die Weiterbildung bereits erfolgreich ab. Inzwischen steht die Weiterbildung allen Interessenten offen. „Leasing nimmt an Bedeutung zu“, berichtet Christoph Mayhaus. „Nicht mehr nur das Auto wird geleast. Betriebe finanzieren auch ihre IT-Infrastruktur oder größere Maschinen immer häufiger über diesen Weg. Entsprechend wächst der Bedarf an Know-how und an qualifizierten Mitarbeitern.“

Der Lehrgang richtet sich an berufstätige Mitarbeiter aus Autohäusern sowie kaufmännische Fachkräfte aus dem Leasingbereich von Leasing- oder Finanzierungsgesellschaften, Banken oder Versicherungen. Voraussetzung für die Weiterbildung ist eine kaufmännische Ausbildung oder solides kaufmännisches Wissen. Über die zwei Jahre geht es dann in die Tiefe der Leasing-Lehre, inklusive Steuern, Bilanzen und Recht – in 500 berufsbegleitenden Unterrichtseinheiten, meist blockweise freitags und samstags.

Inhalte des Lehrgangs sind volks- und betriebswirtschaftliche

Grundlagen, Recht mit besonderem Bezug zum Leasing, die Themen Unternehmensführung, Personalwirtschaft und Betriebsorganisation sowie allgemeine Leasinglehre, Immobilienleasing, Bilanzierung, Finanzierung und Kalkulation.

„Die Teilnehmer berichten, dass sie durch die Seminare an Souveränität gewinnen“, erzählt Christoph Mayhaus. Sie verstünden etwa im Alltagsgeschäft die Hintergründe besser. Wichtig sei das insbesondere dann, wenn es Probleme mit Leasing-Kunden gebe – bei Schadensfällen oder wenn jemand seine Raten stunden möchte. Rund 15 Teilnehmer werden derzeit jährlich ausgebildet. Im Herbst startet der zehnte Jahrgang. Anmeldeschluss ist der 8. Juni. In der Lehrgangsg Gebühr in Höhe von 3.999 Euro sind sämtliche Seminarunterlagen sowie die Organisation der Prüfungen enthalten.

Nähere Informationen bei Christoph Mayhaus, Telefon: 0531/2 14 88 12.



Leasing nimmt an Bedeutung zu.

Internationaler Austausch: Gemeinsam neue Wege gehen

WelfenAkademie startet Kooperationsprojekte mit China.

Erst einmal die Welt entdecken gehen? Das machen hierzulande viele junge Leute. In China allerdings weht ein anderer Wind: Nach der Schule beginnt für viele unmittelbar der harte Kampf um Ausbildungsplätze. Möglichkeiten, im Ausland fremde Kulturen kennenzulernen, sind rar gesät und meist nur dann möglich, wenn man bereits an einer Hochschule immatrikuliert ist. Die WelfenAkademie startet daher jetzt eine Reihe von Projekten, um den internationalen Austausch mit China zu stärken.



Topview, ein professionelles Unternehmen aus China, das sich internationaler Bildung verpflichtet hat. Im Bild: Präsident Calven Luo und sein Team.

Ab September 2017 soll es losgehen: Dann beginnt ein Qualifizierungsprogramm, in dem chinesische Auszubildende aus Guangzhou Einblicke in das duale Bildungssystem bekommen sollen. Mit der WelfenAkademie hat das Guangzhou Technican College den richtigen Partner gefunden: Die private Akademie bietet ein duales Studium der Betriebswirtschaftslehre mit verschiedenen Schwerpunkten an. Im Fokus der Ausbildung steht dabei die enge Verzahnung von Theorie und Praxis. Die Studierenden können so ihre erarbeiteten Kenntnisse unmittelbar an ihrem dualen Lernort umsetzen. Diese Praxisnähe beeindruckt auch die Chinesen, denn China und Deutschland trennen nicht nur 7.000 Kilometer Luftlinie. Vieles läuft in der Volksrepublik etwas anders, als man es aus Deutschland gewohnt ist. „Das sind zwei verschiedene Welten. Besonders im Bereich Unternehmenskultur und -management gibt es einige Unterschiede zwischen den Ländern“, erklärt Geschäftsführer Dr. Jens Bölscher. Zu Missverständnissen kommt es häufig dann, wenn beide Parteien aufeinanderprallen. Da derzeit chinesische Unternehmen auch auf dem deutschen Markt immer erfolgreicher werden, besteht Handlungsbedarf. Bölscher hält fest: „Es braucht qualifizierte Leute, die beide Kulturen kennen und vermitteln können.“

Die WelfenAkademie ermöglicht jetzt rund 40 Berufsschülern aus Guangzhou praxisnahe Einblicke in deutsche Unternehmensabläufe. Das Technican College ist mit rund 10.000 Schülern die größte chinesische Berufsschule der Provinz Guangdong. Jens Bölscher und die Leiterin des China-Projektes Dr. Qunfang Luo waren im vergangenen Jahr zu Besuch in Guangzhou, der Millionenstadt im Süden der Volksrepublik. Vor Ort konnten sie sich selbst ein Bild machen: „Die Stadt ist unglaublich geschäftig und sehr zielstrebig. Wir haben mehrere Schulen besucht und dabei ist uns immer wieder die hervorragende technische Ausstattung aufgefallen. Bemerkenswert ist auch die enge Anbindung an die Wirtschaft. Die Schüler, die sich in bestimmten Projekten hervorgetan haben, wurden häufig auch von den Unternehmen gefördert“, erklärt Bölscher.

Das Problem ist nur: Die dortigen Ausbildungen sind sehr theoretisch. Erst nach drei Jahren können die Schüler erste Praxiserfahrungen in Unternehmen sammeln. Genau das soll jetzt im Rahmen der Kooperation geändert werden: Im ersten Schritt werden deutsche Lehrende nach China gehen, um das deutsche Ausbildungsmodell an Auszubildende wie auch an Berufsschullehrer zu vermitteln. Später bekommen dann ausgewählte Schüler des



Peking China Automobile Hengtong Investment and Development Co., Ltd. Dr. Peichang Yang, Dr. Jens Bölscher, Jifeng Wang (der Chef), Dr. Qunfang Luo



China Beijing Eucine Management Technology Co., Ltd. Dr. Peichang Yang, Dr. Qunfang Luo, Hong Li, Zhichong Zeng, Chao Wang

Guangzhou College die Möglichkeit, sich ein Jahr lang an der WelfenAkademie weiterzuqualifizieren.

Da die Ausbildungssprache Deutsch ist, müssen die Schüler, die nach Deutschland kommen, gut vorbereitet werden. In Intensiv-Sprachkursen sollen sie die Sprache innerhalb von nur zwei Jahren lernen. Luo sieht darin aber kein Problem: „Die Schüler haben große Lust auf das Projekt, für sie stellt es eine große Chance dar, ihr Leben zu verändern.“ Sie erzählt weiter, dass es in China nur wenigen jungen Menschen vorbehalten ist, ins Ausland zu gehen. Die Historikerin hat selbst in China studiert und kam im Rahmen eines Stipendiums an die Universität Stuttgart. Promoviert hat sie passenderweise über das Thema „Beziehung zwischen China und Deutschland“. Ihrer Forschung lässt sie jetzt Taten folgen: „Wir möchten voneinander lernen und weiter daran arbeiten, eine Brücke zwischen China und Deutschland zu bauen.“

Das Qualifizierungsprogramm ist dabei nicht das einzige Projekt, das die WelfenAkademie mit China starten will. Im Bereich Altenpflege ist eine internationale Konferenz geplant, die sich vor allem mit den Folgen der ehemaligen Ein-Kind-Politik in China beschäftigt. Anfang April nahmen bereits zehn Manager aus dem chinesischen Gesundheitssystem an einem Zertifikatskurs für Pflege-Management in der WelfenAkademie teil. Außerdem sind weitere Fortbildungsprogramme geplant, zum Beispiel Zertifikatskurse und Summer Schools mit chinesischen Hochschulen.

Text: Merle Janßen. Der Bericht wurde uns freundlicherweise von Studi38 zur Verfügung gestellt.



Welche Markenwelt gefällt Ihnen?

Lehrende im Porträt: Prof. Dr. Bernd Schubert

Prof. Dr. Bernd Schubert hat 1996 ein Marketing-Lehrbuch verfasst, das heute zu den erfolgreichsten in Deutschland gehört. Gerade bereitet der 66-Jährige gemeinsam mit Co-Autor Prof. Dr. Andreas Scharf die siebte Auflage vor. Das Fachgebiet hat er im zweiten Semester seines Göttinger BWL-Studiums für sich entdeckt. „Marketing war das, was mich interessiert hat – das Einzige am Studium, muss ich gestehen. Ich bin nicht so mathematisch orientiert. Psychologie hat mich immer stärker fasziniert. Das wirtschaftswissenschaftliche Modell des rational handelnden Menschen kann uns nicht allzu viel über menschliches Verhalten erklären. Deshalb habe ich mich auf Marketing spezialisiert und Psychologie als Nebenfach gewählt.“ Thema der anschließenden Promotion waren Produktinnovationen: Wie



Marketingexperte Prof. Dr. Bernd Schubert

überträgt man Produktideen in Konzepte? Sind die Ideen überhaupt Erfolg versprechend? Die dafür genutzte Conjoint-Analyse war Mitte der 1990er-Jahre recht neu in Deutschland. Schlagartig galt sie indes als bedeutsame Analyseverfahren zur Erfassung von Kundenpräferenzen. „Da ich nun Spezialist war, kamen große Firmen auf mich zu. Ich habe zum Beispiel Lufthansa beraten.“ Bald war er dann auch Experte für ein weiteres innovatives Thema: die Wirkung von Duft und Geschmack auf Produktwahrnehmungen und -präferenzen. Das Institut für Sensorikforschung und Innovationsberatung, dessen wissenschaftlicher Leiter er ist, ist heute europaweit führend auf diesem Gebiet. Im Hauptberuf war Bernd Schubert von 1996 bis September 2016 Professor für Marketing an der Hochschule Harz. An der Welfen-Akademie lehrt er bereits seit dem Gründungsjahr!

WA: Was möchten Sie den Studierenden vor allem vermitteln?

BS: Wichtig ist, dass es beim Marketing um langfristige Kundenbeziehungen geht, nicht um kurzfristige Verkaufserfolge – dass man sich als Problemlöser versteht. Wir sind nur dann erfolgreich, wenn wir ein Problem besser lösen als der Wettbewerb. Interessiert man sich für seine Kunden, gewinnt man oft Ideen für neue Produkte. Beiersdorf erfuhr zum Beispiel durch Marktforschung, dass Nutzer von Deos sich über die weißen oder gelben Flecken auf ihren T-Shirts ärgern. Daraufhin entwickelte die Firma ein Produkt, das keine Flecken hinterlässt. Innovationsmanagement: Das ist ein wichtiges Thema. Ein zweiter Schwerpunkt in der Vertiefung ist das Markenmanagement. Wie müssen Marken gestaltet oder codiert werden, damit die Motive der Zielgruppe angesprochen werden – Motive wie Autonomie, Abenteuer, Genuss oder Sicherheit. Welche Musik passt dazu, welche Symbole, welche Farben, welche sprachlichen Signale? Die Studierenden lernen, wie man Motive der Zielgruppe identifiziert und dazu passende Markenwelten aufbaut.

WA: Welche Markenwelt gefällt Ihnen besonders gut?

BS: Nespresso. Die Marke ist perfekt inszeniert. Oder AXE. Die erzählen seit 40 Jahren die gleiche Geschichte: Spray dich gut ein, dann kannst du dich vor Frauen kaum retten. Mit so einer simplen Story sind sie Weltmarktführer bei Körperpflegeprodukten für Männer. Es geht um die Vorstellung und den unbewussten Nutzen, den man sucht. Viele Produkte sind austauschbar. Deshalb muss eine unverwechselbare emotionale Welt aufgebaut werden. Beim Bier ist das besonders extrem. Radeberger wirbt mit Protagonisten im Anzug, die in die Semester gehen – Astra stattdessen provokativ. Das Sponsoring von St. Pauli ist das Pendant zur Marke: völlig anders als andere.

WA: Analysieren Sie auch Werbespots?

BS: Ja, Werbespots und Anzeigen. In einer Dreiviertelstunde kann ich das Werkzeug vermitteln, mit dem man erkennt, ob eine Anzeige oder ein Plakat gut oder schlecht ist. Oft schlägt man eine Zeitschrift auf und sieht: Mindestens 60 Prozent der Anzeigen missachten die elementaren Regeln. Sie haben zum Beispiel keine Aktivierungswirkung

– kein Element, das mich anzieht. Oder der Text ist zu lang. Im Schnitt betrachtet man eine Anzeige nur zwei bis drei Sekunden lang. Unser Blick geht von links oben nach rechts unten. Deshalb muss etwa ein freundliches Gesicht links oben stehen. Rechts unten, wo der Blick rausgeht, muss die Marke stehen. Der kurze Text muss unter dem Bild stehen, nicht darüber. Das Bild wird immer zuerst betrachtet. Die Studierenden sind schnell in der Lage, wie ein Profi zu entscheiden: Hat die Anzeige eine Chance?

WA: Welche Themen werden in Praxisstudien bearbeitet?

BS: Zum Beispiel die Ladengestaltung für ein Sportmodegeschäft – oder die Positionierung eines ortsansässigen Küchenanbieters. Regelmäßig geht es auch um Codes und Signale. Wie kommuniziert man zum Beispiel Nachhaltigkeit und Natürlichkeit? Wir greifen auch Trendthemen auf, etwa Gender-Food, Lohas (Lifestyles of Health und Sustainability) und Silver Marketing: Welche spezifischen Anforderungen haben ältere Personen an Produkte?

WA: Wie erleben Sie die Studierenden an der WelfenAkademie?

BS: Das Niveau hier ist wirklich etwas Besonderes. Das sind alles tolle junge Leute, die hochmotiviert sind und etwas erreichen wollen. Die überraschen mich nicht nur mit ihren Leistungen, sondern auch mit ihrer ganzen Art, mit ihrem Engagement und der Ernsthaftigkeit, mit der sie mitarbeiten. Ich bin auch an anderen Institutionen tätig, aber hier zu sein, ist eine besondere Freude.

WA: Seit September sind Sie emeritiert. Was gewinnt nun an Bedeutung?

BS: Unser Buch „Marketing mit Duft“ wird zum Beispiel neu erscheinen. Ich sitze gerade daran. In der Forschung interessiere ich mich besonders für Priming und für Nudge. Das sind kleine Anstupsen, die das Verhalten positiv beeinflussen. Ein Beispiel: In Urinalen wird häufig danebengepinkelt. Eine Fliege oder ein Fußballtor im Becken bewirkt, dass man genau zielt. Ein anderes Beispiel: In Hotels möchte man aus Umweltaspekten, dass die Gäste ihre Handtücher länger verwenden. Auf Argumente wird kaum reagiert. Aber wenn auf einem Schild steht, 85 Prozent der Gäste verwenden das Handtuch drei Tage, dann wirkt das. Nudges gewinnen auch in der Politik an Bedeutung. Und dann spiele ich noch in der Bernd & Bernie Band Gitarre und singe. Folk und Rock. Schon seit 43 Jahren. Ich hoffe ja, dass ich mal eingeladen werde, mit meiner Truppe hier auf dem Sommerfest zu spielen. Das würde mich wirklich freuen.

Wie begegnet man Widerstand und Konkurrenz?

HR Round Table: Von Personalern für Personal – Austausch über Know-how für Frauen in Spitzenämtern und Neuigkeiten im Arbeitsrecht.

Von Personalern für Personal: Dieses Veranstaltungskonzept wird seit inzwischen 13 Jahren geschätzt. Der bundesweit angebotene HR Round Table hat sich als Netzwerk für Personalverantwortliche etabliert. Bei den Braunschweiger Treffen in der Welfen-Akademie stellen jeweils zwei Referenten neue Entwicklungen und Angebote im Personalmanagement vor. Im Anschluss werden Fragen beantwortet. Ein Get Together ermöglicht dann, Diskussionen zu vertiefen und Kontakte zu knüpfen.

Beim 16. HR Round Table gab Rechtsanwältin Dr. Alexandra Henkel (FPS Rechtsanwälte & Notare) Einblick in Neuerungen im Arbeitsrecht, kombiniert mit der neuesten Rechtsprechung: ein Update zu Leiharbeit und Werkverträgen, Ausschlussklauseln in Arbeitsverträgen, Überwachungsmöglichkeiten der Mitarbeiter-Internetnutzung durch den Arbeitgeber, der Kündigungsrechtsprechung, dem Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz und ersten BAG-Urteilen zum Mindestlohngesetz. Ausführlich berichtete die Fachanwältin für Arbeitsrecht etwa über das Gesetzespaket zur Leiharbeit. Im April wurde eine Überlassungshöchstdauer von 18 Monaten eingeführt, um unbegrenzte Leiharbeit zu verhindern. Nach spätestens neun Monaten gilt Equal Pay. Gleicher Lohn für gleiche Arbeit. Bei beiden Regelungen ist jedoch eine Abweichung durch Tarifverträge möglich, erläuterte Dr. Alexandra Henkel. Am Schluss des Vortrages stellte sie Interessantes aus der Rechtsprechung vor. Ein Beispiel: Mit dem Tod des Arbeitnehmers gehen Urlaubsansprüche nicht unter. Sie wandeln sich in Abgeltungsansprüchen der Erben um.



Rechtsanwältin Dr. Alexandra Henkel



Marion Dix, Projektleiterin des Horizonte-Programms

Marion Dix (Polizeidirektion Hannover) stellte anschließend das Horizonte-Programm vor. Das organisationsübergreifende Programm wurde von der Polizeidirektion Hannover und der Polizei Niedersachsen ins Leben gerufen, um Frauen für Spitzenämter zu qualifizieren. Ziel ist, den Frauenanteil in Spitzenpositionen zu erhöhen. Das Programm beginnt mit einem Kompetenzmessverfahren, einem ausführlichen psychologischen Test. Nach einem systematischen Verfahren wird untersucht, wo die Stärken und Schwächen liegen. Dann werden die Stärken gestärkt und die Schwächen geschwächt. Dafür gibt es verschiedene Module. Angeboten werden zum Beispiel Seminare über Aufstiegskompetenz, Macht und Mikropolitik sowie über Grundlagen der Strategieentwicklung. Beim Coaching geht es vor allem darum, drei Parameter in den Fokus zu rücken, die für die Karriere zielbestimmend sind: die Bekanntheit, das Selbstmarketing und die Leistung. Ein Mentor oder eine Mentorin begleitet die Teilnehmerinnen über ein Jahr. Zielgruppe des Horizonte-Programms sind Frauen mit mehrjähriger Führungserfahrung, die eine realistische Chance haben, in rund zwei Jahren die angestrebte Ebene zu erreichen. „Mikropolitik und der Umgang mit Macht sind letzte blinde Flecken von Frauen im Beruf. Aber die Spielregeln sind einfach und erlernbar. Gute Gelegenheiten zu erkennen und zu nutzen, ist eine Kompetenz und kein Glück“, so Marion Dix. Vermittelt wird zum Beispiel auch der Umgang mit Widerständen, Hindernissen und Konkurrenz.

Nähere Informationen bei Marion Dix, der Projektleiterin, unter Telefon 0511/1 09 13 67.

Kurz notiert:

Green Economy: Buch des Monats



2016 erschien im WelfenAkademie-Verlag Dr. Ralf Utermöhlens Buch „Was jede Führungskraft über Green Economy und nachhaltige Produktentwicklung wissen sollte“. Im Blog Basellift wurde es nun im März als Buch des Monats vorgestellt. Fazit der Videorezension: „Kein gehobener Zeigefinger, sondern ein sehr analytisches Buch, hinterlegt mit vielen Studien. Unheimlich sinnvoll und gut recherchiert. Man spürt in fast jedem Satz die Erfahrung des Autors und seiner Interviewpartner. Die Statistiken und Erfahrungsberichte bereichern ungemein das Verständnis für Nachhaltigkeit.“



AUTOVISION

AutoVision GmbH:

Praktika an internationalen Standorten

Im Rahmen des europäischen Bildungsprogramms ERASMUS+ haben duale Studenten der WelfenAkademie eine achtwöchige Praxisphase an europäischen Standorten der AutoVision GmbH absolviert. Die engagierten Studenten bekamen ein studiengang- bzw. ausbildungsspezifisches Projekt übertragen. Am 30. März stellten sie die fachlichen Ergebnisse den Vertretern der Bildungsträger, der Nationalen Agentur beim Bundesinstitut für Berufsbildung sowie dem Management der AutoVision GmbH vor. Mit der Schaffung von Mobilität und Internationalität in der Berufsausbildung werden das interkulturelle Verständnis, die soziale Kompetenz und der Ausbau von Fremdsprachenfähigkeiten auf persönlicher Ebene gefördert. Darüber hinaus sind in beruflicher Hinsicht die Förderung des gesamtunternehmerischen Denkens, die Schärfung des beruflichen Profils und die Entwicklung der Fachkompetenzen/Methodik wesentliche Bausteine für eine qualifizierte Entwicklung zu international kompetenten Fachkräften.



Seeüberwachung: Großauftrag für die pakistanische Marine

Kooperationsunternehmen im Porträt: Aerodata AG – Weltmarktführer für Flugvermessungssysteme

Individualität: Damit werben viele Unternehmen. Bei der Aerodata AG ist nahezu jeder Auftrag eine hochspezialisierte und komplexe Systemlösung! „Wir sind Einzelfertiger. Drei gleiche Flugzeuge sind für uns eine Großserie“, berichtet Vorstand Hans J. Stahl. Das aktuell größte Projekt hat ein Volumen von 25 Millionen Euro. Aerodata entwickelt die Ausrüstung für zwei U-Boot-Aufklärungsflugzeuge. Die pakistanische Marine wird sie zur Seeüberwachung einsetzen. „Die Flugzeuge vom Typ ATR-72 werden vom Kunden beigestellt. Wir rüsten sie um. Der Gesamtauftrag beinhaltet die Konstruktion der Lösung, den Einbau des Systems und Testflüge“, erläutert der Diplom-Ingenieur. „Ein Partner baut alle Komponenten nach unserem Design ein.“ Der Auftrag ist auch eine technologische Herausforderung. „Einige Elemente haben wir bislang noch nicht verbaut, zum Beispiel ein Selbstverteidigungssystem. Das stößt Täuschkörper aus, damit infrarotgesteuerte Boden-Luft-Raketen nicht das Flugzeug treffen. In der Regel suchen solche Raketen Wärmeziele. Sind die Täuschkörper wärmer als der Flugzeugmotor, orientieren sie sich dorthin.“ Mit dem Controlling für diesen Großauftrag wurde eine Welfin beauftragt: Sabrina Dietrichs hat an der Welfen-Akademie im Jahrgang 2013 in der Vertiefungsrichtung Industrie studiert.



Hans J. Stahl, Vorstand der Aerodata AG

Knapp 190 Mitarbeiter sind in der Firmengruppe tätig – neben dem Hauptsitz Braunschweig in Bremerhaven sowie in Australien und Brasilien. Zudem gibt es Beteiligungen in Thailand und Malaysia sowie Tochterunternehmen in den USA und in Norwegen.

Probleme, Stellen zu besetzen, hat das einstige Uni-Spin-off nicht. „Die ausgebildeten Ingenieure holen wir uns meist von der TU Braunschweig oder der Uni Hannover. Industriekaufleute bilden wir selbst aus“, so Hans J. Stahl. „Wir hatten immer super Auszubildende, aber wir wünschten uns nun noch jemanden, der von seinen Fähigkeiten her über dem normalen Azubi liegt – der auch mal in größeren Zusammenhängen mitdenkt. Deshalb der Versuchsballon mit der WelfenAkademie. Der Ballon ist gut geflogen. Wir sind sehr zufrieden.“

Sabrina Dietrichs war bereits mit einigen Sonderprojekten beauftragt. „Sie hat zum Beispiel bei der Einführung der letzten Version unseres ERP-Systems mitgewirkt, Businesspläne für Tochterunternehmen erstellt oder die Daten aufbereitet, als wir unser Vergütungssystem umgestellt haben. Solche Aufgaben sind so komplex, dass ein Dualstudent sie besser abdecken kann als ein Industriekaufmann.“ So läuft nun das Auswahlverfahren für eine weitere duale Ausbildung. Aerodata hat an der Akademie auch eine Raumpatenschaft übernommen. Besonderer Reiz: Der Raum ist mit Luftfahrt-Fotos und einem Propeller dekoriert.

Das 1985 gegründete Unternehmen ist heute in drei Geschäftsfeldern tätig – und in einem davon Weltmarktführer. In der Flugvermessungstechnik liegt der weltweite Marktanteil bei rund 70 Prozent. „Unsere Technik ermöglicht, die Instrumentenlandesysteme an Flughäfen zu überprüfen. Man testet durch Anflüge, ob die Signale der Funkfeuer wie vorgesehen gesendet werden – ob die Flugzeuge auf einem Funk-Gleitpfad zentimetergenau auf der Landebahn aufsetzen. Haben die Signale nicht die richtige Ausrichtung und Stärke, werden sie vom Bodenpersonal nachjustiert. Wir produzieren die Messsysteme und installieren sie in Flugzeuge. Die Messung selbst übernimmt in der Regel eine Institution, die zur Flugsicherung, zum Militär oder beispielsweise zum Transportministerium gehört.“

Das zweite Geschäftsfeld ist die Ausrüstung von Überwachungsflugzeugen. „Wir rüsten Flugzeuge unserer Kunden mit Radar, optischen Kameras, Infrarotgeräten und sonstigen Sensoren aus – oder auch mit Peilern, die Notsignale aufnehmen. Einsatzzwecke sind die Grenz- und Küstenüberwachung, Such- und Rettungsdienste, die Umweltkontrolle von Gewässern oder die Suche nach Ölverschmutzungen.“ Ausgestattet hat Aerodata zum Beispiel Flugzeuge

für die argentinische Küstenwache, für die australische Rettungsfloggesellschaft AeroRescue und für die Streitkräfte von Malta – zur Überwachung eines Seegebietes von Malta bis Kreta, mit einer Ost-West-Ausdehnung von 1.000 nautischen Meilen.

Das dritte Geschäftsfeld ist die Flugzeugwartung. Das Unternehmen ist Vertragswerkstatt für den US-amerikanischen Flugzeughersteller Beechcraft. Rund 30 Mitarbeiter warten die Geschäftsreiseflugzeuge des Typs King Airs oder rüsten sie um. „Wir können auch schlüsselfertige Projekte anbieten“, berichtet Hans J. Stahl. „In solch einem Fall kaufen wir ein Flugzeug und alle benötigten Sensoren, produzieren unser eigenes Missionsmanagement-System und bauen das Ganze ins Flugzeug.“



Aerodata hat Flugzeuge für die Streitkräfte von Malta ausgestattet.

Tätig ist Aerodata auf allen Kontinenten! 80 Prozent des Umsatzes werden im Systemverkauf erwirtschaftet, 20 Prozent im Service. Der Jahresumsatz der Gruppe liegt im Schnitt bei rund 40 Millionen Euro. „Er schwankt – je nachdem, wie viele Projekte fertiggestellt sind. In allen Geschäftsbereichen gibt es auch mal Flaute. Wir hatten ein Geschäftsjahr, in dem der Vorjahresumsatz halbiert wurde. Aber durch die verschiedenen Standbeine federn wir das ab. Wir sind finanziell so stabil, dass wir auch mal ein schwächeres Jahr überstehen können. Und wenn wir eine Spitzenlast haben, holen wir uns externe Spezialisten ins Unternehmen.“ Wachstum? Das ist für den 56-Jährigen, der zuvor die Airbus-Tochter Kid-Systeme leitete, kein Wert an sich: „Wir müssen nicht unbedingt wachsen. Stabilität ist wichtiger als Wachstum. Wir möchten einfach eine Firma sein, die mit guten Produkten lange überleben kann. Wenn man dabei wachsen kann, ist das wunderbar, aber kein Muss.“

Alumniverein

Wichtiges Ziel: Gemeinschaft und Zusammenhalt stärken – Nächstes Sommerfest am 14. Juli beim ATP-Tennisturnier

Auch im letzten Jahr war der Alumniverein wieder für euch aktiv. Im Mittelpunkt stand das große Sommerfest, das im Rahmen des ATP-Challenger-Tennisturniers stattfand. Aufgrund der positiven Resonanz haben wir uns entschlossen, auch dieses Jahr wieder dort zu feiern. Bitte notiert euch gleich den 14. Juli 2017. An diesem Abend wollen wir wieder gemeinsam einen Abend in angenehmer, sommerlicher Atmosphäre genießen. Als Tipp: Wer unsicher ist, ob seine richtige Adresse angegeben ist, schickt uns bitte eine kurze Mail mit Angabe der aktuellen Kontaktdaten. Ein stimmungsvolles Highlight war schließlich noch unsere Alumni-Weinprobe in Görge's Wein-Atelier, bei der uns Welfe Marco Weisse (2006) wunderbar durch die Welt der neuesten Weine geführt hat.



Computerübergabe in der Bibliothek. Von links: Nico Wütsch (Jahrgang 2013), Majlana Pedersen (2014), Lucas Schubert (2006) und Sikander Shah (2005).

Neben dem Sommerfest ist unser Hauptanliegen, die WelfenAkademie zu unterstützen – im letzten Jahr etwa mit der Finanzierung neuer IT-Ausstattung. Die Bibliothek wurde mit zwei neuen PCs mit passenden Bildschirmen ausgestattet. Auch 2017 waren wir schon aktiv und haben die Berlin-Fahrt mit 1.000 Euro unterstützt. Die Gemeinschaft und den Zusammenhalt zu stärken, das liegt uns sehr am Herzen. Lasst uns als Welfen zusammenhalten. Das sind gute Vorzeichen fürs nächste Jahr. Da beteiligen wir uns ebenfalls aktiv am Jubiläumsjahr der Akademie. Neue Mitglieder im Alumni-Netzwerk sind gern gesehen!

Mehr unter www.welfenakademie.de/alumni/alumniverein

ALUMNI-VEREIN
der WelfenAkademie e. V.
Verein zur Förderung von Bildung, Kultur und Wissenschaft
Salzdahlumer Str. 160
38126 Braunschweig



WELFENAKADEMIE

Beitrittserklärung

hiermit erkläre ich meinen Beitritt zum „AlumniVerein der WelfenAkademie e. V.“

Beitritt als Studierender der WelfenAkademie (25,- Euro) Einzelperson (50,- Euro) Unternehmen (500,- Euro)

Unternehmen Straße

Titel PLZ, Ort

Name/Geburtsname E-Mail

Vorname Telefon/Mobil

Geburtsdatum Datum/Unterschrift

Die Beiträge sind bis auf Widerruf von dem nachstehenden Konto – jeweils zum 01.01. eines Kalenderjahres abzubuchen.

Kontonummer

BLZ

Geldinstitut

Kontoinhaber

Unterschrift Kontoinhaber

Das erste Kalenderjahr ist für Studierende der WelfenAkademie und Einzelpersonen beitragsfrei.

Berlinfahrt: Zeitreise und innovative Erfindungen

Besuch im Stasi-Museum, witzige Stadtführung und Einblick in die Bundespolitik: Majlena Pedersen berichtet über die Berlin-Exkursion im Februar.

Am Morgen des 15. Februar machte sich der 2014er Jahrgang mit vier Betreuern und den komfortablen Bussen vom Reisebüro Schmidt auf den Weg in die Hauptstadt. Nachdem der restliche Schlaf auf der Hinreise nachgeholt worden war, begann unser reichhaltiges Programm im Stasi-Museum im Bezirk Lichtenberg. Der historische Ort, das ehemalige Gelände der Zentrale des Ministeriums für Staatssicherheit der DDR, bot eine sehr spannende und mitreißende Ausstellung, die uns wieder einmal gezeigt hat, wie schlimm dieses System aus Gewalt, Drohung, Belohnung und Bevorzugung war.

Direkt im Anschluss an diese Zeitreise machten wir uns auf den Weg in das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie in Berlin Mitte. Hier hielt Reinhard Giese einen Vortrag über die Geschichte, den Aufbau und die Aufgaben des BMWi. In einer abschließenden Diskussion über aktuelle Themen bot sich die Möglichkeit, in den direkten Dialog mit Herrn Giese und somit dem BMWi zu treten. Sehr spannend!

So wie es sich für einen richtigen Berlinbesuch gehört, folgte abschließend noch eine klassische Stadtrundfahrt, die durch lustige und interessante Anekdoten des Stadtführers zu etwas ganz Besonderem wurde. Aus dem Bus heraus besichtigten wir die wichtigsten Sehenswürdigkeiten und erfuhren noch etwas mehr über die Geschichte und Kultur unserer Hauptstadt. Ein ereignisreicher



Das heutige Stasi-Museum war ehemals Dienststutz von Erich Mielke.



Gruppenfoto des 2014er Jahrgangs vor dem Reichstag. Die Fahrt bot auch Einblick in neue technische Entwicklungen und ein Drei-Gänge-Menü.

Tag neigte sich dem Ende und wurde mit einem gemeinsamen Drei-Gänge-Menü im Abacus Tierpark Hotel abgeschlossen. Okay, ein, zwei weitere Biere verliehen dem Tag dann noch den letzten Schliff.

Fit wie ein Turnschuh (mehr oder weniger) machten wir uns nach dem Frühstück am nächsten Tag auf den Weg zum Science Center Berlin. Hierbei handelt es sich um die Hauptstadtrepräsentanz des Medizintechnikunternehmens Ottobock. In einer interaktiven Ausstellung und Führung zum Thema „Begreifen, was uns bewegt“ konnten wir mehr über unseren eigenen Körper erfahren und technische Entwicklungen bestaunen, die körperlich eingeschränkten Menschen mehr Mobilität ermöglichen. Anschließend stärkten wir uns in dem Café-Restaurant BERLIN Pavillon, um danach we-

nige Meter vom Reichstagsgebäude entfernt, im Paul-Löbe-Haus, in den direkten Dialog mit der Braunschweiger Bundestagsabgeordneten und stellvertretenden Vorsitzenden der SPD-Bundestagsfraktion, Dr. Carola Reimann, zu treten. Hier stand sie uns vor allem in ihren Zuständigkeitsbereichen Arbeit und Soziales, Frauen, Senioren, Familie und Jugend Rede und Antwort. Abgerundet wurde unsere Hauptstadt-Exkursion mit dem Besuch der Kuppel und der Dachterrasse des Reichstagsgebäudes, wo uns bei bestem Wetter ein wundervoller Ausblick über Berlin erwartete.

Abschließend möchten wir uns sehr herzlich bei der WelfenAkademie für die Organisation dieser tollen Exkursion bedanken und auch an den Alumniverein ein großes Dankeschön aussprechen: für eine Spende in Höhe von 1.000 Euro anlässlich dieser Reise.



Verlassene Orte: Frisch gemachtes Bett – überzogen mit Moos

Fotoausstellung bis 30. Juni: Die Ästhetik des Maroden

Die Akten hat seit Jahren niemand mehr geöffnet. Sie sind mit Moos überzogen. Aus Ordnern in der Ecke wachsen Baumpilze heraus. „Aktenvernichtung biologischer Art“, kommentiert Angelika Stück. Friedrich Brüggeboß zeigt ein Foto von einem Zimmer, in das ein Baum hineingewachsen ist. „Wie sich die Natur das verlorene Terrain zurückerobert, das ist faszinierend.“ Die beiden sind regelmäßig in verlassenen Orten. Zusammen mit Hanjo Biehs und Matthias Grimm fotografieren sie marode Industriekomplexe – jeder mit anderem Blick. In der WelfenAkademie sind nun bis zum 30. Juni rund 50 großformatige Werke der Licht-Bildner zu sehen. Lost Places Fotografie: Das ist zurzeit ein Trend. Doch zu viel Aufmerksamkeit verändert verlassene Gebäude. „Es ist leider häufig so, dass als erstes die Scheiben eingeschmissen werden. Dann werden Waschbecken runtergeschlagen und Heizkörper gestohlen. Deshalb geben wir so gut wie nie an, wo wir fotografiert haben“, erzählt Matthias Grimm. Die vier verändern nichts. Sie nehmen nur Fotos mit. Dass Angelika Stück da war, zeigt allerdings ein Detail. Sie hinterlässt immer einen roten Plastikfisch. „Viele nehmen etwas weg. Ich fand, man müsste auch mal etwas mitbringen.“

Seit 2009 sind die Fotografen nun zusammen unterwegs. Sie erkundeten zum Beispiel eine ehemalige Papierfabrik, ein historisches Stadtbad, eine verlassene Zuckerfabrik und eine Graupenmühle, die seit 1920 ununterbrochen in Betrieb war. „Wir gehen rein, und dann sehen wir uns manchmal vier Stunden nicht. Jeder hat seine eigene Herangehensweise und Sichtweise“, so Friedrich Brüggeboß.



Blaue Stunde: Hoffnung heißt dieses Foto von Friedrich Brüggeboß.

Matthias Grimm sieht die Gesamtheit. Er macht vor allem Panoramafotografien, zusammengestellt aus 28 Fotos. „Am häufigsten waren wir bisher in einer ehemaligen Eisengießerei“, berichtet er. „Da kann ich inzwischen in 40 Panoramen jede Schraube zeigen.“ Angelika Stück erzählt mit ihren Bildern gern Geschichten. Ihr Ziel: Kopfkino. Friedrich Brüggeboß interessiert sich besonders für



Aktenvernichtung biologischer Art – ein Werk von Angelika Stück.

Strukturen und Maschinen. Er war Betriebselektriker bei VW, in der Instandhaltung von Robotern. „Man trifft bei den Touren immer wieder Leute, die sich mit zurückgelassenen Maschinen auskennen oder sie erhalten“, erzählt er. „Hin und wieder werden Führungen durch ein Industriedenkmal angeboten. In einer alten Zuckerfabrik stand zum Beispiel mal eine voll funktionierende Dampfmaschine offen. Dort haben wir auch einen Professor von der Uni Dresden getroffen. Der hat sich auf die Fahne geschrieben, den rostigen Zustand im Gebäude zu konservieren. Da kommst du in einen Raum, denkst, das müsste mal renoviert werden, und dann sagt er: Das ist ja renoviert. Wir erfahren viel über Fabriken und das Drumherum. Das ist ein zusätzlicher Reiz der Touren.“

Der vierte in der Gruppe, Hanjo Biehs, ist Spezialist für Details. Er fotografiert in einem Labor zum Beispiel den Verschlussstopfen einer Glaskaraffe – und in einer Bäckerei eine Krustenbürste. Faszinierend gestaltet. Matthias Grimm erläutert: „Wenn wir uns in einem Gebäude zwischendurch doch mal treffen, dann meist

vor einem Raum, in dem wir alle noch nicht waren, weil Hanjo die ganze Zeit drinnen ist. Weil er so detailversessen ist, bleibt er im ersten Raum. Nach drei Stunden stellt er dann fest, dass das Gebäude viel größer ist.“

In die verlassenen Orte gehen die Licht-Bildner mit Genehmigung. Das hat den Vorteil, dass oft Räume geöffnet werden, in die normalerweise niemand kommt. Da stehen die vier dann oft und staunen. „In einem Labor in Ostdeutschland gab es noch eine alte DDR-Küche mit Mitropa-Kaffeemaschine. Bunte Tapete, legendäre Kittelschürzen an einem Haken. In einem abgebrannten Hotel im Harz lagen im Foyer noch Karten. Im Bad Seife und Handtücher. Alles strahlend weiß. Das Bett war frisch gemacht, aber von Moos überzogen“, erzählt Angelika Stück. Die Künstler konservieren es im Bild, bevor es verschwindet – und verblüffen oft auch mit der dargestellten Ästhetik des Maroden.

Neben ihrem Kernthema widmen sie sich gern auch Nebenthemen, etwa Konzerten und Möbeln, Natur- und Landschaftsfotografie oder Experimenten mit Licht und Schatten. „Wir gehen alle auch mal in die Pilze fotografieren“, sagen sie. Und berichten, wie sie mal im kühlen Oktober auf einer Isomatte im Meerdorfer Wald lagen, um Pilze zu fotografieren. Merkwürdigerweise liefern häufig



Die Licht-Bildner (v.l.) Angelika Stück, Hanjo Biehs, Friedrich Brüggeboß und Matthias Grimm mit Dr. Jens Bölscher und Joachim Roth.

Hunde vorbei. „Wir wunderten uns – bis jemand mit einem alten Dachsfell an einer Leine vorbeikam. Er fragte: Ist alles in Ordnung? Wir lagen mitten in der Jagdhundeprüfung.“

Die Fotoausstellung „SehStücke“ ist montags bis freitags von 8.30 bis 17 Uhr geöffnet – bis zum 30. Juni. Am 17. Mai laden die Licht-Bildner um 17 Uhr zu einer Führung ein.

Plötzlich fliegt das Auto

Das Projekt „business4school“ weckt bei Schülern Interesse für die Wirtschaft.



Initiator Ulrich Herfurth berichtete über Businesspläne.

„Ich würde gern mal mit einem Telefon fotografieren“: So eine Idee hätte vor 30 Jahren vor allem Kopfschütteln ausgelöst. Doch viele Visionen werden schneller Realität, als man denkt. Ende 2018 sollen zum Beispiel die ersten fliegenden Autos ausgeliefert werden. Auch in Braunschweig wird diese Innovation vorangetrieben – von der Carplane GmbH am Forschungsflughafen. Werden auch einige Teilnehmer an „business4school“ bald eine besondere Idee umsetzen? In der WelfenAkademie lernen die Neunt- bis Zwölftklässler zurzeit zumindest, wie sie vorgehen könnten. „Haben Sie noch Fragen? Oder starten Sie morgen schon mit der Unternehmensgründung?“ fragte Initiator Ulrich Herfurth bei der Auftaktveranstaltung im zweiten Semester lächelnd.

„business4school“ ergänzt den schulischen Fachunterricht. Bei sechs zweistündigen Treffen vermitteln Hochschullehrer, Institutsleiter, Rechtsanwälte und Führungskräfte aus Unternehmen Wirtschaftswissen. Rollenspiele, Schülerpräsentationen und ein Workshop sorgen dabei für Dynamik. Zum Schluss wird allen regelmäßigen Teilnehmern ein Zertifikat überreicht. Die sechs monatlichen Module sind inhaltsreich. Berichtet wurde zum Beispiel

über Produktion, Logistik und Vertrieb, über Preisgestaltung, Wettbewerb und relevante Märkte sowie über die Personalplanung. Bis Ende Juni folgen noch die Themen Kalkulation und Finanzierung sowie Unternehmensstruktur. Der Ordner der Schüler füllt sich immer weiter mit Informationen. Haben sie später tatsächlich Interesse, ein Unternehmen zu gründen? Dann wissen sie schon viel. Die Unterlagen sind fundiert. Bereitgestellt wird zum Beispiel ein echter Businessplan.



Auftaktveranstaltung des zweiten Semesters im Audimax Kroschke.

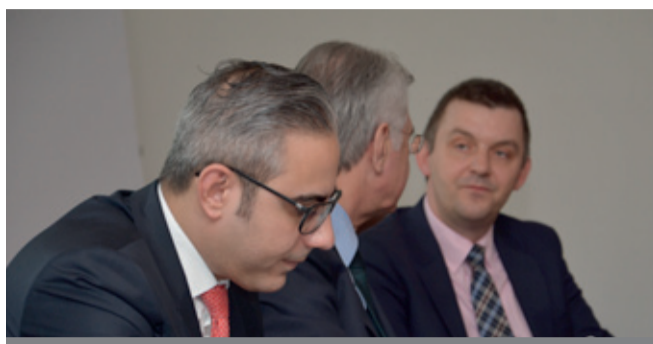
Wie man einen Businessplan erstellt, das war das Startthema der Veranstaltung im Audimax/Raum Kroschke. Einblick gab Projektleiter Ulrich Herfurth, der als Wirtschaftsanwalt in Göttingen arbeitet. Ihm gelang es hervorragend, die Schüler immer wieder ins Thema einzubeziehen. In 45 Minuten skizzierte er die Maßnahmen, die eine Idee strukturiert umsetzen. Wie kommt man zum Beispiel an Fremdkapital? Wie analysiert man den Wettbewerb? Welche Wege gibt es, um ein Produkt in den Markt zu bringen? Dazu bot das erste Treffen Information über die Branchen und Technologien, die in Niedersachsen besonders stark sind – oder die durch gezielte Förderung an Bedeutung gewinnen sollen. „Im Fokus sind zum Beispiel die Digitale und Kreativwirtschaft, Neue Materialien, die Mobilitätswirtschaft und die Gesundheits- und Sozialwirtschaft. In letzterer Branche haben wir sogar einen Weltmarktführer. Otobock in Duderstadt ist der weltgrößte Hersteller von Arm- und Beinprothesen“, berichtete Christian Kotschy vom Innovationszentrum Niedersachsen. Wer an „business4school“ teilnimmt, wird rundum informiert – vom 3-D-Druck bis zum fliegenden Auto.

Initiiert wurde das Projekt 2014 von den Lions Clubs in Göttingen, der Südniedersachsenstiftung und dem Verband Die Familienunternehmer. In Braunschweig wird es nun zum zweiten Mal angeboten, in Kooperation mit der IHK, der Allianz für die Region und der WelfenAkademie. Das Debüt war bereits ein schöner Erfolg. Bis zu 120 Schüler kamen 2016 zum abendlichen Wirtschaftstreffen.

Weitere Informationen unter www.business4school.de

Steuerberater: Vertiefte Zusammenarbeit

Informationsabend: Im Kaminzimmer wurde Ende März die neue Fachrichtung Steuern und Prüfungswesen vorgestellt.



Dr. Jens Bölscher im Gespräch mit Ulrich Herfurth. Links: Dimitrios Giannakopoulos.

Die WelfenAkademie und Steuerberater der Region möchten ihre Zusammenarbeit vertiefen. Es geht einerseits darum, den neuen Studiengang „Steuern/Prüfungswesen“ mit Leben zu füllen. Andererseits möchten die Steuerberater ihr Nachwuchsproblem im mittleren Management der Kanzleien beheben. Ende März hatte Geschäftsführer Dr. Jens Bölscher zu einem Informationsabend in das Kaminzimmer eingeladen, um einen möglichst zwanglosen Austausch zu gewährleisten. Tatsächlich blieben seine Gäste mehr als vier Stunden, was das große Interesse an einer Kooperation unterstrich. „Das war eine intensive Ideensammlung, von der wir alle profitieren werden“, urteilte Dr. Bölscher später.

Seit einem Jahr gibt es an der WelfenAkademie nun die Vertiefungsrichtung „Steuern/Prüfungswesen“. Die neue Fachrichtung wurde in enger Abstimmung mit Steuerberatern aus der Region entwickelt. Sie gelte es jetzt zu fördern, betonte der Vorstandsvorsitzende Joachim Roth. „Denn wer sich nicht auf den Weg macht, kommt nirgends an.“ Er hob hervor, was die Welfen so reizvoll macht für ihre Arbeitgeber: „In unserer Statistik zeigt sich, dass die jungen Leute sehr bodenständig sind und gerne in den Unternehmen bleiben, die sie an die Akademie geschickt haben.“

Die Nachwuchssorgen brachte Jens Düe auf den Punkt. Er ist selbst Steuerberater (PKF Fasselt Schlage Partnerschaft) und Schatzmeister der Akademie: „Für Abiturienten sind Ausbildungen einfach nicht

sexy, die wollen studieren.“ Steuerberater Thomas Siebenmorgen (GSW Partnerschaft) hat ähnliche Erfahrungen gemacht: „Azubis gehen sogar nach ihrer Ausbildung an die Uni. So verlieren wir gut ausgebildete Leute.“

Dimitrios Giannakopoulos (Gross + Partner) hat bereits vor einem Jahr einen Mitarbeiter an die Akademie geschickt. Sein Resümee: „Die Verknüpfung von Theorie und Praxis ist unbezahlbar. Wir suchen jetzt einen zweiten Kandidaten.“ Seinem leidenschaftlichen Plädoyer an die Berufskollegen, die Strukturen der Ausbildung mitzugestalten, konnte sich keiner im Kaminzimmer entziehen. Die Runde beschloss, das Gesprächsergebnis jetzt in ihre Kanzleien zu tragen und in Kürze die nächsten Schritte zu planen. Dr. Bölscher freute sich über die Aufbruchsstimmung. „Ich bin guten Mutes, dass unsere bislang kleinste Fachrichtung wachsen wird. Sie hat unglaublich großes Potenzial.“

Die Ausbildung ist vielseitig einsetzbar. Die Absolventen sind bei Steuerberatern willkommen, aber auch bei vielen anderen großen Unternehmen. Für den Studienabschluss sind insgesamt 180 Creditpoints zu erzielen – 30 pro Semester. Themen der Wahlpflichtmodule sind zum Beispiel die Einführung in die Unternehmensbesteuerung, Marketing und Controlling sowie Steuerarten und Steuerliche Rechnungslegung. Das erste Vertiefungsmodul ist vorgegeben: Steuern/Jahresabschluss. Das zweite Vertiefungsmodul ist frei wählbar. 40 Prozent der Inhalte werden von Dozenten aus der Praxis vermittelt, wie auch bei allen anderen Vertiefungsrichtungen.



Von links: Dr. Paul Weise, Joachim Roth und Hakan Yergun.



Fundraising

Unterstützung mit klaren Vorteilen

Sprechen Sie uns an.
WelfenAkademie e.V. Geschäftsführer Dr. Jens Bölscher.
Tel.: 0531 214 88 11.



„Digital Day“: Fake News, erfolgreiche Videos und Emotionskäufe

← Fortsetzung von Seite 1

„Digital Day“: Thementag mit sechs Experten.

Zum vierten Mal hatten das BZV Medienhaus und die WelfenAkademie Anfang April Studierende und Teilnehmer des Programms „Zukunft Bilden“ zu einem Thementag über digitale Medien eingeladen. Die sechsstündige Veranstaltung bot interessante Einblicke in die Dynamik der digitalen Welten – in Risiken und Chancen. Prof. Dr. Bettina Rothärmel (Prokuristin BZV Medienhaus) und Dr. Peter Wille (Fachbereich BWL) begrüßten zunächst Armin Maus. Das Thema des Chefredakteurs der Braunschweiger Zeitung: Woran merken wir, was richtig ist?



Thema von Armin Maus: Woran merken wir, was richtig ist?

Armin Maus skizzierte die Gefahr, in Echoräume zu geraten – nur noch das wahrzunehmen, was dem eigenen Weltbild entspricht. Solche Wahrnehmungsblasen werden etwa durch den Logarithmus begünstigt, der die News bei Facebook auswählt. Markiert man einen Beitrag mit „gefällt mir“, wird Ähnliches angezeigt. Scheinwahrheiten und falsche Gewissheiten seien im Internet allerdings keine Seltenheit. Nicht selten manipulierten auch Einzelne Diskussionen, indem sie unter verschiedenen Namen schrieben. Er riet zum wachsamem Nachrichtenkonsum: „Schildert ein Text nur eine Seite, sollten Sie misstrauisch sein. Misstrauen Sie denen, die die ganz einfachen Antworten anbieten. Und hinterfragen Sie: Welche Interessen könnte jemand haben, mir seine Meinung unterzubeln? Sind zum Beispiel die Macher eines kostenlosen

Web-Portals wirtschaftlichen Interessen verpflichtet, die nicht deklariert werden?“ Prof. Dr. Bettina Rothärmel gab anschließend Einblick, wie sich Verlage finanzieren, warum in Deutschland die Pressefreiheit verfassungsrechtlich verankert ist und welche Berufsethik der Pressekodex vorgibt.



Rund 100 Studierende und Schüler nahmen am „Digital Day“ teil.

Prof. Dr. Olaf Hoffjann machte deutlich, welche Wirkung Fake News haben können. 2003 etwa hatte der damalige US-Außenminister Colin Powell dem UN-Sicherheitsrat berichtet, dass der Irak Massenvernichtungswaffen auf chemischer und biologischer Basis besitze. Diese Information löste den Irak-Krieg aus. Doch die Information war falsch. Bewusste Lügen könnten großen Einfluss haben, ebenso profane Irrtümer. Selbst wenn Fake News nicht geglaubt werden, lenken sie von anderen Themen ab, indem sie eine Diskussion auslösen. „Die 20 meistdiskutierten Wahlstorys in den Mainstream-Medien bei der US-Wahl sorgten für deutlich weniger Interaktion als die Top-20-Fake News.“ Auch, wenn dann etwas deutlich als falsch benannt wird, bleibt die bewusste Lüge dennoch vielen in Erinnerung. Prof. Hoffjann stellte dar, aus welchem Themenspektrum die meisten Fake News schöpfen. Dass solche Lügen in Deutschland Wahlen entscheiden könnten, hält er momentan aber für unwahrscheinlich: „Klassische Nachrichtenmedien bleiben für die meisten die wichtigste Nachrichtenquelle.“

Nach einer Kaffeepause standen dann aktuelle Kampagnen und Werbestrategien im Mittelpunkt. Sascha Hahne, Inhaber der Agentur Ausdruckslos, gab Einblick, wie wirkungsvoll Werbevideos sein können, wenn sie eine gute Idee umsetzen. „Die Technik wird immer besser und ist einfacher zu bedienen. Viele Videos werden heute schon mit Fotokameras gedreht“, berichtete er. Und zeigte,

wie ein Video bei Facebook durch eine verhältnismäßig günstige Bewerbung hohe Reichweiten erzielt. Nina Schwerdtfeger erzählte, wie es ihrer Agentur neo.says.miau gelungen ist, über Facebook Gartenhäuser zu verkaufen. Man gründete eine Community mit Tipps und Tricks rund um die Gartenpflege. Durch das aufgebaute Vertrauen klickten Nutzer dann auch einen Link des Gartenhaus-Unternehmens an, das die Informationen bereitstellt. Eine der Käuferinnen war Nina Schwerdtfegers Mutter, die zuvor viel kommentiert und an Gewinnspielen teilgenommen hatte. Anschaulich widmete sich die Geschäftsführerin dann Emotionskäufen. „Das sind Produkte, die mich schöner oder besser machen oder die ich heute Abend brauche.“ Bei der Bewerbung gilt: „Wir kaufen kein Produkt, sondern einen Nutzen.“ Ein Kühlschrank wird dann zum Beispiel voller Bier in Szene gesetzt. Sektküchler oder Cappuccino-Becher werden in Werbespots über stimmungsvolle Treffen angepriesen. „Wir kaufen nicht den Behälter, sondern denken beim Kauf an einen schönen Abend und die Zeit mit Freunden.“

Abgerundet wurde der „Digital Day“ mit einem Workshop von Sascha Hahne und einem Vortrag von Frithjof von Kessel. Der Sprecher der Geschäftsleitung der Kroschke-Gruppe berichtete, wie Kroschke sich den Herausforderungen der vernetzten Welt stellt. Bereits seit 2002 bietet das mittelständische Unternehmen einen Online-Shop an. In den vergangenen Jahren hat der Vertrieb über digitale Kanäle nun deutlich an Bedeutung gewonnen. Rund 20 Online-Shops werden mittlerweile betrieben. Online-Werbung und internationale Shops seien ein wichtiges Standbein, so Frithjof von Kessel, über das Kroschke neue Kunden im Ausland gewinnt.



Gruppenbild vor der Mittagspause.

Kurz notiert:

Karikaturenausstellung im Herbst



Im Herbst präsentiert die WelfenAkademie in Kooperation mit dem AGV Region Braunschweig amüsante Zeichnungen und Porträts: Sieben Jahrzehnte Soziale Marktwirtschaft im Spiegel der Karikatur. Ausgestellt werden Arbeiten von 31 deutschen Karikaturisten. Ironisch, satirisch, sarkastisch oder auch mal versöhnlich. Mit dabei: Ludwig Erhard, Karl Marx, Helmut Schmidt, Helmut Kohl und Angela Merkel. Eröffnet wird die Ausstellung am 27. September um 18 Uhr mit einem Vortrag von Prof. Dr. Bernd Raffelhüschen vom Forschungszentrum Generationenverträge.

Herausgeber

WelfenAkademie e.V. Berufsakademie
Salzdahlumer Straße 160
38126 Braunschweig
Telefon: 0531/21 48 80
Internet: www.welfenakademie.de

Chefredaktion

Dr. Jens Bölscher (V.i.S.d.P.)

Autoren

Dr. Jens Bölscher, Dr. Anne Cockwell, Maximilian-Thorben Ehlers, Merle Janßen, Majlena Pedersen, Regio-Press, Patrick Scheunemann, Lucas Schubert, Michael Völkel

Fotos

Alumniverein, Eric Jan de Ruiter, Jürgen Eickmann, Privat, Regio-Press, Patrick Scheunemann, Angelika Stück, Friedrich Brüggeboß, Stasimuseum/ASTAK e.V., John Steer, © Otto Bock HealthCare GmbH.

Icon Schere: Edward Boatman

Gestaltung

infragrau, gute Gestaltung
Thorsten Schlesinger
Internet: www.infragrau.de

Druck

oeding print GmbH
Erzberg 45
38126 Braunschweig

Koordination
Clas Schilling



Kurz notiert:

Zwei Welfen in München



Unsere Studierende Laura Fritz ist im dritten Semester und arbeitet bei ASSMANN BERATEN + PLANEN. Anfang Oktober machte sie Standdienst am Messestand der Stadt Braunschweig auf der EXPO REAL in München. Auf der größten Immobilienfachmesse Europas traf sie unseren Oberbürgermeister Ulrich Markurth und Joachim Roth, den Vorstandsvorsitzenden der WelfenAkademie. Zwei Welfen in München.

Lara Brathärig gehört zu den Prüfungsbesten



Die IHK Braunschweig hat im September in der Volkswagen Halle die besten Absolventen der Sommerprüfung 2016 ausgezeichnet. Die 94 Besten, die mit Note 1 bestanden, haben in 60 Ausbildungsbetrieben 28 verschiedene Berufe erlernt. Unter den Prüfungsbesten war auch Welfin Lara Brathärig. Respekt! Wir gratulieren! Die Kauffrau für Versicherungen und Finanzen, Fachrichtung Versicherungen, arbeitet bei der Volkswagen Financial Services AG. Insgesamt haben 1843 Auszubildende die Abschlussprüfung gemeistert – eine Bestehensquote von 92 Prozent.

Besuch von Germanistikstudierenden aus Minsk



Der gemeinnützige Verein MOCT lädt seit 22 Jahren regelmäßig im September. 18 Germanistik-Studierende und 2 Dozenten der Linguistischen Universität Minsk (Weißrussland) zu einem Studienaufenthalt nach Braunschweig ein. Hier trainieren sie die deutsche Sprache und hospitieren an Braunschweiger Schulen. In Weißrussland sollen sie als Deutschlehrer an den Schulen und Universitäten unterrichten.

Teil des begleitenden Programms war diesmal ein Besuch der WelfenAkademie. Dr. Jens Bölscher stellte der Delegation die duale Ausbildung vor.

Jung & engagiert

Studierende engagieren sich zum sechsten Mal in sozialen Einrichtungen.

Bereits im sechsten Jahr in Folge heißt es an der WelfenAkademie: „Jung und engagiert“. In dem gemeinsamen Projekt von Bürgerstiftung Braunschweig und Akademie erhalten Studierende das Angebot, sich an einem Projekttag ehrenamtlich in sozialen Einrichtungen zu engagieren. Die diesjährigen Projektideen wurden am 17. Mai vorgestellt. Die Studierenden fanden sich daraufhin in kleinen Gruppen zusammen. Dann wurden noch die Kontakte ausgetauscht. Nun kann es losgehen.

Ziel von „Jung und engagiert“ ist, jungen Menschen eine Engagement-Erfahrung zu ermöglichen, die sich von ihrem gewohnten Studien- und Berufsalltag unterscheidet. Begegnung und Austausch stehen im Mittelpunkt jedes Projektes. Im vergangenen Jahr waren zwei Gruppen im Einsatz. In der Kita Muldeweg in der Weststadt standen Vorlesen und Spielen auf dem Programm. Die Turnhalle der Grundschule Altmühlstraße stand hingegen ganz im Zeichen von Sport und Bewegung. Die Studierenden hatten einen Parcours aufgebaut, mit dem sie zahlreiche Klassen auf Trab hielten und für viel Spaß sorgten. Als Abschluss und kleines Dankeschön erhielt jede Organisation ein Geschenk, das einen Bezug zur Einrichtung und dem jeweiligen Projekt hat. Die beteiligten Unternehmen – NORD/LB und Volkswagen Financial Services AG – unterstützen „Jung und engagiert“ aktiv, indem sie die Studierenden für den Aktionstag freistellen.



Bewegungs- und Spieletag an der Grundschule Altmühlstraße

Der engagierte Mann vom Plakat

Wie ging es weiter? Maximilian-Thorben Ehlers arbeitet im Innovationsmanagement der AutoVision GmbH und engagiert sich ehrenamtlich in der IG Metall.



Plakat-Hingucker am Wolfsburger IG Metall-Gebäude.

Seit letztem Sommer schaut Maximilian-Thorben Ehlers von einem Plakat am Wolfsburger IG Metall-Gebäude herunter – in der Hand ein rotes Seil, das über die gesamte Glasfront weiterläuft. Der 26-Jährige ist einer der jungen Repräsentanten in der Kampagne zum 70-jährigen Bestehen der Wolfsburger IG Metall. Das schwere Seil steht für die Kraft der Gemeinschaft. Slogan: „Alleine stark. Gemeinsam unschlagbar.“ Die Motive werden auch in diesem Jahr und 2018 im VW-Werk, in verschiedenen Betrieben und in der Stadt zu sehen sein. Die Metaller vertreten nicht nur Mitarbeiter in der Produktion – auch das personifiziert er in der Kampagne. Maximilian-Thorben Ehlers arbeitet seit 2016 als Fachreferent im Innovationsmanagement der AutoVision GmbH.

„Schon während des dualen Studiums habe ich mich in der AutoVision ehrenamtlich engagiert“, erzählt er. Als erster dualer Student in der Jugend- und Auszubildendenvertretung (später als Vorsitzender) baute er mit seinem Team die Vertrauensleutestruktur auf. „Für das Ehrenamt ist es wichtig, dass es einen regen Austausch mit anderen JAVis verschiedener Betriebe gibt. So war klar, dass ich mein Engagement bei der IG Metall ausbauen werde.“ Als Delegierter des Wohnbezirks Isenbüttel vertrat er nicht nur die Interessen der rund 80 Auszubildenden und dualen Studenten im Unternehmen, sondern

auch die der Metaller seines Wohnbezirks auf den Delegiertenversammlungen. Das starke Engagement brachte ihm ein Stipendium an der Hans-Böckler-Stiftung ein: eine finanzielle Förderung seines Folgestudiums. Seit letztem September studiert er an der SRH Riedlingen nebenberuflich Wirtschaftspsychologie mit Fachausrichtung auf Leadership und Management (Master of Science).

Bei der AutoVision GmbH wurde Maximilian-Thorben Ehlers in der Abteilung übernommen, in der er auch seine Bachelorarbeit geschrieben hat. Im Team Personalprozesse evaluierte er eine Vielzahl der Personalprozesse. „Ich habe Prozesse in von mir geführten Workshops mit Referenten und Teamleitern überprüft und angepasst“, berichtet er. Nach Abschluss des Projekts wollte er gern über den Horizont des Personalwesens blicken und nutzte die Chance, ins Innovationsmanagement zu wechseln. „Zu meinen Aufgaben gehört es, für verschiedene Projekte Businesspläne zu erstellen, mit Lieferanten zu verhandeln, Schnittstellen vom Projekt zu überzeugen und durch viel Kreativität Lösungen schnellstmöglich herbeizuführen.“

Viel Zeit für Hobbys bleibt bei den vielen Aufgaben vermutlich nicht? „Doch“, sagt er. „Wenn ich die Zeit habe, bin ich gern bei unseren Pferden.“ Mit seiner Freundin hält er zwei Friesen direkt am Haus in der Nähe von Wittingen: Jack und Jackson.



Fotoshooting für die Kampagne der IG Metall Wolfsburg.

Absolvent
der
Welfen
Akademie

Wohnort: Gran Canaria

Maximilian Rieck leitet seit 2016 die Simon & Focke-Niederlassung in Maspalomas.

Maximilian Rieck hat einen besonderen Pausenblick. Auf der Terrasse vor dem Büro schaut er auf Palmen. Der 24-Jährige hat an der WelfenAkademie BWL mit Spezialisierung auf Dialogmarketing, Unternehmensführung, Personalorganisation und Controlling studiert. Beim Kooperationsunternehmen, der Invitel Unternehmensgruppe, durchlief er alle Abteilungen – vom Personalmanagement über Marketing und Human Resources bis hin zum Vertrieb und der Administration. Seit 2016 leitet er nun die Simon & Focke-Niederlassung in Maspalomas – im Süden Gran Canarias. Standortleitung: Das bedeutet Verantwortung für alle Bereiche, vor allem für Wirtschaftlichkeit und Personal/Rekrutierung. „Aktuell trage ich die Verantwortung für rund 50 Mitarbeiter mit drei Teamleitern“, erzählt Maximilian Rieck. Wie sieht ein typischer Tag aus? „Am Morgen verschaffe ich mir erst mal einen Überblick über die Zahlen des vergangenen Tages. Welche Projekte liefen gut, welche



Einfach mal raus: Maximilian Rieck in Maspalomas.

Absolvent
der
Welfen
Akademie

nicht und warum? In diesem Fall geht es natürlich darum, Lösungen zu erarbeiten. Zum täglichen Tagesablauf gehört zudem der Austausch mit meinen Teamleitern sowie den Auftraggebern, die uns mit dem Kundenservice oder dem Verkauf beauftragt haben.“ Aktuell werden in der spanischen Niederlassung der Invitel-Tochter

Wie werden Mitarbeiter integriert?

Clarissa Clavey ist Personalmanagerin der Clavey Automobil Dienstleistungs GmbH & Co. KG. Ein Gespräch über hilfreiches Wissen, optimierte Tools und einfallsreiche Anwerbung.

Porsche setzt bei der Produktion des Panamera und Macan auf eine innovative und nachhaltige Fertigung. Der Karosseriebau im Werk Leipzig ist einer der modernsten in der Automobilbranche. Mitarbeiter der Clavey Automobil Dienstleistungs GmbH & Co. KG (CAD) begleiten nun seit September die Prozesse. „Unsere Aufgabe ist die Instandhaltung der Anlagentechnik im Karosseriebau“, berichtet Clarissa Clavey. Die 24-Jährige hat alle Mitarbeiter für diesen Auftrag rekrutiert. „Das war das erste Projekt nach dem dualen Studium“, erzählt sie.

Nach ihrem Wirtschaftsabitur hatte sie zunächst geplant, Sportmanagement zu studieren. Eine Option war indes auch, im Familienunternehmen Clavey Fuß zu fassen. „Ich wurde auf das Personaldienstleistungsmanagement aufmerksam. In diesem Bereich gab es im Unternehmen Bedarf. Bei der Abwägung ist mir bewusst geworden, dass mich im Fitnessbereich vor allem der Kontakt zu Menschen interessiert: deren Bedürfnisse zu erkennen und gemeinsam



Clarissa Clavey hat seit Herbst Mitarbeiter für 55 Stellen rekrutiert.

Absolvent
der
Welfen
Akademie

einen dynamischen Prozess zu gestalten.“ So begann sie 2013 ein duales BWL-Studium in der Vertiefungsrichtung Personaldienstleistungsmanagement.

Heutiges Resümee: „Das duale System empfehle ich auf jeden Fall weiter. Es gab Momente, an denen ich dachte: Ich kann nicht mehr. Aber es hat mir in kurzer Zeit unheimlich viel gebracht, auch eine Menge Spaß.“ Die Lehre hatte starken Praxisbezug. „Der Weg von der Stellenausschreibung bis zur Besetzung einer Stelle, die Analyse von Stellenprofilen, Details im Arbeitsrecht – viele Beispiele machten Themen greifbar. Wie formuliert man eine Stellenanzeige im Sinne des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes? Wie und warum befristet man Arbeitsverträge? Welche rechtlichen Bestimmungen gelten für Arbeitnehmerüberlassungen? Solches Wissen war sehr hilfreich für den Job.“ In Praxisstudien befasste sie sich u.a. mit Controlling und Vertrieb. „Da lernte ich die verschiedenen Perspektiven kennen, die Denkweisen, Ziele und Strategien. Das ist im Personalbereich unheimlich wichtig.“

Seit letztem Herbst ist Clarissa Clavey Personalmanagerin der CAD und hat seitdem Mitarbeiter für 55 vakante Stellen rekrutiert. Aktuell steht u.a. die Optimierung des Onboarding-Prozesses im Fokus. Kernkompetenz des Unternehmens ist die technische Dienstleistung für die Automobil- und Zulieferindustrie: technische Betreuung, Analyse von Produktionsprozessen, Wartung und Problembehebung. Clavey ist seit 2015 von 350 auf 500 Mitarbeiter gewachsen. So hat die Personalentwicklung einen hohen Stellenwert. Das Ziel ist, neue Mitarbeiter zu integrieren, zu binden und das Know-how standortübergreifend zu nutzen. „Unsere Mitarbeiter haben die Möglichkeit, standortübergreifend und somit im internationalen Austausch in die Prozesse hineinzuschauen. Es gibt fachübergreifende Arbeitsgruppen und pro Quartal einen Workshop mit allen Führungskräften. Wir ermöglichen einen regen Austausch, auch über andere Tools“, berichtet Clarissa Clavey. Für den Standort Polen hat sie jüngst ein digitales Tool für Verbesserungen implementiert. „Was könnte optimiert werden? Die Anregungen aus dem täglichen Doing können alle Standorte einsehen.“ Sie hat den Rekrutierungsprozess optimiert und ein neues Formularwesen hinterlegt – „von der Bedarfsanforderung bis zur Aufnahme eines neuen Mitarbeiters“. Auf das Unternehmen aufmerksam machen, Experten gewinnen: Das sind weitere interessante Aufgaben. In Polen ging Clavey einen progressiven Weg. „Wie kämen interessierte Mitarbeiter aus entfernteren Regionen zur Arbeit? Das war ein Problem. So wurde das Programm ‚Mitarbeiter werben neue Kollegen‘ initiiert. Jeder Mitarbeiter, der neue Kollegen nachhaltig wirbt, bekommt einen Dienstwagen. Diese werden zur Bildung von Fahrgemeinschaften genutzt. Die Aktion ist ein großer Erfolg.“

drei Hauptprojekte betreut. „Im Inbound (Kundenservice) arbeiten wir für ein großes deutsches Unternehmen aus der Wohnungswirtschaft und für einen deutschen Onlineversandhandel für Matratzen. Im Outbound (Verkauf) arbeiten wir für ein großes deutsches Telekommunikationsunternehmen und verkaufen Bestandskunden Tarife inklusive verschiedener Tablets.“

Besonders interessant an seiner Tätigkeit findet er die Rekrutierung. „Man lernt immer wieder neue Menschen kennen und muss sie überzeugen, für uns zu arbeiten. Dieses Thema ist für mich auch gerade Fokusthema. Wir haben eine Kampagne gestartet, mit der wir Deutschen helfen möchten, nach Gran Canaria auszuwandern. Ein Neubeginn ohne die Unsicherheit einer ungewissen Jobsituation.“ Slogan: Einfach mal raus. Die Bewerber erhalten praktische Hilfe bei bürokratischen Wegen und der Suche nach Wohnung und Sprachkurs. Sogar die Flugkosten können übernommen werden. Die hohe Personalfuktuation in der Branche ist eine Herausforderung. Im Büro sitzt Maximilian Rieck vor nebeneinanderstehenden Monitoren, wie in einem Cockpit. Auf dem Regal steht ein Sturzhelm. „Ich fahre mit dem Roller zur Arbeit“, erzählt er. Die Insel kennt er schon seit früher Jugend, von Familienurlaubs. Mit seinem Roller war er inzwischen auch in abgelegenen Gegenden. Manche Touren wurden dabei zu Abenteuern, zum Beispiel die Serpentina der einspurigen Strecke ohne Leitplanken von San Nicolas zum Roque Nublo.

Der Standort in Maspalomas wurde erst im April 2014 eröffnet. Ein wichtiger Schritt, um sich auf dem internationalen Markt zu positionieren. Aufgabe von Maximilian Rieck war es auch, die Startschwierigkeiten auszugleichen. Die ersten Maßnahmen: alle Prozesse klar definieren und Transparenz schaffen – Know-how aus dem dualen Studium. Über die Ausbildung sagt er rückblickend: „Vor allem das betriebswirtschaftliche Allgemeinverständnis und die Erkenntnisse aus dem Fach Führung/Personal/Organisation bringen mich in der täglichen Arbeit voran. Man sammelt aus vielen Modellen Puzzleteile und formt sie zu einem eigenen Modell.“



Pausenblick: Die Terrasse liegt direkt vor der Niederlassung.