

Karrierechancen Wirtschaft und Management

Hire for Attitude – Train for Skills



Vorwort

Wir stehen vor dem Beginn einer neuen Ära, die durch die schrittweise Digitalisierung der Arbeitsumgebung in allen Branchen gekennzeichnet ist. Es liegt auf der Hand, dass ein steigender Bedarf an spezialisierten Mitarbeitern entstehen wird und sich für ambitionierte Arbeitssuchende zahlreiche Karrieremöglichkeiten ergeben werden. Im Wirtschaftssektor werden zweifellos neue Ökosysteme aufgebaut, die zunehmend neue Beschäftigungsmöglichkeiten in den Bereichen Management, Marketing und Betriebswirtschaft schaffen. Der menschliche Faktor – wie Kunden, Benutzer und Mitarbeiter – sollte jedoch beachtet werden, um einen langfristigen Erfolg dieser jungen Unternehmen zu gewährleisten. Denn tatsächlich sind es die Mitarbeiter, die sich als die wichtigsten Markenbotschafter erwiesen haben. Zahlreiche Erfolgsgeschichten der Alumni der IUBH beweisen, dass unabhängig von der Art des Studiums, ob online oder auf einem unserer Campus, eine erfolgreiche internationale Karriere mehr als möglich ist. Sie zeigen, dass es ein großes Potenzial in verschiedenen Branchen gibt, und Absolventen von Management-, Marketing- und Betriebswirtschaftsstudiengängen können und werden ihre Ziele erreichen, um sich in den neuen digitalen Geschäftsumgebungen hervorzuheben und eingestellt zu werden.

Ein wichtiger Faktor ist auch eine angemessene persönliche wie berufliche Unterstützung und die richtige Berufsausbildung während des Studiums. Wir freuen uns sehr, dass wir unsere Studierenden unterstützen und coachen können und dass dies dazu beiträgt, nicht nur die erforderliche akademische Grundlage zu schaffen, sondern auch einen wichtigen Schwerpunkt auf die praktische Relevanz und direkte Anwendung der Theorie zu legen. Viele unserer Professoren stammen aus verschiedenen Teilen der Welt und spielen eine Schlüsselrolle beim Austausch von Ideen und Arbeitsweisen, indem sie die Studierenden von Anfang an auf eine internationale Karriere vorbereiten. Daher ist die Wahl der geeigneten Hochschule immer eine Entscheidung von hoher Bedeutung für die eigene berufliche Zukunft. Wir an der IUBH sind daher stolz darauf, mit so vielen begabten Studierenden aus der ganzen Welt zusammenzuarbeiten und sie dabei zu unterstützen, in ihrem gewählten Fachgebiet etwas zu bewegen und in ihrer persönlichen Karriere zu brillieren.

Prof. Dr. Florian Hummel

Prorektor Internationales und Diversity



Marcel André Adams

Aus: Stuttgart

Ausbildung: B.A. International Management an der IUBH in Bad Honnef von 2009–2014

Berufliche Stationen:

03/2015–05/2015: Sales Manager Düsseldorf bei Foodora

06/2015–10/2015: Key Account Manager München bei Foodora

11/2015–05/2016: Head of Key Account Management Munich bei Foodora

05/2016–12/2018: Head of Key Account Management South Germany & Austria bei Foodora

Ab 01/2019: Senior Key Account Manager DACH bei der Global Savings Group

» Start-ups sind heutzutage der beste Einstieg in das Berufsleben. «

IUBH-Alumnus Marcel André Adams stieg nach seinem Studium beim Start-up Foodora ein und gestaltete die Expansion des Lieferservice im süddeutschen Raum maßgeblich mit. Mittlerweile ist er Senior Key Account Manager DACH bei der Global Savings Group – einem führenden Anbieter von Commerce-Content-Lösungen in Deutschland.

Erst nach meiner Ausbildung und einem Jahr Arbeiten wusste ich, was ich studieren möchte: Ich wollte später international einsetzbar sein und gleichzeitig Management Skills erwerben. Ein englischsprachiges Studium in International Management mit dem Fokus Marketing war daher genau die richtige Wahl.

AUF EXPANSIONSKURS: AUFSTIEG VOM SALES MANAGER ZUM HEAD OF KEY ACCOUNT MANAGEMENT

Nach dem Studium an der IUBH bin ich als Sales Manager bei Foodora in Düsseldorf eingestiegen. Meine Aufgabe war es, die Stadt Düsseldorf als neuen Markt zu eröffnen und möglichst viele Partner zu gewinnen. Nach drei Monaten hatte ich das Ziel erreicht, den Standort Düsseldorf live zu bekommen: Die ersten Foodora-Lieferanten schwärmten durch die Stadt. Danach war mir klar: Ich wollte nun nicht nur Partner überzeugen, sondern sie weiterentwickeln und im Außer-Haus-Geschäft unterstützen und verbessern. Genau das ist eine Teilaufgabe des Account Managements. So zog ich nach München in die Gründungsstadt von Foodora um und betreute als erster Key Account Manager die bestehenden Partner. Durch das schnelle Wachstum vergrößerte sich auch unser Team – nach kurzer Zeit waren wir vier Key Account Manager für ganz München und expandierten in weitere Städte in der Region Süd. Wegen meiner Erfahrung und meinem bisherigen Engagement bekam ich die Leitung für das Team übertragen. Nach vielen weiteren Projekten leitete ich dann als Head das Key Account Management South Germany & Austria. Ich verantwortete sieben Städte mit über 600 Partnern. So war jeder Tag eine neue Herausforderung, die mir große Freude bereitete, gepaart mit meiner großen Leidenschaft „Essen“.

EIN NEUER KARRIERESCHRITT: WECHSEL ZUR GLOBAL SAVINGS GROUP ALS SENIOR KEY ACCOUNT MANAGER DACH

Nach fast vier Jahren bei Foodora habe ich den Entschluss getroffen, einen Wechsel vorzunehmen. Ich wollte meine Kenntnisse im Key Account Management weiterführen und gleichzeitig in einem weiteren aufstrebenden Markt arbeiten – so landete ich bei der Global Savings Group. Mein gelerntes Marketingwissen kann ich im neuen Job gut einbringen. Außerdem ist der Affiliate Markt eine spannende und erfolgreiche Branche. Das Timing war also perfekt gewählt, da die Global Savings Group im Frühjahr 2019 zu den führenden Anbietern

von Commerce-Content-Lösungen in Deutschland wurde. Als Senior Key Account Manager bringe ich meine Erfahrung aus dem Account Management in das Team ein und lerne gleichzeitig sehr viel Neues. Mir neues Fachwissen anzueignen, ist auch einer der Hauptgründe für meinen Wechsel in eine neue Branche gewesen. Man lernt über die Jahre immer mehr im Berufsleben, es ist jedoch sehr wichtig, einen neuen Schritt zu gehen, um sein Fachwissen und seinen Horizont zu erweitern. In meiner Karriere möchte ich mich breit aufstellen und viele Einblicke gewinnen, um in einer späteren Executive-Management-Rolle die richtigen Entscheidungen treffen zu können. Tools und Ansätze sind schnell erlernt, aber Fachwissen erfordert Erfahrungen und immer wieder neue Herausforderungen. Dies ist ein wichtiger Meilenstein meiner Karriere.

ENTWICKLUNGSCHANCEN UND KARRIEREMÖGLICHKEITEN EINES START-UPS

Start-ups sind meiner Meinung nach heutzutage der beste Einstieg in das Berufsleben. Man lernt in kürzester Zeit sehr viel und bekommt vom ersten Tag an die volle Verantwortung für seinen Bereich. Man muss sich viel einbringen, kann sich aber auch gleichzeitig extrem entwickeln und an Dinge herantasten. Die dynamische Arbeit und ein Team, in dem alle das Unternehmen voranbringen wollen, machen nicht nur Spaß zu arbeiten, sondern erfordern schnelle Entscheidungen und viele Ideen, um den Erfolg zu garantieren. Der Aufbau eines Unternehmens kann auch für eigene Projekte äußerst spannend sein. Wenn man sich hier beweist, stehen einem die Türen offen und wer weiß, wie groß das Start-up noch werden kann.

STUDIUM AN DER IUBH BEREITET OPTIMAL AUF ARBEIT IN EINEM INTERNATIONALEN UMFELD VOR

Rückblickend auf das Studium kann ich sagen: Ich hatte eine tolle Zeit an der IUBH. Ich konnte viele Menschen aus verschiedensten Regionen kennenlernen, mit denen ich bis heute in gutem Kontakt stehe. Das Beste am Studium an der IUBH war allerdings die Praxisnähe, die sehr gut auf das Berufsleben vorbereitet hat. Durch die engen Kontakte der IUBH in die Wirtschaft konnte man viel Erlerntes direkt anwenden. Die guten Englischkenntnisse und passenden Skills bereiten optimal darauf vor, in einem internationalen Umfeld zu arbeiten. Das Studium an der IUBH ist hierfür der erste Schritt.



Diana Valdez

Aus: Cochabamba, Bolivien

Ausbildung:

2008–2012: Business Administration and Management, Universidad Mayor de San Simón

2010–2011: Erasmus, Business Administration, Universidad Politécnica de Valencia

2015–2018: M. A. International Management, IUBH

Berufliche Stationen:

Ab 2019: Pricing Analyst, Qatar Airways

» Internationale Karriere: Jobeinstieg bei Qatar Airways «

Von Bolivien über Deutschland nach Doha: IUBH-Alumna Diana Valdez wagte den Sprung, im Ausland zu studieren und eine neue Kultur kennenzulernen. Sie arbeitet heute in Doha als Pricing Analyst bei Qatar Airways.

DIE LEHRE AN DER IUBH ZEICHNET SICH DURCH EINE HOHE PRAXISORIENTIERUNG AUS

Nach beruflichen Möglichkeiten in Deutschland suchen – diese Entscheidung fällte ich während meines Auslandsjahrs in Valencia, Spanien, für das ich im Rahmen des interkontinentalen Erasmus-Programms Mundus-Arbopeue ausgewählt wurde. Dort traf ich auf zahlreiche deutsche Studenten, die mir viel Positives von ihrem Land erzählten, ebenso wie meine spanischen Freunde. Ursprünglich hatte ich geplant, nach Abschluss meines Bachelorstudiums Business Administration and Management in Bolivien in die USA zu gehen, aber nach dieser Erfahrung in Spanien änderte ich meine Meinung: Ich schrieb mich für den Master International Management an der IUBH in Bad Honnef ein. Mir war damals klar, dass Deutschland eine Herausforderung sein würde, vor allem wegen der Sprache. Aber ich sah es auch als eine große Chance, meine Komfortzone zu verlassen und mich in einer neuen Umgebung zurechtzufinden.

DREI FLIEGEN MIT EINER KLAPPE: HOHE AKADEMISCHE QUALITÄT, INTERNATIONALITÄT UND GUTES NETZWERK

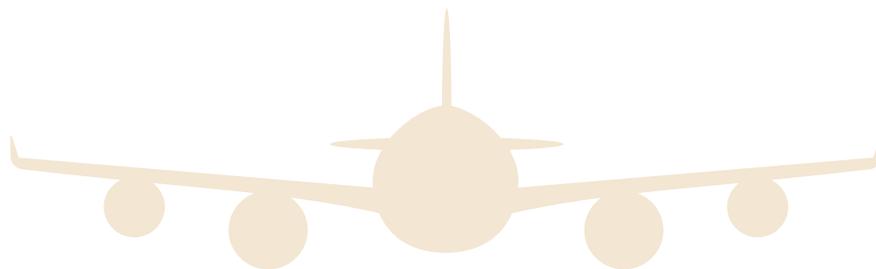
Diese Entscheidung hat sich in jeder Hinsicht für mich ausgezahlt: nicht nur wegen der Möglichkeit, eine neue Kultur zu entdecken und so mein Potenzial weiter auszuschöpfen, sondern auch wegen der akademischen Qualität und der Internationalität der IUBH. Die Lehre zeichnet sich durch eine hohe Praxisorientierung aus. Im Studium stehen vor allem das Lösen von Fällen im Vordergrund und die kritische Analyse der Entwicklung neuer Ansätze. Studierende werden dazu aufgefordert, kreativ zu sein und direkt anzuwenden, was gelehrt wird. Außerdem kommen die Studierenden und auch ein großer Teil der Professoren und Dozenten aus verschie-

denen Teilen der Welt, was den internationalen Austausch verschiedener Ideen und Arbeitsformen mit sich bringt. Gleichzeitig hatte ich über das Netzwerk der IUBH auch die Möglichkeit, mit Studierenden, Professoren und Profis im Bereich der Luftfahrt in Kontakt zu treten. Das Netzwerk, das ich mir dort aufbauen konnte, hat mir das Studium fern der Heimat leichter gemacht: einerseits die Unterstützung durch Freunde aus aller Welt, die ich während des Studiums kennengelernt habe, und andererseits natürlich die Betreuung durch die Hochschulmitarbeiter, die immer sehr hilfsbereit waren.

INTERNATIONALE KARRIERE: JOBEINSTIEG BEI QATAR AIRWAYS

Um praktische Erfahrung im Bereich Luftfahrt zu machen, absolvierte ich Praktika bei Menzies Aviation in London und bei der Lufthansa Consulting GmbH in Frankfurt. Zwar war der Auswahlprozess für beide Praktikumsstellen recht lang, aber dank der hochwertigen akademischen Ausbildung schnitt ich im Auswahlverfahren gut ab und wurde erfolgreich ausgewählt. Nach Abschluss meines Studiums erfuhr ich dann auf dem Campus der IUBH, dass Qatar Airways neue Absolventen rekrutiert, und bewarb mich dort. Trotz der hohen Bewerberzahl setzte ich mich durch und arbeite nun als Pricing Analyst bei Qatar Airways in Doha. Aktuell bin ich dort verantwortlich für die Festlegung der QR-Cargo-Preisrichtlinien für die Herkunftsregionen und die Steuerung der Verkaufsorganisation, die dazu dient, die Netzwerkmarginen zu maximieren.

Im Rückblick kann ich Studierenden und Studieninteressierten nur empfehlen: Seid neugierig, schaut über den Tellerand hinaus und seid aufgeschlossen gegenüber anderen Kulturen!



Max Euler

Aus: Bad Homburg

Ausbildung:

2012–2017: B.A. International Management, IUBH

Berufliche Stationen:

Ab 2017: Founder und CEO, R3PREZ3NT

» Mein Studium an der IUBH hat mir die Werkzeuge vermittelt, um mich selbstständig zu machen. «

Das Hobby zum Beruf machen – diesen Traum verwirklichte sich IUBH-Alumnus Max Euler mit der Gründung von R3PREZ3NT, einer Agentur für Profigamer und Consulting. Das Konzept entwickelte er schon während seines Studiums an der IUBH, seine Bachelorarbeit schrieb er über das Thema eSports.

Der Wunsch, mein Hobby zum Beruf zu machen, war wohl der Hauptgrund, mein Unternehmen R3PREZ3NT zu gründen. Als Jugendlicher bin ich das erste Mal mit eSports in Kontakt gekommen und war sofort davon begeistert, dass es Leute gibt, die Videospiele im Wettkampf gegeneinander spielen. Die Idee, eine eigene Firma im Bereich eSports zu gründen, entstand nach meinem Praktikum bei FNATIC in London, einem der größten eSports-Teams weltweit. Dort bekam ich einen ersten Einblick in die Business-Seite der Branche.

ESPORTS EFFEKTIV ALS SPONSORING- UND MARKETING-TOOL NUTZEN

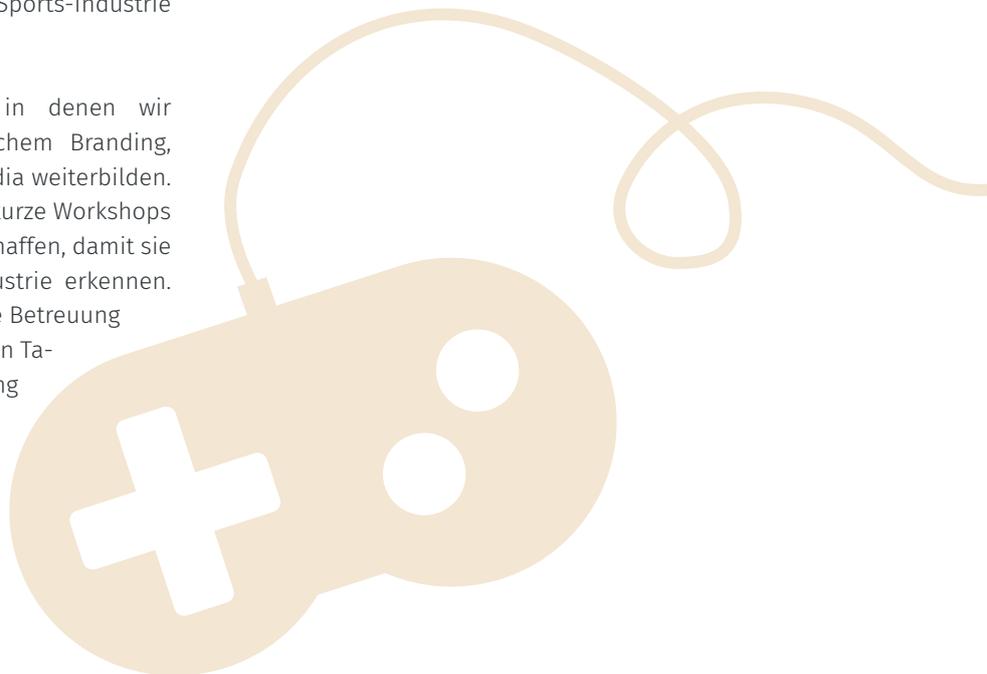
Während des letzten Semesters meines Bachelorstudiums International Management an der IUBH fing ich an, konkrete Pläne zu schmieden. Meine Bachelorarbeit habe ich über "The Value of eSports Sponsorship" geschrieben. Auf Basis der Bachelorarbeit habe ich dann gemeinsam mit meinem langjährigen Freund Moritz Straube ein Konzept entwickelt, wie wir eSports-Angebote verbessern wollen. Als Ergebnis haben wir eine Agentur gegründet, sowohl für Profi-Spieler als auch für Firmen, die Beratung für die eSports-Industrie suchen.

Momentan entwickeln wir Workshops, in denen wir eSports-Spieler zu Themen wie persönlichem Branding, Sponsoring und dem Einsatz von Social Media weiterbilden. Darüber hinaus möchten wir Firmen durch kurze Workshops einen Einblick in die Welt des eSports verschaffen, damit sie die Möglichkeiten dieser boomenden Industrie erkennen. Meine Aufgaben sind auf der einen Seite die Betreuung unserer Spieler und das Scouting nach neuen Talenten, auf der anderen Seite die Betreuung unserer Firmenklienten und deren Neuaquise. Marketing, Sales, Finanzen und noch viele weitere Tätigkeiten kommen so zusammen.

Für die Zukunft haben wir weitere Pläne: In den nächsten zwei Jahren möchten wir unsere Firma weiter ausbauen und in Europa expandieren. Im Anschluss werden wir den Markt erneut evaluieren und uns dann für die nächsten Schritte entscheiden.

STUDIUM AN DER IUBH RICHTUNGSWEISEND FÜR DAS ARBEITSLEBEN UND DIE SELBSTSTÄNDIGKEIT

Mein Studium in International Management an der IUBH hat mir die grundlegenden Werkzeuge mitgegeben, um den Weg in die Selbstständigkeit zu gehen. Die Mischung aus Theorie und praxisbezogenen Fallstudien hat mich gut auf die Arbeitswelt vorbereitet. Das breite Spektrum an Kursen hat es mir ermöglicht, viele Facetten der Geschäftswelt kennenzulernen. Projektbezogenes Arbeiten und Lernen in kleinen Gruppen, der enge Kontakt zu den Professoren, die Vermittlung von Hard und Soft Skills – von all diesen Dingen kann ich jetzt in meiner Karriere direkt profitieren.



Lisa Fürnkäs

Aus: München

Ausbildung:

2014–2018: B. A. Marketingmanagement, duales Studium

Berufliche Stationen:

2015–2016: adnemics GmbH

2016–2018: Marketingmanagement, CHF Lichttechnik GmbH

Ab 2018: Social Media und Community Manager, Coffee Fellows GmbH

» Am meisten haben mich die praktischen Projekte begeistert. «

IUBH-Absolventin Lisa Fürnkäb im Gespräch über die Vorteile des dualen Studiums an der IUBH und ihren Werdegang im Bereich Social Media Marketing.

DU HAST DEINE ERSTEN BERUFLICHEN ERFAHRUNGEN IM UNTERNEHMEN DEINER ELTERN GESAMMELT. WAS HAT DICH DAZU BEWEGEN, DANACH DAS FACH MARKETINGMANAGEMENT DUAL AN DER IUBH ZU STUDIEREN?

Schon zu Schulzeiten half ich, so oft es ging, im Unternehmen meines Vaters, der CHF Lichttechnik GmbH, aus. Da ich so schon früh praktische Einblicke in die Berufswelt hatte, wusste ich schnell, dass ich ein betriebswirtschaftliches Studium anstreben wollte. Ein reguläres BWL-Studium ohne Praxisbezug erschien mir jedoch zu einseitig – ich wollte etwas Kreatives machen, bei dem ich das Erlernte auch direkt in der Praxis anwenden kann. So fiel meine Wahl auf ein duales Studium im Fach Marketingmanagement an der IUBH, die mir auch gleich einen Praxispartner vermittelt hat.

WIE HAST DU ES GESCHAFFT, NACH DEINEM DUALEM STUDIUM ALS SOCIAL MEDIA AND COMMUNITY MANAGER BEI DER COFFEE FELLOWS GMBH EINZUSTEIGEN?

Mir war klar, dass ich in München bleiben will. Daher bewarb ich mich im Münchner Raum in den verschiedensten Marketing-Bereichen auf Jobs, darunter auch bei einem großen Verlag. Dort dauerte jedoch das Bewerbungsverfahren so lange, dass mich zwischenzeitlich Coffee Fellows weg schnappte.

MITTLERWEILE BIST DU FÜR SOCIAL MEDIA, COMMUNITY MANAGEMENT UND DAS INTERNATIONALE MARKETING ZUSTÄNDIG – DAS KLINGT NACH IMMER MEHR VERANTWORTUNG ...

Als ich bei Coffee Fellows anfang, waren die Marketing-Bereiche noch nicht klar aufgeteilt und befanden sich im Aufbau. Innerhalb eines Jahres optimierte ich meinen Bereich und die damit verbundenen Aufgaben, sodass ich Kapazitäten für neue Herausforderungen frei hatte. Daraufhin wandte ich mich an die Geschäftsführung und bekam den neuen Aufgabenbereich im internationalen Marketing übertragen.

WAS SIND DEINE AKTUELLEN AUFGABEN UND WAS BEGEISTERT DICH AM MEISTEN?

Meine Hauptaufgaben sind das Social Media Marketing und das Beschwerdemanagement, darüber hinaus auch die Planung und Umsetzung von großen Marketingkampagnen, wie beispielsweise das 20-jährige Jubiläum von Coffee Fellows. Ende 2019 ist nun noch das internationale Marketing hinzugekommen: Dazu

werde ich im Laufe des Jahres 2020 zu den verschiedenen Standorten im Ausland reisen, um einen Eindruck von deren Arbeit vor Ort zu bekommen und unsere Master-Franchise-Partner dort besser bei ihren Marketingaktivitäten unterstützen zu können.

WARUM WÜRDDEST DU EIN DUALES STUDIUM AN DER IUBH WEITEREMPFEHLEN?

Am meisten begeistert haben mich die Projekte, die wir zusammen mit großen Unternehmen gemacht haben: Beispielsweise entwickelten wir eine Influencer-Kampagne für Microsoft oder ein Personalmarketing-Konzept für die Hypo-Vereinsbank und konnten so das Wissen aus den Vorlesungen direkt anwenden und Erfahrungen sammeln. Auch die Vertiefungsfächer aus den letzten beiden Semestern rund um Online-Marketing und Internationales Marketing sowie die IT-Vorlesungen sind mir stark im Gedächtnis geblieben und helfen mir immer wieder bei meinen täglichen Aufgaben. Nicht zuletzt: Bei der Mehrheit der Dozenten habe ich mich immer sehr auf die Vorlesungen gefreut!



André Striebing

Aus: Zschopau

Ausbildung:

2013–2017: B. A. Marketingmanagement, duales Studium

Berufliche Stationen:

Ab 2017: Sales Manager (Technischer Außendienst), REHAU Group

» Die IUBH bot mir durch den wöchentlichen Wechsel die Möglichkeit, Konzepte, Strategien und neue wissenschaftliche Ansätze möglichst nah an der Praxis zu erlernen. «

Dass Unternehmen heutzutage vor ganz neuen Herausforderungen stehen, war André Striebing bereits vor dem Studium klar. Also entschied er sich für das duale Studium der IUBH, um fundiertes theoretisches Wissen mit Erfahrung in der Praxis zu verknüpfen. Heute arbeitet er als Sales Manager bei der REHAU AG + Co. im Segment des Tiefbaus.

Unsere Wirtschaftsmärkte werden durch die Globalisierung immer schnelllebiger und komplexer. Dabei haben die gehandelten Produkte und Dienstleistungen immer kürzere Lebenszyklen. Der Zeitraum, in dem man mit einem Produkt nachhaltige Umsätze erzeugt, wird somit immer kürzer. Für zahlreiche Unternehmungen ist ein ausgereiftes Vertriebs- und Marketingmanagement daher sehr entscheidend. Nur auf diese Weise können sie sich nachhaltig und zukunftssicher vom Wettbewerb abgrenzen. Durch das Studium an der IUBH beabsichtigte ich, derartige Konzepte und Strategien zu erlernen, wobei der Praxisbezug immer ein Hauptkriterium für mich darstellte.

Durch den wöchentlichen Wechsel konnte ich das erlernte Wissen direkt umsetzen und in mein Praxisunternehmen integrieren. Dabei wurde es mir im Rahmen meiner Tätigkeit ermöglicht, erste Projekte bereits frühzeitig eigenständig zu übernehmen.

MITTELSTAND ODER GROSSKONZERN – ERFAHRUNGEN IN BEIDEN WELTEN

Meinen Praxispartner für das duale Studium fand ich eigenständig. Ich recherchierte in der Region nach geeigneten Betrieben und wurde auch sehr schnell fündig. In den ersten Semestern arbeitete ich für einen mittelständischen Betrieb in der Nähe von Leipzig und erhielt dabei viele Einblicke in die einzelnen Fachbereiche. Gleichzeitig konnte ich typische Schwerpunkt-Themen in mittelständischen Betrieben besser nachvollziehen.

Doch mir war es immer wichtig, auch das Arbeiten in einem Großkonzern kennenzulernen. Auf diesem Weg wollte ich für mich herausfinden, in welcher Unternehmensstruktur ich zukünftig arbeiten möchte. Aus diesem Anlass wechselte ich im fünften Semester zur REHAU AG + Co. Dort wurde ich nach meinem Abschluss auch übernommen und bin nun Sales Manager im technischen Außendienst für das Segment des Tiefbaus in ganz Sachsen-Anhalt und Nordthüringen.

VERTRIEBSSTRATEGIE FÜR DEN GROSSKONZERN MIT DEM WISSEN AUS DEM DUALEN STUDIUM

Die REHAU AG + Co. ist ein im Familienbesitz befindlicher Schweizer Polymerverarbeiter mit deutschen Wurzeln. Meine Aufgabe im technischen Vertrieb ist es, öffentliche Bauherren, Ingenieure und private Auftraggeber in Sachsen-Anhalt und Nordthüringen bei bevorstehenden Erschließungsmaßnahmen zu beraten. Hierfür unterstützen wir die Auftraggeber bzw. deren Ingenieure bei der Vorplanung bis hin zur Ausführungsplanung der gesamten Baumaßnahme. In der Regel werden hierbei ganze Ortschaften mit dem Material der REHAU AG + Co. bebaut.

Abgesehen davon erschließe ich neue Zielgruppen und entwickle Vertriebsstrategien zur systematischen Marktbeurteilung. Bei all dem helfen mir die betriebswirtschaftlichen, vertrieblichen und CRM-Konzepte aus der Studienzeit enorm. Der erlernte CRM-Ansatz der McKinsey & Company führte sogar dazu, dass ein von mir erarbeitetes Modell im Unternehmen geprüft und flächendeckend integriert werden konnte.



Maximilian Gentsch

Aus: Lichtenfels

Ausbildung:

2009–2014: B. A. Betriebswirtschaftslehre, Hochschule Coburg

2016–2018: M. A. Marketingmanagement IUBH

Berufliche Stationen:

2016–2018: Junior Marketingmanager, NICI GmbH

2018–2019: Sachbearbeiter, PIKO Spielwaren GmbH

Ab 2019: Gruppenleiter Marketing, PIKO Spielwaren GmbH

» Ich habe mit Produkten zu tun, die Menschen Freude machen. «

IUBH-Alumnus Maximilian Gentsch im Interview über Karriereaussichten in der Spielwarenbranche, Vereinbarkeit von Studium und Beruf und das Fernstudium an der IUBH.

WAS WAREN DEINE BEWEGGRÜNDE, NACH DEM BACHELOR-ABSCHLUSS AN DER HOCHSCHULE COBURG PARALLEL ZUM JOB NOCH EIN FERNSTUDIUM ZU STARTEN? UND WARUM GERADE DEN MASTERSTUDIENGANG MARKETINGMANAGEMENT AN DER IUBH?

Nach meinem Bachelor hatte ich eigentlich keine Lust mehr auf ein weiterführendes Studium. Ich wollte erst einmal arbeiten und praktische Erfahrung sammeln. Da ich auch gerne in meiner Heimatregion Oberfranken bleiben wollte, entschloss ich mich, ein Praktikum bei der NICI GmbH zu absolvieren. Meine Vorgesetzten waren mit meiner Arbeit sehr zufrieden und boten mir an, den Verantwortungsbereich Handelsmarketing als Junior Marketingmanager zu übernehmen und nebenbei meinen Master zu machen. Berufserfahrung sammeln und gleichzeitig den Masterabschluss – das klang für mich nach einem interessanten Angebot. Also verglich ich mehrere Anbieter von Fernstudiengängen miteinander und entschied mich aufgrund der interessanten Studieninhalte, des intuitiven Online-Portals und der Auswahl an Prüfungszentren für die IUBH.

NOCH WÄHREND DES STUDIUMS BIST DU BEI DER PIKO SPIELWAREN GMBH EINGESTIEGEN. WIE HAT SICH DER WECHSEL ERGEBEN?

Über einen Bekannten, der auch in der Spielwarenbranche tätig ist, habe ich den Geschäftsführer von PIKO kennengelernt. Dieser erzählte mir, er suche gerade jemanden, der den Bereich Marketing übernimmt. Eine Marketingabteilung neu mit aufzubauen, hörte sich spannend an – daher schickte ich gleich eine Bewerbung an PIKO. Nach zwei Bewerbungsgesprächen bekam ich die erhoffte Zusage und startete dort als Sachbearbeiter Marketing.

WIE HAST DU ES GESCHAFFT, BERUFSTÄTIGKEIT, STELLENWECHSEL UND FERNSTUDIUM MITEINANDER ZU VERBINDEN?

Alles unter einen Hut zu bekommen, war nicht immer einfach und erforderte ein gutes Zeitmanagement meinerseits und gewisse Zugeständnisse des Arbeitgebers. Die Rund-um-die-Uhr-Verfügbarkeit der Online-Inhalte und die Flexibilität bei den Prüfungsterminen der IUBH haben mir die Situation enorm erleichtert. Als ich dann im Frühjahr 2018

meine Masterarbeit abgeben konnte, war ich auch wirklich stolz, alles so gut hinbekommen zu haben.

NACH NUR EINEM JAHR ALS SACHBEARBEITER MARKETING BEI DER PIKO SPIELWAREN GMBH HAT MAN DICH ZUM GRUPPENLEITER MARKETING BEFÖRDERT. WAS SIND NUN DEINE AUFGABEN?

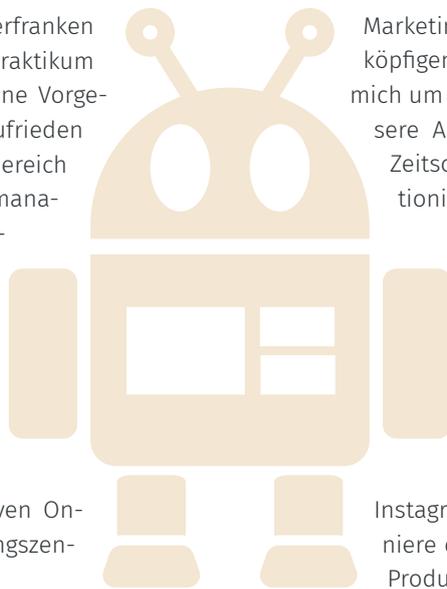
Meine Aufgabe ist die Koordination sämtlicher Marketingprojekte. Zusammen mit meinem dreiköpfigen Marketing- und Grafikteam kümmere ich mich um sämtliche Printmaterialien sowie um unsere Anzeigenwerbung in Fachmagazinen und Zeitschriften. Neben Printmaterialien konzipiere ich auch unsere Displays zur Warenpräsentation im Handel und unterstütze das Produktmanagement bei der Erstellung unserer jährlichen Hauptkataloge. Außerdem bin ich für die Organisation von Events zu Produktneueinführungen zuständig. Darüber hinaus betreue ich mit einer Kollegin die Social-Media-Auftritte von PIKO auf Instagram, Facebook sowie Twitter und koordiniere die Pressearbeit sowie die Erstellung von Produktvideos für unseren YouTube-Kanal mit externen Dienstleistern.

WIE KANNST DU INHALTE AUS DEM FERNSTUDIUM M.A. MARKETING-MANAGEMENT AN DER IUBH FÜR DEINE AKTUELLE ARBEIT NUTZEN?

Ich denke, dass mir gerade die Inhalte der Kurse Konsumentenverhalten, Social Media Marketing, aber auch strategisches Management bei meiner täglichen Arbeit helfen. Dass ich mir meine Zeit während des Studiums an der IUBH selbstständig einteilen konnte oder sogar musste, hat mir auch viel in Sachen Zeitmanagement beigebracht – eine Kompetenz, die in meinem Job sehr wichtig ist.

DIE SPIELWARENBRANCHE BOOMT. WO SIEHST DU AKTUELL EINSTIEGSMÖGLICHKEITEN FÜR NACHWUCHSKRÄFTE?

Die Branche ist sehr vielfältig und bietet ein interessantes Tätigkeitsfeld für Nachwuchskräfte, die von Anfang an Verantwortung übernehmen möchten. Das Tolle an der Spielwarenbranche ist für mich, dass man mit Produkten zu tun hat, die Menschen Freude machen.



Birte Mibach

Aus: Köln

Ausbildung:

2010–2014: B. A. Internal Communication, Hanze University of Applied Sciences

2016–2017: M. A. Marketingmanagement, IUBH

Berufliche Stationen:

2015–2016: Trainee Public Relations, VOCATO public relations GmbH

2016–2017: PR-Juniorberaterin, VOCATO public relations GmbH

2017–2018: PR-Beraterin, VOCATO public relations GmbH

Ab 2018: Referentin Interne Kommunikation, HDI Gruppe

» Mitarbeiter sind die wichtigsten Markenbotschafter. «

IUBH-Alumna Birte Mibach über die Vereinbarkeit von Fernstudium und Beruf, Richtungswechsel im Berufsleben und Karriere-chancen in der Marketingbranche.

NACH DEINEM ERSTSTUDIUM BIST DU ALS TRAINEE FÜR PUBLIC RELATIONS IN EINER PR-AGENTUR EINGESTIEGEN. WARUM HAST DU DICH TROTZ BACHELORABSCHLUSS UND TRAINEEAUSBILDUNG DAZU ENTSCHLOSSEN, EINEN MASTER IN MARKETINGMANAGEMENT IM FERNSTUDIUM ZU ABSOLVIEREN?

Mir war schon gegen Ende meines Bachelorstudiums klar, dass ich einen Master anhängen werde. Nachdem ich ein Jahr als Trainee bei der VOCATO public relations GmbH gearbeitet hatte, setzte ich dieses Vorhaben in die Tat um. Das IUBH-Fernstudium hat zum damaligen Zeitpunkt ideal zu meiner beruflichen Situation gepasst – online studieren mit der Möglichkeit, mir die Kurse und Klausurtermine flexibel einzuteilen. Auch der inhaltliche Fokus im Fach Marketingmanagement entsprach genau meiner Vorstellung des Masterstudiums. Die IUBH selbst kannte ich zu diesem Zeitpunkt bereits durch einen Buddy-Tag, den ich sehr positiv in Erinnerung hatte. Beim Buddy-Tag wird man für einen Tag zum Studenten und kann in Begleitung eines aktuell Studierenden seine Wunschvorlesungen besuchen.

WIE HAST DU ES GESCHAFFT, INNERHALB VON ZWEIFINHALB JAHREN ZUR PR-BERATERIN AUFZUSTEIGEN UND ZEITGLEICH DEIN MASTERSTUDIUM ABZUSCHLIESSEN?

Meine damaligen Vorgesetzten haben meine berufliche und persönliche Weiterentwicklung unterstützt – und durch hartnäckiges Einfordern sowie den Einsatz meiner Studienkenntnisse im Beruf wurde mir sukzessive mehr Verantwortung übertragen. Nach zweieinhalb Jahren übernahm ich die Position der PR-Beraterin bei VOCATO, während ich parallel den Master abschloss. Was mir dabei half, Fernstudium und mehr Verantwortung im Job miteinander in Einklang zu bringen: ein gutes Zeitmanagement und das Ziel eines Masterabschlusses vor Augen.

WARUM BIST DU DANACH VON DER EXTERNEN IN DIE INTERNE KOMMUNIKATION GEWECHSELT UND WIE BIST DU AN DIE STELLE REFERENTIN INTERNE KOMMUNIKATION BEI DER HDI GRUPPE GEKOMMEN?

Nach drei Jahren in der Agentur und mit einem Masterabschluss in der Tasche entschied ich mich, einen neuen Weg in Sachen Kommunikation zu gehen – und bewarb mich als Referentin für Interne Kommunikation bei der Versiche-

rungsgruppe HDI. Und tatsächlich: Aufgrund meiner beruflichen Erfahrung mit Kunden aus der Versicherungs- und Finanzbranche und meinem Know-how aus dem Studium bekam ich den Job.

WIE SIEHT DEIN JETZIGER ARBEITSALLTAG AUS?

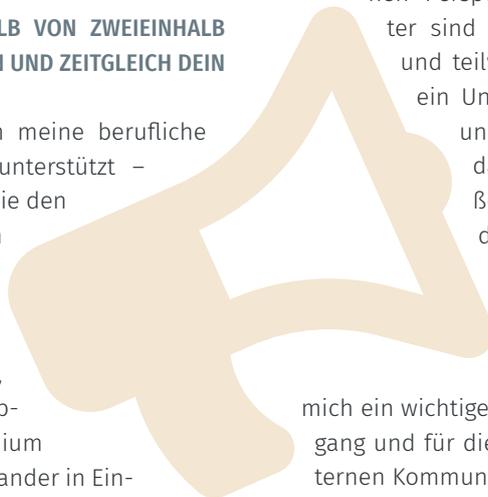
Aktuell berate ich das Top-Management und die Fach- und Führungskräfte zu jeglichen Fragen der internen Kommunikation, organisiere Führungskräfte- und Mitarbeitererevents wie Business Lunches oder Projekt-Roadshows und begleite strategische Projekte und diverse Digitalisierungs- und Innovationsthemen des Geschäftsbereichs. Dazu kommen die Entwicklung von internen Video- und Dialogformaten und die Textredaktion für interne Unternehmensmedien. Das ist sehr abwechslungsreich – da ist kein Tag wie der andere.

WAS HILFT DIR DABEI AUS DEM STUDIUM AN DER IUBH?

Marketing wird zwar häufig mit externer Fokussierung in Verbindung gebracht, spielt aber auch aus der internen Perspektive eine wichtige Rolle. Mitarbeiter sind die wichtigsten Markenbotschafter – und teilweise gleichzeitig auch Kunden –, die ein Unternehmen hat. Sind diese zufrieden und sprechen mit anderen darüber, hilft das auch dem Unternehmen, nach außen positiv(er) wahrgenommen zu werden. Viele Marketingstrategien und -instrumente lassen sich leicht abgewandelt auch innerhalb des Unternehmens anwenden. Darum ist das Marketingmanagement-Studium für mich ein wichtiger Baustein für meinen eigenen Werdegang und für die Tätigkeiten, die ich aktuell in der internen Kommunikation ausübe.

WIE SCHÄTZT DU DIE KARRIERECHANCEN MIT EINEM MASTERABSCHLUSS IM FACH MARKETINGMANAGEMENT EIN?

Die Konkurrenz auf dem Markt ist riesig, jedoch werden hoch qualifizierte Marketing-Fachkräfte von den Unternehmen auch stark nachgefragt. Mit einem Masterabschluss im Fach Marketingmanagement kann man gezielt aus der Masse heraustreten, wenn man das Erlernte und die eigenen fachlichen Fähigkeiten in Vorstellungsgesprächen entsprechend verkauft. Das Vereinen von Beruf und Fernstudium zeigt dem Arbeitgeber, wie belastbar und flexibel man ist.



Silas Zelewske

Aus: Reinheim

Ausbildung:

2012–2017: B. A. Betriebswirtschaftslehre

Berufliche Stationen:

2017–2018: Teamleiter Customer Service and Sales Support, Evonik Industries

Ab 2018: Customer Service and Sales Support Representative, Evonik Industries

» Der Bachelorabschluss öffnete mir die Türen zur Führungsposition. «

IUBH-Alumnus Silas Zelewske im Gespräch über seinen Aufstieg beim Chemiekonzern Evonik Industries, die Selbstorganisation im Fernstudium und Tipps für die Karriere.

INS BERUFSLEBEN BIST DU ALS CUSTOMER SERVICE AND SALES SUPPORT REPRESENTATIVE BEI EVONIK INDUSTRIES GESTARTET. WARUM HAST DU DICH NACH ZWEI JAHREN DAZU ENTSCHEIDEN, DEN BACHELOR BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE IM FERNSTUDIUM AN DER IUBH ZU ABSOLVIEREN?

Da ich von Natur aus wissbegierig und an vielen Dingen interessiert bin, war mir schnell klar, dass nach meiner Ausbildung zum Industriekaufmann noch nicht das Ende der Fahnenstange erreicht war. Persönlich und beruflich weiterzukommen, war für mich der Hauptgrund, den Bachelor BWL an der IUBH zu absolvieren.

WIE KONNTEST DU FERNSTUDIUM UND BERUFSALLTAG MITEINANDER VEREINBAREN?

Zum einen habe ich große Unterstützung durch meine Frau erfahren, zum anderen funktionierte mein im Vorfeld aufgestellter Plan recht gut: An vier Tagen in der Woche habe ich nach der Arbeit zu fixen Zeiten etwas fürs Studium getan – so wusste ich immer, wann Freizeit oder Studienzeit angesagt war. Da ich ein sehr spontaner Mensch bin, kam mir die Flexibilität der IUBH zugute, weil ich mir beispielsweise auch in der Sonne oder am See Wissen aneignen konnte.

WIE HAST DU ES GESCHAFFT, ZUM TEAMLEITER CUSTOMER SERVICE AND SALES SUPPORT AUFZUSTEIGEN?

Durch meine Zielstrebigkeit und strukturierte Arbeitsweise konnte ich mich im Konzern von Anfang an als verlässlicher Mitarbeiter beweisen. Die akademische Zusatzqualifikation neben dem Beruf war darüber hinaus ebenfalls gern gesehen. Sie öffnete mir die Türen, mich auf eine solche Führungsstelle bewerben zu können.

WAS SIND DEINE AUFGABEN ALS TEAMLEITER?

Neben organisatorischen Tätigkeiten rund um das Team, Vorstellungsgesprächen oder Mitarbeiter-Entwicklungsgesprächen bin ich in diversen Projekten eingespannt. Aktuell ist beispielsweise die Boni-Abrechnung für unsere Kunden ein großes Thema. Überdies kümmere ich mich um Aufgaben wie Mahnwesen, Reklamationsmanagement und Dokumentengeschäfte.

WIE IST DIR DEIN STUDIUM AN DER IUBH FÜR DEINE JETZIGE TÄTIGKEIT NÜTZLICH?

Im Fach Personalwesen habe ich beispielsweise gute Ansätze für den Umgang mit Mitarbeitern gelernt, die ich nun versuche, bestmöglich anzuwenden. Was mir das Studium generell gezeigt hat: Wenn man hart arbeitet und dranbleibt, kann man seine Ziele erreichen.

WELCHE TIPPS MÖCHTEST DU STUDIENINTERESSIERTEN UND STUDIERENDEN FÜR DIE KARRIEREPLANUNG MITGEBEN?

Bildet Euch stets weiter und eignet Euch Wissen an! Gepaart mit Empathie und weiteren Social Skills bildet das eine tolle Basis für eine gute Karriere. Dafür ist besonders die Betriebswirtschaftslehre prädestiniert, da sie einen guten Einblick in alle Bereiche gibt, die in einem Unternehmen gebraucht werden.

DIE CHEMIEINDUSTRIE IST EINER DER GRÖSSTEN WIRTSCHAFTSZWEIGE UND GILT ALS INNOVATIONSBRANCHE. WELCHE CHANCEN BIETEN SICH HIER DEINER MEINUNG NACH ANGEHENDEN FACH- UND FÜHRUNGSKRÄFTEN?

Insbesondere für Nachwuchs-Fachkräfte ist die innovative Chemiebranche eine gute Chance, schnell zu lernen, da sich hier die Rahmenbedingungen sehr zügig ändern können und man daher stets adäquate Lösungen parat haben muss. Gerade deshalb ist es eine schöne Bühne, um als Fachkraft schnell Verantwortung zu übernehmen.

Prof. Dr. Malte Martensen

Professor für Personalmanagement und Organisation, Lecturer, IUBH

Start-ups als Spiegel der Zukunft: Fünf Thesen zur Arbeitswelt von morgen

Als Professor am Berliner Campus der IUBH Internationalen Hochschule habe ich das Privileg, junge Menschen aus den verschiedensten Ländern der Erde auf ihrem Weg in die Arbeitswelt zu begleiten. Die Schwerpunkte meiner Vorlesungen liegen im Bereich Personalmanagement, Entrepreneurship und Organisationspsychologie. Daher beginnen viele meiner Absolventinnen und Absolventen ihre Karriere im HR-Bereich, ebenso aber im Marketing. Oftmals handelt es sich bei den Arbeitgebern um Start-ups, deren Namen, Produkte und Dienstleistungen ich noch nie gehört habe: 120 Mitarbeiter, die Gründer noch an Bord, Kreuzberger Hinterhof-Charme.

Zwei Jahre später haben nicht wenige dieser Unternehmen ihre Mitarbeiterzahl verfünffacht, die Marken sind europaweit bekannt. Und mittendrin: die Studierenden, mit denen ich mir eben noch den Hörsaal teilte. Im Recruiting als Enabler des Hyper-Wachstums. Oder im Marketing unmittelbar beteiligt an Branding-Strategien oder im Produktmanagement mit direktem Kundenkontakt. In Start-ups scheinen die Möglichkeiten grenzenlos.

Immer wieder bin ich erstaunt, in welchen Organisationen meine Studierenden starten und wie schnell diese Unternehmen den Markt, aber auch sich selbst verändern. Die Champions von morgen wachsen und sich entwickeln zu sehen, fasziniert mich nachhaltig. Schließlich wachsen mit den Organisationen auch meine Absolventen, ihre Verantwortungsbereiche und ihre beruflichen Perspektiven. Nicht selten werde ich mit meinen aktuellen Kursen von ehemaligen Studierenden zu Field Trips eingeladen. So bietet sich eine tolle Möglichkeit, diese wachsenden jungen Unternehmen von innen kennenzulernen, ihre Gründer zu treffen und in die Organisationskultur einzutauchen. Als Kenner der DAX-Welt kann ich sagen: Der Unterschied zu Großkonzernen könnte frappierender kaum sein. Daraus entstanden sind fünf Thesen zur Arbeitswelt von morgen.

1 Digital und näher am Menschen

Digital makes the difference: Praktisch alle Geschäftsmodelle der jungen Unternehmen sind digitaler Natur, d.h. sie sind eingebettet in ein Ökosystem von Produkten und Services, die wiederum datengesteuert und lernend sind. Technologie und technischer Fortschritt finden kaum noch im Bereich der Hardware statt, Motoren und Maschinen gelten schon fast als Old Economy. Software, Daten und Algorithmen sind das Rückgrat der Ökonomie von morgen. Wissen und Kreativität werden somit zu den Schlüsselressourcen des 21. Jahrhunderts, was wiederum bedeutet, dass sich Digitalisierung nicht ohne den Menschen denken lässt – als Kunde und Nutzer ebenso wie als Mitarbeiter und Co-Creator.

2 Fehlerkultur

Manchen meiner Kunden in Großunternehmen laufen Schauer über den Rücken, wenn sie daran denken, a) Fehler zu machen und, noch schlimmer, b) diese zuzugeben. Start-ups lieben Fehler, schnelles Lernen aus Fehlern erlaubt kurze Entwicklungszyklen und schnelles Wachstum. So wie Scrum zum Standard in der Software-Entwicklung geworden ist, wird kaum ein Produkt oder Service ohne frühe Kundeneinbindung entwickelt. Mit Methoden des Design Thinking lassen sich schnell Prototypen entwi-

ckeln und aus Fehlern und Feedback verbessern. Wiederum steht der Kunde bzw. Nutzer im Mittelpunkt. Fail early ist das Mantra der Start-up-Szene. In sogenannten Fuckup-Nights findet diese Fehlerkultur ihren Höhepunkt. Man trifft sich organisationsübergreifend, teilt sein Wissen und ist stolz darauf, offen und ehrlich zu präsentieren, was nicht funktioniert hat. Welch ein Paradigmenwechsel zur Arbeitswelt klassischer Natur.

3 Flexible Organisation

Vor 15 Jahren war ich Praktikant im Controlling bei einem großen Automobilhersteller und hatte (na klar) ein Einzelbüro. Undenkbar in der Start-up-Welt. Hier gibt es disziplinar gemischte, autonome Teams, die in Abhängigkeit der jeweiligen Projektaufgabe immer neu zusammengestellt werden oder sich selbst zusammenfinden. Sowohl das Einzelbüro der Nuller-Jahre als auch das klassische Großraumbüro haben hierbei ausgedient. Räumlichkeiten lassen sich flexibel an die Bedürfnisse der Teams anpassen. Creative Spaces gibt es ebenso wie klassische Meetingräume oder Ebenen zur konzentrierten Einzelarbeit. (Potentially) Work everywhere wird zum Mantra der agilen Organisation (Homeoffice ist ebenfalls ein Begriff der Nuller-Jahre), ebenso wie flexible Arbeitszeiten. Beides wird ermöglicht durch moderne technische, d.h. mobile Infrastruktur.

4 Führung

Allerdings macht allein die Infrastruktur die Arbeitswelt von morgen weder effektiv noch effizient. Multidisziplinäre Teams und flexible Arbeitszeiten funktionieren nur, wenn ein wesentlicher Faktor gegeben ist: Vertrauen in die Mitarbeiter. In erster Linie agieren Manager als Coach und Enabler. Mitarbeiter hingegen sind die eigentlichen Experten, die Probleme eigenständig bzw. in Teams lösen, anstatt für einen Chef zu arbeiten. Für viele Unternehmen ist dies nichts weniger als ein fundamentaler Kulturwandel im Bereich der Führung. Arbeit darf nicht nur Spaß machen, sondern Spaß wird als die Grundlage gesehen für gute Zusammenarbeit und echte Innovation. Übrigens: Ich halte einen Kickertisch im Büro weder für den Ausdruck einer modernen Organisationskultur noch von echter Freude am Arbeitsplatz.

5 Hire for Attitude – Train for Skills

Start-ups stehen genauso wie etablierte Unternehmen im Wettbewerb um die besten Talente. In Zeiten der kreativen Wissensarbeit gilt dies mehr denn je. Gleichzeitig ist der Arbeitsmarkt leergefegt, zumindest behaupten Wissenschaft wie Praxis dies gleichermaßen. Doch ist das wirklich so? Ich kenne junge, wachsende Unternehmen, in denen die Institution des Stellen- und Anforderungsprofils ausgedient hat bzw. nie eingeführt wurde. Zu schnell verändern sich die relevanten Skills, zu aufwendig ist die Suche nach Kandidaten, deren Fähigkeiten genau auf die Stelle passen. Start-ups gehen davon aus, dass es eine Passgenauigkeit nur auf einem Gebiet geben kann: dem Cultural Fit. Ein (Hochschul-)Abschluss bzw. eine Berufsausbildung zählen natürlich noch immer, aber eben nicht nur. Letztlich entscheidend ist das richtige Mindset. Passt jemand ins Team? Relevante Skills lassen sich on the job erlernen, die richtige (d.h. eine zum Unternehmen passende) Einstellung nicht. Der Klassiker in Start-ups: Deutsch. Muss man die Landessprache wirklich auf C1-Niveau beherrschen, um einen fantastischen Wertbeitrag zur Umsetzung der Unternehmensstrategie zu leisten? Wohl kaum. Kann man Deutsch erlernen? Na klar. Im Job? Dort am besten.

Fazit

Was bedeuten diese Trends nun für die tertiäre Bildung im Allgemeinen und für die IUBH Internationale Hochschule im Besonderen? Hat das Hochschulstudium im Bereich Wirtschaft und Management ausgedient? Ganz im Gegenteil. Aber neben Fakten- und Methodenwissen werden Soft Skills, Kreativität und das richtige Mindset immer wichtiger. Daher ist es das Ziel der Hochschule, Studierende auf ihrem Weg zum agilen Wissensarbeiter zu begleiten. Zu Managern, die mit richtungsweisenden Entscheidungen nicht nur für ihr Unternehmen einen Mehrwert schaffen, sondern auch für sich selbst ein erfüllendes Berufsleben gestalten. Die in der modernen Arbeitswelt ankommen. Die Spaß daran haben, ein Teil des Wirtschaftslebens zu sein und innovative Ideen umzusetzen. Der Hörsaal als Brücke zum Kreuzberger Hinterhof-Charme. Ich mag diesen Gedanken. Die Arbeitswelt von morgen ist vielleicht näher, als mancher glauben mag.

Prof. Dr. Christel Gade

Professor für Personalmanagement und Organisation, Lecturer, IUBH



Was erwarten Arbeitgeber von jungen Absolventen und wie stellt sich die IUBH darauf ein?

Die Welt ist geprägt von beschleunigtem Wandel und einem Zusammenwachsen der Märkte, was zu einer hohen Mobilität von qualifizierten Arbeitnehmenden führt. Deshalb erwarten internationale Unternehmen von ihren jungen Mitarbeitenden zunehmend die Fähigkeit, sich produktiv in die sich stets verändernden Herausforderungen einzubringen. Das heißt nicht, dass Fachwissen an Bedeutung verliert, aber fachspezifisches Wissen ist schneller überholt und muss in der Arbeitswelt immer häufiger angepasst werden.

WAS HEISST DIES KONKRET, UND WIE BEREITET DIE IUBH DIE JUNGEN MENSCHEN AUF DIESE ANFORDERUNGEN VOR?

Grundsätzlich ist ein solides allgemeines oder auch spezialisiertes Fachwissen immer noch von Bedeutung, sozusagen notwendig, um im Job schnell zum Unternehmenserfolg beizutragen. Hinreichend für den Erfolg und auch den Wertbeitrag im Unternehmen ist darüber hinaus aber der Umgang mit den Bedingungen, die von Unternehmen zu Unternehmen sehr unterschiedlich sein können. Allen gemeinsam ist, dass Berufseinsteiger Offenheit, Motivation und Willen zur Integration und zum Beitrag im Unternehmen zeigen sollten.

- Es geht um die Intelligenz, mit unterschiedlichen **Unternehmenskulturen** umgehen zu können. Dieses ist nicht allein ein intuitiver Prozess, sondern beruht auf dem intellektuellen Verständnis für das, was eine Unternehmenskultur ausmacht. Wir wissen, dass je seniorer Positionen sind, desto entscheidender ist die kulturelle Passung für extern eingestellte Mitarbeiter und Führungskräfte. Der Hauptgrund für schwer vorhersehbares Scheitern oder umgekehrt Erfolg ist die Einfügung in oder Einflussnahme auf vorgefundene Unternehmenskulturen.
- Die Geschwindigkeit und Leichtigkeit, mit der Absolventen produktiv auf Veränderungen reagieren, ist ein weiterer Erfolgsfaktor. Diese **Flexibilität**, die heute in allen Industrien erforderlich ist, fordert einen neugierigen Umgang mit neuen, unsicheren Situationen und Themen. Basis dafür ist neben geistiger Flexibilität und Offenheit auch die intellektuelle, analytische Kompetenz, mit komplexen Fragestellungen zielorientiert umgehen zu können.
- Schnelle Veränderungen bringen zunehmend **Projektarbeit** mit sich. In diesem Kontext verschwinden sichere Strukturen. Mitarbeitende sind früh auf sich alleine gestellt, müssen **eigenverantwortlich** und **eigeninitiativ** arbeiten. Dies gelingt immer dann gut, wenn sie auf Basis einer guten Ausbildung auch Risiken einzugehen bereit sind, weil sie sich zutrauen, die Lage zu überblicken, und ein solides theoretisches Fundament haben, das ihnen in der Praxis Orientierung gibt.
- In zunehmend international agierenden Unternehmen treffen Absolventen auf Herausforderungen, die sich aus **interkulturellen** Begegnungen ergeben. Diese interkulturelle

Kompetenz ist deutlich mehr als die Fähigkeit, in der entsprechenden Fremdsprache zu kommunizieren. Sie beinhaltet das Wissen um verschiedene Dimensionen von Kultur und die damit einhergehenden Erwartungen. Daraus ergibt sich die Fähigkeit, sich zügig in einem Umfeld einzufinden und zu integrieren und auf diese Weise produktiv zu sein.

WAS HEISST DIES ALLES FÜR DIE VORBEREITUNG DURCH EIN STUDIUM AN DER IUBH?

Ein Studium bereitet Berufseinsteiger dann gut auf diese Herausforderungen vor, wenn es Folgendes leistet oder vermittelt:

- Solides **Handwerkszeug** in allen Bereichen der Unternehmensführung. Hierzu gehören die „harten“ Fächer wie Finance, Pricing etc. ebenso wie die „weichen“ Themen Führung, Organisational Behaviour, Intercultural Communications etc.
- **Analytische** und **konzeptionelle** Fähigkeiten, die bereits durch die Verbindung von Studium und Praktika in der **Praxis** angewendet und bewiesen werden.
- Herausforderung und Förderung der **Leistungsfähigkeit** jedes Einzelnen und damit die Bereitschaft, im Beruf auch harte Nüsse zu knacken bei entsprechender Resilienz. Dazu müssen die Hochschulen die Studierenden an ihre intellektuellen, praktischen und organisatorischen Grenzen führen.
- Vorbereitung auf die **interkulturellen und internationalen** Anforderungen im Beruf, indem die Hochschule selbst schon ein Ort interkultureller Begegnung ist und dieses auch durch die bewusste akademische Auseinandersetzung mit entsprechenden Themen vorbereitet.
- **Projektarbeit** in unterschiedlicher Form, eigenverantwortliches Arbeiten, Teamkompetenz und Ergebnisorientierung an praktischen Beispielen schulen.

Kurz gesagt, Absolventen wie auch erfahrene Mitarbeiter müssen nach wie vor die **fachlichen Fertigkeiten** mitbringen, um zunehmend spezialisierte Positionen auszufüllen. Allerdings sind sie nur dann auch wirklich erfolgreich, wenn sie die Fähigkeit haben, ihr Wissen und Können durch hohe Sensibilität für Unternehmenskulturen, Flexibilität im Umgang mit Veränderungen und interpersönliche sowie interkulturelle Kompetenzen einzubringen.

Dr. David Rempel

Lecturer Business Administration & Economics, IUBH



Karriere als Gründer – die Zukunft von morgen mitgestalten

Wer selbst eine Firma gründet, übernimmt das Risiko – genießt aber auch viele Vorteile. Wenn es Ihnen Spaß macht, Ihre Idee in einer wettbewerbsfähigen Umgebung umzusetzen, kann dies ein spannender Karriereweg für Sie sein. Einige Neugründungen erzeugen enormen Gewinn, einige große Zufriedenheit – und einige beides. Allerdings ist der Beruf des Unternehmers nicht für jeden geeignet. Man muss hart arbeiten, risikobereit und kreativ sein und gut mit Menschen umgehen können. Man muss Grips, Herz, Motivation und Antrieb haben. Und man braucht breites Know-how und betriebswirtschaftliches Grundlagewissen. Mit entsprechendem Coaching, der richtigen Ausbildung und viel Tatkraft lassen sich die Herausforderungen des Unternehmertums jedoch bewältigen.

GRÜNDEN SCHON WÄHREND ODER KURZ NACH ABSCHLUSS DES STUDIUMS

Deshalb rät IUBH-Rektor Prof. Dr. Peter Thuy, idealerweise schon während des Studiums oder nach dem Abschluss ein eigenes Unternehmen zu gründen. Dann hat man meist noch nicht viele Verpflichtungen und kann sich ganz auf die Aufgaben als Jungunternehmer konzentrieren. Mit einer ganzen Reihe von Angeboten gelingt es der IUBH, ihre Studierenden zur Selbstständigkeit zu inspirieren: von formellen Entrepreneurship-Fachkursen über den Gründertag bis hin zu Start-up-Camps, Pitch-Wettbewerben, Start-up-Coaching und Partnerschaften mit regionalen Gründerszenen. Seit die IUBH im Jahr 2000 ihr Studienangebot startete, haben eine Reihe von Studierenden und Alumni Unternehmen gegründet – und einige der derzeitigen Studierenden sind dabei, ihre Geschäftsideen mit viel Elan zu entwickeln.

DAS UNTERNEHMERTUM BIETET VIELFÄLTIGE KARRIEREMÖGLICHKEITEN

Das Beste an einer Karriere als Entrepreneur sind die vielfältigen Möglichkeiten. Es gibt in vielen Volkswirtschaften auf der ganzen Welt Raum für Unternehmertum – in Schwellenländern und natürlich auch innerhalb der EU. In vielen Branchen ist die Schaffung von Wohlstand möglich, sei es im Bereich Internet und IT, persönliche Dienstleistungen, Medien oder Ingenieurwesen. Aber es gibt auch eine Kehrseite des Unternehmertums. Ohne angemessene Betreuung und Ausbildung scheinen die Erfolgchancen zu schwinden. In Deutschland geben etwa 30 Prozent aller Unternehmen innerhalb der ersten drei Jahre auf oder scheitern aus verschiedenen Gründen. Bei denjenigen, die mehr als 25.000 Euro investiert haben, sieht die Statistik jedoch viel besser aus: Hier setzen 86 Prozent der Unternehmen ihre Tätigkeit fort (KW-Gründungsmonitor).

Als Gründer ist es wichtig, sich im Klaren darüber zu sein, was realistisch ist und was nicht. Ein Grundverständnis für die Funktionsweise des Marktes und die Suche nach Ineffizienzen sind von entscheidender Bedeutung. Diese Fähigkeiten können erlernt werden. Dazu gehört auch, Regionen zu finden, in denen eine gute Idee, ein wenig Einfallsreichtum oder ein aggressives Marketing wirklich etwas bewirken könnten. Denken Sie an Probleme, für deren Lösung die Menschen bezahlen würden. Es hilft, über fundierte Finanzkenntnisse zu verfügen. Es ist ein Muss, seinen Produktbereich wirklich gut zu kennen: Was wollen die Verbraucher? Was unterscheidet Sie von der Konkurrenz? Wie vermarkten Sie Ihr Produkt? Die Entwicklung eines soliden Businessplans ist unerlässlich. Er ist eine große Hilfe, um die Argumente für ein neues Geschäft zu durchdenken. Sie werden mehr als jeder andere in dieses Unternehmen investieren, also begegnen Sie sich selbst wie ein kluger, skeptischer Investor, der von den Erfolgchancen des geplanten Unternehmens überzeugt werden muss.

Die Möglichkeiten des Unternehmertums sind endlos. Die Belohnungen können hoch sein. Auch die Risiken sind zweifellos hoch. Aber wenn Sie Tatkraft, Kreativität und den Wunsch haben, Ihr eigener Chef zu sein, kann dies sehr wohl die richtige Karriere für Sie sein.

Hören Sie sich einige der jüngsten Gewinner der IUBH bei einem regionalen Start-up-Camp an (Reiseausweis, HOSCOM, Concierge-Service):

 [youtube.com/watch?time_continue=2&v=HX4JWd10_DU&feature=emb_title](https://www.youtube.com/watch?time_continue=2&v=HX4JWd10_DU&feature=emb_title)

 berchtesgadener-land.de/gruender/start-up-camps

Einige Schlüsselqualifikationen und -eigenschaften, die mit dem Erfolg verbunden sind:

GEWÖHNEN SIE SICH AN RÜCKSCHLÄGE.

Für jedes unternehmerische Vorhaben, das Erfolg hat, scheitern zehn, und zehn weitere kommen erst gar nicht so weit, um als Fehlschlag gezählt werden zu können. Wussten Sie, dass Colonel Sanders, der Gründer von KFC, 1.009 Mal versucht hat, sein berühmtes Hühnerrezept zu lizenzieren, bevor er sein erstes "Ja" bekam? Man muss nicht nur mit dem Scheitern umgehen können, sondern auch daraus für zukünftige Geschäftsvorhaben lernen.

NETZWERKE BIETEN GROSSE CHANCEN.

Die Fähigkeit, mit anderen zusammenzuarbeiten, wird Ihre Erfolgchancen erheblich steigern. Sie können Unternehmen so miteinander verbinden, dass sie regionale, nationale oder weltweite Produktion, Einkauf, Vertriebskanäle, Informationssysteme, Datenbanken sowie Forschung und Entwicklung gemeinsam nutzen.

SIE MÜSSEN VERKAUFEN, VERKAUFEN UND VERKAUFEN.

Unternehmer verkaufen immer – an Kunden, an Bankiers, an Verkäufer, an Mitarbeiter, an Investoren, an Lieferanten. Ihr Unternehmen, Ihr Konzept und sich selbst an andere zu verkaufen, ist wichtig. Sie benötigen ausgezeichnete Überzeugungsfähigkeiten. Und denken Sie daran, dass die überzeugendste Werbung von einem wahren Gläubigen kommt, sodass die erste Person, die wirklich von der Idee überzeugt sein muss, Sie selbst sind.

SIE BRAUCHEN EINE STARKE FUNKTIONSÜBERGREIFENDE FERTIGKEITSBASIS.

Wenn Sie gerade erst ein Unternehmen gegründet haben, können Sie es sich normalerweise nicht leisten, direkt neue Mitarbeiter einzustellen. Sie haben also nur sich selbst und gegebenenfalls Ihr Gründerteam, auf das Sie sich verlassen können. Sie brauchen einen soliden geschäftlichen Hintergrund mit Verständnis für alle Funktionsbereiche Ihres Unternehmens. Sie müssen ein multifunktionales Team sein.

SCHLECHTE GESCHÄFTSFÄHIGKEITEN SIND FÜR DIE MEISTEN MISSERFOLGE VERANTWORTLICH.

Die meisten kleinen Unternehmen scheitern an 1) Management-Inkompetenz oder Unerfahrenheit, 2) Vernachlässigung des Unternehmens, 3) unwirksamen Geschäftskontrollen oder 4) Unterkapitalisierung. Wenn die Unternehmer ihre Hausaufgaben machen und sicherstellen würden, dass sie über das notwendige Portfolio an Fähigkeiten und Wissen bezüglich des Unternehmens verfügen, könnten viele zumindest einige dieser Fallstricke vermeiden.

Über die IUBH

Praxisnähe, internationale Ausrichtung oder maximale Flexibilität: Die IUBH Internationale Hochschule bereitet über 25.000 Studierende mit ihren unterschiedlichen Studienmodellen auf den globalen Arbeitsmarkt vor. Sie versammelt unter ihrem Dach vier voneinander unabhängige Hochschulbereiche: die IUBH Campus Studies mit internationaler Managementausrichtung, das IUBH Fernstudium, das IUBH Duale Studium und das IUBH berufsbegleitende Studium. Das Campusstudium beinhaltet englischsprachige Bachelor- und Masterstudiengänge mit klarem Branchenfokus. Die flexiblen Fernstudiengänge der IUBH bieten ein breites Spektrum an Onlineprogrammen von Marketing über Soziale Arbeit bis Wirtschaftsrecht. Das duale Studium der IUBH umfasst Bachelorstudiengänge mit regelmäßigem Wechsel zwischen Theorie und Praxis. Das berufsbegleitende Studium der IUBH verknüpft flexibles Onlinestudieren mit regelmäßigen Präsenzveranstaltungen. Die IUBH bietet den Studierenden ein Netzwerk von renommierten Praxispartnern in der Wirtschaft: Über 4.000 Unternehmen haben bereits erfolgreich mit der IUBH kooperiert, darunter die Zurich Versicherungen oder Motel One. Die IUBH, die 1998 gegründet wurde, ist inzwischen in über 20 Städten in Deutschland und Österreich vertreten. Weitere Infos unter iubh-university.de



Impressum

Herausgeber: IUBH Internationale Hochschule
Juri-Gagarin-Ring 152 · 99084 Erfurt · contact@iubh.de · iubh.de

Das Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft
des Landes Thüringen ist für die IUBH Internationale Hochschule an allen
Studienorten in hochschulrechtlichen Angelegenheiten zuständig.

Besuche uns auch auf:



