Ausgabe 4/2007

WU Magazin

Informationen aus der Wirtschaftsuniversität Wien

Erfolgsgeschichten
Fit für die Karriere mit Jobmesse und Alumni-Club

Departmentserie
Wirtschaftskommunikation & Marketing stellen sich vor

Forschungs-News
Up to date: Journal für Betriebswirtschaft

In Kooperation mit
Die Presse

Liebe Leserinnen und Leser!

Welche Absolventen sind derzeit bei Banken gefragt? Reicht eine Fremdsprache für eine Werbeagentur und wie hoch ist ein Einstiegsgehalt als Trainee?
Wer kennt sie nicht, die wichtigen Fragen bei der Suche nach dem richtigen Arbeitgeber. Die WU sorgt hier für die Studierenden vor: Am 15. November veranstaltet unser Karrierecenter, das Zentrum für Berufsplanung (zBp), die größte Absolventenmesse in Österreich. Dass Karrierewege von WU-Absolventen geradlinig und überraschend zugleich verlaufen können, zeigt unsere Titelgeschichte.

Das neue Rektorat startet mit einem ambitionierten Arbeitsprogramm bis 2011: Wir informieren Sie über Ziele und Maßnahmen. Die Departments für Marketing und Fremdsprachliche Wirtschaftskommunikation stellen ihre Arbeiten in Forschung und Lehre vor. Sie berichten über studienrelevante Inhalte und präsentieren ihre Forschungsschwerpunkte. Die besten WU-Forscher wurden am 10. Oktober in einer zweiten Auflage des „Prämienabends“ erneut für ihre herausragenden Leistungen geehrt. Grund genug für uns, das Journal für Betriebswirtschaft näher vorzustellen. Last but not least, stellen wir Ihnen die Geschäftsführerin des Hotel Sacher und WU-Alumna Elisabeth Gürtler im Portrait vor.

Ich wünsche viel Spaß bei der Lektüre des WU-Magazins!

Barbara Sporn, Vizerektorin für Forschung, Internationales und External Relations

Inhalt

3 **Erfolgs-Geschichte**
An der WU bringen Karrierecenter und Jobmesse Studierende und Unternehmer zusammen: eine Basis für Karrieren.

8 **WU der Zukunft**
Die neuen Ziele des Rektorats für die WU: Internationalisierung und Positionierung in Forschung und Lehre.

10 **Departmentserie**
Die Departments Marketing und Fremdsprachliche Wirtschaftskommunikation im Porträt.

14 **Journal für Betriebswirtschaft**
Die Professoren Gerhard Speckbacher und Nikolaus Franke über ihre Herausgeberschaft.

16 **Frauen vor!**
Frauenförderungsprogramme an der WU nicht nur ein Schlagwort: zahlreiche Möglichkeiten verbessern die Chancen.

17 **MBA Accounting & Taxation**
Was tun, wenn sich in den Bereichen Finanzen und Steuern durch die EU vieles ändert? Weiterlernen.

18 **In Kürze**
Neues aus der WU, Service für Studierende: die aktuellsten Informationen auf einen Blick.

20 **Termine & Rückblick**
Was war, was kommt: die wichtigsten Themen, Termine und Veranstaltungen bis Jänner im Überblick.

22 **Elisabeth Gürtler**
WU-Alumna im Porträt: Wie die WU das Leben prägt. Und vom Glück, allein entscheiden zu können.

Impressum

Medieninhaber, Herausgeber, Redaktion und für den Inhalt verantwortlich:
Wirtschaftsuniversität Wien, 1090 Wien, Augasse 2–6.
Umsetzung:
„Die Presse“ Magazine GmbH & Co KG, 1030 Wien, Hainburger Straße 33, Tel: 01/514 14-Serie.
Geschäftsführung:
Reinhold Gmeinbauer, MMag. Rainer Präsoll.
Art Direktion:
Heimo Novak.
Produktion:
Walter Röhrer, Christian Stutzig.
Anzeigen:
Jochen Schneeberger.
Hersteller:
Niederösterreichisches Pressehaus, Druck- und Verlagsgesellschaft m.b.H., 3100 St. Pölten.

Nicht gekennzeichnete Fotos:
© WU / Stephan Huger

Auf dem Weg zum Traumjob

Eine Top-Ausbildung in der Tasche, aber kein Job in Sicht? An der WU bringen Karrierecenter und Jobmesse Studierende, Alumni und Unternehmer einfach zusammen.

TEXT: ERNST POHN

Am 15. November ist es wieder so weit: Zum mittlerweile 22. Mal findet die jährliche zBp-Absolventenmesse statt, bei der heuer geschätzte 450 Jobs zu vergeben sind. 150 Unternehmen präsentieren sich auf der größten Recruiting-Messe Österreichs den Studierenden und Absolventen der WU, die dort wertvolle Kontakte zu den potenziellen Arbeitgebern knüpfen können. Die Chancen für einen Job stehen gut, sind doch Absolventen der WU gefragte Leute. Mehr als die Hälfte der Wirtschaftsakademiker am Arbeitsmarkt haben an der WU studiert. Die Wirtschaftsuniversität gilt nicht nur in Österreich als Garant für sehr gut ausgebildete Absolventen. Wer einen solchen Studienabschluss vorweisen kann, hat neben Fachwissen auch Ausdauer, Durchsetzungsvermögen und Selbstdisziplin ➤

Laura Beyer (25)
arbeitet seit Mitte September als Marketing-Assistentin bei Shell Direct Austria. Den Job fand sie über den Bewerberpool des zBp.

Welche Vorstellungen hatten Sie für Ihren ersten Job?
Ich wollte unbedingt im Marketing arbeiten, dem Bereich, der mir eindeutig am meisten Spaß macht. Ich wusste bereits seit meiner frühesten Jugend, dass ich einmal im Marketing arbeiten möchte.

Haben Sie während des Studiums Arbeitserfahrung in diesem Bereich gesammelt?
Nein, erst danach. Ich wollte vor allem schnell studieren und gute Noten haben. Während des Studiums hab ich zwar gearbeitet, aber nur in typischen Studentenjobs, um Geld zu verdienen. Ich habe mein Studium in zehn Semestern abgeschlossen und gleich danach zwei Praktika absolviert, eines bei einem Seminarveranstalter, das andere bei einem Elektronikkonzern in München. Ich rate allen Kollegen, gute Praktika zu machen.

Welche Rolle spielte das zBp bei der Jobsuche?
Das ist einfach zu sagen – das zBp hat mir zu meinem Traumjob verholfen! Schon davor sind mir die Mitarbeiter des zBp immer mit Rat und Tat zur Seite gestanden, sei es bei der Karriereplanung oder bei der Auswahl von Seminaren oder Vorträgen.

Wie sind Sie mit ihrem jetzigen Job zufrieden?
Ich fühle mich an meinem jetzigen Arbeitplatz zu 100 Prozent wohl. Die Unternehmenskultur ist ganz toll, die Kollegen sind wahnsinnig nett und die Arbeit selbst ist interessant und abwechslungsreich. Es ist genau der Job, den ich immer haben wollte. Ich hoffe, dass ich lange bei dem Unternehmen bleiben werde und mich in dieser Zeit fachlich weiter verbessern kann.

➤ bewiesen. Eigenschaften, die nicht nur beim Studium, sondern auch im Berufsleben ausschlaggebend sind für den Erfolg.

Traumjob gewünscht

Die gute Ausbildung ist die eine Sache. Später auch den richtigen Arbeitsplatz zu finden, ist die andere, und hierbei unterstützt die WU ihre Absolventen intensiv. Die zentrale Servicestelle dafür ist das Zentrum für Berufsplanung, kurz „zBp". Das zBp hilft den Studierenden nicht erst, wenn nach dem Ende des Studiums Feuer am Dach ist, sondern schon viel früher. Ursula Axmann: „Wir versuchen ab dem ersten Semester mit den Studierenden in Kontakt zu kommen. So können wir helfen, schon während des Studiums die richtigen Weichen für den gewünschten Job zu stellen." Um die Wahl zu erleichtern, lädt das zBp regelmäßig Unternehmen zu Firmenpräsentationen ein. „Dabei erfahren die Studierenden aus erster Hand, wie der Tagesablauf eines Unternehmensberaters oder eines Steuerberaters tatsächlich aussieht. So können sie früh abschätzen, welches Berufsbild zur Persönlichkeit passt." Jährlich organisiert das

„Durch Firmenpräsentationen können die Studierenden früh abschätzen, welches Berufsbild zu ihrer Persönlichkeit passt."
URSULA AXMANN, GESCHÄFTSFÜHRERIN ZBP

zBp insgesamt rund 60 Karriereveranstaltungen, außerdem steht das zBp-Team bei Karrierefragen mit Rat und Tat zur Seite und bietet Services wie Lebenslauf-Check oder Coaching an.
Studierende können sich mit Qualifikationsprofil und Berufswünschen in den zBp-Bewerberpool eintragen und haben Zugriff auf jährlich etwa 1000 Stellenangebote für Wirtschaftsstudierende, die über das zBp veröffentlicht werden.

Praktische Erfahrungen

Die Anforderungen am Arbeitsmarkt haben es mittlerweile unerlässlich gemacht, schon während des Studiums Arbeitserfahrung zu sammeln. „Den Firmen ist es wichtig, dass man den Arbeitsalltag in einem Unternehmen schon kennengelernt hat und mit den damit verbundenen Anforderungen vertraut ist."
Das bestätigt Dr. Peter Truzla, Personalleiter von Henkel Central Eastern Europe. „Während der Studienzeit ein Praktikum absolviert zu haben, ist heute schon Voraussetzung". Truzla achtet wegen der internationalen Ausrichtung seines Unternehmens bei der Auswahl der Bewerber besonders auf deren Auslands-Erfahrungen. „So sehen wir, dass jemand den Mut gehabt hat, sich über die Grenzen hinaus weiterzubilden und Erfahrungen im multikulturellen Umfeld zu sammeln." Sein Unternehmen arbeitet seit der Gründung des zBp mit dem WU-Karrierecenter zusammen. Fast alle Stellenausschreibungen werden bei Henkel über das zBp abgewickelt, die Vergabe von Praktika ebenso.

„Auch Unternehmer haben erkannt, wie wichtig es ist, sich als Arbeitgeber eine gute Marke zu schaffen."
ANDREA TSCHIRF, GESCHÄFTSFÜHRERIN ZBP

Gegründet wurde das zBp 1983, zu einer Zeit, als das Prinzip von Karrierecentern im deutschsprachigen Raum noch gänzlich unbekannt war. Die Motivation für die Gründung war damals keine Notsituation am Arbeitsmarkt, sondern vielmehr das Bestreben, den Studierenden nicht irgendeinen Job, sondern den richtigen zu vermitteln. In den folgenden 24 Jahren leistete das zBp wertvolle Pionierarbeit und stand bei der Einrichtung ähnlicher Servicestellen im deutschsprachigen Raum unterstützend zur Seite. So auch ganz aktuell bei mehreren in Aufbau befindlichen Karrierezentren in Osteuropa.

Jährlicher Höhepunkt der Aktivitäten des zBp ist die Absolventenmesse, die im Austria Center Vienna auf einer Ausstellungsfläche von 6400 Quadratmetern stattfindet.

Jobchance nutzen

Die Unternehmen präsentieren sich dort auf immer größeren Messeständen, beobachtet die verantwortliche Organisatorin, Andrea Tschirf: „Man hat erkannt, wie wichtig es ist, sich als Arbeitgeber eine gute Marke zu schaffen." Bei der Recruitingmesse sind nur Unternehmen beteiligt, die aktuell oder im nächsten Jahr neue Mitarbeiter suchen. Mit den prognostizierten 450 Jobs wird bei der Messe schon ein Viertel der Arbeitsplätze vergeben, die für die jährlich rund 1600 WU-Absolventen benötigt werden. Ein wichtiger Termin also für Alumni, die ihre Chance nutzen sollten. „Man sollte sich schon vor der Messe über die Firmen informieren und entscheiden, bei welchen Unternehmen man vorstellig werden möchte. Mit mehr als zehn Unternehmensvertretern an einem Tag zu sprechen, ist schwer möglich. Auch auf das richtige Outfit sollte man nicht vergessen", gibt Andrea Tschirf Tipps für den Messetag. Heuer wurden auch erstmals fünf hochkarätige CEOs eingeladen, die über ihre persönlichen Karrierewege erzählen werden.

Kontakt halten

Mit dem Eintritt in die Arbeitswelt ist zwar die aktive Studienzeit vorbei, was aber nicht bedeuten muss, die Brücken zur WU vollständig abzubrechen. Ganz im Gegenteil. Damit die Bindung zu jener Stätte, an der einst die Karriere begann, erhalten bleibt, wurde 1995 der WU-Alumni-Club gegründet Zu den 4200 Mitgliedern zählen viele hochkarätige Experten, die in Wirtschaft und Gesellschaft wichtige Positionen einnehmen und sich über den Club weiterbilden, Kontakte knüpfen oder Erfahrungen austauschen können. Rund 70 Events pro Jahr werden vom Alumni-Team auf die Beine gestellt. Der thematische Schwerpunkt liegt auf Weiterbildungs-Veranstaltungen, wie zum Beispiel der neu ins Leben gerufenen Veranstaltungsreihe „WU Talks Business". Wie weit verzweigt das Netzwerk bereits ist, zeigen die in den vergangenen Jahren errichteten ➤

Cornelia Gansch (24)
arbeitet seit 1. Oktober bei Bahlsen als Assistant Brand Manager. Den Job fand sie über den Bewerberpool des zBp.

Welche Vorstellungen hatten Sie für Ihren ersten Job?
Ich wollte unbedingt im Marketing arbeiten und habe mich während meines Studiums schon auf den Bereich spezialisiert.
Als zweites Spezialfach habe ich Personalmanagement gewählt. Ich habe in beiden Bereichen während des Studiums Praktika absolviert und dabei schnell gemerkt, dass mich doch das Marketing mehr interessiert.

Wie haben Sie den Job bekommen?
Ich habe mich mit meinen Jobvorstellungen und Qualifikationen in den zBp-Bewerberpool eingetragen. Kurze Zeit später erhielt ich eine Benachrichtigung über eine für mich passende Stelle.
Zu dem Zeitpunkt war noch nicht klar, um welches Unternehmen es sich handelt, nur dass es in der Konsumgüterbranche tätig sei. Als sich herausstellte, dass es ein Unternehmen für Süßigkeiten ist, war das perfekt für mich. Ich habe danach drei Bewerbungsrunden positiv überstanden, und nun habe ich den Job.

Warum ist dieser Job für Sie genau der richtige?
Ich habe schon mein Praktikum bei einem Süßwarenunternehmen gemacht und kann mich selbst gut mit diesen Produkten identifizieren.
Ich interessiere mich für die Wirkung und Relevanz von verschiedenen Geschmäckern, die ständig einem Wandel unterzogen sind. Es ist eine sehr schnelllebige und abwechslungsreiche Branche und das liegt mir.

Robert Nowotny

schloss 2005 sein Studium an der WU ab und ist jetzt Beach Volleyball-Profi. Er war 1994, 2004 und 2006 österreichischer Meister und nahm 2004 in Athen bei den Olympischen Spielen teil.

Wie ist es zu Ihrer Karriere als Beach Volleyball-Profi gekommen?
Ich habe schon vor und während meiner Studienzeit intensiv Volleyball gespielt, das Studium ist dabei parallel mitgelaufen. Als ich etwa bei der World-Tour unterwegs war, hab ich mir auch Fachbücher mitgenommen, bin aber nicht immer zum Lernen gekommen. Beach Volleyball habe ich dann zum Beruf gemacht, als ich gemerkt habe, dass ich davon auch leben kann.

Gibt es noch Anknüpfungspunkte zu Ihrem Studium?
So weit weg vom Wirtschaftsstudium ist mein Beruf gar nicht. Ich bin selbstständig und muss als Spieler meine eigene Dienstleistung vermarkten. Diese Marketing-Ausbildung habe ich auf der WU erhalten. Mein Arbeitstag bedeutet auch, PR-Termine wahrzunehmen und Selbstmarketing zu betreiben.

Inwieweit hilft Ihnen die Mitgliedschaft im Alumni-Club auch beruflich?
Es ist sehr wichtig, ein Netzwerk zu haben. Dass ich keinen typischen Wirtschaftsberuf habe, ist hierbei kein Nachteil. Als Person, die sich in der Beach Volleyball-Szene vermarkten muss, bringe ich Sichtweisen mit ein, die auf jeden Fall interessant sein können.

Wie geht es beruflich weiter?
Ich bin jetzt 33 Jahre alt und der aktive Sport wird langsam weniger. Ich übernehme immer mehr Aufgaben einer Agentur, kann also vermehrt mein Wissen einsetzen, das ich an der WU gelernt habe.

Marketingexperte, Finanzprofi oder vielleicht Unternehmensberater? Bei der Suche nach dem Traumjob unterstützt die WU ihre Studierenden.

➤ Brückenköpfe etwa in Brüssel, Hamburg, Istanbul, New York, London, Frankfurt oder Paris. Besonders die internationalen Alumni wissen das Gemeinschaftsgefühl zu schätzen, beobachtet Geschäftsführerin Kathrin Schmid-Holubowsky: „Viele erzählen mir, dass sie erst durch den Alumni-Club eine starke emotionale Bindung zur WU aufgebaut haben." Welch unterschiedliche Lebenswege einst ihren Ausgangspunkt auf der WU genommen haben, beschreiben auch einige sehr ungewöhnliche Alumni-Karrierebeispiele. So verdient Mag. Robert Nowotny heute sein Geld als Beach Volleyball-Profi. Pater DDr. Paul Bernhard Wodrazka wurde im Oktober 2005 von Kardinal Schönborn zum Diakon geweiht und ist heute Religionslehrer am Akademischen Gymnasium Wien und am Privatgymnasium Sacré Coeur. An der WU studiert zu haben, heißt nicht nur, hier eine der Ausbildung genossen zu haben. Es ist die Zugehörigkeit zu einer Institution, die im besten Fall ein ganzes Leben lang weiterbesteht. ■

zBp – Zentrum für Berufsplanung: www.zbp.at
Absolventenmesse: www.zbpabsolventenmesse.at
WU-Alumni-Club: www.alumni.at

Paul Wodrazka

gehört der Kongregation des Oratoriums des hl. Philipp Neri an. Er schloss 2001 sein Doktoratsstudium an der WU ab.

Im Mai 2006 wurde er zum Priester geweiht. Pater Wodrazka ist nach zweijähriger Tätigkeit als Religionslehrer Kaplan an der Pfarre St. Rochus.

Wie ist es zu ihrer religiösen Laufbahn gekommen?
Bei mir kam der Entschluss, Priester zu werden, schrittweise während des Doktoratstudiums an der WU. Irgendwann stand für mich ganz klar fest: Ich möchte Priester werden. Und dann habe ich nach dem Doktorat die Konsequenzen gezogen.

Bei welchen Gelegenheiten können Sie Ihre wirtschaftliche Ausbildung nutzen?
Das an der WU erlernte „Handwerkszeug" kann ich heute gut im seelsorglichen Bereich nützen. Auch in meiner Pfarre lässt sich vieles durch methodisches Vorgehen, Organisation, Ablaufplanung, Mitarbeiterführung und -motivation, Marketing, Finanzierungskenntnisse usw. optimieren. Die exzellente Ausbildung in den Wirtschaftssprachen erleichtert mir meine Arbeit für die Kirche bei der fremdsprachigen Seelsorge: Messen, Beichten ... Die intensive Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten hilft mir auch enorm bei der Erstellung von wissenschaftlichen Arbeiten.

WU-ZIELE

Internationale Position ausbauen

Die Ziele des neuen Rektorats: Führende wirtschafts- und sozialwissenschaftliche tertiäre Bildungseinrichtung in Österreich bleiben, eine der Top fünf im deutschen Sprachraum werden und unter die Top 15 in Europa kommen. TEXT: CHRISTIAN LENOBLE

Am 1. Oktober begann für Christoph Badelt und sein Vizerektoren-Team die neue Rektorats-Amtszeit. Die zentralen Zielsetzungen bis 2011 sind klar abgesteckt: „Wir wollen die WU als führende wirtschafts- und sozialwissenschaftliche tertiäre Bildungseinrichtung in Österreich erhalten, sie als eine der Top fünf im deutschen Sprachraum und unter den Top 15 in Europa etablieren“, so Badelt. Ziele, die nur erreichbar seien, wenn die WU international noch besser positioniert wird.

Dementsprechend intensiv gestalten sich die Bemühungen in Richtung Internationalisierung. Auf dem künftigen Programm stehen englischsprachige Masterprogramme und die internationale Akquisition von Studierenden. Gleichzeitig arbeitet die WU langfristig am Aufbau einer Undergraduate und einer Graduate School. Ein weiteres Betätigungsfeld, das in Zukunft weiter ausgebaut werden soll, sind das internationale Branding und eine verstärkte Repräsentanz von WU-Angehörigen wie etwa auf Konferenzen, Messen, Tagungen.

Bündel an Aktivitäten

Auch die Alumni-Arbeit soll ausgebaut und in die Gesamtstrategie eingebaut werden. Im Bereich der Lehre stehen für Vizerektor Karl Sandner ebenso große Herausforderungen an: Die Umsetzung der Bachelor-, Master- und Dr.-/Ph.D.-Studien muss umgesetzt werden - mit einer gleichzeitigen Sicherung des Lehrangebots und einer vorausplanenden Organisation des Studienzugangs insbesondere zu den Master- und Dr.-/Ph.D.-Studien. Für die Studieneingangsphase plant die WU außerdem Maßnahmen zur Reduzierung der Dropout-Rate und allgemeinen Studiendauer.

Insgesamt ein Bündel an Aktivitäten, das nicht zuletzt die langfristige EQUIS (European Quality Improvement System) Re-Akkreditierung sicherstellen soll. Denn, so Rektor Badelt: „Das im Februar 2007 erstmals erhaltene Qualitätsgütesiegel EQUIS ist für uns die Bestätigung, zur internationalen Spitzenklasse zu gehören.“

Qualitätssicherung

Was den Arbeitsbereich „Wissenschaftliches Personal“ betrifft, sind in Zukunft entscheidende personelle Erneuerungen an der WU vorgesehen. So sollen bis 2011 bis zu 25 Berufungsverfahren von Professoren durchgeführt werden. Bei der Kandidatensuche wird besonders auf die Forschungskompetenz geachtet. Geplant ist, den Anteil von Neuberufungen aus dem nichtdeutschsprachigen Ausland und jenen von Frauenberufungen signifikant zu steigern.

Bezüglich der Verbreiterung der Basis für Top-WU-Forschung wird der Ausbau der Forschungsförderungsprogramme für WU-Angehörige (Forschungsverträge, Unterstützung von Internationalisierung, etc.) vorangetrieben. „Wir fahren gewissermaßen eine Doppelstrategie. Auf der einen Seite gilt es, die Jungen in ihren Internationalisierungsbemühungen tatkräftig zu unterstützen. Auf der anderen Seite ist es wichtig, erfahrene WU-Angehörige von Aufgaben in Lehre und Verwaltung etwas freizuspielen, damit sie ihren Forschungsaktivitäten optimal nachgehen können.“

„Die Jungen in ihren Internationalisierungsbemühungen unterstützen, erfahrene WU-Angehörige in ihren Forschungsaktivitäten optimal einsetzen."

CHRISTOPH BADELT, REKTOR

Weitere Pläne: der verstärkte Einsatz von Gastprofessoren, § 99-Professuren (auf zwei Jahre befristete Professur), außerordentlicher Professoren und Privatdozenten, die Anpassung der Personalstrukturpläne an den Kollektivvertrag sowie die Frauenförderung, vor allem in der Nach-Doktoratsphase.

Stärkere Betreuung

Auch im strategischen Hauptfeld „Lehrqualität“ stehen bis 2011 Veränderungen ins WU-Haus. Grundsätzliche Ziele sind der Ausbau von Lehrkapazitäten und die Verbesserung der Betreuungsrelationen. Erreicht werden soll dies unter anderem durch politisches Lobbying für ein höheres Budget, neue Professorenstellen, vor allem in Engpassbereichen, sowie den Aus- und Aufbau der Tutorenstellen und der E-Learning-Betreuung. Verbesserungen sind auch in Sachen Qualitätsmanagement (QM) zu erwarten.

Dafür Sorge tragen sollen künftig die Einbindung der Departments in die generelle QM-Strategie im Lehr- und Forschungsbereich, die Neuausrichtung und regelmäßige Durchführung von Absolventenbefragungen, die Definition von Learning Outcomes für Studienprogramme, die Evaluierung der Bachelorprogramme und der SBWLs (spezielle Betriebswirtschaftslehren) sowie der Ausbau eines Teaching Support-Programms.

Bezüglich der Umsetzung der Bologna-Ziele, mit der im vorigen Jahr begonnen wurde, stehen bereits erste Masterprogramme (Wirtschaftsrecht und Wirtschaftspädagogik) im Lehrangebot. An der Einführung der künftigen Programme wird gearbeitet, größere Dimensionen sind 2009 und 2010 zu erwarten. „Wir streben einen behutsamen und gewissenhafter Übergang an“, so Rektor Christoph Badelt.

V. l. n. r.: Rektor Christoph Badelt, Karl Sandner (Vizerektor für Lehre), Eva Eberhartinger (Vizerektorin für Finanzen), Michael Holoubek, (Vizerektor für Infrastruktur und Personal), Barbara Sporn (Vizerektorin für Forschung, Internationales und External Relations)

Neubau

Last but not least steht die neue Rektorats-Amtsperiode natürlich auch im Zeichen des Universitäts-Neubaus. So wird die WU ihre Kräfte künftig am Standort Messe-Südportalstraße auf einer Grundstücksfläche von knapp 90.000 Quadratmetern konzentrieren und damit dem bisherigen Umstand, eine mit insgesamt vier Standorten „zerrissene“ Universität zu sein, ein Ende setzen.

„Das Grundstück bietet hervorragende Möglichkeiten: Wir schaffen eine campusartige Atmosphäre in der Nähe des Stadtzentrums und verfügen darüber hinaus über eine optimale öffentliche Anbindung in Form von zwei U-Bahnstationen“, freut sich Badelt, der auch damit rechnet, mit dem angrenzenden Messegelände gegenseitige Synergien in der Raumnutzung für Großveranstaltungen schaffen zu können. ■

Achtung Sprachfalle!

Das Department für Fremdsprachliche Wirtschaftskommunikation – Sprache und Kommunikation als grundlegende Elemente des wirtschaftlichen Handelns. TEXT: CHRISTIAN LENOBLE

WOLFGANG OBENAUS
Departmentvorstand Fremdsprachliche Wirtschaftskommunikation

Department für Fremdsprachliche Wirtschaftskommunikation
- Englische Wirtschaftskommunikation
- Romanische Sprachen
- Slawische Sprachen

Wer sich in Amerika bei einem Businessgespräch als „procurer from Austria" vorstellt, sollte auf überraschte Reaktionen gefasst sein. Der „Prokurist" als „Zuhälter"? Nur eine von zahllosen Anekdoten zum Thema Sprachfalle. Schenkt man einer Umfrage des englischen Informationsmanagement-Unternehmens SDL International Glauben, erleiden acht von zehn Unternehmen mehr oder minder schwerwiegende Verluste allein durch Übersetzungsfehler.

Wie wichtig in Zeiten von Globalisierung und Internationalisierung der möglichst präzise Umgang mit Fremdsprachen ist, wird in Wirtschaftskreisen schon lange nicht mehr geleugnet. Dass Fremdsprachen an einer Wirtschaftshochschule nicht nur durch Sprachlektoren, sondern auch im Rahmen vollwertiger akademischer Einheiten betreut werden, ist eine Besonderheit der WU. Eine Auffälligkeit, die nicht nur das Institut für Englische Wirtschaftskommunikation, sondern auch jene für Romanische und für Slawische Sprachen betrifft - drei Institute, die 2005 zwecks Bündelung der Kompetenzen zu einem Department zusammengefasst wurden, und die neben dem starken Bezug zur Lehre auch im Bereich der Sprachforschung ein stetig wachsendes Engagement zeigen.

Kommunikationsbasis

„Wir verstehen Sprache(n) und Kommunikation als grundlegende Elemente der Wertschöpfung allen wirtschaftlichen Handelns", bringt Departmentvorstand Wolfgang Obenaus das Leitbild auf den Punkt und betont, dass sämtliche Sprachen (Englisch, Französisch, Spanisch, Italienisch, Russisch) CEMS-akkreditiert sind (die Community of European Management Schools ist ein exklusives europäisches Netzwerk von 17 Universitäten). Die Zielsetzung, Kompetenz in der Wirtschaftskommunikation zu vermitteln und zu optimieren, basiert dabei in der Lehre auf einem Drei-Säulen-Konzept. Die Lehrveranstaltungen widmen sich den Bereichen kommunikative Kompetenz (zum Beispiel Textproduktion und -rezeption, Verhandlungen, Präsentationen), fachsprachliche Kompetenz (Terminologie ausgewählter Bereiche wie Außenwirtschaft, Finanzmärkte, Marketing, etc.) und interkulturelle Kompetenz (unter anderem Kenntnisse anderer Kultur- und Wirtschaftsräume sowie Strategien im Umgang mit diesen).

„Nach Durchlaufen des Lehrprogramms sollten die Absolventen für berufliche Einsätze jeglicher Art mit internationaler Ausrichtung qualifiziert sein", so Martin Stegu, Mitbegründer des österreichischen Verbandes für Angewandte Linguistik und Universitätsprofessor für Romanische Sprachen an der WU. Dafür zeichnen eine Reihe von Maßnahmen verantwortlich: Training von sozial-kommunikativen Kompetenzen in der/den gewählten Fremdsprache(n), Zusatzangebote wie Fachexkursionen und Einladungen von Praktikern und Experten, innovative Lehre am Beispiel von mehrsprachig abgehaltenen Seminaren oder die Organisation von Sommerkollegs, individuellen Sprachaufenthalten und Auslandssemestern über Universitätspartnerschaften, die von Departmentmitgliedern betreut werden.

Reflexion und Forschung

Die Aufgaben des Departments für Fremdsprachliche Wirtschaftskommunikation erschöpfen sich freilich nicht im Abhalten von Lehrveranstaltungen. „Hintergrund und Basis der Lehre sind Reflexion und Forschung", betont Obenaus die Bedeutung der sprach- und kommunikationsbezogenen Forschungsleistungen am Department, „die sowohl für die WU selbst als auch für Unternehmen große Relevanz haben." Wiederum sind es drei Themen, die prioritär bearbeitet werden: Diskurse im mikro- und makroönomischen Kontext (Unternehmenskommunikation, Sprachenpolitik, Wirtschaftsdiskurse in Massenmedien), Fachlexik- & Terminologieforschung (sektorale Fachterminologie im International Business, Produkt- und Markenonomastik, ...) sowie Cultural Studies & Sprachlehr/lernforschung (zum Beispiel interkulturelle Pragmatik, Language Awareness, Spracherwerbsstrategien, E-Learning ...).

Monatliche Linguistikzirkel, an denen Forscher aller drei Institute teilnehmen und aktuelle Forschungsfragen diskutieren, sowie eine jährliche Forschungsklausur des Departments sorgen dafür, dass diese Schwerpunkte für die Departmentmitglieder handlungsleitend bleiben und neue Forschungsvorhaben integriert werden können. „Departmentintern soll unsere Arbeit vernetzend und identitätsstiftend wirken. Nach außen präsentieren wir uns als Informationsplattform und Drehscheibe für den wissenschaftlichen Austausch und als Anlaufstelle der Wirtschaft für forschungsbasierte Expertise im Bereich Sprache und Kommunikation", so Obenaus. Der intensiven Vernetzung mit ähnlich gelagerten Sprach- und Kommunikationsdepartments führender europäischer Universitäten (zum Beispiel Helsinki School of Economics, Copenhagen Business School) wird dabei große Bedeutung beigemessen. Die USP des Departments sieht der Vorstand vor allem in der Konzentration auf wirtschaftsbezogene Forschung – ein Aufgabengebiet, das künftig durch jährlich organisierte, internationale Fachsymposien sichtbarer gemacht werden soll.

„Durch diesen Wirtschaftsbezug unterscheiden wir uns von allgemein philologischen Instituten wie beispielsweise jenen der Anglistik, Romanistik und Slawistik der Universität Wien", so Obenaus. ➤

FOTO: PUBLIQUE / JULIA FUCHS

Das Department in Kürze:

Personal:
– sechs Professoren,
– vier außerordentliche Professoren und Dozenten,
– 22 Assistenten und wissenschaftliche Mitarbeiter,
– 72 Lehrbeauftragte und Lektoren

Im WS 2006/07 13.000 Anmeldungen zu Lehrveranstaltungen

Unterrichtete Sprachen:
Englisch, Französisch, Italienisch, Spanisch, Russisch und Tschechisch.

Vermittlung Grundkenntnisse:
Portugiesisch, Rumänisch, Bosnisch/Kroatisch/Serbisch, Polnisch, Ungarisch, Arabisch, und Chinesisch.

SERIE DEPARTMENTS: TEIL 2

Alles ist Marketing

Das Department für Marketing: Vier Institute, eine Abteilung, assoziierte Gesellschaften und eigene Zeitungen machen es zu einem der größten der WU. TEXT: CHRISTIAN LENOBLE

FRITZ SCHEUCH
Departmentvorstand Marketing

Department für Marketing
- Marketing-Management
  - Projektmanagement
- Internationales Marketing & Management
- Handel & Marketing
- Werbewissenschaft & Marktforschung

Es ist eines der größten Departments der WU, das sogar auf departmenteigene Zeitschriften („Der Markt – Zeitschrift für Absatzwirtschaft und Marketing“, „transfer – Werbeforschung & Praxis) verweisen kann. Die Rede ist vom Department für Marketing, das unter dem Vorstand des ehemaligen WU-Rektors Fritz Scheuch für Forschung und Lehre im Themenkreis Marketing verantwortlich ist. Und sich dabei in vier Institute (Marketing-Management, Internationales Marketing & Management, Handel & Marketing, Werbewissenschaften und Marktforschung) sowie eine Abteilung für Projektmanagement gliedert. Dem Department assoziiert sind die Gesellschaft für Absatzwirtschaft und die Werbewissenschaftliche Gesellschaft. Enge Kooperationen bestehen zudem mit dem Forschungsverein HiTec Marketing, der seinen Ursprung in der WU-Abteilung Marketing hat und dessen vorrangiges Ziel es ist, neues Wissen und Kompetenzen im Bereich Technologiemarketing zu generieren. „Die Lehrtätigkeit umfasst im ordentlichen Studium Grundlagen sowie spezielle BWLs, die die inhaltlichen Schwerpunkte der einzelnen Institute widerspiegeln“, umreißt Scheuch das Leitbild des Departments. Für das Institut für Marketing-Management, „Nachfolger“ des traditionsreichen Institut für Welthandelslehre, ist der Departmentvorstand seit 1979 als Leiter verantwortlich.

Zahlreiche Angebote

„Wir sind in allen Studienabschnitten mit Marketinglehrveranstaltungen vertreten, betreuen rund vierzig Diplomarbeiten pro Jahr und haben mehrere Doktoratsprojekte zu jeweils aktuellen Forschungsthemen laufen“, so Scheuch über die Lehrtätigkeit des Instituts. Zu den weiteren Aktivitäten zählen die Zusammenarbeit mit der Abteilung Projektmanagement im Universitätslehrgang für Internationales Projektmanagement, die Mitwirkung im Bereich der Weiterbildung am Universitätslehrgang für Werbung und Verkauf, die Ausarbeitung von internationalen MBA-Programmen (EMBA, Executive MBA Projektmanagement) oder die Durchführung von In-house-Lehrveranstaltungen und Weiterbildungsprogrammen für kooperierende Firmen, unter anderem im Professional MBA Public Auditing für den Österreichischen Rechnungshof.

Anwendungsorientierung

Punkto Forschung ist das Institut zusätzlich zu den institutsindividuellen Forschungsaufgaben in sektoralen Vertiefungsgebieten (Dienstleistungsmarketing, High-Tech-Marketing, Non-Profit-Marketing, etc.) in die institutsübergreifenden Schwerpunkte integriert: Konsumentenverhaltensforschung (Kundenzufriedenheitsforschung, Imageforschung, Marken- und Positionierungsforschung), Entscheidungsunterstützungssysteme (Methodenentwicklung für komplexe Entscheidungstatbestände in Handel und Marketing, Sortimentsoptimierung, Logistik und Supply-Chain-Management etc.), Unternehmensführung und Marketingstrategie unter globalen, internationalen und europäischen Rahmenbedingungen.
„Lehre und Forschung sind insbesondere durch ihre Anwendungsorientierung gekennzeichnet. Die Studierenden sollen unter Einsatz von Denkmodellen, Methodenwissen und Analyseverfahren befähigt werden, Marketingentscheidungen zu bearbeiten“, so Scheuch zu den Institutszielen. Auch am Institut für Handel & Marketing wird der Praxisbezug und -dialog als besonderes Anliegen herausgestrichen. Die Mitarbeiter des Instituts befassen sich in Forschung und Lehre schwerpunktmäßig mit marketingspezifischen Problemstellungen der Handelsbetriebe, deren institutionelle Besonderheiten besonders berücksichtigt werden, wenn es darum geht, den Studierenden eine fundierte Ausbildung zu ermöglichen.
Der Fokus auf Wissensbildung im Bereich des internationalen Marketing wird am Institut für International Marketing & Management gelegt. Damit einher gehen die Bestrebungen, Forschungsergebnisse in Top-Fachzeitschriften zu veröffentlichen und im Rahmen der Lehre innovative Ansätze in Fallstudien, sogenannten Simulationen und Live-Cases, zu erarbeiten.
Das Institut für Werbewissenschaft & Marktforschung sieht sich als Dienstleister zur Entwicklung und Vermittlung von Wissen über das Verhalten von Menschen in ihrer Rolle als Konsumentinnen und Konsumenten. „Durch eine intensive Zusammenarbeit mit der Wirtschaftspraxis in Forschung und Lehre möchten wir unseren wichtigsten Kunden, nämlich den Studierenden, eine praxisnahe Ausbildung mit höchster Qualität bieten, die ihre berufliche Karrierechancen verbessert“, erklärt Institutsvorstand Günter Schweiger. Das Training von Soft Skills wie Gruppenarbeit und Präsentationstechniken soll dabei helfen, Ideen im Berufsalltag rasch und wirksam zu kommunizieren und zu verwirklichen. Die Absolventen scheinen die Bemühungen zu danken: Das Institut für Werbewissenschaft & Marktforschung wurde im Rahmen einer WU-Befragung in Sachen Ausbildungsqualität 2005 und 2006 an die Spitze gereiht. ■

Ein Klassiker: die Marketing-Ausbildung an der WU.

Das Department in Kürze:

vier Institute:
- *Marketing-Management*
- *Internationales Marketing & Management*
- *Handel & Marketing*
- *Werbewissenschaft & Marktforschung*

eine Abteilung:
- *Projektmanagement*

Personal:
- *sechs Professoren*
- *zwei Honorarprofessoren*
- *28 Wissenschaftliche Mitarbeiter*
- *73 Lektoren und Vortragende aus der Praxis*

110 Lehrveranstaltungen im aktuellen WS 2007/08

FORSCHUNG

Ausgezeichnete WU-Forscher des zweiten Prämienabends am 10. Oktober im Festsaal der WU.

Wissenschaft publik machen

Die Professoren Nikolaus Franke und Gerhard Speckbacher hielten am zweiten WU-Prämienabend einen bemerkenswerten Vortrag. Kein Wunder, sind sie doch als Herausgeber des Journals für Betriebswirtschaft (JfB) Experten für wissenschaftliche Publikationen.

TEXT: CLAUDIA DABRINGER

Asia Pacific Journal of Management, Decisions in Economics and Finance, International Entrepreneurship and Management Journal – der Markt an betriebswirtschaftlichen Fachzeitschriften ist groß, weil über den ganzen Globus verteilt. Ein Großteil der Zeitschriften ist in englischer Sprache verfasst. Eine Ausnahme bildet das JfB.

Seit über 50 Jahren begleitet die Zeitschrift Studierende, Wissenschaftler und Interessierte durch die BWL-Welt. Und obwohl sie damit zu den traditionsreichsten und ältesten wissenschaftlichen Zeitschriften gehört, hat man 2005 eine neue Richtung eingeschlagen: „Wir haben damals eine Lücke gefüllt. Denn es gab kein Medium, das wissenschaftlich anspruchsvolle Artikel zur State-of-the-Art publiziert hat“, sagt Nikolaus Franke, Professor für Entrepreneurship und Innovation an der WU. Gemeinsam mit Gerhard Speckbacher, Professor für Unternehmensführung, gibt Franke das Journal für Betriebswirtschaft vierteljährlich heraus. Neben den beiden Herausgebern garantiert ein international hochkarätig besetzter wissenschaftlicher Beirat die Qualität des JfB. Die Mitglieder sind weltweit tätige Spitzenforscher mit unterschiedlichen fachlichen Schwerpunkten, u. a. vom MIT, den Universitäten Harvard und Stanford, der Pennsylvania State Unitersity, der Universtät Zürich, der Universität zu Köln oder der Universität Mannheim.

Internationaler Standard

Im Gegensatz zu Spezial-Zeitschriften über Teilbereiche wie Marketing, Finanzierung oder Organisation hat das JfB den Anspruch, einen Überblick über Themen zu geben, die schwer einzufangen sind. Schließlich ist es schwierig, die vielen parallelen Entwicklungen, Linien und Erkenntnisse einzufangen und eine Tendenz festzustellen. Wer das schafft und im Journal erscheint, weist sich als ausgesprochener Experte aus: „Unsere Autoren untermauern ihren Ruf als Fachleute im entsprechenden Gebiet, indem sie das Thema gründlich aufbereiten“, sagt Franke. Größtenteils in deutscher Sprache, erscheint das Heft in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Die Artikel hingegen widmen sich dem internationalen Stand der Forschung: „Publiziert wer den im JfB ausschließlich Beiträge von Fachexperten, die einen Überblick über die aktuellen, internationalen Forschungsergebnisse zu diesem Thema haben“, erklärt Gerhard Speckbacher. Wie renommiert das Medium ist, zeigt die Ablehnungsquote. Auf einen veröffentlichten Artikel kommen fünf eingereichte Texte. Das doppelblinde Begutachtungsverfahren ist hart. Dabei geben mindestens zwei Experten auf dem jeweiligen Gebiet ihre Einschätzung ab, die Aufsätze werden gründlich und konstruktiv geprüft. Der wissenschaftliche Beirat aus international führenden Betriebswissenschaftlern sichert die Qualität der Zeitschrift zusätzlich.

Wer es schließlich ins Heft geschafft hat, bekommt noch eine weitere Möglichkeit, seine Reputation zu steigern. Einmal jährlich verleiht das Journal den „Best Paper Award“ und ehrt damit Aufsätze aufgrund ihrer Innovationskraft, besonderen Qualität oder wegweisenden theoretischen Erkenntnis.

Große Bandbreite

Die Themen entstammen allen Zweigen der Betriebswirtschaft, ein zugegebenermaßen weites Feld. „Wir freuen uns auch über Artikel zu Themen wie ‚Die Bedeutung von Vertrauen in Unternehmenskooperationen‘ oder ‚Erkenntnisse der experimentellen Psychologie zu den Wirkungen erfolgsabhängiger Vergütung‘“, erläutert Gerhard Speckbacher. Die Klammer: Theorien, Methoden oder empirische Phänomene.

Neben typischen Themen wie beispielsweise wertorientierter Unternehmensführung oder Innovationsmanagement haben so auch Inhalte wie die Behandlung der „Open Source“-Software und ihre Entwicklung Platz im Journal für Betriebswirtschaft. Wichtig dabei ist aber: Verständlichkeit, Verständlichkeit, Verständlichkeit! „Im Vordergrund stehen nicht technische Details, sondern die wesentlichen Ideen, Erkenntnisse und Entwicklungstendenzen in einem aktuellen Forschungsfeld“, sagt Speckbacher. Dieser Anspruch hängt auch mit der Zielgruppe des Mediums zusammen. Es liegt nicht nur auf den Pulten von Betriebswissenschaftlern, sondern auch auf den Schreibtischen von interessierten Praktikern mit Vorbildung.

Geschichten mit Nutzwert

„Mir ist das sehr recht“, freut sich Nikolaus Franke über den großen Leserkreis. Und weil der Unterschied zwischen Wissenschaftlern und Menschen aus der Praxis klein ist, entstehen Geschichten mit Nutzwert. Beispiele dafür sind Franziska Völckners „Methoden zur Messung individueller Zahlungsbereitschaft“, Klaus Brockhoffs Aufsatz über den Zusammenhang zwischen Technologie, Innovation und Corporate Governance sowie Heribert Gierls und Sandra Reichs „Erklärung der persuasiven Wirkung von Werbung“. Letzteres wurde übrigens 2005 mit dem Best Paper Award des Journals ausgezeichnet. ■

Herausgeber des Journals für Betriebswirtschaft (JfB): die Professoren Gerhard Speckbacher (oben) und Nikolaus Franke.

International wahrnehmbare Forschung

Die heuer bereits zweite Prämienveranstaltung fand am 10. Oktober im Festsaal der WU statt. Ziel ist es dabei, exzellente Leistungen von WU-Angehörigen in Lehre und Forschung öffentlich darzustellen.
Besonders innovative und qualitativ hochwertige Lehrveranstaltungen wurden ebenso prämiert wie herausragende wissenschaftliche Publikationen in international anerkannten Top-Journalen sowie Top-Forschungsprojekte.

In folgenden Kategorien würden Prämien vergeben:

- *Innovative Lehrveranstaltungsdesigns*
- *Innovative Lehrprojekte*
- *Top-Journal-Artikel*
- *Top-Forschungsprojekte*

Forschungsportal der WU:
www.wu-wien.ac.at/forschung

Journal für Betriebswirtschaft
www2.wu-wien.ac.at/jfb

Der Wissenschaftsbetrieb wird weiblich

Frauenförderung an der WU: Die ersten acht Wissenschaftlerinnen haben das interne Karriereprogramm der WU absolviert. Besonders profitabel: das Netzwerken. TEXT: CLAUDIA DABRINGER

Gleich vorneweg: Das 2006 gestartete Karriereprogramm für WU-Wissenschaftlerinnen wird sehr gut angenommen. „Das ist insbesondere vor dem Hintergrund bemerkenswert, dass es sich dabei um ein recht zeitintensives Weiterbildungsangebot handelt und zeigt, wie viele Frauen ein Interesse haben, sich intensiv mit ihrer Karriere in der Wissenschaft zu beschäftigen“, so der Initiator des Frauenförderprogramms, Rektor Christoph Badelt. Acht Teilnehmerinnen haben das Programm bisher durchlaufen. Im Zentrum stehen die Reflexion der eigenen Karriere im Kontext der Scientific Community, die Entwicklung von persönlichen Zielen sowie konkrete Strategien zu deren Erreichung.

Effektive Zielsetzung

„Mir hat das Frauenprogramm geholfen, meine Ziele neu zu definieren und zu strukturieren. Durch die Reflexion und die vielen Gespräche in der Gruppe habe ich gelernt, schwierigen Situationen mit mehr Gelassenheit und Zuversicht zu begegnen“, erläutert Absolventin Lisa Gärber vom WU-Institut für Internationales Marketing und Management. Wenn das Programm im November 2007 wieder startet, werden auch die sogenannten Expert Dinners Teil davon sein. Hier können sich die Teilnehmerinnen mit arrivierten Wissenschaftlerinnen der WU in informellem Rahmen treffen und netzwerken, was das Zeug hält. „Der intensive Austausch mit den anderen Teilnehmerinnen wie auch die Expert Dinners haben uns sehr persönliche Einblicke in andere Karriereverläufe gewährt“, erzählt Irene Pollach vom WU-Institut für Englische Wirtschaftskommunikation.

Frauenanteil steigt

Gemäß eines entsprechenden Planes soll der Anteil an Frauen in leitenden Funktionen und beim wissenschaftlichen Personal auf mindestens 40 Prozent steigen. Knapp elf Prozent der Professoren sind Frauen, 19 Prozent der Dozenten und 35 Prozent der Assistenten sind weiblich. Damit liegt die WU über dem Durchschnitt der österreichischen Universitäten, an denen rund 29,7 Prozent der Assistenten weiblich sind. Im wissenschaftlichen Bereich liegt die Quote bei 39 Prozent, in der Universitätsleitung sind zwei von fünf Positionen mit Frauen als Vizerektorinnen besetzt. Auch die Leitung des Senats wird von einer Frau wahrgenommen. Auslandsaufenthalte von Wissenschaftlerinnen werden ebenfalls unterstützt, wenn auch nicht explizit. Wer aus dem Bereich Sozial- und Wirtschaftswissenschaften ein Dr. Maria-Schaumayer-Habilitationsstipendium bekommt, kann forschen, ohne sich mit allgemeinen Lehr- und Verwaltungsarbeiten zu belasten. Und das kann auch im Ausland sein. ■

MBA zu treuen Händen

Der Professional MBA bietet eine neue Spezialisierung für Steuerexperten und Wirtschaftstreuhänder: Accounting & Taxation. TEXT: CLAUDIA DABRINGER

Kleine und mittlere Betriebe lagern Buchhaltung und Bilanzierung aus, Unternehmen müssen Prüfungen vor einem Börsengang oder einer Übernahme bestehen, Qualitäts- und Kostenkontrolle müssen sich internationalen Anforderungen beugen – es tut sich viel auf dem Treuhand-Sektor. Da sich das Betätigungsfeld immer wieder wandelt und wächst, ist Fachwissen absolut notwendig: „Besonderer Wert wurde auf die Inhalte gelegt, die auf die heutigen Anforderungen an Wirtschaftstreuhänder und Steuerexperten zugeschnitten sind. Aufgrund dessen ist dieses Programm die europäische State-of-the-Art-Ausbildung“, sagt Romuald Bertl, akademischer Lehrgangsleiter des Professional MBA Programs Accounting & Taxation.

Effizienter Wissenstransfer

Entwickelt wurde das Programm von der Executive Academy der WU und der Akademie der Wirtschaftstreuhänder „als modernes, beratungsorientiertes, akademisches Studium“, wie es Geschäftsführer Gerhard Stangl definiert. Das Professional MBA Program Accounting & Taxation dauert 18 Monate, wovon sechs Monate den diversen Bereichen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre und die restlichen zwölf Monate der Spezialisierung und Vertiefung gewidmet sind. Konkret: Im Common Body of Knowledge werden die Teilnehmer auf ein gemeinsames Niveau gebracht, eignen sich aktuelles General-Management-Wissen an und vertiefen es. Während der folgenden Module können sich die Teilnehmer auf fünf Bereiche spezialisieren: Accounting, Controlling, Valuation, Taxation und Corporate Governance. Als Abschlussarbeit ist dann eine Master Thesis zu schreiben.
Begleitet werden die Teilnehmer von qualifizierten Professoren aus dem In- und Ausland sowie von Experten aus der Praxis, die einen effizienten Wissenstransfer garantieren. Schließlich umfasst allein der Pool der WU 440 Forscher, die wissenschaftliche Vielfalt repräsentieren. Von Praktikern wie Theoretikern profitieren Absolventen dieser Qualifizierungsschiene dreifach: Erstens erhalten sie aktuelles Know-how für die Lösung komplexer Fachprobleme, zweitens zusätzliche Führungs- und Beratungskompetenzen und drittens den Zugang zu einem exklusiven Netzwerk von Kollegen.
Zielgruppe dieses berufsbegleitenden, geblockten Programms sind Steuerberater und Wirtschaftsprüfer sowie Rechungs- und Steuerexperten aus Unternehmen. Voraussetzung zur Teilnahme ist ein international anerkannter erster Studienabschluss und mindestens zwei Jahre einschlägige Berufserfahrung. Das Programm startet im April 2008. ■

www.executiveacademy.at/pmba_at

MBA in Kürze:

Programm: *Professional MBA Accounting & Taxation*
Zielgruppe: *Steuerberater, Wirtschaftsprüfer, Steuerexperten*
Dauer: *18 Monate & Master Thesis (berufsbegleitende, geblockte Module)*
Abschluss: *Master of Business Administration (MBA)*
Sprache: *Deutsch und Englisch*
Kosten: *€ 25.000*
Partner: *Akademie der Wirtschaftstreuhänder*

In Kürze

Was tut sich an der WU? Neue Meldungen, wichtige Änderungen und Informationen auf einen Blick.

SFB Competence Day: Zukunft der Doppelbesteuerungsabkommen

„International Taxation“ nennt sich der Spitzenforschungsbereich (SFB) der WU, der vom Wissenschaftsfonds (FWF) über vier Jahr finanziert wird. Unter der Projektleitung von Univ. Prof. Michael Lang vom Institut für Österreichisches und Internationales Steuerrecht veranstaltet der SFB von 8. bis 10. November eine Tagung zur Zukunft der Doppelbesteuerungsabkommen.

Unter dem Titel „Source versus Residence – The Allocation of Taxing Rights in Tax Treaty Law“ analysieren führende Experten auf diesem Gebiet, ob das Musterabkommen der OECD, das im Wesentlichen den Rahmen für bilaterale Doppelbesteuerungsabkommen vorgibt, noch zeitgemäß und sinnvoll ist. Am Beispiel konkreter Einkunftsquellen wie beispielsweise Pensionen, Künstler- oder Sporteinnahmen bzw. studentischen Einkünften wird der Frage nachgegangen, wie lebensnah die Verteilung der Besteuerungsrechte noch ist.
www2.wu-wien.ac.at/taxlaw/index.php

Tandem Welcome Evening

Mehr als 300 Studierende haben sich für das heurige Wintersemester 2007/08 zur Teilnahme am Tandem Learning-Programm der WU gemeldet. Der offizielle Start des Programms fand am 3. Oktober im RZB Multimedialen Sprachlabor statt, wo WU-Rektor Christoph Badelt sowie Walter Rothensteiner, Generaldirektor der Raiffeisen Zentralbank Österreich AG, die Studierenden persönlich begrüßten.

Beim Sprachenlernen im „Tandem“ haben Studierende mit verschiedenen Muttersprachen die Möglichkeit, sich gegenseitig bei der Entwicklung bzw. Vertiefung ihrer sprachlichen und interkulturellen Kompetenzen zu unterstützen. Beim anschließenden Buffet nutzten die Tandem-Teilnehmer die Gelegenheit, sich kennenzulernen und erhielten von der Leiterin des Sprachlabors, Katia Carraro, hilfreiche Tipps zum erfolgreichen Tandem Learning.

Andreas Treichl ist WU-Manager 2007

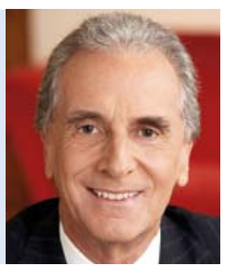
Die Entscheidung ist gefallen: Andreas Treichl, Vorstandsvorsitzender der Erste Bank, ist WU-Manager des Jahres 2007. Mit strategischem Weitblick, Führungskompetenz in fachlicher und sozialer Hinsicht sowie Gestaltungswille hat der 56-jährige Banker die Erste Bank zu einem modernen und schlagkräftigen Konzern umgebaut. Die Entwicklung des Unternehmens der vergangenen Jahre – insbesondere in der Erschließung neuer Märkte in Mittel- und Osteuropa – liest sich dementsprechend wie eine Erfolgsgeschichte par excellence.
Für dieses erfolgreiche Wirken, aber auch für sein Engagement in sozialen Fragen im Rahmen der Erste Stiftung, erhält Andreas Treichl den Titel „WU-Manager des Jahres 2007“.

Diese Auszeichnung wird einmal pro Jahr an herausragende Persönlichkeiten vergeben und unterstreicht die Verbindung zwischen Wissenschaft und Praxis. Die Wahl wird traditionell von einer Jury, bestehend aus WU-Rektorat und den Alt-Rektoren, vorgenommen.
Die Verleihung findet am 12. November um 18 Uhr im Festsaal der WU statt.

WU-Ehrensenatortitel für Michael Pistauer

Die WU verlieh am 11. Oktober die Ehrensenatorwürde an Michael Pistauer für sein langjähriges und nachhaltiges Engagement zum Aufbau des Forschungsinstituts für Regulierungsökonomie. Laudator Univ. Prof. Heinrich Otruba bedankte sich bei bei dem frisch gekürten Ehrensenator und Verbund-Vorstandsvorsitzenden für dessen Unterstützung beim Aufbau des Forschungsinstituts und lobte die ausgezeichnete Zusammenarbeit.

In seinen Dankesworten sprach Michael Pistauer von „der gleichen Wellenlänge“, die ihm von Seiten der WU entgegengebracht wurde und unterstrich, dass er sich der WU auch in Zukunft voll verbunden fühle. „Es ist mir ein persönliches Anliegen, einen Beitrag zur Förderung von Forschung und Wissenschaft zu leisten. Die Herausforderungen, die vor uns liegen, können nicht früh genug angegangen werden“.



„High Potentials“ ante portas: Begrüßung der neuen WU Top League

Individuelle Beratung durch gezielte Hilfestellungen zu Studienbeginn, Tipps für eine sinnvolle Planung der Studieneingangsphase und Unterstützung durch höhersemestrige Tutoren. Das Servicepaket für den neuen Jahrgang des Förderprogramms WU Top League ist auch im dritten Jahr mannigfaltig und ausgezeichnet. Weitere Schwerpunkte bilden „Themen-Stammtische“ mit Gastrednern zu studienrelevanten Themen und Sponsoren-Meetings, bei denen die Studierenden Einblicke in Unternehmen gewährt werden – sei es bei Treffen mit Trainees oder spannenden Diskussionsrunden mit Spitzenmanagern.

Die Eröffnung erfolgte am 25. September durch Univ. Prof. Oskar Grün, der die wissenschaftliche Leitung der WU Top League an seinen Nachfolger, Univ. Prof. Gerhard Speckbacher, Vorstand des Instituts für Unternehmensführung, übergab. Sponsorenvertreter von Deloitte, PORR, ÖBB und Mercedes Wiesenthal begrüßten gemeinsam mit WU-Rektor Christoph Badelt die jungen High Potentials.

Es ist entschieden: Die WU zieht 2012 auf das Messegelände

Eine campusartige Atmosphäre in der Nähe der Innenstadt, dazu der grüne Prater und die Messe Wien in unmittelbarer Nachbarschaft sowie eine gute öffentliche Anbindung: Die Zutaten für den neuen WU-Standort „Messe Südportalstraße“ klingen vielversprechend und zukunftsorientiert. Anfang Oktober beschloss dies der Universitätsrat der WU auf Vorschlag des Rektorats. Die flächenmäßige Ausdehnung der Liegenschaft (siehe Bild) ermöglicht mit 88.000 m² eine lockere und offene Gestaltung einer neuen Universität, die auch im Erscheinungsbild dem Anspruch einer weltoffenen und international top-positionierten Wirtschaftsuniversität entsprechen wird.
Auch ergeben sich Synergien mit dem angrenzenden Messegelände in der Raumnutzung für Großveranstaltungen und Kongresse.
Bundesminister Johannes Hahn sprach bei der Standortpräsentation von einer „sensationellen Location mit dem Prater als schönsten Campus der Welt vor der Haustür“. Vizebürgermeisterin Renate Brauner begrüßte die Entscheidung ebenso und bezeichnete die Entscheidung der WU als „einen Gewinn für die Stadt Wien“.
Noch heuer startet ein europaweiter Architekturwettbewerb, an dessen Ende, Mitte 2008, die Beauftragung eines Generalplaners steht. Geht alles nach Plan, kann der Baubeginn Anfang 2010 erfolgen. Die ersten Studierenden sollen schon im Wintersemester 2012/13 an der neuen WU inskribieren können.

Ausblick

Die wichtigsten WU-Termine bis Jänner 2008:

Edeltraud Hanappi-Egger

Nikolaus Franke

WU Talks: Diversität und Innovationen
5. November und 13. Dezember

Am 5. November referiert die WU-Senatsvorsitzende und Abteilungsleiterin für Gender und Diversitätsmanagement, Edeltraud Hanappi-Egger, zum Thema „Diversitätsmanagement – Eine Frage von moralischer Verpflichtung oder ökonomischer Notwendigkeit?“

Am 13. Dezember folgt Nikolaus Franke, Institutsvorstand für Entrepreneurship und Innovation, zum Thema „Web 2.0 & Co: Wie man die Innovationskraft der User systematisch nutzen kann“.

www.alumni.at

Spezielle Förderung für WU-Studierende

Jahrestreffen des Center of Excellence (CoE)
23. November 2007

Eigeninitiative, Innovationsgeist und Selbstorganisationsfähigkeit: Das fördert seit 1989 das Programm „Center of Excellence“ für WU-Studierende mit besonders gutem Notendurchschnitt. Ziel ist die Entwicklung und Förderung von studentischen Eliten. Am 23. November findet das CoE-Alumni-Jahrgangstreffen in der Raiffeisen Zentralbank (RZB) statt. RZB-Generaldirektor Walther Rothensteiner eröffnet den Festakt. Stargast ist Josef Penninger, Direktor des Instituts für Molekularbiologie.

www.wu-wien.ac.at/coe

Vorlesungen im Wiener Rathaus

Wiener Vorlesungen, Talenta & Best Paper Award der Stadt Wien, 26. November 2007

Ein Abend im Zeichen der WU-Forschung: Prämiert werden die fünf besten Diplomarbeiten der WU („Talenta“) sowie die drei besten Forschungspublikationen des abgelaufenen Kalenderjahres („Best Paper Award“). Beide Auszeichnungen werden von der Stadt Wien zur Verfügung gestellt.

Den Rahmen der Veranstaltung bildet eine Wiener Vorlesung von WU-Professorin Gerlinde Mautner mit dem Titel: „sprache.macht.wirtschaft: Perspektiven und Impulse aus der Linguistik“. Die Veranstaltung findet im Wiener Rathaus statt, Beginn ist um 18 Uhr.

Jubiläumsurkunden

Goldenes Jahrgangstreffen für WU-Jahrgang 1957
17. Dezember 2007

Nach dem „silbernen“ Jahrgangstreffen im Oktober, folgt am 17. Dezember das „goldene“ Jahrgangstreffen der WU-Absolventen 1957. Im Rahmen eines festlichen Abendessens wird Rektor Christoph Badelt den Teilnehmern eine Jubiläumsurkunde überreichen.

www.alumni.at

Rückblick

Alumni-Treffen in Chicago

Am 10. September traf das Rektorat im Rahmen einer „post-summer reception“ mit WU-Alumni und Freunden in Chicago zusammen. Unter dem Motto „Meet alumni and friends“ diente es dem weiteren Ausbau von Kontakten und der Verbreiterung des Alumni-Netzwerks. Mitveranstalter war die Austrian Trade Commission, ähnliche Treffen fanden bereits in New York, Brüssel und Toronto statt.

Europäische Sozialpolitik-Konferenz, ESPANet 2007

Erstmals veranstaltete die WU von 20.–22. September die europaweit bedeutendste Sozialpolitikkonferenz des European Network für Social Policy (ESPA). Mehr als 250 Wissenschaftler aus der EU erörterten dabei die Zukunft der Wohlfahrtsgesellschaft und die Rolle der EU in der Sozialpolitik. Organisator war das WU-Institut für Sozialpolitik.

e-Demokratie und e-Voting: EDEM 2007

Unter dem Motto „e-Demokratie – Schlagwort oder Realität“ fand an der WU am 27. und 28. September die erste Tagungsreihe zur „Elektronischen Demokratie“ (EDEM) in Österreich statt. Die Inhalte reichten von Informationssystemen über Partizipationsplattformen bis zu e-Voting. Koordinator war das WU-Institut für Produktionsmanagement, Veranstaltungspartner waren die Wiener Zeitung, das Bundesrechenzentrum, die Wirtschaftskammer Wien und die Donau-Universität Krems.

Tagung zur Umweltwirtschaft

Am 4. und 5. Oktober veranstaltete das WU-Forschungsinstitut for Managing Sustainability (RIMAS) die Tagung „Umweltwirtschaft – international, interdisziplinär und innovativ“. Wissenschaftler des deutschsprachigen Raums präsentierten Forschungsergebnisse aus Umweltmanagement, Nachhaltigkeit und CSR. Kooperationpartner war die Central European University Business School in Budapest, das österreichische Lebensministerium unterstützte die Tagung.

FOTO RATHAUS: CLEMENS FABRY

PORTRÄT

Selbst entscheiden

Die Buchhaltung ist ein Fall fürs Wochenende? Kinofilme sind einschläfernd und öde? Gut, wenn man sein Leben selbst gestalten kann. Für WU-Alumna und Sacher-Chefin Elisabeth Gürtler auf jeden Fall „das Glück". TEXT: DANIELA MATHIS

Gemeinsam lernen, gemeinsam arbeiten, gemeinsam freie Zeit verbringen" – so erinnert sich die Dame des Hauses Sacher an ihre Studienzeit. „Jeder hat jeden gekannt, es war eine schöne Zeit". Wenn auch nicht immer einfach. „Einmal gab es Probleme mit den Studiengebühren – fast hätte ich ein Semester dranhängen müssen, ich keinen Erlagschein erhielt. Dabei war für mich war immer eine Motivation beim Lernen: zügig fertig zu werden." Die Professoren und Mitstudierenden – heute zum Teil bekannte Persönlichkeiten wie Erich Hampel – hat sie seither in guter Erinnerung, mit vielen von ihnen auch Kontakt.

Wunschtraum

Kein Wunder als langjährige Opernball-Organisatorin. Und vor allem als Chefin des Hotels Sacher. „Dafür war das Studium natürlich kein Nachteil". Eigentlich hätte es auch ganz anders kommen können: Hatte doch der Vater ein Getreide- und Warenhandelsunternehmen, für das gut ausgebildete Nachfolger wichtig waren. Beim Reiten allerdings traf sie Peter Gürtler, den damaligen Inhaber des Hotels Sacher – und zum Handel kam die Hotellerie. „Seit ich als Fünfjährige zum Reiten mitgenommen wurde, war ich von Pferden verzaubert. Ich habe quasi jede Ferien auf einem Pferd verbracht, wann immer es möglich war". Reiterin und Pferdezüchterin zu werden, waren dann auch ihre Kindheitsträume. „Wenn man so will, bin ich durch meinen ehemaligen Berufstraum zu meinem späteren Traumberuf gekommen".

Gestaltungsfreiheit

Seit 1990 führt sie nun das Sacher-Imperium - neben dem Hotel in Wien auch das Hotel Sacher Salzburg, die Cafés in Innsbruck und Graz sowie die Torten-Produkiton im elften Wiener Bezirk - als Geschäftsführerin gemeinsam mit Tochter Alexandra Winkler. Inhaber sind laut Testament des 1990 verstorbenen Ex-Mannes die gemeinsamen Kinder, die damals noch minderjährig waren. Zudem ist sie Hälfteeigentümerin der väterlichen Mauthner Warenhandels- und Vermögensverwaltungsgesellschaft. Und sie war von 1999 bis 2007 Organisatorin des Wiener Opernballs.

Was motivert die Betriebswirtin zur Arbeit? „Es ist wahnsinnig schön, alleine gestalten zu können, seine Pläne und Vorstellungen zu entwickeln und umzusetzen und seine eigenen Entscheidungen treffen zu können." Und den Arbeitsstil halten, wie man möchte. „Alles, was in Ruhe geschehen soll, mache ich am Wochenende zu Hause. Von der Buchhaltung bis hin zu wichtigen Entscheidungen, über die man ja in aller Ruhe nachdenken können soll".

Nachlese

Zuhause ist natürlich auch der Platz, um neue Energie zu tanken. Zum Beispiel beim Lesen – „am liebsten Fachbücher. Und Zeitungen. Jedenfalls versuche ich, alle interessanten Zeitungen zu lesen, aber es gelingt mir kaum, zeitgerecht damit fertig zu werden. Immer habe ich ein schlechtes Gewissen, wenn sich wieder ein Stapel zu entwickeln beginnt ..."

Freizeit genießt Gürtler auch gern in der Oper bei „nicht modernen Opern und Inszenierungen. Lieblingsopern sind La Traviata, Aida, Rosenkavalier ... aber auch andere Werke italienischer Komponisten". Im Fernsehen soll es dagegen sachlich zugehen: Dokumentationen und Diskussionen, Informationen und Nachrichten sind die bevorzugten Sendungen. „Kinofilme und das Kino an sich sind nichts für mich. Da schlafe ich ein". Lieber geht sie schwimmen oder hält sich beim Laufen fit. Authentisch zu sein und zu den eigenen Prinzipien zu stehen, ist für Gürtler auch eine Frage des Erfolgs. „Ich glaube, nur damit kommt man wirklich weiter, auch als Frau in einer Männerdomane. Authentisch sein und sich nicht ständig anders zu bewegen".

FOTOS: MICHAELA BRUCKBERGER

Erfolgsaussichten

Den Opernball organisiert sie nicht mehr, auch das eine klare Entscheidung: „Ich hatte keine Ideen mehr". Ganz anders im Sacher-Management: Mit den Umbauten in den Hotels in Salzburg und Wien – neue Klimaanlagen und mehr Glanz im vierten Stock in Salzburg, Luxuszimmer im Dachgeschoß und ein neuer Spa-Bereich in Wien – wurde und wird „in deren Erfolg investiert".

Als wichtigste Ziele sieht Gürtler dann auch die erfolgreiche Auslastung der Betriebe und „dass die Kinder Spaß daran haben, das Geschäft weiterzubetreiben". Beide arbeiten im Betrieb mit, „erste" Chefin ist allerdings nach wie vor die Frau Mama. Und ansonsten „wünsche ich mir, keine größeren Probleme zu bekommen, als ich sie jetzt habe". ■

Elisabeth Gürtler in Kürze:

***1950** in Wien geboren*

***1972:** Abschluss des Studiums der Handelswissenschaften an der damaligen Hochschule für Welthandel*

***ab 1973:** Tätigkeit im elterlichen Unternehmen (Mauthner Warenhandels- und Vermögensverwaltungsgesellschaft) und im Hotel Sacher*

***ab 1990:** Geschäftsführerin des Hotels Sacher in Wien und des Hotels Sacher Salzburg*

***ab 1994:** Vorstandsmitglied der Österreichischen Hoteliervereinigung*

***1995:** Auszeichnung als „Woman of the Year 1995"*

***ab 1998:** Aufsichtsrätin der Erste Bank der österreichischen Sparkassen AG*

***1999 bis 2007:** Organisatorin des Wiener Opernballs*

***ab 2004:** Mitglied des Generalrats der Österreichischen Nationalbank.*