

gP Business

gefragte
Persönlichkeiten

Newsletter
der Fakultät
für Wirtschaft



Hochschule
Augsburg University of
Applied Sciences

Sommersemester
2014

Logistik:
Projekte bei MAN

Controlling:
Advanced Software

Weiterbildung:
Neue Kurse



Gäste

MARKETING FÜR BAUINDUSTRIE: VERBANDSSPITZE ZU GAST

Es waren hochkarätige Gäste. Der Präsident des Bayerischen Bauindustrieverbands, **Josef Geiger**, der Vizepräsident, **Prof. h.c. Reinhold Krämmel**, der Referent für Energie und Energiepolitik, **Werner Goller**, sowie der Bauunternehmer

Martin Bacher kamen an die Hochschule Augsburg, um ihre Branche angehenden Absolventen des Master-Studiengangs Marketing/Vertrieb/Medien (MVM) zu präsentieren. Die Spitzenvertreter der Bauindustrie stellten nicht nur den Verband

und seine Arbeit vor, sondern demonstrierten an einem aktuellen Bauprojekt ganz praktisch, dass auch in der Welt des Bauens viel wirtschaftliches Know-how und Vermarktungswissen gefragt ist. Vorher hatten sich die Studierenden bei Prof. Dr. habil. Klaus Kellner mit profilorientiertem Produktmanagement beschäftigt. Fragestellungen wie diese sind für Unternehmen der Bauindustrie mittlerweile sehr relevant. Josef Geiger, selbst erfolgreicher und international tätiger Bauunternehmer aus Oberstdorf, brachte es auf den Punkt: „Wir sind Spezialisten im Bauen. Wir haben aber Nachholbedarf im Marketing. Wir brauchen Leute wie sie.“ Und so hatten die Gäste gleich konkrete Angebote für Masterarbeiten in der Bayerischen Bauindustrie im Gepäck.

Infos: Prof. Dr. habil. Kellner



Prof. Dr. Schnell, Martin Bacher, Prof. h.c. Reinhold Krämmel, Prof. Dr. Uhl, Josef Geiger, Prof. Dr. Feucht, Werner Goller und Prof. Dr. Kellner (v.l.n.r.)

MARKEN WIRKEN JEDEN TAG: BERATUNG BEI BLACKEIGHT

Marken sind seine Spezialität. **Dr. Mathias Hüsgen**, Managing Partner der Münchner Markenagentur BLACKEIGHT, hatte für die Studierenden des Masterstudiengangs Marketing/Vertrieb/Medien (MVM) drei Botschaften mitgebracht. „Strategie ist das Fundament“, „Starke Marken müssen stark geführt werden“ und „Keep it precise and simple“. Er demonstrierte die Bedeu-

tung dieser Grundregeln an Beratungsprojekten bei Automobilherstellern und in der Telekommunikation, also Branchen, in denen die Notwendigkeit differenzierender Marken besonders hoch ist. Sein Gastvortrag zeigte, wie man ein Markenversprechen multisensual vermitteln kann – egal ob auf einem Messestand oder in einem Flagship Store. Er betonte gleichzeitig,

dass sich eine Markenstrategie auch auszahlen müsse und lieferte sogar konkrete Umsatzanalysen aus einem seiner Beratungsprojekte.

Infos: Prof. Dr. Uhl



HOHE SCHULE: PERSONAL SUPPORT



Gerade auch mittelständische Unternehmen sind heute bereit, ihre Führungskräfte systematisch weiter zu entwickeln. Ein Aspekt fällt dabei auf: Manager, die über eine hohe Fach-

kompetenz verfügen, benötigen bisweilen bei der Ausprägung der Sozialkompetenz noch Unterstützung. So genannte Personal Supporter setzen genau dort an und übernehmen eine Coaching-Funktion für das Spitzenpersonal im Unternehmen. Eine Expertin auf diesem Gebiet ließ im Wintersemester 2013/14 Studierende von ihrem Wissen profitieren. **Sabine Schruff** aus Augsburg gab im Kurs Business Behaviour

von Prof. Dr. Gerhard Riegl einen Einblick in ihre Arbeit. Die Studierenden konnten erfahren und üben, wie mit körpersprachlichen Methoden und Fragetechniken vorteilhafte Selbstfindungen angestoßen werden. Bei Führungspersönlichkeiten aus Wirtschaft, Gesellschaft und Politik kann die Methode zu Steigerung von Leistung und Managementqualitäten beitragen.

Infos: Prof. Riegl