

# HWZ-Report

## 2011/2012



6 FLUSS WIRTSCHAFTS



# Liebe Leserin, lieber Leser

## INHALT

### 04 INTERVIEW

Mit Prof. Dr. Jacques F. Bischoff  
und Manuel P. Nappo

### 06 GASTARTIKEL

Ein Netzwerk fürs Leben  
Von Georges Ulrich

### 07 ERFOLGSSTORY

Selbstständig dank Know-how  
und Netzwerk

### 08 AUSBILDUNG

Künftige Führungskräfte  
studieren berufliches  
Know-how

### 09 WEITERBILDUNG

Wachstum durch klare Positio-  
nierung und Themenbreite

### 10 CENTER

HWZ Center und Institute

- 11 Institute for Strategic Management
- 12 Swiss Real Estate Institute
- 13 Center for Accounting & Controlling
- 14 Center for Financial Studies
- 15 Center for Business Engineering
- 16 Center for Communications
- 17 Center for Corporate Social Responsibility
- 18 Center for Health Care Management
- 19 Center for Human Resources Management & Leadership
- 20 Center for Marketing

### 21 INTERNATIONALE

PARTNERSCHAFTEN  
Internationales Netzwerk mit  
starken Partnern

### 22 ÜBER DIE HWZ

Starkes Team

### 23 Die HWZ-Studiengänge auf einen Blick

### 24 Die HWZ in Zahlen

### 25 Rückblick 2011 / Agenda 2012

### 26 ORGANISATION UND FÜHRUNG

So ist die HWZ strukturiert



**URS MARTI**

Präsident und Delegierter des  
Verwaltungsrates der HWZ

In der heutigen Zeit kommt der Vernetzung eine immer grössere Bedeutung zu. Sei es in der Lehre bei der Vernetzung der verschiedenen Themen, die Vernetzung in der Forschung, die Vernetzung von Studium und Arbeitswelt, die Vernetzung der Studierenden oder die virtuelle Vernetzung über Social Media wie Facebook, Twitter oder Xing.

Die Hochschule für Wirtschaft Zürich ist sich der Bedeutung von Vernetzung schon lange bewusst: Als schweizweit grösste berufsbegleitende Hochschule im Bereich Wirtschaft verbindet die HWZ Praxis und Theorie optimal. Die zwei Institute und acht Center der HWZ betreiben qualitativ hochstehende Forschung und arbeiten vernetzt, erfolgreich und professionell mit renommierten nationalen und internationalen Hochschulen und Unternehmen zusammen.

Durch die Dynamik der technischen Entwicklung bei den elektronischen Medien erhält das Wort «vernetzt» mit Social Media eine neue Dimension. Auch hier ist die HWZ einerseits von der ersten Stunde an auf den sozialen Netzwerken präsent, andererseits wurde dieser Entwicklung mit der Lancierung eines neuen Studiengangs und der Errichtung der schweizweit ersten Fachstelle für Social Media Management Rechnung getragen. Damit hat die HWZ auch im Bereich Social Media die Nase vorn und einen entscheidenden Schritt in Lehre, Beratung und Forschung gemacht.

Das bestehende Studienprogramm optimieren wir kontinuierlich, entwickeln neue Angebote und nutzen dabei Netzwerke aller Art. So liefern wir unseren Studierenden einen unmittelbaren Mehrwert und sind optimal für die Zukunft aufgestellt.

Die Dozierenden, die Mitarbeitenden und ich danken Ihnen für das Interesse an der HWZ und wünschen Ihnen eine anregende Lektüre.

Herzliche Grüsse

# «Fachkompetenz in Social Media ist als Wirtschaftshochschule ein Muss»

Rektor Jacques F. Bischoff und Fachstellenleiter Manuel P. Nappo im Gespräch

*Zu Beginn des Jahres hat die HWZ die schweizweit erste Fachstelle für Social Media Management ins Leben gerufen. Was hat Sie zu diesem Schritt bewegt und wie hat sich die Fachstelle entwickelt?*

**Jacques F. Bischoff (JFB):** Wir haben schon vor über eineinhalb Jahren festgestellt, dass Social Media mehr als nur ein Schlagwort ist. Vielmehr ist es ein Thema, das allgemein und insbesondere auch in der Wirtschaft immer wichtiger wird. Deshalb haben wir uns entschieden, innerhalb des Center for Communications eine Fachstelle zu errichten, um an der HWZ frühzeitig Fachkompetenz in diesem Bereich aufzubauen.

**Manuel P. Nappo (MPN):** Wir sind sehr zufrieden mit der bisherigen Entwicklung seit der offiziellen Gründung am 1. Januar 2012. Unter anderem haben wir das erste weltweite Ranking der Markenbewertungen über Social Media publiziert. Der Zertifikatsstudiengang (CAS) Social Media Management läuft sehr gut, die ersten drei Lehrgänge waren ausgebucht.

*Was sind die wichtigsten Erkenntnisse der ersten Monate?*

**JFB:** Wir haben festgestellt, dass in fast allen Branchen und Bereichen ein Bedürfnis nach fachspezifischem Wissen über Social Media vorhanden ist. Mit der Fachstelle haben wir nun die nötige Flexibilität und das Know-how, auf individuelle Anforderungen einzugehen und zielgruppenspezifische Angebote zu lancieren, wie beispielsweise einen CAS für die öffentliche Verwaltung.

*Sie haben erwähnt, dass das Interesse der Wirtschaft an Social Media stetig steigt. Wo liegt für Sie der Fokus?*

**JFB:** Der Schwerpunkt an der HWZ liegt auf den strategischen Herausforderungen von Social Media für das Management. Dies betrifft eigentlich alle Bereiche der Privatwirtschaft und der öffentlichen Verwaltung. Aber auch beratende Firmen, wie etwa Werbe- und PR-Agenturen, zeigen ein grosses Interesse. In all diesen Bereichen bieten wir Schulungen und interne Weiterbildungen an, die speziell auf die Bedürfnisse des Auftraggebers zugeschnitten sind.

*Wie soll sich die Fachstelle zukünftig weiterentwickeln?*

**JFB:** Social Media hat sich nachhaltig im Bereich der Unternehmensführung in verschiedenen Disziplinen verankert, z.B. im HR, im Marketing oder in

der Finanzbranche. Für uns als Hochschule, die auf Ausbildungsbedürfnisse der Wirtschaft schnell reagieren will, ist es ein Muss, in diesem Bereich weitere Fachkompetenz aufzubauen.

**MPN:** Die Bedürfnisse des Marktes sind unser Gradmesser. Wir wollen diese abdecken, befriedigen und auch voraussehen, wie wir dies etwa mit dem neuen CAS Social Media Management oder mit firmenspezifischen Programmen gemacht haben. Darüber hinaus wollen wir vermehrt Marktforschungen und Beratungen durchführen, um damit weiteres Know-how zu generieren, welches wir dann wiederum zur weiteren Optimierung unserer Schulungen und Dienstleistungen verwenden können. Damit wird ein gegenseitiger produktiver Know-how-Transfer zwischen Wirtschaft und Hochschule erzielt und die «Management Attention» für Social Media in Unternehmen erhöht. Und letztlich wollen wir damit auch die gegenwärtige, gute Positionierung der HWZ in diesem Bereich weiter festigen.

*Welchen Stellenwert hat das Thema Vernetzung in der HWZ, abgesehen von der virtuellen Vernetzung?*

**JFB:** Vernetzung hat für die HWZ eine grosse Bedeutung. So pflegen wir Kontakte zu all unseren Stakeholdern, wie beispielsweise zu den gegenwärtigen und ehemaligen Studierenden, unseren Dozierenden und den Unternehmen, aber auch zum Hochschulamt, anderen Fachhochschulen oder Behörden. Durch eine Vernetzung mit der Wirtschaft können wir zudem Cases für konkrete studentische Projekte oder Forschungsprojekte akquirieren. Partnerschaften und Kooperationen sind auch ein wichtiger Link zu den jeweiligen Fachwelten und unterstützen die HWZ in der Erschliessung weiterer Märkte.

*Welchen Einfluss haben virtuelle und reale Netzwerke auf die Aus- und Weiterbildung der HWZ?*

**MPN:** Ein grosses Thema an der HWZ ist die Frage, wie sich die Schule mit ihren Absolventen vernetzt. Hier bietet Social Media beinahe unbegrenzte Möglichkeiten. Der Absolventenstamm kann weltweit gemanagt werden, und es kann ein breit abgestütztes Wir-Gefühl hergestellt werden, etwa durch LinkedIn oder Xing. Ich sehe es bei unserem CAS: Persönliche Weiterempfehlungen bringen uns neue Studierende und Interessenten.

*Wo möchten Sie neue Vernetzungen herstellen und bestehende Netzwerke stärken?*

**JFB:** Wir wollen nicht viele, sondern ausgewählte und gute Partner haben, mit denen wir Projekte entwickeln und umsetzen können. Momentan prüfen wir Partnerschaften mit Hochschulen im asiatischen Raum. Viele unserer Studierenden sind in internationalen Unternehmen tätig, die am Standort Asien interessiert sind. Der Fokus auf Asien ist deshalb nicht nur aus Gründen des interkulturellen Managements wichtig, sondern auch, um die entsprechenden Marktkenntnisse zu vertiefen.

**MPN:** Es ist wichtig, dass wir stetig am Ball bleiben und bei bedeutenden Entwicklungen mit dabei sind. Für die HWZ wird zukünftig weiterhin Zentraleuropa wichtig sein, aber auch Silicon Valley, San Francisco und dann wie erwähnt Asien, zum Beispiel Singapur.

*Welche Auswirkungen haben Neue Medien auf die Gewinnung von neuen Studierenden?*

**MPN:** Die Studierenden finden uns! Wir glauben, dass das Unternehmen der Zukunft dorthin gehen muss, wo die Kunden sind. Die Kunden bewegen sich nicht mehr nur an realen Orten, sondern auch vermehrt in der virtuellen Welt und auf Social-Media-Plattformen. Wir wollen ihnen die Möglichkeit geben, uns dort kennenzulernen, wo sie sind, auf Facebook und anderen Netzwerken. Man entdeckt uns über die digitale Welt an unterschiedlichen Orten, in verschiedenen Facetten und gelangt – hoffentlich – zur «realen» HWZ.

**JFB:** Die Empfehlung über Social Media hat einerseits immer eine persönliche Note und damit eine hohe Glaubwürdigkeit und eine grosse Wirkung. Andererseits überzeugt sie durch einen hohen Multiplikationsfaktor: Es multipliziert die bestehenden Möglichkeiten der Gewinnung von neuen Studierenden durch Absolventen.

*Was waren die wichtigsten Ereignisse für die HWZ im vergangenen Jahr?*

**JFB:** Das war ganz klar das Jubiläum 25 Jahre HWZ, das wir durch verschiedene Anlässe gefeiert haben. Wichtig war auch die Lancierung von mehreren neuen Studiengängen. Ein weiterer Höhepunkt war die Gründung einer zweiten Fachstelle, der Fachstelle für Entrepreneurship. Diese wurde in enger Zusammenarbeit



**MANUEL P. NAPPO**

Leiter Fachstelle Social Media Management und Studienleiter CAS. Studium an der Universität St. Gallen HSG in International Management. Verschiedene Funktionen im Marketingbereich grosser Unternehmen, seit 2005 Inhaber einer eigenen Marketing-Beratungsfirma.

**PROF. DR.**

**JACQUES F. BISCHOFF**

Seit 2005 Rektor der HWZ, promovierter Jurist und Rechtsanwalt. Betriebswirtschaftliche Weiterbildung an der Stanford University. Langjährige Führungs- und Managementenerfahrung in der Finanz- und IT-Branche. Seit über 25 Jahren Dozent und Lehrbeauftragter an verschiedenen Schweizer Universitäten und Fachhochschulen. Mandate in Verwaltungsräten und gemeinnützigen Stiftungen.

mit dem Startzentrum Zürich und BlueLion, einer Stiftung zur Verbesserung der Erfolgchancen von Jungunternehmern im Raum Zürich, gegründet. So bietet die HWZ eine Kompetenz- und Anlaufstelle zu Entrepreneurship, und das Thema wird in diversen Studiengängen weiter verankert und entwickelt werden.

*Wie stellen Sie sicher, dass die Ausbildung an der HWZ den Anforderungen des heutigen und zukünftigen Marktes entspricht?*

**JFB:** Zuerst müssen wir wissen, welche Aus- und Weiterbildungsbedürfnisse der Markt hat. Dafür suchen wir seit jeher den direkten Dialog mit Unternehmen, mit der öffentlichen Verwaltung, mit Branchenorganisationen. In allen Fachbereichen haben wir zudem spezifische Fachbeiräte, die uns regelmässig Inputs liefern, die wir in die Studiengänge einfließen lassen.

**MPN:** Um so nah am Markt wie möglich zu sein, gehen wir auch neue Wege. So führten wir ein Crowdsourcing-Projekt durch, bei dem via Online-Brainstorming Ideen zum Thema «Meine ideale Hochschule» gesucht wurden. Wir nutzen somit die modernen Technologien, über die wir dozieren, auch zur Weiterentwicklung der eigenen Schule. Einerseits beobachten wir den Markt, um zu sehen, wie er sich entwickelt. Andererseits setzen wir stark auf Innovation und versuchen, neue Angebote zu entwickeln, die es noch nicht gibt. So können wir die Bedürfnisse des Marktes und unserer Kunden mit gezielten Angeboten erfüllen.

# Ein Netzwerk fürs Leben

Von Georges Ulrich, Präsident der alumni HWZ



Das berufliche Umfeld des Arbeitgebers als einziges Standbein reicht längst nicht mehr, um die Chancen für eine lebenslange Berufsentwicklung und Selbstverwirklichung zu vergrössern. Es sind die Potenziale des eigenen Netzwerkes und die Vervielfachung der Potenziale durch daraus entstehende Netzwerke, die die Grundlage schaffen, um in den unterschiedlichen Phasen des Lebens erfolgreich zu sein. Aus diesem Grund sind die Mitglieder der alumni HWZ auch gleich mit allen über 40 000 Mitgliedern der FH SCHWEIZ, dem Dachverband aller Absolventen von Fachhochschulen, verbunden. Um dieses persönliche Netzwerk zu pflegen, ist die alumni HWZ mit einer Vielzahl an Aktivitäten besorgt, ihren Mitgliedern auf einfache Art den Zugang zu relevanten Menschen zu ermöglichen. Diese Relevanz gewichtet jedes einzelne Mitglied anders, abgestimmt auf die momentane Lebenslage im Beruf wie auch im privaten Umfeld.

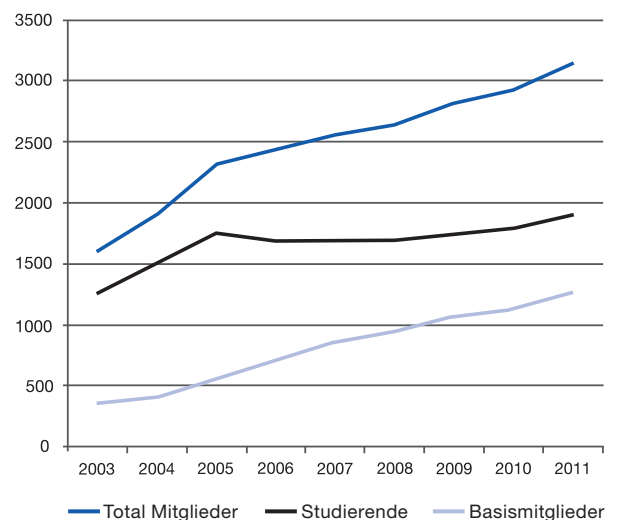
Bei ihrer Gründung 2003 hat sich die alumni HWZ das Ziel gesetzt, ein dauerhaftes Netzwerk aufzubauen, das den Kontakt unter denjenigen Menschen fördert, die eine gemeinsame Vergangenheit mit und einen besonderen Bezug zu der HWZ haben. Die Mitgliedschaft eröffnet nicht nur den Zugang zu einem sehr breiten Netzwerk, sondern bietet auch die Möglichkeit, an über vierzig interessanten Veranstaltungen pro Jahr teilzunehmen. An diesen Veranstaltungen treffen spannende Menschen aus verschiedenen Branchen

zusammen. Bestehende Kontakte werden gepflegt, neue entstehen.

Absolventen der HWZ zeigen durch ihr berufsbegleitendes Studium eine erhöhte Leistungsbereitschaft. Diese hohe Leistungsbereitschaft hat zur Folge, dass die alumni HWZ so aktiv und attraktiv ist. Es wäre sonst kaum zu erklären, dass rund 60 Prozent der Absolventen nach dem Studium in der alumni HWZ verbleiben – ein Wert, der selbst renommierte Alumniorganisationen wie die der ETH oder der HSG in Stauen versetzt. Zum Vergleich: An deutschen Universitäten sind es lediglich rund 4 Prozent.

Die alumni HWZ ist nicht umsonst eine der aktivsten Alumniorganisationen, was Wachstum und Nutzung des Netzwerkes angeht. Aus meiner Erfahrung sind die über 3000 Mitglieder der alumni HWZ sehr offen und aufgeschlossen gegenüber anderen, überdurchschnittlich leistungsfähig, aber auch kritisch und fordernd und sie wissen insbesondere den Mehrwert eines guten Netzwerkes zu schätzen. [www.alumni-hwz.ch](http://www.alumni-hwz.ch)

## Entwicklung der alumni HWZ seit 2003



# Selbstständig dank Know-how und Netzwerk

## Job, Studium und eine eigene Agentur – Langeweile ist für Martin Kost ein Fremdwort

Der Schritt in die Selbstständigkeit benötigt neben einer grossen Portion Mut auch fachliche Kompetenzen, gute Kontakte und ein grosses Netzwerk. Den Mut hat Martin Kost selber mitgebracht. Den Rest erarbeitete er sich im Master of Advanced Studies (MAS) in Business Communications an der HWZ: Im März 2012 gründete er zusammen mit einem Partner die Agentur Standout und bietet seither in Luzern Beratung für professionelles Social Media Marketing, Suchmaschinen-Optimierung und Social Intranet an.

Die Idee für das eigene Unternehmen entstand durch genaues Hinschauen; in Gesprächen mit verschiedenen PR-Agenturen fiel Martin auf, dass das Know-how im Bereich Social Media oft noch in den Kinderschuhen steckt. Beim Tourismusunternehmen Hapimag war Martin als Social-Media-Verantwortlicher tätig. Bereits vorher machte er Erfahrungen in der klassischen Medienarbeit. Diese Tätigkeiten erwiesen sich zusammen mit der vielfältigen und fundierten Weiterbildung an der HWZ als ideal für die Gründung einer eigenen Social-Media-Agentur.

### Unterstützung durch Erfahrungsaustausch

Das Studium an der HWZ war für Martin ein Glücksgriff: «Die Weiterbildung hat mir nicht nur fachlich das richtige Rüstzeug für die Selbstständigkeit mitgegeben. Ich konnte auch die richtigen Kontakte knüpfen.» Er lernte viele Leute kennen, die bereits selbstständig waren. «Wenn er es kann, dann kann ich das auch», denkt sich der Jungunternehmer. Und natürlich profitierte er vom Know-how der bereits Selbstständigen: «Man hilft sich gegenseitig und gibt Erfahrungen weiter.»

Dieses Netzwerk hat Martin beim Schritt in die Selbstständigkeit bestärkt. Durch den berufsbegleitenden MAS in Business Communications lernte man die richtigen Leute kennen. «Wo sonst trifft man so viele zukünftige Entscheidungsträger in der Kommunikationsabteilung von Unternehmen?», meint er augenzwinkernd. Im Dialog mit seiner zukünftigen Zielgruppe hat Martin auch das Geschäftsmodell von Standout entwickelt: «Die Unternehmen pflegen ihre Social-Media-Portale selber. Wir ergänzen mit Ideen, messen die Erfolge, bieten Sicherheit durch Erfahrung und helfen bei Engpässen aus», sagt er.



«Von der Weiterbildung habe ich nicht nur fachlich profitiert. Ich konnte auch die richtigen Kontakte knüpfen.»

**MARTIN KOST**

Mitinhhaber Agentur Standout

Ein Highlight des Studiengangs an der HWZ war für Martin seine Masterarbeit. Auch diese steht natürlich im Zeichen von Netzwerken, jedoch von virtuellen. Unter dem Titel «Was bringen Social Media Schweizer Grossunternehmen?» untersuchte er die Aktivitäten von sechs grossen Unternehmen auf Social-Media-Kanälen und analysierte ihr Vorgehen. Das hat gezeigt, dass eine saubere Strategie wie auch ein zielorientiertes Reporting zu deutlich besseren Erfolgen führen.

### Volle Kraft voraus

Martin Kost steht noch am Anfang der Selbstständigkeit. Bisher ist alles so gelaufen, wie er es sich erhofft hat. Er schaut positiv in die Zukunft und hofft, dass es weiter so spannend bleibt. Die Zeichen stehen gut; bis im Sommer wird er Standout ausbauen und gleichzeitig offene Projekte bei seinem früheren Arbeitgeber beenden.

Social Media sind für Martin nicht nur aus beruflicher Sicht von grosser Bedeutung. «Durch Social Media kann ich meine Beziehungen und Netzwerke ergänzen, vertiefen und pflegen», erklärt er. «Social Networks sind aber nur dann tragfähig, wenn sie auf realen Kontakten basieren. Diese muss man zuerst knüpfen – und dafür war das Studium an der HWZ genau richtig.»

# Künftige Führungskräfte studieren berufliches Know-how

## Dank berufsbegleitendem Studium an der HWZ bessere Chancen auf dem Arbeitsmarkt



Weiterkommen, ohne die Karriere zu unterbrechen – dafür steht die HWZ als grösste berufsbegleitende Hochschule der Schweiz. Während des Studiums bleiben die Studierenden bis zu 80 Prozent berufstätig und profitieren von einer einmaligen Praxisnähe. So müssen sie beim beruflichen Weiterkommen keine Abstriche machen. Der Mix von Studierenden aus verschiedenen Berufsgruppen und Branchen in überschaubaren Studiengruppen bietet zusätzlich eine einzigartige Vernetzung während und nach dem Studium.

### Wissenschaft und Berufspraxis im Austausch

Fachhochschulen bewegen sich in einem äusserst dynamischen Umfeld. Deshalb entwickelt die HWZ die Programme der Studiengänge auf Bachelor- und Masterstufe stetig weiter und passt sie den sich ständig verändernden Marktbedingungen an.

Die Studiengänge vermitteln wissenschaftlich fundiert praxisorientierte Kompetenzen und schaffen damit unmittelbaren Nutzen. Zugleich bereiten sie die Studierenden auch vorausschauend auf künftige Arbeitsmärkte vor. So kommt neben der Fachkompetenz auch dem Vermitteln von betriebswirtschaftlicher Methodenkompetenz ein hoher Stellenwert zu, um das lebenslange Lernen zu unterstützen. Durch die aktuellen Berufssituationen der Studierenden und der Dozierenden entsteht zudem ein bereichernder Diskurs zwischen Praxis und Lehre.

Die HWZ legt grossen Wert auf die Vernetzung der Studierenden mit der Wirtschaft. Untereinander knüpfen die Bachelor- bzw. die Master-Studierenden in den Team- und Projektmanagement-Seminaren auswärts bzw. in der Studienwoche im Ausland wertvolle Kontakte, die auch nach dem Studium im Absolventen Netzwerk alumni HWZ weitergepflegt werden.

### Vernetzung für die Zukunft

Die neue Fachstelle für Social Media vermittelt in verschiedenen Ausbildungsmodulen Einblicke ins Thema der sozialen Medien. Und die Zusammenarbeit mit dem Startzentrum Zürich, einem Kompetenzzentrum für Jungunternehmen in der Stadt Zürich, bietet den Studierenden professionelle Unterstützung für den Schritt in die unternehmerische Selbstständigkeit durch Beratung, Anbieten der Infrastruktur und durch ein bestehendes Netzwerk.

Über die Mitglieder der Studienbeiräte und Schulräte pflegt die HWZ Kontakte zu den relevanten Berufs- und Wirtschaftsverbänden. Auch auf politischer Ebene findet ein stetiger Austausch statt. Öffentliche Bildungsveranstaltungen zu aktuellen Wirtschaftsthemen, Anlässe wie die Ringvorlesung mit Exponenten der Wirtschaft und neue internationale Kooperationen wie mit der Royal University of Bhutan oder der University of Delhi vernetzen die HWZ weiter.

Die HWZ misst ihren künftigen Studierenden hohen Stellenwert bei, indem sie ihre Präsenz an Berufsmaturitätsschulen, Gymnasien und anderen Fachhochschulen weiter intensiviert.



### PROF. DR. OEC. HSG URS DÜRSTELER

Prorektor der HWZ und Studienleiter Bachelor in Betriebsökonomie. Promovierter Ökonom der Universität St. Gallen. Mehrjährige Auslandsaufenthalte, unter anderem in der Bildungszusammenarbeit mit Nepal und Bhutan, sowie Studienaufenthalte und Berufstätigkeit in den USA, Spanien und Israel.



# Wachstum durch klare Positionierung und Themenbreite

Mit dem Weiterbildungsangebot der HWZ ohne Einbussen beruflich und persönlich weiterkommen

Die Nachfrage nach einer Weiterbildung ist in der heutigen Zeit so gross wie noch nie. Die HWZ konnte im vergangenen Jahr eine Zunahme von Studierenden und Mitarbeitenden in der Weiterbildung feststellen; dies ist umso erfreulicher im Hinblick auf das schwierige finanzwirtschaftliche Umfeld. Zwei neue Masterstudiengänge wurden lanciert und der Executive Master of Business Administration (EMBA) in General Management konnte aufgrund grosser Nachfrage gar doppelt durchgeführt werden.

## Konstanter Austausch

Der Zuwachs ist sehr erfreulich im Kontext des stark kompetitiven Hochschulumsfelds. Mit einer klaren Positionierung und einer grossen Themenbreite im Bereich der Betriebswirtschaft befriedigt die HWZ das Bedürfnis nach praxisorientierter und zielgruppen-gerechter Weiterbildung. Die Dozierenden der HWZ bringen neben akademischem Know-how auch praktisches Fachwissen mit, das in den Unterricht einfließt. Zusätzlich wird jeder Masterstudiengang von einem Partner aus der Wirtschaft begleitet. Die breite Vernetzung und der ständige Austausch führen zu einer systematischen Aktualisierung und Optimierung der Studiengänge.

Auch der Aufbau der zahlreichen Weiterbildungsangebote ist auf die Praxis ausgerichtet; ein Grossteil der Studierenden haben in ihren Unternehmen Führungspositionen inne und möchten das Arbeitspensum nicht reduzieren. Durch 25 Jahre Erfahrung in berufsbegleitender Bildung bietet die HWZ Weiterbildungsmöglichkeiten, die die Arbeitsleistung nicht beeinträchtigen. Zudem werden die Weiterbildungsangebote vom Aufbau her optimal auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnitten. Ein Studiengang für eine projektorientierte Berufsgruppe wird beispielsweise stark modularisiert, damit die Studierenden so flexibel wie möglich bleiben.



## Wachstum von innen

Die HWZ will im Bereich Weiterbildung weiterhin qualitativ wachsen, vorhandene Stärken ausbauen und Netzwerke pflegen und intensivieren. Neben den traditionellen und langjährigen Verbindungen zu Partnern ist die HWZ seit letztem Jahr durch die Fachstelle für Social Media auch in virtuellen Netzwerken gut positioniert. Die Nachfrage nach dem CAS Social Media Management ist hoch und auch die Social-Media-Werkstätten finden grossen Anklang.

Die internationalen Vernetzungen, wie beispielsweise zur renommierten amerikanischen Darden School of Business und zur University of Queensland in Australien, konnten gestärkt werden und sollen in Zukunft weiter ausgebaut werden, damit die HWZ im Bereich Weiterbildung virtuell, national und international ideal aufgestellt ist. Der Fokus liegt dabei klar auf der Qualität und nicht auf der Quantität der Zusammenarbeit.



### PETER STATZ, LIC. OEC. PUBL.

Leiter Weiterbildung, Mitglied der Schulleitung, Studienleiter Executive MBA General Management. Studium der Volkswirtschaftslehre, Universität Konstanz, Lizentiat in Ökonomie, Universität Zürich. Leiter Asset and Liability Management beim Kanton Basel-Stadt, Schulleiter Finanz- und Bankmanagement, AKAD Business, sowie Leiter Weiterbildung an verschiedenen privaten Fachhochschulen.

# HWZ Center und Institute

Mit der Verankerung des Fachwissens eine Basis für Lehre, Forschung und Dienstleistung schaffen



Zwei Institute, acht Center sowie eine Fachstelle liefern durch ihre Forschungstätigkeit Grundlagen für die Entwicklung und Vertiefung der HWZ-Kernkompetenzen. Dadurch fließen Resultate und Erkenntnisse in die Praxis ein und festigen die Qualität der Studienangebote der HWZ auf allen Stufen.

Die Institute und Center arbeiten auf Forschungs- und Dienstleistungsebene stark vernetzt. Regelmässige Meetings der Leitenden garantieren einen konstruktiven Austausch und schaffen die Plattform für neue gemeinsame Projekte. Die Instituts- und Centerleitenden sind kompetente Persönlichkeiten mit umfassendem Know-how im Fach- und Führungsbereich.

### Centerübergreifender Wissenstransfer

Beim neuen Forschungsprojekt «Leadership» wird die Vernetzung unter den Centern und Instituten sichtbar: Das Forschungsteam besteht einerseits aus Prof. Sybille Sachs, Prof. Edwin Rühli und ihren Mitarbeitern vom Institute for Strategic Management/Stakeholder View. Andererseits bringen Dr. Christoph Weber vom Center for Corporate Social Responsibility, Matthias Möllenev vom Center for Human Resources Management & Leadership und Prof. Dr. Thomas Rautenstrauch vom Center for Accounting & Controlling ihr Fachwissen in das Projekt ein. Zusammen mit interessierten Praktikern sollen dabei die heutigen Anforderungen an das Leadership in Firmen und in Stakeholdergruppierungen geklärt und aufgrund der Ergebnisse ein neues Leadership-Verständnis entwickelt werden.

### Die Gliederung der HWZ im Überblick

<b>Institute for Strategic Management / Stakeholder View</b> Prof. Dr. Sybille Sachs		<b>Swiss Real Estate Institute</b> Dr. Peter Ilg	
<b>Center for Accounting &amp; Controlling</b> Prof. Dr. Thomas Rautenstrauch	<b>Center for Business Engineering</b> Prof. Dr. Walter Kuhn	<b>Center for Communications</b> Cyril Meier, M.A., EMBA	<b>Center for Corporate Social Responsibility</b> Dr. Christoph Weber-Berg, MBA
<b>Center for Financial Studies</b> Sabina Weber Sauser	<b>Center for Health Care Management</b> Dr. Peter Wittlin Markus Stauffer	<b>Center for Human Resources Management &amp; Leadership</b> Matthias Möllenev	<b>Center for Marketing</b> Prof. Dr. Michael A. Grund

# Vorbereitung der neuen Führungsgeneration

## Durch Forschungsprojekte und Lehre das Management für Herausforderungen von morgen rüsten

Um ein Unternehmen erfolgreich zu führen, müssen alle Anspruchsgruppen berücksichtigt und miteinbezogen werden. Dieser Stakeholderansatz steht im Zentrum der Lehre und Forschung des Instituts für Strategisches Management an der HWZ. Durch eine konsequente Nutzung der Vorteile von Kooperationen in Stakeholder-Netzwerken soll nachhaltige Lebensqualität mit und für Menschen gefördert und das Rivalitätsdenken abgelöst werden. Zusammen mit einem Netzwerk an kompetenten Fachpersonen mit breitem akademischem Hintergrund will die Lehre und Forschung am Institut den Fokus des strategischen Managements auf den Menschen richten.

### Vielfältige Forschungsprojekte

Verschiedene Forschungsprojekte am Institut beschäftigen sich mit aktuellen Problemstellungen, wie beispielsweise mit der «Aus- und Weiterbildung zukünftiger Leaders». In einem internationalen Netzwerk von Hochschullehrern wird dabei daran gearbeitet, eine neue Generation von Führungspersonen auf die Herausforderungen von Wirtschaft und Gesellschaft vorzubereiten.

In einem KTI-Projekt (Kommission für Technologie und Innovation) in Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Nordwestschweiz und verschiedenen Vertretern aus der Wirtschaft wurde ein Evaluationskonzept für die Wirkungsmessung von Stakeholder-Engagements entwickelt.

Zusammen mit Vertretern aus verschiedenen HWZ-Centern wurde ein weiteres Forschungsprojekt zum Thema Leadership lanciert. Dabei sollen in Zusammenarbeit mit Praktikern die künftigen Anforderungen an das Leadership in Firmen und Stakeholdergruppierungen geklärt werden. Ziel ist, zu einem neuen Verständnis von Leadership zu finden, die Rolle der Führungskräfte in der heutigen Zeit zu klären und das Vertrauen in das Leadership zu fördern. Die Vernetzung mit den HWZ-Centern findet zudem in den Studiengängen statt. So sind Lehrveranstaltungen zu strategischem Management in den meisten Studienangeboten eingebettet und Ergebnisse aus der Forschung fließen konstant in die Lehre ein.



### Wissenstransfer in Buch und Blog

Ein Höhepunkt im vergangenen Jahr war die Publikation des Buches «Stakeholders Matter – A New Paradigm for Strategy in Society» von Sybille Sachs und Edwin Rühli bei Cambridge University Press. Grundlage sind dabei reale Fallstudien, die das Team am Institut in den vergangenen Jahren durchgeführt hat. Diese Publikation hat zu einer Reihe von Anfragen für Referate und Diskussionen sowohl in der Praxis wie auch in der Wissenschaft geführt.

Neben internationalen, nationalen und HWZ-internen Vernetzungen ist das Institut für Strategisches Management auch online präsent: Im Blog «People for People» (<http://stakeholder-peopleforpeople.blogspot.com/>) werden jede Woche Beiträge zu aktuellen Themen verfasst und so ein Wissenstransfer in die Öffentlichkeit sichergestellt.



### PROF. DR. SYBILLE SACHS

Leiterin des Instituts für Strategisches Management: Stakeholder View, Mitglied der Schulleitung. Titularprofessorin Universität Zürich. Leiterin von Forschungsprojekten in Zusammenarbeit mit Unternehmen und Stakeholderorganisationen in verschiedenen Branchen.

# Ansprüche der Branche erkennen

Nutzen schaffen für Wirtschaft, Forschung und Lehre durch Hinterfragen und Beobachten

Das vergangene Jahr war für das Swiss Real Estate Institute (SwissREI) von Veränderungen geprägt. Seit Januar 2012 ist Peter Ilg Leiter des Instituts und Claudio Müller übernahm die Leitung des Studiengangs Master of Advanced Studies in Real Estate Management (MREM).

## Nahe an der Praxis

Die Immobilienwirtschaft in der Schweiz stellt ein erhebliches Werte- und Wirtschaftsvolumen dar und hat eine grosse sozial- und wirtschaftspolitische Bedeutung. Das Institut, eine Kooperation der HWZ und des Schweizerischen Verbandes der Immobilienwirtschaft (SVIT), forscht für die Praxis der Immobilienwirtschaft und erbringt für diese Beratungsleistungen und Dienstleistungen. Im vergangenen Jahr konnte der Grundstein für das Projekt «Swiss Real Estate Data Pool» gelegt werden. Durch eine Zusammenarbeit mit den drei grössten Banken der Schweiz, deren Daten über die Verkaufspreise von Wohneigentum in der Schweiz vereinheitlicht werden, sind fundierte Analysen möglich.

Im Studiengang werden aktuelle Themen aus der Wirtschaft behandelt und die Master Theses basieren grösstenteils auf Fällen aus der Praxis.

## Vernetzung stärken

Um den Transfer in die Praxis sicherzustellen, erscheint vom SwissREI seit 2010 zweimal jährlich das Swiss Real Estate Journal. Mit Beiträgen aus angewandter Forschung, Lehre und Praxis bietet das Magazin interessante Fakten und Berichte für Führungs- und Nachwuchskräfte der Immobilien- und Finanzbranche sowie Dozierende und Studierende. Das zweimal jährlich stattfindende Podiumsgespräch erfreut sich grosser Beliebtheit. So auch die letzte Veranstaltung im Winter 2012 zum Thema: «Immobilien und Geldwäscherei – Soll die Immobilienbranche dem Geldwäschereigesetz unterstellt werden?»



Um eine kontinuierliche Weiterentwicklung innerhalb der HWZ und in der Schweizer Immobilienbranche sicherzustellen, soll in Zukunft versucht werden, vermehrt Drittmittel für Forschungsprojekte des Instituts zu gewinnen sowie eine verstärkte Vernetzung mit internationalen Instituten auf Ebene der Forschung und der Lehre zu erreichen. So kann das Swiss Real Estate Institute eine Leuchtturmfunktion für die Immobilienbranche aufbauen und mit ihrem Lehrgang und dem Institut eine führende Rolle in der Schweiz erreichen.



**DR. PETER ILG**

Leiter Swiss Real Estate Institute. Mitglied der erweiterten Schulleitung. Studium der Betriebswirtschaft und Doktorat an der Universität Zürich. Berufstätigkeit als CFO und Controller sowie verantwortlich für die betrieblichen Liegenschaften in verschiedenen Wirtschaftsunternehmen innerhalb und ausserhalb der Immobilienbranche.

# Finanzielle Führungskompetenz durch Marktnähe

Mit starken Angeboten, Partnern und Veranstaltungen eine Plattform für zukünftige Financial Leaders bieten

Für eine erfolgreiche, wertorientierte Unternehmenssteuerung ist eine ganzheitliche finanzielle Führungskompetenz unerlässlich. Das Center for Accounting & Controlling stellt sicher, dass die Aus- und Weiterbildungsangebote der HWZ in den Bereichen Accounting, Controlling und Auditing anwendungsorientiert und umfassend gestaltet sind.

## Bedürfnisgerechte Weiterentwicklung

Aus diesem Grund werden die Lerninhalte laufend an die Bedürfnisse des Marktes angepasst, wie im letzten Jahr der MAS Accounting & Finance. Der Studiengang wurde aktualisiert und weiterentwickelt, was sich in den bisher höchsten Einschreibquoten für dieses Weiterbildungsangebot widerspiegelt. Zudem wurde ein neuer CAS Finanz-Know-how für Juristinnen und Juristen konzipiert, der eine weitere Lücke im Markt schliesst.

Um den Studierenden Einblick in die Praxis zu bieten und am Puls der Branche zu bleiben, finden regelmäßig Vorträge zu finanzbezogenen Themen statt. Durch die Zusammenarbeit mit internationalen Fachorganisationen ermöglichen die Veranstaltungen einen spannenden Einblick in verschiedene Themen wie beispielsweise der Vortrag zum Thema «Fast Close – Beschleunigung des Jahresabschlusses» vom Leiter Management Reporting & Systems der Novartis.



## Vernetzte Forschung

In der Forschung wird der Fokus auf Vernetzung gelegt. Als Teil des Projekts «Leadership» arbeitet das Center mit dem Institute for Strategic Management/ Stakeholder View, dem Center for Corporate Social Responsibility und dem Center for Human Resources Management & Leadership zusammen mit dem Ziel, ein neues Leadership-Verständnis zu entwickeln. Auch mit externen Partnern werden laufend Gespräche geführt, um eine stärkere Vernetzung in der Forschung herzustellen.

Zusammen mit den beiden Partnern, dem Internationalen Controller Verein ICV und dem Institute of Management Accountants IMA, finden auch zukünftig qualitativ hochstehende Veranstaltungen statt, um den Praxistransfer zu gewährleisten und eine optimale Vernetzungsplattform für Studierende und Wirtschaftsvertreter zu bieten.



### PROF. DR. THOMAS RAUTENSTRAUCH

Leiter Center for Accounting and Controlling, Mitglied der erweiterten Schulleitung. Studium der Betriebswirtschaftslehre und Promotion in Wirtschaftsinformatik an der Universität Göttingen. Studienaufenthalte in England und Frankreich. Berufstätigkeit in der Wirtschaftsprüfung und im Controlling internationaler Unternehmen. Professor für Betriebswirtschaftslehre, Spezialisierung in Rechnungswesen und Controlling.

# Wandel in Bank- und Finanzwelt antizipieren

## Vorbereitung auf die künftigen Herausforderungen durch Auseinandersetzung und Dialog mit der Branche



Die Finanzwelt und der Bankensektor in der Schweiz und international sind stark im Wandel. Die momentanen Umbrüche sind enorm und verlangen eine fundierte Auseinandersetzung sowohl in der Theorie als auch in der Praxis.

### Dialog und Horzonterweiterung

In ständigem Dialog mit Vertretern aus der Bankenbranche und dem universitären Umfeld beobachtet und analysiert die HWZ die aktuelle Situation. Zusätzlich tauscht sie sich an regelmässigen Treffen mit Vertretern der Schweizerischen Bankiervereinigung und dem Zürcher Bankenverband aus. So können praktische und theoretische Ansätze geprüft und diskutiert werden und es kann auf die veränderten Bedürfnisse und Ansprüche der Finanzbranche eingegangen werden.

Die Erkenntnisse aus diesen Gesprächen fliessen direkt in die Lehrgänge des Centers ein, wie beispielsweise in den neuen Masterstudiengang MAS Banking & Finance, der im letzten Semester gestartet ist. Der MAS wurde in enger Zusammenarbeit mit der Steinbeis-Hochschule in Berlin konzipiert. Neben einem hohen Anteil an «Distance Learning» können die Studierenden für den Kontaktunterricht teilweise zwischen Vorlesungen in Zürich und in Berlin wählen. So bekommen die Studierenden die Möglichkeit, ihr persönliches Netzwerk auszubauen, und erhalten spannende Einblicke in den europäischen Finanzmarkt. Die Partnerschaft mit der Steinbeis-Hochschule bietet zudem eine breite wissenschaftliche Basis, die für die Lehre, die Forschung und die Beratung von hoher Relevanz ist.

### Vorbereitung für die Zukunft

Um für die Herausforderungen der Zukunft gerüstet zu sein, benötigen Finanzfachleute neben Fachwissen auch Sozialkompetenz, Leadership und ein Business-Netzwerk. Auch der Bereich Social Media wird je länger, je wichtiger in der Finanzbranche. Diesen Voraussetzungen begegnet das Center for Financial Studies mit massgeschneiderten Lehrveranstaltungen, konstantem Dialog mit der Praxis und einem etablierten Netzwerk von hochqualifizierten Dozierenden und Absolventen.



**SABINA WEBER SAUSER,  
BETRIEBSÖKONOMIN FH, CEFA**

Leiterin Center for Financial Studies, verantwortlich für den Fachbereich Banking and Finance. Seit über 20 Jahren in der Finanzindustrie tätig in verschiedenen Positionen im Asset, im Wealth und im Fund Management. Seit Mitte der 90er-Jahre nebenamtliche Dozentin in den Bereichen Banking und Finanzmanagement.

# Gerüstet für zukünftige Entwicklungen

Durch konstante Marktbeobachtung Entwicklungen vorwegnehmen und beweglich bleiben

Die heutige Wirtschaftswelt ist immer stärker vernetzt und auch kleine Unternehmen können Grosses bewegen. Um eine optimale Vorbereitung für die Zukunft sicherzustellen, sind Marktnähe und Agilität unerlässlich. Das Center for Business Engineering bietet nicht nur eine blosser Verbindung von Informatik und Wirtschaftswissenschaften, sondern richtet sich konsequent auf die komplexen Bedürfnisse und Ansprüche der Entscheidungsträger in der Wirtschaft aus.

## Neue Themen für die Zukunft

Im letzten Jahr fand eine konsequente Überprüfung und Aktualisierung der Studiengänge und der Dienstleistungsangebote statt. Grosser Wert wurde dabei auf inhaltliche Vernetzungen der Lerninhalte gelegt. Zudem werden marktrelevante Themen konstant beobachtet und mit der Lehre abgeglichen. Dazu gehört beispielsweise das «Web 3.0» – Hinterlegung und Nutzung des Internets mit semantischen Konzepten. Von ebenso grosser Bedeutung sind die Potenziale und Problemstellungen im Zusammenhang mit dem Thema «Big Data» – also die Herausforderung von immer grösseren Datenmengen auf immer mehr Endgeräten. Ein weiteres zentrales Wirtschaftsinformatikthema ist die heutige Allgegenwärtigkeit und Mobilität der rechnergestützten Informationsverarbeitung; Computer werden immer mehr zum Alltagsgegenstand und fast unsichtbar.

Zukünftig wird der Fokus auch auf das integrierte Lernen, «Blended Learning», gerichtet. Dabei wird eine didaktisch sinnvolle Verknüpfung von Präsenzunterricht und modernem E-Learning mit Nutzung der heutigen Vernetzungsmöglichkeiten angestrebt. Zusammen mit Partnern aus dem Verbund «Internationale Bodensee-Hochschule» (IBH) werden dahingehende Entwicklungen beobachtet und geprüft. Zudem bietet die Fachstelle für Social Media Management ein grosses Potenzial für eine enge Zusammenarbeit hinsichtlich des Themas Social Media.



## Starke Partnerschaften

In der Forschung ist ein Projekt im Bereich serviceorientierte Architekturen kombiniert mit Accounting, Abrechnung und Führungsstrategie in Planung. Dabei sollen in Zusammenarbeit mit Industriepartnern technische sowie nichttechnische Aspekte angeschaut werden.

In Zukunft soll eine weitere Konsolidierung der existierenden Partnerschaften stattfinden und bestehende Vernetzungen sollen verstärkt werden: ein kleiner, aber starker Verbund, der optimale Marktnähe und -beweglichkeit gewährleistet.



### PROF. DR. WALTER KUHN

Leiter Center for Business Engineering, Studienleiter Bachelor Wirtschaftsinformatik, fünf fachliche MAS, wie z.B. Projektmanagement. Mitglied der Schulleitung. Informatikstudium an der Universität Karlsruhe, Promotion Universität Basel, MBA OUBS Milton Keynes. Berufstätigkeit in der Unternehmensberatung, der IT- und der Finanzbranche sowie der Pharmazie.

# Den Strukturwandel mitgestalten

## Herausforderungen der Kommunikationsbranche mit aktuellen Angeboten begegnen

Die Kommunikationsbranche ist einem tiefgreifenden Strukturwandel ausgesetzt. Neue Technologien sowie steigende Ansprüche der Stakeholder verlangen nach einer Überprüfung bestehender Strategien und Prozesse. Mittels Lehre, Forschungsaktivitäten und Dienstleistungen bietet das Center for Communications (CfC) vernetztes Know-how im Umgang mit diesen Herausforderungen.

Die neuen Entwicklungen in der Kommunikationsbranche führten zu einer zukunftsweisenden Überarbeitung des Zertifikatslehrgangs CAS Customer Communications; ebenso erfuhren mehrere Module des Bachelor-Studiengangs Kommunikation, der neu die Rekordzahl von über 550 Studierenden aufweist, substanzielle Aktualisierungen.

Vernetzung in diesem achtsemestrigen, berufsbegleitenden Studiengang ist unabdingbar: So bildet das im Grundstudium angeeignete Wissen in Psychologie in den höheren Semestern für die Fächer Leadership, Verkauf oder auch persönliches Auftreten eine wichtige Grundlage.

### Wissenstransfer durch Projekte und Tagungen

Die Vernetzung mit der Praxis wurde weiter ausgebaut. An der jährlichen Fachtagung «Communications Controlling», die von der HWZ organisiert wird, kamen im Juni 2011 über 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmer zum Gespräch. Zudem bietet das CfC verschiedenen Berufsorganisationen aus der Kommunikationsbranche regelmässig eine Plattform für Veranstaltungen, wie beispielsweise dem Rhetorik Club Zürich, dem Verband der führenden Schweizer Kommunikationsagenturen BSW sowie dem neu von der HWZ mitbegründeten Verein Perikom, der eine verbesserte Zusammenarbeit der HR- und Kommunikationsfunktion anstrebt.

Last but not least engagierten sich die Studierenden und Dozierenden des Bachelor-Studiengangs Kommunikation in verschiedenen Semestern in anspruchsvollen Praxisprojekten in integrierter Kommunikation, mit Werbekonzepten sowie bei der Geschäftsentwicklung von Jungfirmen.

### Anpassung und Optimierung

Sichtbarster Ausdruck dafür ist die Fachstelle für Social Media Management, die im Januar 2012 ihre Tätigkeit unter der Leitung von Manuel P. Nappo aufnahm – die erste Fachstelle an der HWZ überhaupt. Sie bietet Dienstleistungen wie Evaluationen, Beratung sowie massgeschneiderte Schulungen in Social Media. Anhaltender Nachfrage erfreut sich in diesem Bereich auch der innovative Zertifikatslehrgang Social Media Management.



**CYRIL MEIER, M.A./EMBA**

Leiter Center for Communications, Studienleiter Bachelor Kommunikation, Mitglied der Schulleitung. Studium der Amerikanistik und Neuen Geschichte an der Universität Zürich, Executive MBA an der Universität St. Gallen. Berufstätigkeit als Journalist und als Kommunikationsberater, leitende Positionen in der Unternehmenskommunikation und im Marketing.



## Für ein fundiertes Ethik-Verständnis

Durch Erkenntnisse aus Forschung und Praxis das Bewusstsein für soziale Verantwortung schärfen

Die Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung im Hinblick auf Herausforderungen und Entwicklungen der Gesellschaft ist für angehende Manager von grosser Bedeutung. Das Center for Corporate Social Responsibility (CSR) bietet fundierte Informationen in den Bereichen der Wirtschafts-, Unternehmens- und Managementethik durch praxisrelevante Forschung, Lehre und aktive Förderung des Wissenstransfers zwischen Wissenschaft und Unternehmen.

### Vielseitige Forschungsprojekte

Im Bereich Forschung konnte im letzten Jahr das Fellowprogramm in Zusammenarbeit mit dem Zentrum für Religion, Wirtschaft und Politik an der Universität Basel abgeschlossen werden. Die transdisziplinäre Arbeit zum Thema Risiko, Vertrauen und Schuld untersuchte und reflektierte die vergangene Finanz- und Wirtschaftskrise aus ethischer, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Sicht. Mit internationalen Wissenschaftlern wurden Konsequenzen für die Zukunft gezogen und das Basler Manifest zur ökonomischen Aufklärung publiziert, welches zahlreiche Reaktionen hervorgerufen hat. Zudem fand eine Forschungszusammenarbeit mit dem Institut für Wirtschaftsethik der Universität St. Gallen statt. Im Rahmen dieser Zusammenarbeit erarbeiten die Mitarbeitenden am Center for CSR den Schweizer Teil einer internationalen, von der Bertelsmann-Stiftung finanzierten Studie zur Frage der Rolle des Staates im Zusammenhang mit sektorspezifischen CSR-Initiativen.

Zusammen mit dem Institute for Strategic Management und weiteren Centern der HWZ wird im Rahmen des Forschungsprojekts «Leadership» versucht, in Zusammenarbeit mit interessierten Praktikern aus verschiedenen Branchen die künftigen Anforderungen an Leadership in Firmen und ihren Stakeholdernetzwerken zu klären und weiterzuentwickeln.



### Transfer in Lehre und Praxis

In jedem Studiengang der HWZ ist CSR ein fest integrierter Bestandteil. Die vielseitigen Erkenntnisse aus der Forschung fliessen tagtäglich in die Lehre ein. So werden die Studierenden auf die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen sensibilisiert und befähigt, diese Verantwortung im Management-Alltag wahrzunehmen.

Auch die Vernetzung mit der Praxis ist von grosser Bedeutung. Um den Wissenstransfer zwischen Wissenschaft und Unternehmen sowie öffentlichen und zivilgesellschaftlichen Organisationen zu fördern, finden regelmässig Roundtables mit Führungskräften statt, bei denen im kleinen Kreis über Leadership und Ethik diskutiert wird. So wird das Netzwerk des Centers konstant gepflegt und vergrössert.



#### DR. CHRISTOPH WEBER-BERG, MBA

Leiter Center for Corporate Social Responsibility, Mitglied der erweiterten Schulleitung. Theologiestudium und Promotion an der Universität Zürich, Executive MBA in Nonprofit Management an der Universität Freiburg. Berufstätigkeit als Pfarrer und Fachstellenleiter. Dozent für Wirtschaftsethik, Research Fellow Zentrum für Religion, Wirtschaft und Politik des Collegium Helveticum an der Universität Basel.

# Bereit für die Zukunft des Gesundheitswesens

Durch ständigen Austausch mit der Praxis eine Weiterbildung für die Herausforderungen der Zukunft



Das Gesundheitswesen ist in ständiger Bewegung. Vielfältige Ansprüche und veränderte Rahmenbedingungen stellen zukünftige Führungspersönlichkeiten vor neue Herausforderungen. Durch Beratung, Moderationen, Fachtagungen und Weiterbildungsangebote bietet das Center for Health Care Management fachliche Unterstützung, um für die Zukunft gerüstet zu sein. Im Fokus stehen dabei Krankenhäuser, krankenhausnahe Institutionen wie Langzeiteinrichtungen sowie Institutionen aus der ambulanten Versorgung wie die Spitex.

## Wissenstransfer für Praktiker

Die Dienstleistungen des Centers sind stark auf die Praxis ausgerichtet. Durch die sogenannten «Donnerstagsrunden» vernetzt das Center Themen aus Theorie und Arbeitsalltag und bietet Studierenden und Fachpersonen eine Plattform zum Austausch. Die Vortragsreihe stösst auf grossen Anklang. Im letzten Jahr wurde zu diesen Themen referiert: «Retention Management», «Mitarbeitermotivation im anspruchs-

vollen Umfeld – Herausforderung oder Schlagwort?» sowie «Auswirkungen der Swiss DRG auf die Mitarbeitenden und Teams». Die Vorträge basieren teilweise auf Masterarbeiten der Studierenden, teilweise referieren renommierte Persönlichkeiten aus dem Gesundheitswesen. Ziel der Veranstaltungen ist ein Austausch von Wissen sowie das Aufzeigen von fundierten Lösungsansätzen zu aktuellen Fragen aus dem Management.

Zudem bietet das Center interne Führungsausbildungen in Spitälern an sowie Unterstützung in der Entwicklung von Leitbildern und Strategien. Ein Wissenstransfer, von dem beide Seiten profitieren.

## Fokus auf Praxisnähe

In der Lehre wird dieses Jahr der fünfte MAS Master of Advanced Studies in Health Care Management durchgeführt. Der Aufbau des Studiengangs wurde für 2012 angepasst und ist neu in drei CAS gegliedert. Auch inhaltlich sind Anpassungen vorgenommen worden. So wird in Zukunft ein grösserer Schwerpunkt auf das Thema Diversity Management und Leadership von multiprofessionellen Teams gelegt, um den unterschiedlichen Berufsgruppen und kulturellen Unterschieden im Gesundheitssektor gerecht zu werden. Für eine Gewährleistung der inhaltlichen Praxisnähe sorgt auch der Beirat des CAS Führungsausbildung in der Psychiatrie, der grösstenteils aus der Vereinigung der Chefärzte besteht. Durch einen regelmässigen Austausch können so ständig Bedürfnisse abgeholt werden und in die Lehre einfließen. Die meisten Dozentinnen und Dozenten sind zudem erfahrene Berufsfachleute aus dem Gesundheitswesen. Mit diesen Voraussetzungen bieten die Angebote des Center for Health Care Management einen umfassenden Mehrwert für zukünftige Herausforderungen.



### PETER WITTLIN, DR. OEC. PUBL.

Studium und Promotion an der Universität Zürich, langjährige Führungserfahrung in verschiedenen Krankenhäusern als EDV-Projektleiter, Chef Finanz- und Rechnungswesen, Verwaltungsdirektor und Spitalrat. 1993 Gründung von wittlin stauffer, Co-Geschäftsführer. Seit 2010 Co-Leiter Center for Health Care Management an der HWZ.



### MARKUS STAUFFER, DIPL. BETRIEBS- UND ORGANISATIONSPSYCHOLOGE FH

Langjährige Erfahrung im Gesundheitswesen als Psychiatriepfleger sowie Führungserfahrung in einem kollektiv geführten Heim. 1993 Gründung von wittlin stauffer, Co-Geschäftsführer. Seit 2010 Co-Leiter Center for Health Care Management an der HWZ. Das Unternehmen wittlin stauffer ag fokussiert seine Dienstleistungen auf Spitälern und spitalnahe Institutionen.

# Herausforderung durch technischen Wandel

Optimale Vorbereitung auf die Zukunft mit neuem Studiengang und starkem Fokus auf Social Media



Das Personalwesen eines Unternehmens ist nicht nur auf strategischer Ebene von fundamentaler Bedeutung. Um Aufgaben wie das qualitative Führen, das Sicherstellen einer dynamischen Struktur und die Entwicklung und Förderung von talentierten Mitarbeitern zu meistern, ist eine fundierte und praxisorientierte Aus- und Weiterbildung unerlässlich. Entwicklungen, wie beispielsweise die rasante Verbreitung von Social Media, bieten vielfältige Möglichkeiten und Herausforderungen, auf die Personalfachleute vorbereitet sein müssen.

## Fokus auf Social Media

Diese Vorbereitung bietet das Center for Human Resources Management and Leadership durch Lehre, Forschung und Beratung. Die erste Durchführung des MAS Human Resources Leadership ist auf grossen Anklang gestossen. Durch verschiedene Massnahmen wurde der MAS für die zweite Durchführung im Herbst optimiert. So wird er in drei CAS durchgeführt und der Fokus auf Social Media wurde weiter verstärkt. Der dritte CAS mit dem Thema Innovatives

HRM & Future of Work findet in Zusammenarbeit mit der Fachstelle für Social Media der HWZ statt. So können Chancen und Risiken der Neuen Medien für das Personalwesen im Bereich Rekrutierung, Marketing und Reputation evaluiert, entwickelt und diskutiert werden.

Im Herbst startet zudem der neue CAS Compensation & Benefits Management mit Fokus auf Entwicklung und Aufbau von Lohn- und Bonussystemen – ein hochaktuelles Thema in der heutigen Wirtschaft.

## Interne und externe Zusammenarbeit

Die Vernetzung von Praxis und Lehre ist ein wichtiger Faktor. So wird in der Projektwoche des MAS ein neues Personalmanagement für ein KMU erarbeitet, und es findet ein konstanter Austausch mit erfahrenen Personalverantwortlichen und Personalwissenschaftlern statt. Zudem wird der Studiengang in Partnerschaft mit der Zürcher Gesellschaft für Personalmanagement (ZGP) geführt.

In der Forschung arbeitet das Center mit verschiedenen Instituten und Centern zusammen an einem Projekt mit Fokus auf ein neues Verständnis von Leadership. In Zukunft soll die Vernetzung der verschiedenen Center innerhalb der HWZ weiterhin gestärkt werden und auch international ein grosses Netzwerk aufgebaut werden, um den Austausch und die Zusammenarbeit zu optimieren.



## MATTHIAS MÖLKENY

Ausbildung und Karriere bei Lufthansa. Anschliessend Personalchef von Swissair, Centerpulse (Sulzer Medica) und Unaxis. 2005 Gründung der Beratungsfirma peopleXpert mit Ehefrau Regine. Seit 2010 Leiter des Center for Human Resources Management and Leadership an der HWZ. Mitglied der internationalen Denkfabrik The Future Work Forum.

# Erfolg dank modernem Marketingverständnis

Marktorientierte Ausrichtung mit starken Partnern und spannenden Projekten aus der Praxis



Eine stetige und konsequente Ausrichtung eines Unternehmens auf die Bedürfnisse des Marktes ist für den langfristigen Erfolg unabdingbar. In Lehre, Weiterbildung, Beratung und Forschung thematisiert das Center for Marketing die verschiedenen Voraussetzungen für ein modernes Marketingverständnis wie das Streben nach marktfähigen Innovationen oder den Aufbau und das Management von nachhaltigen Kundenbeziehungen.

## Praxistransfer und starke Partner

In regelmässigen Veranstaltungen wird der Wissenstransfer von Theorie und Praxis sichergestellt, wie beispielsweise anlässlich eines Vortrags vom Trend- und Zukunftsforscher Matthias Horx zum Thema «Megatrends 2012». Für die Studierenden der HWZ fand zur anschliessenden Vertiefung zusätzlich ein Workshop zur Thematik «Megatrends» statt. Eine spannende Kooperation mit einem Partner aus der Praxis führt die HWZ mit dem Mobiltelefonhersteller HTC. Es handelt sich um ein Pilotprojekt im Rahmen der Pro-

duktentwicklung; durch einen Video-Wettbewerb kann das Smartphone der Zukunft mitgestaltet werden. Dafür arbeitet HTC mit verschiedenen Hochschulen in diversen Ländern zusammen – in der Schweiz exklusiv mit der HWZ.

Das Center for Marketing pflegt innerhalb der HWZ eine intensive Zusammenarbeit mit verschiedenen Kompetenzbereichen. So wird beispielsweise mit dem Center for Communications das für den Bereich Marketing äusserst relevante Thema Social Media bearbeitet. Darüber hinaus pflegt das Center eine wichtige und langjährige Partnerschaft mit der Gesellschaft für Marketing (GfM), mit der gemeinsame Veranstaltungen durchgeführt, Publikationen veröffentlicht und Forschungsprojekte umgesetzt werden.

## Ganzheitliche Bildung

Die GfM ist zudem Co-Trägerin des Executive MBA in Marketing. Im nächsten Jahr wird der Weiterbildungsstudiengang bereits zum zehnten Mal durchgeführt. Neben einer Studienwoche an der Darden School of Business (University of Virginia) in Amerika ist der Studiengang auch aufgrund seines ganzheitlichen BWL- und Marketing-Ansatzes und seiner starken Praxisorientierung sehr beliebt. Durch ständige Weiterentwicklung der Aus- und Weiterbildungsangebote bietet das Center for Marketing auch in Zukunft eine fundierte Basis für die Herausforderungen der marktorientierten Unternehmensführung.



## PROF. DR. MICHAEL A. GRUND

Leiter Center for Marketing, Studienleitung Executive MBA – Marketing und MBA/DBA, Mitglied der erweiterten Schulleitung. Berufserfahrung als Head of Marketing Intelligence und stv. Head of CRM. Dozent an Fachhochschulen und Universitäten sowie in beratender Funktion bei Praxis- und Forschungsprojekten für Unternehmen tätig.

## Internationales Netzwerk mit starken Partnern

Die renommierten Partnerhochschulen der HWZ garantieren Wissenstransfer in Forschung und Lehre



Die Darden School of Business in Charlottesville gehört zur University of Virginia, USA, die 1819 von Thomas Jefferson gegründet wurde. Darden, gegründet in 1954, zählt heute rund 640 Studierende in den zweijährigen MBA-Studiengängen, die stark nach fallbasierten Lehrmethoden unterrichtet werden. Die Stärke der Schule liegt im Bereich General Management. Die Business School gehört zu den renommiertesten Anbietern; im Financial-Times-Ranking «Executive Education – open» im Jahr 2010 wurde sie zur besten Business School gewählt.

In den Studiengängen Executive MBA – Marketing, Executive MBA – General Management und Master of Science in Strategic Management findet für die Studierenden der HWZ jährlich eine Auslandswoche an der Darden School of Business statt. Im Rahmen von Fallstudien, Simulationen und interaktiven Unterrichtseinheiten werden Themen aus Marketing und Management bearbeitet. Zusätzlich finden Firmenbesuche statt. So erhalten die Studierenden Einsicht in die internationale Wirtschaftswelt und erweitern ihr persönliches Netzwerk.

# Starkes Team

## Partner

- Beijing Union University
- Branding-Institute
- Darden School of Business, University of Virginia
- DIA, Deutsche Immobilien-Akademie
- Digicomp Academy AG
- EABIS, European Academy of Business in Society
- GfM, Schweizerische Gesellschaft für Marketing
- Haaga University of Applied Sciences, Helsinki
- Internationale Bodensee Hochschule
- MAZ Die Schweizer Journalistenschule
- Royal Thimphu College Bhutan
- SAQ-Qualicon AG
- Schweizerische Text Akademie
- SGO, Schweizerische Gesellschaft für Organisation und Management
- SIB, Schweizerisches Institut für Betriebsökonomie
- spri, Schweizerisches Public Relations Institut
- Steinbeis-Hochschule Berlin
- SVIT Swiss Real Estate School
- Swiss Real Estate Institute
- University of California San Diego
- USQ, University of Southern Queensland, Australia
- Wittlin Stauffer
- ZGP, Zürcher Gesellschaft für Personalmanagement

## Beiräte in verschiedenen Fachrichtungen bzw. Studiengängen

- Alenka Ambroz, Journalistin und Kommunikationsexpertin
- Stephan Baer, Unternehmer
- Alain Bandle, Versatel AG
- Dr. Max Becker, CGZ Consulting Gruppe Zürich AG
- Prof. Dr. Giampiero Beroggi, Statistisches Amt des Kantons Zürich
- Frank Bodin, Euro RSCG Zürich

- Dr. Thomas Bösch, Novartis Pharma Schweiz AG
- Constantin Bregulla, UBS AG
- Heliane Canepa, Unternehmerin
- Christoph Caviezel, Mobimo Management AG
- Joris D'Inca, Mercer Management Consulting AG
- lic. iur. Andreas Dürr, Staiger, Schwald & Partner Rechtsanwälte
- Daniel Eckmann, Klaus-Metzler-Eckmann
- Sylvia Egli von Matt, MAZ
- Marco Feusi, Wüest & Partner AG
- Prof. Dr. em. Hans Geiger, Universität Zürich
- Rüdiger Geist, spirit@PM GmbH
- Peter Graf, Deutsche Immobilien-Akademie, Universität Freiburg (D)
- Robert E. Gubler, Communicators AG
- lic. oec. HSG Andreas Hildenbrand, Lemongrass Comm. AG
- Dr. Sonja Hof, PacketVideo Switzerland AG
- Urs Hofmann, Mitglied des Fachhochschulrats des Kantons Zürich
- Marcel Hug, SVIT Swiss Real Estate School
- Antoinette Hunziker, Forma Futura Invest AG
- Prof. Dr. Martin Janssen, ECOFIN
- Peter Keuzenkamp, SGO Training
- Stefan Kunz, IBM Switzerland
- Philippe Landucci, Schweizerische Nationalbank
- Dr. Beat Lauber, Strategie- & Kommunikationsberatung
- Gerhard Läuchli, Amt für Liegenschaftsverkehr, Bau- und Umweltschutzdirektion BL
- Eduardo Leemann, Falcon Private Bank
- Albert Leiser, Hauseigentümerverband Zürich
- Prof. Dr. Michael Lister, Steinbeis-Hochschule Berlin
- Urs Marti, MATA Treuhand AG

- Herbert Mattle, Unternehmens- und Vermögensberatung
- Bruno Meier, Zürcher Kantonalbank
- Peter Mettler, Mettler2Invest AG
- Rosmarie L. Michel, responsAbility AG
- Matthias Mölloney, peopleXpert
- Ulrich H. Moser, Schweizerische Gesellschaft für Marketing (GfM)
- Michael Müller, Rubus Asset Management AG
- Peter E. Naegeli, Abegglen Management Consultants AG
- Dr. Peter Petrin, Schweizerisches Institut für Betriebsökonomie (SIB)
- Renato Piffaretti, UBS AG
- Prof. Dr. Michael Pohl, Steinbeis-Hochschule Berlin
- Prof. Dr. em. Heinz Rehkugler, Deutsche Immobilien-Akademie, Universität Freiburg (D)
- Urs Riedener, Emmi Schweiz AG
- Dr. Kathy Riklin, Nationalrätin
- Dr. Jürg Rötheli, Clear Channel Holding AG
- Andreas Rüfenacht, Nestlé Professional
- Christoph Schenk, UBS AG
- Dr. Patrick Scheurle, Universität St. Gallen
- Dr. Götz Schmidt, ibo Beratung & Training GmbH
- Charles Spierer, CGi IMMOBILIER SA
- Dr. Andreas Stahel, Elektro-Material AG
- Marion Starck, Starck Public Relations
- Markus Stäuble, KABA Management + Consulting AG
- Dr. Christoph Stutz, Büro Dr. Stutz
- Fritz Sutter, ICT Switzerland, Schweizerischer Telekommunikationsverband asut
- Gaby Tschofen, GABY TSCHOFEN PR Beratung & Training GmbH
- Dr. Dominique von Matt, Jung von Matt/Limmat AG
- Sabina Weber Sauser, Vontobel
- Dr. Kurt Weiss, Unternehmer
- Felix Wenger, UBS AG

# Die HWZ-Studiengänge auf einen Blick

Die HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich bietet Ihnen wissenschaftlich fundierte, praxisnahe berufsbegleitende Aus- und Weiterbildung in folgenden Bereichen:

- Accounting & Controlling
- Banking & Finance
- Betriebsökonomie
- Business Communications / Kommunikation
- Business Engineering / Wirtschaftsinformatik
- General Management
- Health Care Management
- Human Resources Management
- Marketing
- Real Estate Management

## Bachelorstudiengänge

**Kommunikation (Business Communications)**

**Wirtschaftsinformatik (Business Information Technology)**

**Betriebsökonomie (Business Administration)**

- Banking & Finance (Programm auch in Englisch)
- General Management (Programm auch in Englisch)

## Masterstudiengänge

**Executive MBA/MBA**

- Executive MBA – Marketing
- Executive MBA – General Management
- Executive MBA & MBA – International Business\*

**Master of Advanced Studies (MAS)**

- Accounting & Finance
- Banking & Finance
- Business Analysis
- Business Communications
- Business Consulting
- Business Engineering
- Controlling
- Health Care Management
- Human Resources Leadership
- Live Communication
- Project Management
- Quality Leadership
- Real Estate Management

**Master of Science (MSc)**

- Business Administration,  
Major in Strategic Management



## Doktorat

- DBA Doctor of Business Administration\*, USQ

## Certificate of Advanced Studies (CAS)

- Business Excellence
- Change Management
- Compensation & Benefits Management
- Consulting & Communication
- Consulting Competence
- Continuous Improvement
- Corporate Communications (SPRI)
- Enterprise Engineering
- Finanz-Know-how für Juristinnen und Juristen
- Integrierte Systeme & Compliance
- IT Architecture
- IT Service Management
- Consumer Communications
- Live Communication Management
- Management & Leadership
- Management in der Psychiatrie
- Process Management
- Project Management
- Requirements Engineering
- Social Media Management
- Strategisches Kommunikationsmanagement
- Unternehmensführung

## Diploma of Advanced Studies (DAS)

- Accounting & Finance

\* in Englisch

# Die HWZ in Zahlen

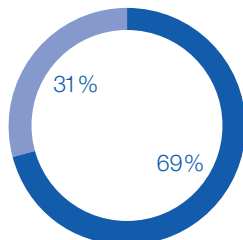
Über 2000 Studierende besuchen die HWZ:  
ein neuer Rekord



## GESCHLECHT UND DURCHSCHNITTSALTER WEITERBILDUNG HWZ

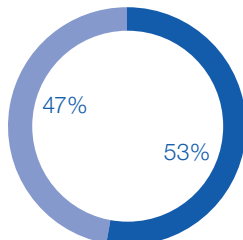
### Master HWZ

Total	771
Männlich	532
Weiblich	239
Durchschnittsalter	38



### CAS/DAS

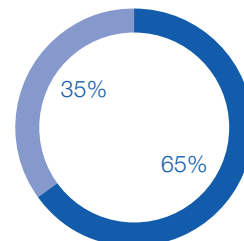
Total	103
Männlich	55
Weiblich	48
Durchschnittsalter	39



## GESCHLECHT UND DURCHSCHNITTSALTER BACHELOR HWZ

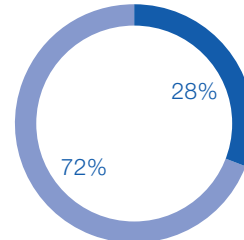
### Betriebsökonomie

Total	577
Männlich	373
Weiblich	204
Durchschnittsalter	27



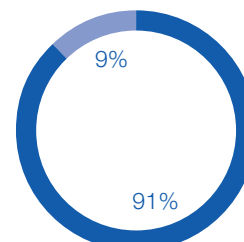
### Kommunikation

Total	519
Männlich	146
Weiblich	373
Durchschnittsalter	26



### Wirtschaftsinformatik

Total	108
Männlich	98
Weiblich	10
Durchschnittsalter	28



■ Männlich ■ Weiblich



# Rückblick 2011

Würdige Anlässe in einem denkwürdigen Jahr

## AGENDA 2012

- 26.1.**  
Podiumsgespräch Swiss Real Estate Institute  
«Immobilien und Geldwäscherei»
- 15.3.**  
Donnerstagsrunde Health Care Management  
«Vertrauen – der zentrale Faktor für den  
Führungserfolg?»
- 26.4.**  
«HWZ meets CEO» mit Dr. Urs Lehmann,  
CEO Similasan und Präsident Swiss-Ski
- 10.5.**  
Schweizerische Tagung Interne Kommunikation  
«Mitarbeiter informieren, involvieren und  
motivieren: Wie Anlässe zu Events werden»
- 24.5.**  
HWZ-Arena  
«Management 2.0 – The Social CEO?»
- 14.6.**  
Donnerstagsrunde Health Care Management  
«Neue Herausforderungen –  
neue Organisationsstrukturen»
- 21.6.**  
5. Schweizerische Fachtagung Communications  
Controlling «Qualitätssteigerung durch  
Communications Controlling»
- 28.6.**  
Gastreferat «Flexibilität des CFO-Bereichs in  
volatilen Zeiten» von André Krause, CFO Sunrise
- 13.7.**  
Ringvorlesung in der Maag Event Hall mit  
Gastreferenten Martin Naville, CEO Schweize-  
risch-Amerikanische Handelskammer
- 6.9.**  
Podiumsgespräch des Swiss Real Estate Insti-  
tute «Transparenz in der Immobilienwirtschaft»
- 11./12.10**  
Bachelor-Diplomfeiern in der Fraumünsterkirche
- 25./26.10**  
Finethikon: internationaler Finanzethik-Kongress
- 29.11.**  
HWZ-Arena zum Thema «Strategisches  
Management»



25 Jahre HWZ – das musste gefeiert werden! Höhepunkt des Jubiläumsjahres stellte die **HWZ-Ringvorlesung** im Juli in der Maag Event Hall in Zürich dar. Kein Geringerer als Dr. Josef Ackermann, der Vorsitzende des Vorstands und des Group Executive Committee der Deutschen Bank, eröffnete die Feierlichkeiten mit seinem spannenden Gastreferat zum Thema «Globale Finanzmärkte nach der Krise: Trends und Charakteristika». Im Anschluss an die Jubiläumsreden von Urs Marti und Prof. Dr. Jacques Bischoff wurde – wie jedes Jahr – gebührend gefeiert: Die über 1300 Gäste tanzten zu Partyband und DJ teilweise bis in die frühen Morgenstunden.

Ebenfalls gut besucht war die **HWZ-Arena** im Mai, die sich rund um die Finanzierung von Start-up-Unternehmen drehte. An der Durchführung im September debattierte das hochkarätige Podium zum Thema «Wirtschaftshochschulen als Katalysatoren für Unternehmen und Gesellschaft».

Die Studierenden hatten im Jubiläumsjahr zudem die Gelegenheit, im Rahmen der Veranstaltung **«HWZ meets CEO»** Karl Kistler von der Edelweiss Group sowie Ernst Bärtschi von der Sika AG persönlich kennen zu lernen. Auch an den Diskussionsrunden unserer Institute und Center stellte die HWZ ihre Fachkompetenz unter Beweis: Die beiden **Podiumsdiskussionen des Swiss Real Estate Institute** widmeten sich den Themen Gebäude-Labels und Transparenz in der Immobilienwirtschaft. Bei der 4. Fachtagung Communications Controlling lag der Fokus auf den Social Media – ein Thema am Puls der Zeit.

# So ist die HWZ strukturiert

## SCHULRAT

### Präsidentin

- Kathy Riklin, Prof. Dr. sc. nat. ETH, Nationalrätin

### Mitglieder

- Urs Bühler, lic. iur., Bildungsdirektion Kanton Zürich
- Edi Class, Prof. Dr. iur., Rechtsanwalt
- Arthur Mentele, Dr. oec. HSG, HR SwissLife
- Robert Schenker, Finanzberater

### Mit beratender Stimme

- Jacques F. Bischoff, Prof. Dr. iur., Rektor HWZ

### Sekretär

- Urs Dürsteler, Prof. Dr., Prorektor HWZ

Christian Boesch hat sein Amt als Präsident des Schulrats per Ende 2011 abgegeben. Wir danken ihm für seinen langjährigen und engagierten Einsatz. Als Nachfolgerin wurde Frau Prof. Dr. Kathy Riklin gewählt.

## PRÜFUNGSKOMMISSION

- Hans Aeberli, Präsident
- Jacques F. Bischoff, Prof. Dr., Rektor HWZ
- Alexia Böniger Bloder
- Mirjam Bräm-Gysel, Dr. sc. techn.
- Stefan Küenzi, Prüfungsleiter HWZ
- Michèle Rosenheck, Prof. lic. oec.
- Stefan Unholz, lic. iur., Rechtsanwalt

## VERWALTUNGSRAT

### Präsident

- Urs Marti, dipl. Treuhänder, MATA Treuhand AG

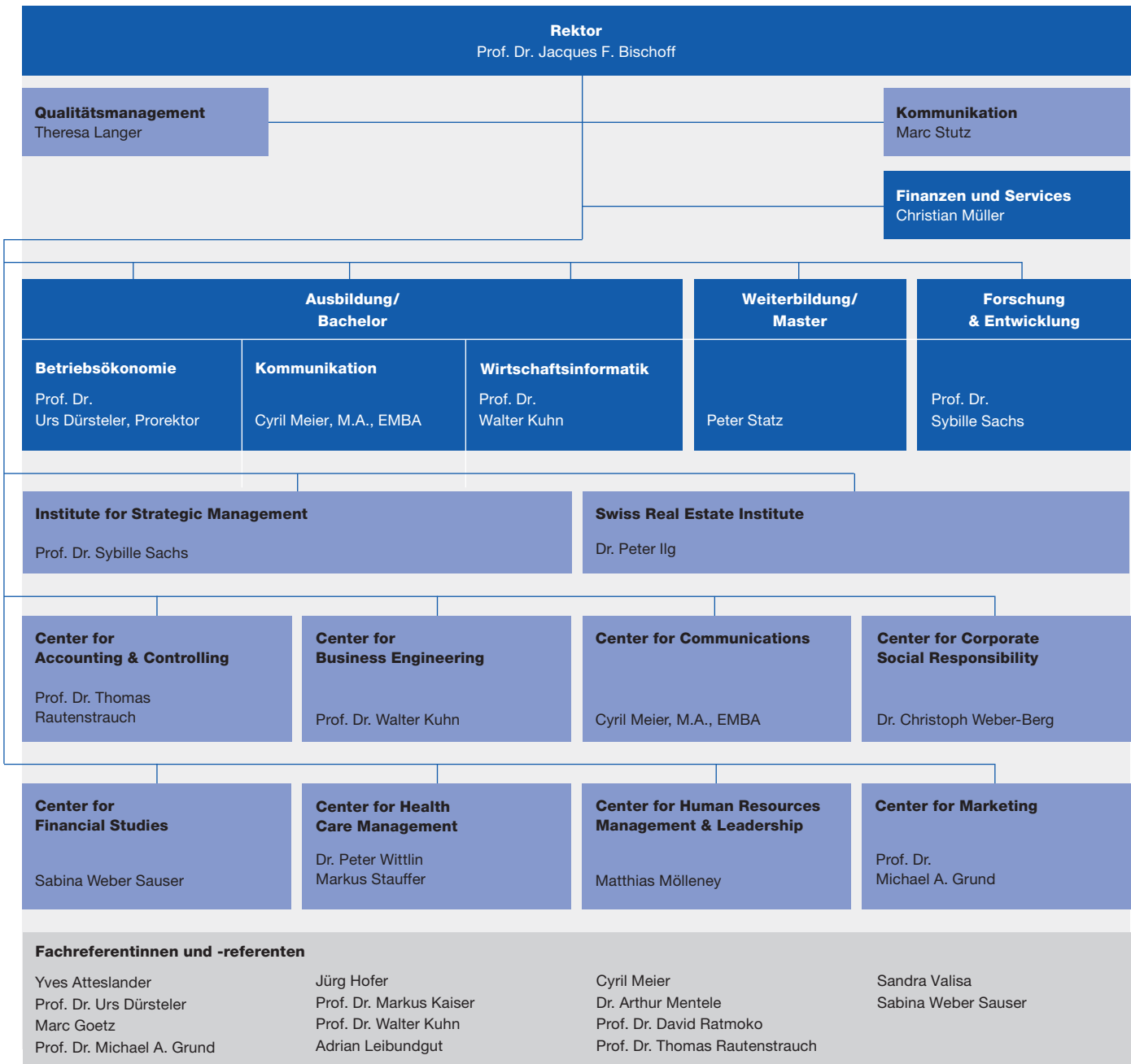
### Mitglieder

- Bedi Büktas, Prof. Dr. h. c., dipl. Ing. ETH (bis 28.2.2012)
- Marc-Antoine Kämpfen, Dr. iur., Rechtsanwalt (bis 25.5.2012)
- Irene Kaufmann-Brändli, Dr., Vizepräsidentin des Verwaltungsrates bei Coop und Präsidentin der Stiftung Juventus Schulen (ab 25.5.2012)
- Peter Kyburz, lic. iur., Generalsekretär KV Schweiz
- Matthias Rüegg, lic. oec., Direktor Juventus Schulen (ab 25.5.2012)

Bedi Büktas verstarb im Februar 2012 unerwartet. Bedi Büktas war vor 26 Jahren einer der Mitbegründer der HWZ. Mit Bedi Büktas verlor die HWZ nicht nur einen guten Freund, sondern auch eine Person, welche die HWZ mit seinem Fachwissen, aber auch mit strategischer Weitsicht und grossem Engagement stets unterstützt hat. Damit hat er einen wesentlichen Beitrag für die Entwicklung unserer Hochschule geleistet. Wir werden ihn immer in bester Erinnerung behalten. Die HWZ dankt Herrn Dr. Marc-Antoine Kämpfen, der auf die Generalversammlung vom 25. Mai 2012 seinen Rücktritt erklärt hat, für seinen engagierten Einsatz. Während über zehn Jahren hat er die HWZ in rechtlichen und strategischen Fragen beraten und die Hochschule damit massgebend mitgestaltet. Als neue Verwaltungsräte hat die Generalversammlung vom 25. Mai Frau Dr. Irene Kaufmann-Brändli und Herrn Matthias Rüegg gewählt.



**Der Verwaltungsrat der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich**  
 Von links: Matthias Rüegg, lic. oec., Urs Marti,  
 Dr. Irene Kaufmann-Brändli, Peter Kyburz, lic. iur.



■ Schulleitung    ■ Mitglied der erweiterten Schulleitung    Stand 31.5.2012

**Die Schulleitung der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich**  
 Von links: Prof. Dr. Urs Dürsteler (Prorektor), Prof. Dr. Walter Kuhn, Peter Statz, lic. oec., Prof. Dr. Sybille Sachs, Cyril Meier, M.A. EMBA, Prof. Dr. Jacques F. Bischoff (Rektor), Christian Müller

Mitglied der Zürcher Fachhochschule

**HWZ** | Hochschule für  
Wirtschaft Zürich

Lagerstrasse 5 | Postfach | 8021 Zürich | Telefon 043 322 26 00 | Fax 043 322 26 01 | sekretariat@fh-hwz.ch | www.fh-hwz.ch