

HWZ-Report 2014





Inhalt

04 SCHWERPUNKT QUALITÄT

Wie ein edler Tropfen

06 JACQUES F. BISCHOFF

SARAH KELLER

Qualität ist Chefsache

10 UMFRAGE

Was zeichnet eine hohe Qualität in der Aus- und Weiterbildung auf Hochschulstufe aus?

12 AUSBILDUNG

In der Ausbildung geht es um mehr als um das Lernen von Theorie

13 WEITERBILDUNG

Der Megatrend Digitalisierung zieht sich durch sämtliche Disziplinen

14 INSTITUTE UND CENTER / PORTRÄTS VON ABSOLVENTIN- UND ABSOLVENTEN

14 Institut für Strategisches Management /
Swiss Real Estate Institute

17 HRM & Leadership /
Communications

18 Accounting & Controlling /
Marketing

21 Financial Studies /
Business Engineering

22 Digital Business /
Health Care Management

24 LEADERSHIP

*Führungskompetenzen der Zukunft –
Next Generation Leadership*

24 ÜBER DIE HWZ

24 Studierende in Aus- und
Weiterbildung

25 Die HWZ-Studiengänge
auf einen Blick

26 Rückblick ins HWZ-Jahr

27 Agenda 2015

28 Die Führungsgremien der HWZ

30 Partnerschaften und Beiräte

Impressum

Herausgeberin

HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich

Redaktion und Konzept

Bühler & Bühler AG, Zürich

Patrick Fehlmann HWZ

Layout

Digicom Digitale Medien AG, Effretikon

Fotos

HWZ / Markus Lamprecht, Zürich /

Daniel Hager, Zürich

Korrektorat

Tipptopp, Brugg

Druck

Sonderegger Druck AG, Weinfelden

Auflage: 5'200 Ex.

Liebe Leserin, lieber Leser

Die HWZ war schon immer eine der innovativsten Hochschulen der Schweiz. Mit der Gründung des «Center for Digital Business» hat sie sich nun auch im hochaktuellen Thema der digitalen Transformation mit einem breiten Studien- und Dienstleistungsangebot bestens positioniert. Wie wichtig dieser Schritt ist, zeigt die seitens namhafter Wirtschaftsführer und Vertretern der öffentlichen Hand kürzlich veröffentlichte Initiative namens «Digital Zurich 2025», die Zürich zum Silicon Valley Europas machen möchte. Ein solcher «digitaler Hub» braucht auch eine Hochschule, welche die dafür notwendigen Fachkräfte ausbildet und Unternehmen, namentlich KMU und Start-ups, in der Digitalisierung ihrer Geschäftsmodelle zukunftsgerichtet und nachhaltig unterstützt.

«Ein bisschen Qualität bietet jeder, entscheidend ist Qualitätsexzellenz.» Diesem Zitat von Felix M. Gerg, Produktmanagementexperte und Berater für Innovation, Qualität und Risiko, ist kaum zu widersprechen. Gerade in den gegenwärtigen Zeiten, wo Produkte und Dienstleistungen immer ähnlicher werden, ist Qualität ein bedeutsames Unterscheidungsmerkmal. Dies gilt für die HWZ als private Hochschule ohne staatliche finanzielle Unterstützung erst recht. Die Schulleitung hat dies vor Jahren schon erkannt und vorausschauend gehandelt. Mit der Auszeichnung «EFQM Recognised for Excellence, 4 star» wurde Ende Dezember 2014 ein Meilenstein auf dem Weg zur Business Excellence erreicht. Doch was bedeutet Qualität konkret für die HWZ? Antworten dazu, und wie der Weg noch weitergeht, finden Sie in diesem Report.

Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre und danke Ihnen für Ihr Vertrauen in unsere Institution.



A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of a large 'D' and 'J' followed by a horizontal line.

PROF. DR. DANIEL JOSITSCH
Verwaltungsratspräsident der HWZ

Wie ein edler Tropfen

Was macht die Qualität einer Bildungsinstitution aus? Für die Antwort auf diese komplexe Frage lohnt es sich, tiefer zu schürfen. Am Kulturgut Wein lässt sich vorzüglich abhandeln, was Qualität bedeutet, wie man sie erreicht und schliesslich beurteilen kann. Ein kleiner Ausflug mit interessanten Parallelen, von Raphael Bühler und Patrick Fehlmann.



Qualität. Dieses Etikett wünscht sich jeder für sein Produkt oder seine Dienstleistung. Doch was ist damit gemeint? «Qualitas» aus dem Lateinischen bedeutet Beschaffenheit, Eigenschaft oder Zustand – frei von jeder Wertung. Würde man nach diesem Verständnis die Qualität eines Weins beschreiben,

so könnte man einfach seine chemischen Elemente auflisten. Es dürfte jedoch schwerfallen, nur anhand dieser Angaben zu beurteilen, ob es sich um einen Genuss für den Gaumen handelt. Ebenso wenig lässt sich die Güte einer Hochschule alleine anhand einer Modulstruktur abschätzen.

Die vier Eckpfeiler der Qualität

Die Qualität von Wein macht sich an vier Grundsäulen fest: Frucht, Alkohol, Säure, Süsse. Diese Komponenten müssen in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander stehen und harmonisieren. Als Basis gilt die Traube. Die Rebe prägt Charakter und Stil des Weins, ist für das Endprodukt aber nicht allein verantwortlich. Viele weitere Faktoren spielen eine wichtige Rolle. Dasselbe gilt für Bildungsinstitutionen: Ein spannendes Thema ist eine optimale Ausgangslage für eine Lehrveranstaltung. Doch setzt man falsche inhaltliche Schwerpunkte, können selbst die besten Dozierenden die Erwartungen nicht erfüllen.

Auch an einer Hochschule lassen sich vier Eckpfeiler für Qualität ausmachen, die in ausreichendem Mass den Anforderungen genügen müssen: Inhalte, Methoden, Personal und Infrastruktur. Für die Erfassung der Lehrinhalte bedarf es einer entsprechenden Didaktik und angemessener Forschungsmethoden. Vermittelt durch hervorragende Dozierende und Wissenschaftler schafft dies einen weiteren Mehrwert. Schliesslich ist die Infrastruktur auf einer materiellen sowie institutionellen Ebene von hoher Bedeutung.

Die Rolle von Gütesiegeln und anderen Einflüssen

Für guten Wein ist neben der Rebsorte die Anbauregion mit dem idealen Klima entscheidend. Alte

Gleich im ersten Anlauf zu vier Sternen

Seit dem Erlangen der ersten EFQM-Anerkennungsstufe «Committed to Excellence» im Januar 2013 hat die HWZ ihre Reise zur Business Excellence sehr erfolgreich fortgesetzt. Mit Hilfe des EFQM-Rasters wurden die eigenen Stärken und Verbesserungspotenziale in internen Workshops definiert und entsprechende Verbesserungsmassnahmen umgesetzt. Anhand der EFQM-Vorgaben wurde ein umfassendes Bewerbungsdossier im Sinne der Logik des EFQM-RADAR erstellt. Hierzu waren zahlreiche interne Diskussionen und Prüfungsrunden nötig. Weitere konkrete Verbesserungsmassnahmen wurden anhand der Diskussionen angestossen. Fast die Hälfte der Mitarbeitenden war an diesem Prozess beteiligt.

Im Anschluss an ein zweitägiges Assessment bescheinigten die Assessoren der HWZ im Vergleich mit anderen Organisationen Ende 2014 einen sehr hohen Reifegrad bezüglich der EFQM-Kriterien und -Grundkonzepte. Die HWZ erhielt gleich im ersten Anlauf die begehrte Auszeichnung «Recognised for Excellence» mit vier Sternen. Damit zeichnet sich gemäss Siegfried Schmidt, Leiter Business Excellence der SAQ Swiss Association for Quality, «die HWZ nicht nur als lernende Organisation aus, sondern sie spielt nun eindeutig in der EFQM-Champions-League mit».

Weinbauländer wie Frankreich oder Italien benennen ihre Qualitätsweine nach dem Herkunftsgebiet mit «Appellation d'Origine Contrôlée» (AOC) oder «Denominazione di Origine Controllata e Garantita» (DOCG). Lässt sich Qualität also an der Herkunft festmachen? Und ist jeder Wein mit diesem Siegel hochwertig? Vorteilhafte Rahmenbedingungen begünstigen hervorragende Ergebnisse, aber sie sind nicht alles entscheidend. Das Wetter beispielsweise ist nicht kontrollierbar – es kann einem mässigen Winzer zu einem soliden Wein verhelfen oder das Produkt eines ausgezeichneten Weinguts beeinträchtigen.

Diese Erkenntnisse gelten auch für die Bildungsbranche. Wirtschaftslage, Regulierungen oder soziale Gegebenheiten sind entscheidend. Auch Ressourcen, der Arbeitsmarkt oder die Motivation von Studierenden haben einen grossen Effekt auf eine wertvolle Lehrveranstaltung. Abgesehen von der Standortwahl hat jedoch eine Institution auf keinen dieser Faktoren einen entscheidenden Einfluss. Trotzdem lässt sich die folgende These aufstellen: Eine Hochschule, die allen vier Grundsäulen der Qualität genügend Aufmerksamkeit widmet, wird auch unter schwierigen Rahmenbedingungen eine hohe Güte in der Lehre und Forschung erreichen.

Dafür ist eine ständige Beobachtung der vier Eckpfeiler notwendig. Das Erkennen von ungenutztem Potenzial und das Ausmerzen von Schwachstellen sind Kernelemente des Qualitätsmanagements. Während eines Zertifizierungsprozesses werden diese blinden Flecken sichtbar gemacht und die offene Haltung findet idealerweise Eingang in die gelebte Kultur. Daher sind Gütesiegel wichtige Hinweise auf eine hervorragende Qualität.

Wer entscheidet, was gut ist?

Wird ein Wein offiziell ausgezeichnet, handelt es sich wahrscheinlich um einen hochwertigen Tropfen. Auch in Hochschulen beurteilen Experten die Qualität. Nebst formalen Kriterien befindet die wissenschaftliche Gemeinschaft über die Relevanz eines Forschungsprojekts und Absolvierende prüfen das Gelernte auf die Praxistauglichkeit. Zwischen Qualität und Geschmack gibt es jedoch grosse Unterschiede. Wer sich nicht auskennt, schätzt einen Qualitätswein möglicherweise nicht und bevorzugt gar eine billige, gefällige Alternative. Und passen Essen und Wein nicht zusammen, ist der Genuss getrübt. Aber selbst Weinkenner haben unterschiedliche Vorlieben. Das gilt auch für den Bildungsbereich: Es bedarf einiger Abklärungen, damit ein Interessent die passende Institution findet. Gütesiegel helfen hier, Orientierung zu schaffen.

Das Fazit? Eine absolute Garantie für hohe Qualität besteht auch bei einer optimalen Ausgangslage nicht. Trotzdem sind eine solide Basis und geeignete Prozesse essenziell. In schlechten Jahren empfehlen Weinexperten, grosse Namen zu kaufen. Sie wissen, dass ein Meisterwinzer auch unter widrigen Umständen guten Wein produzieren kann. Er verfügt über Erfahrung, hat aus Fehlern gelernt und ist offen für Neues. Aus den gleichen Gründen – davon sind wir überzeugt – ist eine ausgezeichnete Hochschule jederzeit die beste Wahl und ein sicherer Wert für hohe Qualität in der Lehre und Forschung.

«Inhalte, Methoden, Personal und Infrastruktur bilden die Eckpfeiler für die Qualität einer Hochschule.»

Das EFQM-Modell für Business Excellence ermöglicht eine ganzheitliche Sicht auf die Vorgehensweisen einer Organisation. Anhand der Selbst- und Fremdbewertung kann der Reifegrad eines Unternehmens bezogen auf andere festgestellt werden. Einzelne EFQM-Konzepte wie «Nutzen für Kunden schaffen», «mit Vision, Inspiration und Integrität führen» oder «Verantwortung für nachhaltige Zukunft übernehmen» werden durch die EFQM-Assessoren in persönlichen Interviews und unter Beiziehung des umfassenden Bewerbungsdossiers bewertet und anhand der EFQM-Kriterien mit anderen Organisationen verglichen.



Qualität ist Chefsache

«Durch den EFQM-Prozess konnten wir unseren Alltag erleichtern.»



Seit seinem Amtsantritt vor zehn Jahren legt Prof. Dr. Jacques Bischoff ein besonderes Augenmerk auf Qualität. Vorläufiger Höhepunkt der weitreichenden Bestrebungen ist die offizielle Anerkennungsstufe «EFQM Recognised for Excellence», welche die HWZ jüngst mit ausgezeichneten 4 Sternen erhielt. Im Doppelinterview erklären der Rektor und Dr. phil. Sarah Keller, Leiterin Quality Management, was die zentralen Erkenntnisse aus dem EFQM-Prozess waren und mit welchen weiteren Instrumenten die HWZ für die laufende Qualitätssteigerung arbeitet.

Qualität ist ein grosses Wort. Was bedeutet es eigentlich für eine Fachhochschule?

Prof. Dr. Jacques Bischoff (JB): Qualität ist wesentlich und betrifft alle Bereiche. In der Lehre benötigen wir qualitativ hochwertige Studiengänge, fachlich hoch qualifizierte und didaktisch befähigte Dozierende, wir wollen die Studierenden gut betreuen und sämtliche administrative Abläufe im Griff haben. Unser Anspruch ist es, in der Dienstleistungserbringung qualitativ überall und immer «State of the Art» zu sein. Das klingt einfach, ist aber immer wieder eine grosse Herausforderung.

Dr. phil. Sarah Keller (SK): Wichtig ist, dass die Beteiligten der Einzelbereiche mit den verschiedenen Anspruchsgruppen sowie auch miteinander agieren, sodass ein stimmiges Ganzes gewährleistet ist. Kompetenz und Engagement auf allen Ebenen und eine gute Zusammenarbeit sind essenziell.

Ist Qualität für eine private, nicht subventionierte Fachhochschule besonders wichtig?

SK: Zweifellos. Wir messen unsere Leistung deshalb an internen Zielvorgaben, nationalen und internationalen Benchmarks. So sehen wir auch, wo wir gegenüber vergleichbaren Institutionen stehen.

JB: Qualität ist für mich als Rektor eines der wichtigsten Anliegen – und Chefsache. Das ist meine persönliche Überzeugung. Deshalb ist das Quality Management direkt mir unterstellt.

Was zeichnet denn ein gutes Quality Management aus, Herr Bischoff?

JB: Zuerst eine gute Leitung des Quality Managements. Diese ist beharrlich und verfügt über Durchsetzungsvermögen. Auch unangenehme Themen müssen konsequent verfolgt werden, selbst wenn das mit Mehraufwand verbunden ist und man sich damit nicht nur Freunde macht. Zudem muss das Quality Management unabhängig von sämtlichen internen Instanzen sein.

Sehen Sie das ebenfalls so, Frau Keller?

SK: Ich kann das unterschreiben. Ein gutes Quality Management verfolgt systematisch das Ziel, Qualität sicherzustellen und weiterzuentwickeln. Dazu bereitet es das erforderliche Wissen auf, schafft Grundlagen zum Entscheiden und Realisieren der angezeigten Schritte und begleitet deren Umsetzung. Das Team des Quality Management an der HWZ sieht sich als Dienstleister mit einem Blick fürs Ganze. Die Summe aller Einzelteile in einem steten Kreislauf macht unsere Arbeit wertvoll.

Die HWZ hat jüngst die Anerkennungsstufe «EFQM Recognised for Excellence» erhalten. Wieso haben Sie sich überhaupt für dieses Modell entschieden?

JB: Die HWZ ist in den letzten Jahren stark gewachsen. Prozesse entwickeln sich jedoch meist nicht gleich schnell wie eine Gesamtorganisation. Es war an der Zeit, die administrativen und organisatorischen Prozesse nachzuführen. Es ist mir wichtig festzuhalten, dass das ganze Projekt aus eigener Motivation entstand. Wir wollten uns verbessern und das ist uns gelungen. Es gibt aber noch eine andere Seite: Nach neuem Hochschulförderungs- und Koordinationsgesetz müssen wir uns neu institutionell akkreditieren lassen – und eine kürzlich erfolgte Auszeichnung bildet hierfür eine gute Basis.

Wie muss man sich den EFQM-Prozess vorstellen?

SK: Der Prozess ist durch EFQM vorgegeben und hat rund zwei Jahre gedauert. Er beinhaltet die Auseinandersetzung mit Konzepten für erfolgreiche Unternehmen; z. B. «Veränderungen aktiv managen», «Nutzen für Kunden schaffen», «durch Mitarbeitende erfolgreich sein». In einer Selbstbewertung galt es, unsere Praktiken und Ergebnisse



«Das gab es noch nie, dass eine Fachhochschule in der Schweiz auf Anhieb vier Sterne erreichte.»

nach vorgegebenen Kriterien einzuschätzen. Dabei haben wir Stärken und Potenziale erkannt, die wir für unsere Weiterentwicklung genutzt haben. Das Ganze mussten wir dokumentieren. Ein Assessor-Team hat unsere Dokumentation analysiert und uns ergänzend zwei Tage lang in Interviews geprüft. Offensichtlich haben wir sie überzeugt.

Sie erhielten ausgezeichnete vier Sterne und dies gleich beim ersten Anlauf ...

SK: Das gab es noch nie, dass eine Fachhochschule in der Schweiz auf Anhieb vier Sterne erreichte. Siegfried Schmidt, der Leiter Business Excellence der SAQ Swiss Association for Quality, sagte dazu etwas sehr Treffendes: «Die HWZ spielt nun eindeutig in der EFQM-Champions-League mit.»

JB: Die Assessoren bescheinigten uns einen sehr hohen Reifegrad. Darauf sind wir stolz. Wissen Sie, in erster Linie wollten wir Fortschritte erzielen, besser werden. Aber die vier Sterne waren unser sportliches Ziel. Aus diesem Grund investierten wir viel Herzblut und Energie.

Welche zentralen Erkenntnisse haben Sie mitgenommen? Wo konnten Sie sich konkret verbessern?

JB: Wir haben etliche Dinge verbessert und angepasst, so etwa die Gestaltung von organisatorischen und administrativen Prozessen, Abläufe beispielsweise beim Recruitment oder für Prüfungsvorbereitungen.

SK: Es hat sich gezeigt, dass vieles bereits gelebte Realität war, was uns so nicht immer bewusst war. Zentral war ebenfalls, dass wir im Prozess eine weitere Stufe der Zusammenarbeit erreicht haben. Das erleichtert unsere tägliche Arbeit.

Sie arbeiten an der HWZ mit zahlreichen weiteren Instrumenten zur Qualitätssteigerung. Welche zum Beispiel?

JB: Wir haben ein Set an Instrumenten, die sich gegenseitig ergänzen. Beispielsweise Evaluationen, Hospitationen, Plagiatsüberprüfungen, Weiterbildungen, Coachings und Beratungen. In unserem Evaluationssystem sind die Kursevaluationen eines der wichtigsten Elemente unserer Qualitätssicherung. Dabei beurteilen die Studierenden, ob der Praxisbezug vorhanden ist, wie die Qualität der Unterlagen ist oder ob komplexe Sachverhalte schlüssig erklärt werden und so weiter. Das sind die entscheidenden Fragen für ein hohes Qualitätsniveau. Parallel dazu führen wir Evaluationen bei den Dozierenden durch. Ihre Sichtweise hilft uns, konkrete Weiterbildungs- oder Anpassungslücken zu entdecken.

Welche Evaluationen führen Sie sonst noch durch?

SK: Wir führen auch Gespräche mit den Studiengruppensprechern. Diese geben uns zum Beispiel Aufschluss darüber, wie die Begleitung durch die Studiengangsleitung erfahren wird. Im Weiteren gibt es die Diplomandenbefragung, die zeigt, wie die Studierenden ihr Studium insgesamt beurteilen. Ergänzt wird diese durch eine Absolventenbefragung, die zwei Jahre nach Abschluss des Studiums stattfindet. Und natürlich gehören auch Mitarbeiterbefragungen dazu.

JB: Die Ergebnisse werten wir in der Schulleitung aus, analysieren sie und beschliessen konkrete Massnahmen. Die Schulleitung nimmt die Evaluationen sehr ernst. Wir beweisen damit Wertschätzung gegenüber den Studierenden und aus meiner Erfahrung steigert es auch die Motivation der Dozierenden, da sie das Feedback der Studierenden 1:1 erhalten.

SK: Das ist uns wichtig. Es geht nicht um Kontrolle, sondern um gegenseitiges Feedback als Basis für Verbesserungen.

«Unser Anspruch ist es, in der Dienstleistungserbringung überall und immer State of the Art zu sein.»

Sie führen regelmässig Hospitationen durch?

SK: Die Schulleitung und das Quality Management gehen in die Seminarräume, verschaffen sich einen Einblick vor Ort und tauschen sich im Nachgang dazu mit den Dozierenden über lehrbezogene Herausforderungen an der HWZ aus. Hospitationen bilden ein Beratungsgefäss, das auf beiden Seiten wichtige Erkenntnisse hervorbringt.

Wie sieht es mit Weiterbildungen für die Dozierenden aus?

SK: Den Dozierenden wird kostenlos ein Weiterbildungsprogramm an der HWZ angeboten – Kurse didaktischer oder fachdidaktischer Natur. Wir prüfen auch externe Weiterbildungskurse und stellen diese im alljährlich erscheinenden Schulungsprogramm zuhanden der Dozierenden zusammen.

JB: Um die Qualität zu sichern, herrscht eine Wei-



terbildungspflicht. Diese hängt von der Grösse des Pensums eines Dozierenden an der HWZ ab. Aber in der Regel machen die Dozierenden sogar mehr als gefordert. Das liegt wohl daran, dass wir die Weiterbildungen auf unsere Dozierenden zuschneiden. Wir wissen, was diese benötigen: Prüfungsgestaltung beispielsweise, wie man Case Studies formuliert und in den Kurs einbaut, sowie Classroom- oder Konfliktmanagement.

Die Qualität der HWZ ist das eine. Aber hat sich auch der Qualitätsanspruch der Studierenden entwickelt?

SK: Der Anspruch ist gestiegen. Service und Inhalt müssen überzeugend sein. Der enge Kontakt mit den Studierenden, eines unserer wichtigsten Qualitätsmerkmale, ist zentral und hilft uns, ihre Erwartungen zu erkennen und darauf einzugehen.

JB: Es ist schon eine Tatsache: Wir sind eine private Hochschule mit beträchtlichen Studiengebühren, die viele Studierende heute vermehrt selber bezahlen. Damit steigen auch die Ansprüche.

Und wer prüft die Qualität des Rektors?

JB: Der Verwaltungsrat und – mit etwas Distanz – die Bildungsdirektion. Und schliesslich der Markt: Eine qualitativ ungenügende Hochschule geht langsam, aber sicher unter. Und damit auch der Rektor. Zum Glück haben wir uns in die andere Richtung entwickelt (lacht).

«Wir sind eine private Hochschule mit beträchtlichen Studiengebühren, die viele Studierende heute vermehrt selber bezahlen. Damit steigen auch die Ansprüche.»



Was zeichnet eine hohe Qualität in der Aus- und Weiterbildung auf Hochschulstufe aus?

Die HWZ hat Studierende, Dozierende und Arbeitgeber befragt. Die Umfrage und die vorliegende Auswahl der Antworten sind nicht repräsentativ.



«Eine optimale Vernetzung zwischen fundierter Theorie und aktueller Praxis verbunden mit einem praxisorientierten Transfer, der die Teilnehmenden unterstützt, die gewonnenen Kompetenzen im beruflichen Kontext nutzbringend einzusetzen. Unterstützt durch ein ausgewogenes, branchenübergreifendes Teilnehmerfeld.»

Stefan Tschumi, Leiter Personal, Coop

«Die Ausbildung an Hochschulen ist qualitativ hochwertig, wenn unsere Mitarbeiter anhand fundierter Kenntnisse der Theorie lernen, in der Praxis beobachtete Problemstellungen zu lösen, und dabei die zeitliche Flexibilität erhalten, das Erlernte für unsere Unternehmung einzusetzen.»

Sebastian Angst, Partner, Pro Ressource Finanzierungsoptima

«Eine Hochschule ist dann qualitativ gut, wenn ich die Theorie, die ich hier lerne, nachher in der Praxis umsetzen kann.»

Fathima Ifthikar, Studentin

«Qualität ist das Gesamtbild vieler einzelner Puzzleteile: relevante Themen, engagierte Studierende, begeisternde Dozenten, raffinierte Didaktik, moderne Lernumgebung, effiziente Administration und renommierte Abschlüsse. Auf der gemeinsamen Grundlage von Freude am Lernen.»

Dr. Dieter Schmid, Dozent

«Sie speist sich aus der Kombination von Praxisorientierung, akademischer Bearbeitung relevanter Inhalte und einer besonders geeigneten Mannschaft von Professoren, die begeistern.»

Christiane Holländer, Einzelunternehmerin, Holländer Education / Holländer Search

«Für mich zeigt sich die Qualität einer Hochschule auch dadurch, wie flexibel ihr Angebot ist. Gerade in meinem Fall ist es wichtig, dass sich das Studium gut mit dem Job vereinbaren lässt.»

David Müdespacher, Student

«Die Qualität einer Hochschule zeichnet sich für mich auch durch den Standort aus.»

Corina Hofer, Studentin

«Für mich ist der Aufbau des Lehrgangs mit einem gut strukturierten Stundenplan sehr wichtig.»

Diana Liviero, Studentin

«Qualität ist für mich nicht «act», sondern «habit». Das heisst, der Unterricht wird prägnant übermittelt, sodass man das Wissen auch im Privatleben oder Geschäft nutzen kann.»

Alexandros Zwahlen, Student

«Qualität zeigt sich an einer sympathischen Studiengangsleitung, die immer oder die meiste Zeit erreichbar ist und bei Fragen zur Verfügung steht.»

Milan Asanin, Student

«Qualitativ hochstehende Lehre auf (Fach-)Hochschulstufe ist wissenschaftlich fundiert, praxisnah, didaktisch/methodisch durchdacht, knüpft an Vorwissen der Studierenden an, ist anspruchsvoll, regt zum Denken an und lebt vom Engagement der Dozierenden.»

Dr. Martin Gubler, Dozent

«Qualität zeigt sich durch motivierte Dozierende, die Praxiserfahrung aus der Wirtschaft mitbringen sowie gute Lehrmaterialien.»

Bruno Villamiel, Student

Weitere Statements von Studierenden im Video:
fh-hwz.ch/hwzreport14

In der Ausbildung geht es um mehr als um das Lernen von Theorie



**PROF. DR. OEC. HSG
JÖRG BRUCKNER**

Prof. Dr. Jörg Bruckner hat 2013 die Leitung des Studiengangs für den Bachelor in Betriebsökonomie an der HWZ übernommen und ist Mitglied der Schulleitung. Seit 2015 ist er auch für den gesamten Bachelor-Ausbildungsbereich verantwortlich. Promotion an der Universität St. Gallen. Berufstätigkeit im Bildungswesen und in der Finanzbranche.

Die Vereinbarkeit von Studium und Beruf wird immer schwieriger. Im vergangenen Jahr hat die HWZ deshalb ihre Bachelor-Studiengänge unter die Lupe genommen und einige Veränderungen vorgenommen. Die hohe Praxisorientierung und innovativen didaktischen Methoden bleiben weiterhin Grundpfeiler der Ausbildung.

«Die Bereitschaft der Arbeitgeber, sich an der Aus- und Weiterbildung ihres Personals finanziell zu beteiligen, nimmt ab. Das stellt Studierende vor grosse Herausforderungen. Diesem Umstand trägt die HWZ Rechnung, indem sie die Vereinbarkeit von Studium und Beruf für die Studierenden erhöht und den Arbeitgebern den sofortigen Wissenstransfer in die Unternehmung verstärkt aufzeigt», erklärt Prof. Dr. Jörg Bruckner.

Abgestimmte Prozesse

«Wir haben 2014 eine mathematische Unmöglichkeit geschafft – nämlich mit weniger Ressourcen eine höhere Qualität zu erreichen», so Bruckner. Die Prozesse wurden über mehrere Studiengänge angeglichen und vereinfacht, um Synergien zu nutzen. Zudem äussert sich die höhere Qualität in einer überarbeiteten Studien- und Prüfungsordnung, die für mehr Klarheit sorgt.

Stärken besser kommunizieren

Die HWZ legt bei der Ausbildung weiterhin einen starken Fokus auf Praxisorientierung. «Wir hinterfragen immer wieder, mit welchen didaktischen Mitteln wir uns abheben können. Dabei arbeiten wir mit Simulationen, Seminaren, Fallstudien und Projekten mit Praxispartnern», erläutert Jörg Bruckner. Die Stärken des Modells – die Interaktivität in

den kleinen Studiengruppen sowie die innovativen didaktischen Methoden – will die HWZ noch stärker ausbauen und nach aussen kommunizieren.

Mehr als Fachwissen

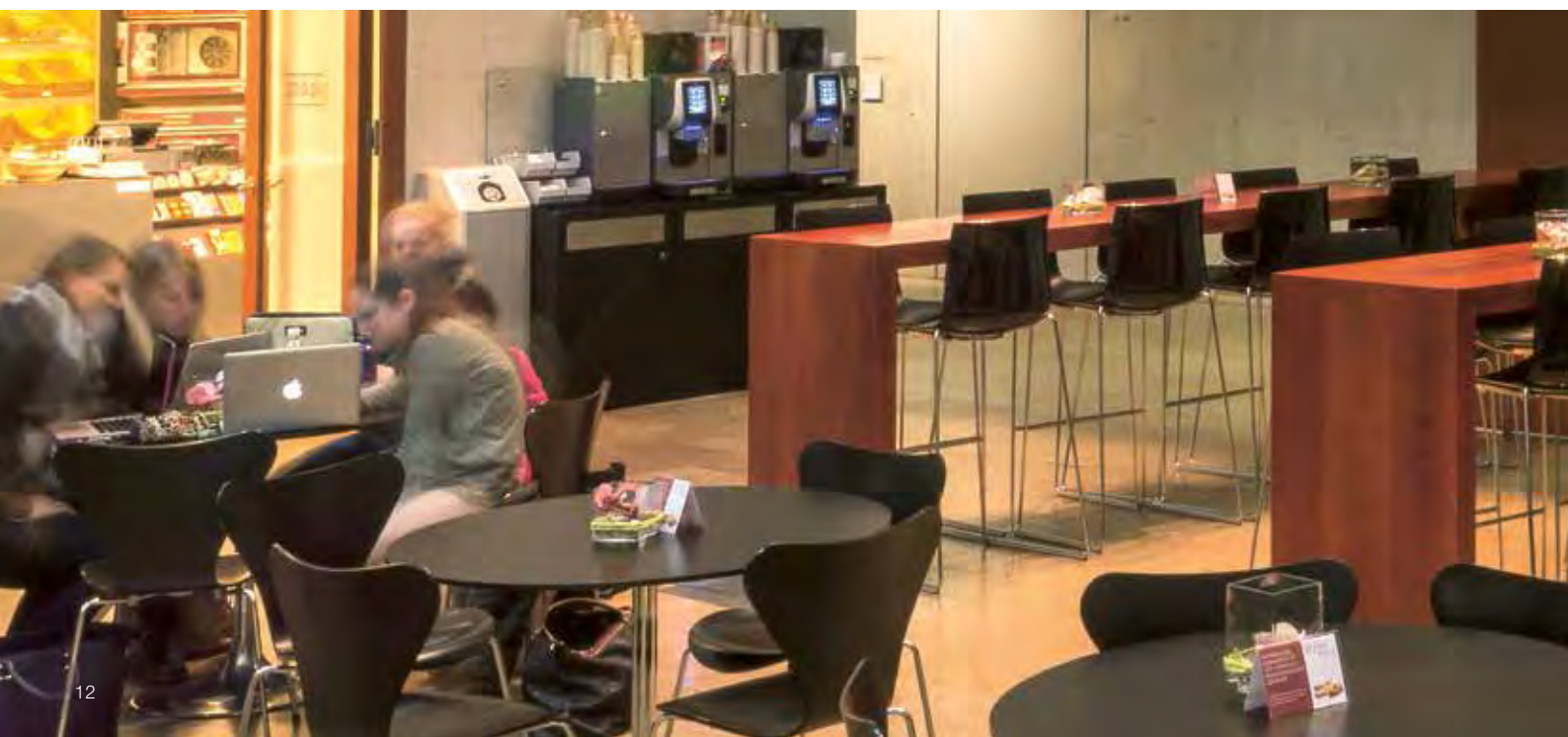
Was sollen Studierende von der HWZ mitnehmen? Für Jörg Bruckner geht es um mehr als das Lernen von Theorien: «Die Absolvierenden sehen sich im Idealfall als Macher, die Konzepte verstehen und auch kritisch hinterfragen können – und deshalb erfolgreich sind.» Es gehe nicht nur um Fachkompetenz, sondern auch um Selbst-, Sozial- und Methodenkompetenz. Die Dozierenden vermitteln deshalb nicht nur Inhalte, sondern stärken die Studierenden zum Beispiel auch in ihrem Auftritt.

Neuer Major International Business

Damit das Bachelor-Studium eine breite Basis vermittelt, werden die fachlichen Vertiefungen ab Herbst 2016 neu statt im 5. erst im 7. Semester durchgeführt. Zudem können die Studierenden nun, und zukünftig auch die HFW-Absolvierenden, die in

«Die Vereinbarkeit von Job und Studium wird für unsere Studierenden immer mehr zur Herausforderung. Dieser Entwicklung müssen wir Rechnung tragen.»

die Passerelle einsteigen, zwischen drei Vertiefungen wählen: General Management, Banking & Finance und neu International Business.



Der Megatrend Digitalisierung zieht sich durch sämtliche Disziplinen

Das Angebot im Weiterbildungsbereich nimmt stetig zu. Das führt dazu, dass Studierende immer stärker auf eine Beratung angewiesen sind, um den richtigen Lehrgang für sich zu finden. Ein Thema, das sich dabei durch alle Disziplinen zieht, ist die Digitalisierung. Sie verändert ganz grundlegend die Anforderungen an Fach- und Führungskräfte sowie Geschäftsmodelle – und damit auch die Lehre an der HWZ.

Was macht die Qualität einer Hochschule aus? Gute Dozierende und relevante Inhalte, ist Peter Statz überzeugt. «Und die Fähigkeit, Muster hinter Fehlern zu erkennen und diese zu beheben.» Was die Inhalte anbelangt, so hat die Zahl an Weiterbildungsprodukten auf dem Markt in den letzten Jahren enorm zugenommen. «Wir beobachten hier quasi eine Atomisierung von Themen. Diese kann dazu führen, dass man den Blick fürs Ganze verliert», so Peter Statz. Die zunehmende Unübersichtlichkeit der Weiterbildungslandschaft führt zu einem grösseren Beratungsbedarf bei Interessenten und Studierenden. Auch die Notwendigkeit zum lebenslangen Lernen führt dazu. Darauf muss die HWZ reagieren.

Megatrend Digitalisierung

Eine Thematik, die laufend stark an Bedeutung gewinnt und sich durch alle Disziplinen zieht, ist die digitale Transformation. «Wir haben 2012 sehr klein angefangen mit einer Fachstelle für Social Media unter der Leitung von Manuel Nappo», erinnert sich Peter Statz. In der Zwischenzeit entwickelte sich daraus ein eigenständiges Center for Digital Business mit einem umfassenden Produkte- und Dienstleistungsangebot. Die Digitalisierung ist eine Querschnittsfunktion. «Wir fragen uns als Hochschule

ständig, wie fundiert und in welcher Ausprägung sie in alle Bereiche hineinfließen muss.» Im Marketing, in den Human Resources oder im Business Engineering wird sie verstärkt als wichtiges Element bearbeitet, beispielsweise über Fragestellungen rund um Big Data. «Insgesamt besteht das grösste Weiterbildungsbedürfnis an der Schnittstelle zwischen Technologie und Management», ist Peter Statz überzeugt. «Exemplarisch zeigt dies die Entwicklung des Centers for Business Engineering. Mittlerweile ist dieses Center dasjenige mit den meisten Studierenden in der Weiterbildung. Um der hohen Nachfrage gerecht zu werden, platzieren wir neu das Thema Innovationsmanagement. «Die Herausforderung, neue Technologien in Geschäftsmodelle zu überführen, ist für den Innovationsstandort Schweiz enorm wichtig.»

«Die Anforderungen an gute Führung sind in einer digitalisierten Welt anders.»

Was bedeutet das für die Führung?

«Viele analoge Unternehmen müssen zu digitalen Organisationen transformieren, dabei sind die Herausforderungen in diesen Welten durchaus anders – das gilt auch für die Menschen, die darin arbeiten», erläutert Peter Statz. Der Mut, Verantwortung abzugeben, und fluide, agile Strukturen sind dafür erfolgsentscheidend. «Der Unternehmensleiter wird zum primus inter pares in einer Expertenorganisation und muss in erster Linie über Coaching-Qualitäten verfügen. Die relevanten Stichworte sind hier Human Centered Design und Shared Leadership. All diese Aspekte möchten wir in einem neuen Leadership-Modell vereinen und so die Sicht von guter Führung weiterentwickeln.»



PETER STATZ

lic. oec. publ.

Leiter Weiterbildung, Mitglied der Schulleitung, Studiengangsleiter Executive MBA – General Management. Studium der Volkswirtschaftslehre, Universität Konstanz, Lizentiat in Betriebswirtschaftslehre, Universität Zürich. Schulleiter Finanz- und Bankmanagement, AKAD Business sowie Leiter Weiterbildung an verschiedenen privaten Fachhochschulen. Berufliche Tätigkeiten in Beratung, Banking und öffentlicher Verwaltung sowie Chemie- und Pharmaindustrie.



Der Umgang mit Diversität ist noch nicht systematisiert

Frau Sachs, was waren die Höhepunkte des letzten Jahres?

Wir haben eine Vorstudie zum Thema Weiterentwicklung der Führungskräfte 45+ in Zusammenarbeit mit der Pädagogischen Hochschule Zürich abgeschlossen. Das daraus resultierende Grundlagenkonzept für das Hauptprojekt war ein wichtiger Erfolg. Zudem ist die Fachstelle für Wissenschaftsmethodik unter der Leitung von Dr. Claude Meier jetzt an unserem Institut angesiedelt. Die HWZ setzt damit ein klares Signal für die Bedeutung der Methodenkompetenz der Studierenden.

Sie entwickeln ein neues Führungsverständnis ...

Leadership verlangt angesichts der heutigen Diversität Sozial- und Selbstkompetenzen, die man sich im Job, aber auch in verschiedenen Lebens- und Erfahrungsbereichen aneignet. Die Krisen der letzten Jahre haben das Bewusstsein dafür geschärft. Der Umgang mit Diversität – verschiedenen Generationen, Kulturen und Geschlechtern – akzentuierte sich. Aber das Potenzial, das in der Diversität liegt, ist weder ausgeschöpft noch systematisiert. Weiter beschäftigen uns auch Multi-Stakeholder-Settings sehr stark: Viele Problematiken können nicht von einem Akteur alleine gelöst werden, es braucht

einen partizipativen Ansatz für alle involvierten Stakeholder. Hierzu erhielten wir viele Anfragen von Unternehmen und Organisationen. Zudem hat Thomas Schneider, Forschungsassistent in unserem Team, zu dieser Thematik seine Dissertation mit Bestauszeichnung abgeschlossen.

Welche Veränderungen machen Sie bei den Studierenden aus?

Studierende machen sich heute mehr Gedanken, was sie während eines Studiums erreichen wollen. Einerseits ist das Bedürfnis nach Professionalisierung sehr hoch und fordert die Vermittlung von neuem Fachwissen. Andererseits spielt die Work-Life-Balance in einem dynamischen Umfeld eine wichtige Rolle. Als Hochschule müssen wir sie zu Reflexionskompetenz befähigen. Sie müssen verstehen, dass Rahmenbedingungen nicht nur fest gegeben sind, sondern dass sie selbst auch Trends setzen können. Ich wünsche mir, dass sich unsere Absolvierenden diese Haltung auch in ihren künftigen Führungsrollen bewahren.

«Work-Life-Balance ist wichtig: Viele Studien zeigen, dass sich Leute einseitig überfordern.»



PROF. DR. SYBILLE SACHS

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

Swiss Real Estate Institute



PROF. DR. PETER ILG

Leiter Swiss Real Estate Institute. Mitglied der erweiterten Schulleitung. Doktorat an der Universität Zürich. Wirtschaftsprüfer und Berater bei PWC und CFO mit Verantwortung für die betrieblichen Liegenschaften in verschiedenen Konzernen.



CLAUDIO MÜLLER

Studiengangsleiter MAS Real Estate Management. Betriebsökonom HWV und weitere fachbezogene Studien. Bis zur Pensionierung Leiter Real Estate Investment Banking und Consulting bei der Zürcher Kantonalbank.

Grosse Nachfrage nach dem HWZ-Konzept

Welche Stellung nimmt die HWZ beim Bildungsangebot im Immobiliensektor ein?

Unsere Positionierung ist gefestigt: Wir fördern eine operative, ganzheitliche Sichtweise – von der Entwicklung über die Positionierung bis zur Vermietung bzw. zum Verkauf eines Immobilienprojekts. Auch Themen rund um Investitionen in Immobilien, Strategie und Führung sind Schwerpunkte unseres Angebots. Die Nachfrage danach ist gross, zum Beispiel bei Architekten, die einen zusätzlichen BWL-Background suchen, oder bei Berufsleuten aus dem Liegenschaftsbetrieb, die ihr Kundenverständnis verbessern wollen. Unsere Auslastung könnte nicht besser sein.

«Wir fördern eine operative, holistische Sichtweise auf das Immobilienfach.»

Mit welchen Themen haben Sie sich im letzten Jahr in der Forschung befasst?

Es wird eng in der Schweiz, so die weit verbreitete Wahrnehmung. Man redet über Zonenpläne, verdichtetes Bauen oder 80'000 Zuwanderer pro Jahr. Im Mietsektor geht es um Wohnungsknappheit – vor allem in grösseren Städten. In einem Forschungsprojekt mit dem Schweizerischen Ver-

band der Immobilienwirtschaft SVIT entwickelten wir einen Online-Wohnungsindex. Dieser analysiert die Insertionszeiten von Mietwohnungen im Internet. Wir stellen fest: Es herrscht keine allgemeine Wohnungsnot, sondern nur bei Kleinwohnungen unter CHF 1'000 Bruttomietzins pro Monat sowie bei Wohnungen bis zum mittleren Preissegment in Trendquartieren. Das Projekt fand auch eine grosse Beachtung in den Medien.

Und wo liegen Ihre Schwerpunkte 2015?

Das Thema Wohnungsnot bei Mietwohnungen ist komplex und unser Index liefert wichtige Daten dazu. Die Branche zeigt grosses Interesse daran, deshalb wollten wir ihn auf den Bereich Wohneigentum ausweiten. In den USA sind Insertionsdauern bei Eigenheimen bereits ein wichtiges Tool, um eine Blasenbildung frühzeitig zu identifizieren. Wir suchen zur Zeit einen Partner, der uns bei diesem Forschungsprojekt unterstützt.



Studiengang HWZ

MSc in Business Administration
(Major in Strategic Management), 2012–2014

Wieso HWZ?

In erster Linie hat mich die Verbindung zwischen meiner damaligen Tätigkeit in einer Grossbank und den Inhalten des Studiums fasziniert. Zudem gefielen mir der klare, strukturierte Aufbau und die lehrreichen Vorlesungen vieler renommierter Dozenten.

Was bleibt in Erinnerung?

Vor allem die strategische Denkweise. Die HWZ half mir, meinen Alltag vor einem neuen Hintergrund zu sehen und meine Aufgaben – von den kleinsten Tasks bis hin zu Grossprojekten – viel strukturierter und besonnener anzugehen.

Meine Vision

Stetige Weiterentwicklung – das Lernen hört nicht an der Schulbank auf und ich freue mich jeden Tag über neue Erfahrungen und Erkenntnisse.

JENNY A. ALBERT-PEIER
Consultant, PRfact AG

A photograph of Alexander Beck, a middle-aged man with glasses, standing in a clothing store. He is wearing a dark suit, a light blue shirt, and a striped tie. He has his hands on his hips and is smiling. In the background, there are mannequins dressed in suits and a display case with folded clothes.

ALEXANDER BECK

Head of Human Resources & Talent,
Mitglied der Geschäftsleitung, Manor AG

Studiengang HWZ

MAS Human Resources
Leadership, 2011–2013

Wieso HWZ?

Meine persönliche Ambition war es, mich auf den neuesten Stand der Entwicklung im Bereich Human Resources zu bringen. Zudem überzeugte mich das Konzept der HWZ für eine höhere Ausbildung auf Master-Stufe im Bereich des Strategischen HR Managements.

Was bleibt in Erinnerung?

Als ideal erachte ich in erster Linie die Kombination des strategisch und unternehmerisch ausgerichteten Ansatzes mit praxisorientierten Anwendungsbeispielen. Letztere haben wir in zahlreichen unternehmensnahen Cases erarbeitet.

Meine Vision

Ich will dem HR-Sektor zu einem entsprechenden Stellenwert verhelfen, damit sich die Unternehmungen nachhaltig erfolgreich entwickeln. Zudem möchte ich weiterhin mit Passion in einer privilegierten Funktion zwischen Menschen und dem Unternehmen arbeiten.

HWZ in der HR-Landschaft Schweiz etabliert

Herr Mölleney, wie verlief Ihr Jahr an der HWZ?

2014 war grossartig. Die Anmeldezahlen für das Strategische HR Management stiegen explosionsartig an – sie verdoppelten sich gegenüber dem Vorjahr. Das ist ein Indiz dafür, dass wir die HWZ als wichtigen Faktor in der HR-Landschaft Schweiz etablieren konnten. Und wir haben beobachtet, dass sich viele Absolvierende des ersten Master-Lehrgangs beruflich weiterentwickeln und Karriereziele erreichen konnten. Das ist das Schönste für uns.

Welche aktuellen Entwicklungen im HR beschäftigen Sie derzeit?

Das sind wirklich viele und viele unterschiedliche. Es ist beispielsweise spannend, wie sich Firmen vermehrt als Arbeitgeber differenzieren. Der Lohn reicht nicht mehr aus, es gilt das gesamte Arbeitgeberprofil zu vermarkten. Wir beschäftigen uns mit der steigenden Wichtigkeit eines positiven Arbeitsklimas oder wieso im Zeitalter von Social Media eine klare Firmenkontur noch wichtiger wird. Die Lohnungleichheit

«Die Attraktivität als Arbeitgeber ist ein zentraler Erfolgsfaktor, dafür ist das HR Management verantwortlich.»

ist immer ein Thema. Wie setzt man sie um? Sollen in Zukunft wirklich alle Löhne transparent sein? Und schliesslich bewegt sich das Recruiting, es funktioniert heute mehr auf Augenhöhe. Bei besonders innovativen Firmen bewerben sich Vorgesetzte mittels Videos um Mitarbeitende. Das sind nicht nur lustige Ideen, sondern passende Konzepte für unsere Zeit.

Ihnen wird also auch in nächster Zeit nicht langweilig?

Ganz sicher nicht. Das HRM wurde in den letzten 30 Jahren am stärksten rationalisiert. Es bekommt mehr Bedeutung mit weniger Ressourcen. Deshalb bleibt es in Bewegung. Im CAS Innovatives HRM beispielsweise beschäftigen wir uns damit, wie innovative HR-Strukturen aussehen müssen für fluide, netzwerkartige Strukturen – im Vergleich zu klassischen Hierarchien. Die Zusammenarbeit mit Heiko Fischer, dem Querdenker und ehemaligen HR-Chef von Ebay, ist bereichernd. Er sagt etwas provokativ, dass wir endlich mit Human Resources aufhören sollen und dafür mit Resourceful Humans anfangen müssten.



MATTHIAS MÖLLENEY

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 Centers for Human Resources Management & Leadership an der HWZ. Direktor an der internationalen Denkfabrik The Future Work Forum in London.

Kommunikation soll den Geschäftserfolg stützen



CYRIL MEIER
M.A./EMBA

Leiter Center for Communications, Studiengangsleiter 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.

Herr Meier, wo liegen die grössten Herausforderungen im Studienbereich Unternehmens- und Marketingkommunikation?

Die Digitalisierung ist auch in unserem Feld ein immer prägenderes Thema – einerseits als Studieninhalt und andererseits fachdidaktisch. Hier stets auf der Höhe der Zeit zu sein, erfordert besondere Anstrengungen. So haben wir jüngst den CAS Marketing Communications wie auch die entsprechenden Module im Bachelor Kommunikation an wichtige neue Entwicklungen angepasst. Hierin sind wir dank unseren Praktiker-Dozierenden und der flachen HWZ-Struktur zum Glück sehr fix. Unausgeschöpftes Potenzial besteht in der Wirtschaftspraxis in der Zusammenarbeit zwischen Kommunikations- und Personalabteilungen, sei's aus Unkenntnis, sei's aus falsch verstandener Rivalität. Der von uns mitbegründete Verein Personalmanagement und Interne Kommunikation Perikom zeigt in seinen zahlreichen Veranstaltungen solche Synergien auf.

Worüber haben Sie sich 2014 besonders gefreut?

Im Juni fand die von uns lancierte Schweizerische Fachtagung Communications Controlling zum achten Mal statt – wiederum sehr erfolgreich. Das Thema: Wie Corporate Communications und Mar-

ketingkommunikation voneinander lernen können, wenn es um die Erfolgsmessung ihrer Massnahmen geht. Der «Return on Communication Invested» ist eines der Top-Themen bei Kommunikationsleitern. Sie wollen oder müssen ihrem CFO und CEO den Wert ihrer Massnahmen aufzeigen. Denn das Zählen von Clips und Clicks sagt dazu leider herzlich wenig.

Wo setzen Sie für eine hohe Qualität an?

Die HWZ ist heute eine der führenden Adressen für Aus- und Weiterbildung in Kommunikation in der Schweiz. Deshalb evaluieren und optimieren wir alle Studiengänge laufend. Partnerschaften, wie 2014 mit der Schweizerischen Text Akademie, verbreitern und vertiefen unsere Kompetenzen. Die Qualität der Lehre erhöhen wir auch durch regelmässige Briefings

und Planungstreffen von Dozierenden und Studiengangsleitung, aber auch durch periodischen fachdidaktischen Erfahrungsaustausch und Weiterbildungen. Für den Studienerfolg sind zwar nach wie vor die Studierenden eigenverantwortlich – wir wollen ihnen aber bestmögliche Voraussetzungen dafür bieten!

«Wir investieren viel in eine zeitgemässe Fachdidaktik.»

Studierende planen immer kurzfristiger

Herr Rautenstrauch, worauf schauen Sie besonders gerne zurück im 2014?

Wir konnten die Anzahl Studierende in der Weiterbildung deutlich steigern, das freut mich sehr. Der Markt wird kompetitiver und umso wichtiger ist es daher, das Qualitätsniveau hochzuhalten. Letztes Jahr haben wir deshalb die beiden MAS Controlling und MAS Accounting & Finance mit einzelnen CAS modularisiert. Ein Höhepunkt war zudem der Gastvortrag von René Peter, Vice President Finance bei der KABA-Gruppe, der vor Studierenden und Alumni einen spannenden Best Practice Case zum Thema Budgetierung und Planung präsentierte.

Wo sehen Sie eine relevante Entwicklung im Markt oder bei den Studierenden?

Im Bereich Finanz- und Rechnungswesen nimmt die Regulierung und Normendichte immer mehr zu. So ist die Neuregelung im Obligationenrecht seit 2015 von allen Schweizer Unternehmen verpflichtend anzuwenden, was einige Änderungen in der Rechnungslegung mit sich bringt. Ebenso muss die Normenentwicklung in den verschiedenen Rechnungslegungsstandards kontinuierlich beobachtet werden, weil sie für Schweizer Unternehmen relevante Änderungen bedeutet. Stets auf dem neuesten Stand zu sein, ist eine grosse Herausforderung. Wir

stellen auch fest, dass immer mehr Studierende ihre Weiterbildung selbst finanzieren. In einigen Fällen ist das auch so von ihnen gewünscht, weil sie ihren

«An die zunehmende Regulierung müssen sich unsere Inhalte ständig anpassen.»

Weg damit unabhängiger gestalten können. Allerdings stellt sich für Unternehmen wie auch Studierende zunehmend die Frage nach einem «Return on Education».



PROF. DR. THOMAS RAUTENSTRAUCH

Leiter Center for Accounting & 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.

Was beschäftigt Sie in näherer Zukunft?

Momentan arbeiten wir an einem neuen Zertifikatskurs zum Betrieblichen Finanzmanagement für Nicht-Experten. Dieser richtet sich beispielsweise an Quereinsteiger, wie z. B. Techniker oder Juristen, ohne betriebswirtschaftlichen Hintergrund, die sich im Finanzbereich fundierte Grundlagenkenntnisse aneignen möchten. Zudem starten wir in Zusammenarbeit mit der Pädagogischen Hochschule Schwyz und mehreren namhaften Schweizer Organisationen in Kürze ein neues Forschungsprojekt, in welchem wir den (finanziellen) Nutzen von Weiterbildung ganz konkret messen wollen. Eine spannende Geschichte, die es so in der Schweiz bisher noch nicht gibt.

Die Digitalisierung als wesentlicher Faktor



PROF. DR. MICHAEL A. GRUND

Leiter Center for Marketing, Studiengangsleiter 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 Berater bei Praxis- und Forschungsprojekten für Unternehmen.

Herr Grund, Sie bieten ab 2015 neu einen CAS Customer Intelligence an. Worum geht es dabei?

Wir wollen den Studierenden vermitteln, wie wir aus einer Fülle von Daten zu Angeboten mit einem höheren Nutzen für die Kunden zu besseren Produkten und damit zu einer besseren Gesamtleistung eines Unternehmens kommen. Es geht um die Frage, wie man aus rohen Daten wertvolle Informationen machen kann. Wenn man sich nicht überlegt, was man erreichen will, dann gilt sehr oft der Spruch: «Data rich, intelligence poor.» Daher braucht auch die datenbasierte Optimierung von Aktivitäten eine Strategie.

«Die Frage ist: Wie macht man aus einem Datenfriedhof nützliche Informationen?»

Was macht Sie rückblickend stolz und worauf freuen Sie sich?

Stolz bin ich auf die Kontinuität bei unserem Executive MBA Marketing, der 2015 bereits zum zwölften Mal in Folge durchgeführt wird. Und natürlich auch

auf die Karriereentwicklungen, welche man bei den meisten Absolventinnen und Absolventen immer wieder sieht. Ein Highlight wird sicher die kommende Konferenz «Big Data: Little Ethics?» zusammen mit unserer Partnerhochschule, der Darden School of Business, University of Virginia, im Juni. Etwas später werden dann unsere MBA-Studierenden eine Projektwoche in Bangkok absolvieren – zusammen mit Studierenden unserer australischen Partnerhochschule University of Southern Queensland.

Wie gehen Sie mit dem Thema Digitalisierung im Marketing um?

Über die Trennung von Online- und Offline-Marketing wird schon länger diskutiert: Inwiefern ist diese Dualität sinnvoll? Braucht es nicht vielmehr ein integriertes Marketing? Schliesslich ist es derselbe Kunde, der ein Plakat sieht, sich die Website auf seinem Smartphone anschaut und das Produkt online bestellt – die Implikationen sind gerade für das Marketing wesentlich. Digital Business, E-Commerce, Mobile Commerce und die Customer Journey sind deshalb auch wichtige Themen in unserem Executive MBA – Marketing.

A woman with dark hair, wearing a black turtleneck, a black and white checkered skirt, and black thigh-high boots, is sitting on a brown leather armchair. Behind her is a wooden desk with a lamp and books, and a large framed painting of a mountain landscape on the wall.

RENATE HELBLING
Head of Accounting,
OC Oerlikon Management AG

Studiengang HWZ
MAS Controlling, 2012–2014

Wieso HWZ?

Der Lehrgang beinhaltet den für mich wichtigen Mix zwischen Theorie und Praxis. Auch ausschlaggebend waren der Aufbau des Lehrplans sowie die Möglichkeit, die Weiterbildung nebenberuflich zu absolvieren.

Was bleibt in Erinnerung?

Besonders zugesagt haben mir das praxisnahe Lernen, die Recherchen für die Masterarbeit und die enorme Gruppendynamik. Die Zusammenarbeit war fantastisch. Und ganz wichtig: Ich habe festgestellt, dass ein Master-Lehrgang auch während der Schwangerschaft und mit einer Familie im Berufsalltag möglich ist.

Meine Vision

Ich will trotz Familie beruflich erfolgreich sein – auch bei einem Teilzeitpensum. Dabei strebe ich eine spannende Tätigkeit im Accounting/Controlling an und ich will im Unternehmen etwas bewirken können. Mein langfristiges Ziel ist es, immer eine optimale Balance zwischen Beruf, Familie und Freizeit zu finden.

Studiengang HWZ

MAS Banking & Finance, 2011–2014

Wieso HWZ?

Nebst der Qualität der Dozierenden und dem expliziten Praxisbezug war für mich auch die flexible Studienstruktur entscheidend. Bei der HWZ wird viel Wert gelegt auf Eigenverantwortung, was mir als berufstätigem Familienvater wichtig war.

Was bleibt in Erinnerung?

Die angestrebte Synthese von Theorie und Praxis ist gut gelungen und rief interessante Lerneffekte hervor. Am besten in Erinnerung bleibt mir der oft spannende Unterricht bei teils hochklassigen Dozenten, aber auch viele Stunden des Lernens im stillen nächtlichen Kämmerlein.

Meine Vision

Die Branche fasziniert mich. Was wir seit einigen Jahren an den Finanzmärkten erleben, ist in der Geschichte einmalig. In diesem Umfeld unseren Mitarbeitern und Kunden mit meinem Wissen beratend zur Seite zu stehen, ist eine spannende und sinnvolle Aufgabe, die mir viel Freude bereitet.



MICHAEL BIRRER

Berater Investment Center, Migros Bank AG

Blended Learning als neuer didaktischer Ansatz

Herr Lanni, worauf blicken Sie besonders gerne zurück im letzten Jahr?

Wir haben die FIBAA-Akkreditierung erhalten – anlässlich des Starts des MAS Banking & Finance ein äusserst spannender Prozess. Wir prüften interne Abläufe und passten diese punktuell an, um konform mit internationalen Richtlinien zu sein. Das Thema Qualität wird bei uns aber seit jeher grossgeschrieben. Wir befragen laufend Studierende und Arbeitgeber zu ihren Anforderungen an die Weiterbildung. Unser Feld verändert sich so rasant, dass wir fortwährend adjustieren müssen. Der Studiengang basiert seit der Lancierung im 2011 auf dem «Blended Learning»-Konzept, welches laufend weiterentwickelt wird. Studierende können dadurch ihre Zeit besser planen und Fehlzeiten am Arbeitsplatz minimieren.

Seit Kurzem bieten Sie einen neuen CAS an. Worum geht es dabei?

Der CAS Senior Financial Consultant hat einen anderen Fokus als das klassische Banking & Finance. Er richtet sich an Kundenberater, welche die Generation 50+ im Hinblick auf ihre Pensionierung kompetent beraten können. Dabei geht es um Themen wie Vorsorge und Nachfolgeplanung: Ein Nischenprodukt, das so in der Schweiz einzigartig ist.

tent beraten können. Dabei geht es um Themen wie Vorsorge und Nachfolgeplanung: Ein Nischenprodukt, das so in der Schweiz einzigartig ist.

Wo machen Sie wichtige Entwicklungen aus?

Unser Umfeld wird nicht einfacher. Klassische Weiterbildungsthemen wie Private Banking und Portfolio Management verlieren an Bedeutung, während das Risikomanagement und regulatorische Rahmenbedingungen eine zentrale Rolle einnehmen. Und der Umstand, dass die Banken immer restriktiver mit ihren Weiterbildungsbudgets umgehen, wirkt sich auf die Zahl der Studierenden aus. Dem versuchen wir entgegenzuwirken: Wir loten laufend neue Felder innerhalb der Finanzbranche aus und adaptieren sie auf die Weiterbildung: New Technologies beispielsweise, insbesondere alles, was mit mobilen Applikationen zu tun hat. Hier hinkt die Schweiz hinterher. An der HWZ können wir dabei auf das Know-how unseres Centers for Digital Business zurückgreifen.

«Betreffend mobilen Applikationen steht die Schweizer Finanzbranche noch am Anfang.»



COSTANTINO LANNI

Betriebsökonom FH, CFA, FRM

International Banker's School, New York, Finanzanalysten-diplom CFA und Diplom zum Financial Risk Manager (FRM). 1996 Co-Gründer der Vermögensverwaltungsgesellschaft Brunner Lanni + Partner Asset Management AG. Dozent in den Bereichen Banking und Financial Risk Management. Seit 1. März 2014 Leiter des Centers for Financial Studies und Mitglied der erweiterten Schulleitung der HWZ.

Mit Freude lernen – und kontinuierlich



PROF. DR. GIAMPIERO BEROGGI

Leiter Center for Business Engineering. Mitglied der erweiterten Schulleitung. Dipl.-Ing. ETH, MSc Operations Research und Statistik, PhD am Rensselaer Polytechnic Institute (New York), Habilitation in Wirtschaftsinformatik Universität Zürich. Aktuelle Dozententätigkeiten an der HWZ, Universität Zürich und Universität zu Köln.

Herr Beroggi, welche Entwicklungen sehen Sie aktuell in der Aus- und Weiterbildung?

Die Lernthemen verändern sich sehr schnell, Lernzyklen werden immer kürzer. Schon wenige Jahre nach der Ausbildung ist eine Auffrischung nötig, nach höchstens fünf Jahren ohne zusätzliches Lernelement hat die Ausbildung beinahe ausgedient. Die Halbwertszeit von Wissen nimmt stetig ab. Was heute gilt, ist morgen bereits veraltet – speziell bei den IT-Themen. Deshalb liegt der Kern für mich generell darin, sich nicht nur einmal aus- und weiterzubilden, sondern immer am Ball zu bleiben.

Wo liegt Ihr derzeitiger Fokus im Center for Business Engineering?

Unser Alltag hat sich durch die Digitalisierung stark beschleunigt. Wissen ist kompakt und frei im Internet verfügbar. Deshalb gilt unser Fokus der Anwendung des angeeigneten Wissens – wir nennen das praxisnahe Methoden- und Umsetzungskompetenz. Die Studierenden erwarten zudem lebendige, abwechslungsreiche und methodisch variantenreiche Aus- und Weiterbildungen. Und was mir besonders am Herzen liegt: Die Aus- und Weiterbildung muss von Freude angetrieben sein und kontinuierlich geschehen. Das ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor.

Worauf sind Sie besonders stolz?

Die Weiterbildung hat erneut stark zugelegt, unser Weg stimmt. Und der MAS Quality Leadership steht als höchste Fachausbildung im Qualitätsmanagement immer noch ohne Vergleich da bei den Schweizer Fachhochschulen. Er gilt als entscheidender Karriereschritt im Verbesserungsmanagement und in der Unternehmensentwicklung. Das wollen wir beibehalten. Zudem möchten wir den BWI-Studiengang weiterentwickeln und eine Leader-Position im Schweizer Markt erreichen. Wir werden weiterhin in lerntechnische und -methodische Kompetenz investieren und dabei auch die «Soft Skills» – also Medien-, Sozial- und Selbstkompetenzen – forcieren.

«Heute verlangt die Arbeitswelt kompetente Arbeitskräfte, die in der Lage sind, selbstständig Herausforderungen angehen zu können und zu lösen.»

Nächstes Ziel: Qualitatives Wachstum

Herr Nappo, das 2014 scheint für Sie ein erfolgreiches Jahr gewesen zu sein ...

Ja, die Zahlen sind erfreulich, wir sind sogar überbucht. Besonders stolz bin ich auf die Lancierung des Centers im September – das erste dieser Art in der Schweiz. Das «First Mover»-Label nimmt uns niemand mehr und beim Thema Digital Business landet man sofort bei der HWZ. Dank den prominenten Sponsoren Raiffeisen, Schweizerische Post und ricardo.ch ist unsere Zukunft für die nächsten Jahre finanziell abgesichert.

Welche Arbeit wartet in den nächsten Monaten sonst noch auf Sie?

Der Erfolg birgt auch Gefahren, denn die Erwartungen sind hochgeschraubt. Es geht nun darum, zu strukturieren und zu konsolidieren, die Start-up-Phase zu verlassen, ohne den Spirit zu verlieren. Das Schiff hat den Hafen verlassen, jetzt muss es die richtige Richtung annehmen. Dazu ist viel Feinarbeit gefragt. Ich vergleiche das mit der Formel 1: Das Auto am Anfang der Saison hat mit demjenigen des 10. Rennens nicht mehr viel gemeinsam. Es wird ständig weiterentwickelt. Das ist bei uns nicht anders. Zuletzt haben wir die fünf

Kurse des Master-Programms grundlegend angepasst und verbessert. Das stimmt mich weiter zuversichtlich.

Was sollen denn Ihre Absolvierenden im Kern mitnehmen?

Ich sage noch immer: Die digitale Welt ist der Wilde Westen unserer Generation, hier liegt noch so viel drin. Wir bewegen uns in einem Pioniergeschäft. Deshalb ist die Kultur des Scheiterns so wichtig. Wir müssen entdecken, ohne zu wissen,

«Wir wollen nicht immer mehr, sondern immer besser werden.»

was richtig und was falsch ist. Also vermitteln wir an der HWZ eine «Can-Do-Kultur» – alles ist möglich. Und es braucht das Handwerkszeug, um den Wilden Westen zu erobern. Das gilt auch für andere Aus- und Weiterbildungen. Alle müssen in Zukunft mit der Digitalisierung umgehen können. Und zu meiner Arbeit gehört es, das Thema in Bereiche wie das Marketing, Banking & Finance oder in die Kommunikation zu integrieren.



MANUEL P. NAPPO

Leiter des Centers for Digital Business und der Fachstelle Social Media. Mitglied der erweiterten Schulleitung. Studium «Internationales Management» an der HSG St.Gallen. 2013 von der IAB Switzerland mit dem Titel «Digital Pioneer of the Year» ausgezeichnet. Schwerpunkte seiner Tätigkeit sind Social Media, Digital Communications, Mobile Business, Word of Mouth, Viral Seeding, Entertainment Marketing, Events und Non Conventional Marketing.



MARKUS STAUFFER

Dipl. Betriebs- und Organisationspsychologe FH

Langjährige Erfahrung im Gesundheitswesen als Psychiatriepfleger sowie Führungserfahrung in einem kollektiv geführten Heim.



DR. OEC. PUBL.

PETER WITTLIN

Studium und Promotion an der Universität Zürich, Führungserfahrung u. a. als Verwaltungsdirektor und Spitalrat.

Beide sind Co-Geschäftsführer der Wittlin Stauffer AG und Co-Leiter des Centers for Health Care Management.

Sozialkompetenz als zentraler Aspekt der Lehrtätigkeit

Herr Stauffer, mit welchen Themen haben Sie sich 2014 besonders beschäftigt?

Im letzten Jahr haben wir uns intensiv mit dem Spannungsfeld betriebswirtschaftlicher Grössen von Organisationseinheiten und deren Leistungsfähigkeit befasst. Je grösser eine Organisationseinheit (Abteilung) ist, desto schwieriger ist es, diese so zu führen, dass eine hohe Arbeitsfähigkeit resultiert. Oft sind Organisationseinheiten schlichtweg zu gross dafür. Dieser Umstand ist im Health-Care-Umfeld äusserst wichtig, deshalb gewichten wir das mitarbeiterorientierte und gruppenorientierte Führen in den Ausbildungen entsprechend. Nur damit und zusammen mit dem notwendigen betriebswirtschaftlichen Know-how ist effiziente und effektive Leadership möglich. Wir beschäftigen uns derzeit auch viel mit dem Anspruch der Studierenden auf ein ideales Zeitmanagement. Viel Zeit in ein berufsbegleitendes Studium zu investieren, muss sich lohnen. Ansonsten fehlt die notwendige Bereitschaft.

Wo sehen Sie entscheidende Herausforderungen?

Institutionen im Gesundheitswesen stehen vermehrt im Fokus der Öffentlichkeit: Sie sehen sich konfrontiert mit intensivem Wettbewerb, Spardruck oder steigenden Ansprüchen von Patienten und

Krankenkassen. Nicht zuletzt darum wird Leadership- und Managementkompetenz immer mehr zum zentralen Erfolgsfaktor in dieser Branche.

Auf was freuen Sie sich im 2015?

Das rege Interesse an unserer Donnerstagsrunde ist erfreulich, das soll so bleiben. Die Plattform zwischen Theorie und Praxis trägt dazu bei, das Management-Know-how aktuell zu halten, ohne viel Zeit investieren zu müssen. Wir verstehen sie als eine Art Impulsveranstaltung für fundierte Lösungsansätze zu aktuellen Fragen aus dem Management und zum Wissens- und Erfahrungsaustausch – zwischen Schule und Praxis als auch unter Professionals aus der Praxis. Auch freuen wir uns auf die Lancierung des Advanced Leadership Program, in dem es um lebenslanges Lernen geht. Wir sind gespannt, wie es unsere Kunden aufnehmen.

«Wir wollen immer noch kundenorientierter werden, d. h. noch schneller auf die Bedürfnisse unserer Kunden reagieren können.»



EDWIN HOF
Teamleiter Bildungsangebote,
Amt für Wirtschaft und Arbeit Zürich

Studiengang HWZ

CAS General Management, 2014

Wieso HWZ?

Ich wollte meine Praxiserfahrungen mit den Grundlagen des Managements erweitern. Entscheidend waren für mich auch der systematisch verankerte Transfer der Studieninhalte auf meinen Beruf und die praxiserfahrenen Dozierenden.

Was bleibt in Erinnerung?

Beeindruckt hat mich die Erkenntnis, welch bedeutenden Einfluss eine klar – oder eben auch unklar – visualisierte Strategie auf sämtliche Tätigkeiten eines Unternehmens hat. Ebenso anregend war der Austausch mit den Mitstudierenden und Dozierenden.

Meine Vision

Ich möchte lerninteressierte Menschen in ihrer Entwicklung bestmöglich unterstützen. Dabei will ich die eigene Freude an den Aufgaben leben können und mich laufend weiterentwickeln.

Führungskompetenzen der Zukunft – Next Generation Leadership



PETER STATZ
lic. oec. publ.

«Führungskräfte von morgen werden ihren Status und ihre Expertise nicht mehr über das Organigramm legitimieren können.»

Die Arbeitswelt erlebt radikale Veränderungen. Das fordert in erster Linie die Führungskräfte von morgen heraus. Die HWZ setzt sich laufend damit auseinander und arbeitet deshalb das Thema Leadership Next Generation in einem CAS auf.

Digitale Technologien, Prozesse und Medien prägen die Geschäftswelt zunehmend. Die Summe an Daten, Informationen und Wissen wächst exponentiell und damit auch die Chancen eines jeden Unternehmens, aber auch die Möglichkeit zu scheitern. Die Arbeitswelt wird komplexer und unvorhersehbarer, mit starken Veränderungen im sozialen und wirtschaftlichen Kontext. Kooperationen und Netzwerke werden entscheidend sein, um in dieser Komplexität die richtigen Entscheidungen zu treffen. Und damit ändert sich auch die Art der Arbeit und die heute vorherrschenden Arbeitsmodelle. Bisherige Logiken und Mechanismen des Taylorismus haben ausgedient.

Durch die Digitalisierung entstehen partizipative, kollaborative Bottom-up-Bewegungen. Die Neuroforschung bringt zudem neue Mechanismen ans Licht und ersetzt bisherige psychologische Erklärungsmodelle. Die Unternehmen, insbesondere Firmen der «Old Economy», werden sich verstärkt die Frage stellen müssen, ob ihr bisheriges Geschäftsmodell noch zukunftstauglich ist.

Der Trendforscher Sven Gabor Janszky beschreibt den radikalen Wandel der kommenden zehn Jahre so: «Die sogenannten Value Worker der Generation 60/90 verändern unsere HR-Strategien ebenso tiefgreifend wie bisher unbekannte Technologien und die Masse der Jobnomaden und Projektarbeiter.» Vor allem Führungskräfte stehen vor zentralen Herausforderungen. Welche Kompetenzen müssen heute also ausgebildet werden, um morgen kompetent zu führen? Der Computerlinguistiker und Autor Uwe Hauck sagt, dass zukünftige Führungskräfte mit einem massiven Kontrollverlust zu leben haben. «Ihre Mitarbeiter vernetzen sich immer stärker untereinander und über Hierarchien und Teams hinweg.» Deshalb gilt es für die Chefetage, Chancen zu erkennen und diese Vernetzungsmöglichkeiten selbst aktiv zu nutzen. So kann sie ihren Projekten wichtige Impulse geben, schnellere Lösungen initiieren und die Zusammenarbeit optimieren.

Mit dieser Perspektive vor Augen arbeitet die HWZ das Thema Leadership Next Generation neu in einem CAS auf. Das Ziel: Führungskräfte von morgen erkennen, dass sie nur noch ein Experte unter Experten sind. In dieser geänderten Führungsrolle müssen sie neue, für fluide Organisationsstrukturen funktionstaugliche Führungsmechanismen erlernen.

Der Ökonom Peter Drucker formuliert es so: «Der Mitarbeiter steht im Mittelpunkt und die Herangehensweise lautet Management by Social Intelligence».

Über die HWZ

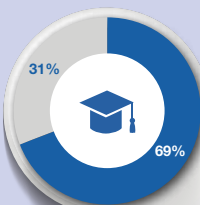
Studierende in Aus- und Weiterbildung

Weiterbildung HWZ

(Zeitraum 1.1. bis 31.12.2014)

Master HWZ

- Weiblich 237
Durchschnittsalter 38
- Männlich 540
Durchschnittsalter 38

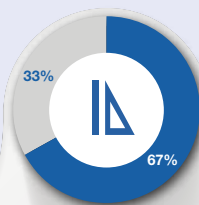


Bachelor HWZ

(per Start Herbstsemester 2014/15)

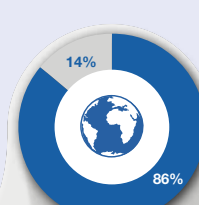
Betriebsökonomie

- Weiblich 146
Durchschnittsalter 26
- Männlich 301
Durchschnittsalter 27



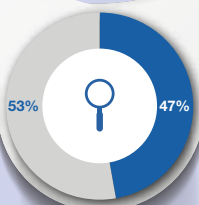
Wirtschaftsinformatik

- Weiblich 14
Durchschnittsalter 30
- Männlich 84
Durchschnittsalter 29



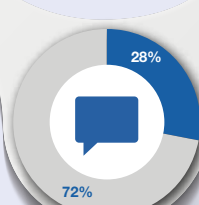
CAS / DAS

- Weiblich 170
Durchschnittsalter 39
- Männlich 149
Durchschnittsalter 42



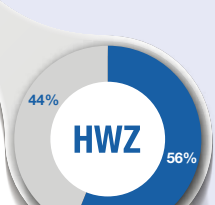
Kommunikation

- Weiblich 375
Durchschnittsalter 26
- Männlich 146
Durchschnittsalter 28



Total HWZ 2162 Studierende

- Weiblich 942
- Männlich 1220



Die HWZ-Studiengänge auf einen Blick

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

Abschlüsse

- Bachelor of Science (BSc)
- Certificate of Advanced Studies (CAS)
- Diploma of Advanced Studies (DAS)
- Doctor of Business Administration (DBA)
- Executive Master of Business Administration (EMBA)
- Master of Advanced Studies (MAS)
- Master of Business Administration (MBA)
- Master of Science (MSc)

Bachelor-Studiengänge

Betriebsökonomie

Bachelor of Science (BSc) in Betriebsökonomie mit folgenden Vertiefungen:

- Banking & Finance
- General Management
- International Business (in English)

Kommunikation

Bachelor of Science (BSc) in Kommunikation

Wirtschaftsinformatik

Bachelor of Science (BSc) in Wirtschaftsinformatik

Weiterbildungsstudiengänge

General Management

- DBA Doctor of Business Administration
- Master of Science (MSc) in Business Administration mit Major in Strategic Management
- Executive MBA – General Management
- Executive MBA / MBA – International Business (double degree program in English)
- CAS General Management

Marketing / Kommunikation

- Executive MBA – Marketing
- MAS Business Communications
- MAS Corporate Writing & Publishing
- MAS Live Communication
- DAS Business Communications
- DAS Corporate Publishing
- DAS Corporate Writing
- DAS Customer Communications
- DAS Live Communication
- CAS Brand Leadership
- CAS Corporate Communications
- CAS Corporate Publisher
- CAS Digital Publisher
- CAS Corporate Writer
- CAS Customer Intelligence
- CAS Event Management
- CAS Internal & Change Communication
- CAS Luxury Management
- CAS Marketing Communications
- CAS Marketing Writer
- CAS Politische Kommunikation
- CAS Professionelle Medienarbeit
- CAS Rhetorik und Moderation
- CAS Strategisches Kommunikationsmanagement
- CAS Unternehmensführung
- CAS Visuelle Kommunikation

Business Engineering

- MAS Business Analysis
- MAS Business Consulting
- MAS Business Engineering
- MAS Business Innovation
- MAS Project Management
- MAS Quality Leadership
- CAS Business Excellence
- CAS Change Management
- CAS Consulting & Communication
- CAS Consulting Competence
- CAS Continuous Improvement
- CAS Enterprise Engineering
- CAS General Management
- CAS Integrierte Systeme & Compliance
- CAS IT Architecture
- CAS IT Service Management
- CAS Lean Management
- CAS Process Management
- CAS Product Management
- CAS Project Management
- CAS Quality Assurance
- CAS Requirements Engineering

Digital Business

- MAS Digital Business
- CAS Digital Leadership
- CAS Disruptive Technologies
- CAS Mobile Business
- CAS Multichannel Management
- CAS Social Media Management

Accounting & Controlling

- MAS Accounting & Finance
- MAS Controlling
- DAS Accounting & Finance
- CAS Accounting & Finance
- CAS Financial & Management Accounting
- CAS Operatives Controlling
- CAS Strategisches Controlling

Banking & Finance

- MAS Banking & Finance*
- CAS Crossborder Wealth Management
- CAS Senior Financial Consultant

Health Care Management

- MAS Health Care Management
- CAS Führungsausbildung in der Psychiatrie
- CAS Health Care Management

Human Resources Management

- MAS Human Resources Leadership
- CAS Compensation & Benefits Management
- CAS Innovatives Personalmanagement
- CAS Strategisches Personalmanagement

Real Estate Management

- MAS Real Estate Management

*Akkreditiert von der FIBAA

2014: Ein Rückblick ins HWZ-Jahr

April

HWZ-Arena

Die Skepsis gegenüber flexiblen Arbeitsmodellen und Teilzeitangestellten ist in weiten Teilen der Schweizer Unternehmenslandschaft nach wie vor gross. «Völlig zu Unrecht», so der Tenor an der HWZ-Arena. Eine hochkarätige Runde von Personalfachleuten diskutierte über die Vorteile flexibler Modelle. Yvonne Seitz, Diversity Managerin der Axa Winterthur, zeigte in ihren Voten, wie Teilzeitangestellte auch in wichtigen Führungsfunktionen für die Unternehmen eine Bereicherung sind. Der selbstständige Coach Johannes Czwalina plädierte für mehr Mut, auf die Wünsche von Führungskräften nach einer besseren Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben einzugehen. Und Zürich-Personalchef Chris Dunkel schilderte,

wie wichtig motivierte Mitarbeitende für den Erfolg eines Unternehmens sind. Ihre Bedürfnisse nach Flexibilität gelte es ernst zu nehmen, sonst würden sich Fachkräfte nach anderen Arbeitgebern umschauen.

Von links nach rechts:
Marcel Speiser, Handelszeitung,
Stefan Seiler, UBS,
Sybille Sachs, HWZ,
Yvonne Seitz, Axa Winterthur,
Johannes Czwalina, Czwalina
Consulting,
Matthias Mölleney, HWZ,
Chris Dunkel, Zürich.



Juni

Ringvorlesung mit Heinz Karrer

Am 27. Juni hat die HWZ Studierende, Dozierende, Mitarbeitende, Mitglieder der alumniHWZ sowie weitere Gäste an die traditionelle Ringvorlesung in die Maag Event Hall eingeladen. Heinz Karrer, Präsident von economiesuisse, referierte zum aktuellen Thema «Wirtschaftsstandort Schweiz – Chancen und Verantwortung». Er warb dabei um mehr Vertrauen und entwickelte drei Kernpunkte für eine starke Schweizer Wirtschaft: nahezu Vollbeschäftigung, eine hohe Wettbewerbsfähigkeit und eine Top-Platzierung im weltweiten Innovations-Ranking.

Heinz Karrer



Juli

Neue «Fachstelle für Schreiben und Publizieren» nimmt Tätigkeit auf

Die neue Fachstelle bietet der Wirtschaft, den Verbänden und der öffentlichen Verwaltung ein breites Dienstleistungsangebot im Bereich Schreiben und Publizieren, insbesondere Expertisen, massgeschneiderte Seminare sowie Coachings. Sie baut auf die langjährige Erfahrung der Schweizerischen Text Akademie in der Lehre, der Forschung und der Beratung auf den verschiedenen Teilgebieten der Unternehmenspublizistik. Zudem betreut die Fachstelle Studierende der HWZ bei Projekten und Abschlussarbeiten.

September

HWZ eröffnet schweizweit erstes Center for Digital Business

Die Digitale Transformation ist eines der wichtigsten gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Themen der heutigen Zeit, das auch viele Schweizer Firmen betrifft. Am 1. September hat die HWZ deshalb das schweizweit erste «Center for Digital Business» lanciert. Es bietet zeitgemässe Studiengänge an, unterstützt Firmen mit Beratungs- und Projektdienstleistungen, führt Forschungsprojekte durch und stellt der Wirtschaft kostenlos Know-how zur Verfügung. Anlässlich der ausgebuchten HWZ-Arena «Digital Disruption» wurde das neue Center mit Daniel Gutenberg (Business Angel), Ivo Sacchi (Universal), Martin Radelfinger (Goldbach) und Andreas Kubli (UBS) gebührend gefeiert. Mit dem MAS Digital Business und seinen fünf innovativen CAS bietet die HWZ nun eines der modernsten Bildungskonzepte im Bereich der digitalen Transformation an.



Daniel Gutenberg

Dr. Martin Gubler gewinnt den Best Teaching Award

Zum siebten Mal wurde am Dozententag der HWZ der «Credit Suisse Award for Best Teaching» verliehen. Die Auszeichnung steht für herausragende Leistungen von Dozierenden in der Lehre und ihr besonderes Engagement für die Hochschule und die Studierenden. Der Preis ging dieses Jahr an Dr. Martin Gubler, Dozent für Organisationslehre, Human Resource Management, Personal Branding und Führungskommunikation. Gubler unterrichtet seit über sechs Jahren an der HWZ. Studierende, Dozierende und Mitarbeitende gaben insgesamt über 150 Nominierungen ab.



Jacques F. Bischoff, Martin Gubler (beide HWZ), Martin Hofacker (Credit Suisse Foundation)

Apollo 16 zu Gast

Unvergessen bleibt der Besuch des «Moonwalkers» Charlie Duke, der packend und humorvoll über seine Abenteuer und Erfahrungen als Pilot der «Apollo 16»-Mondlandefähre und Mitglied weiterer NASA-Programme berichtete.



Charles Moss Duke, Jr.

November

Michael Helfenberger gewinnt den «Swiss Life»-Studienpreis

Michael Helfenberger aus Zürich wurde für seine Arbeit zum Onshore und Offshore Private Banking in Mexiko mit dem «Swiss Life»-Studienpreis in der Kategorie Bachelor ausgezeichnet. Die Jury erklärte die Vergabe des mit 5'000 Schweizer Franken dotierten Preises so: «Wir würdigen die konsequente Ausrichtung dieser Arbeit auf eine der wichtigsten Zukunftsregionen, die wertvolle Schlüsse auf die weiteren Entwicklungen in diesem Geschäft zulässt.» Michael Helfenberger absolvierte an der HWZ den Bachelor Betriebsökonomie. Der Titel seiner Arbeit lautet: «Onshore vs. Offshore Private Banking: An Analysis for Multinational Swiss Wealth Managers Operating in Latin America, Exemplified by the Mexican Market».



Michael Helfenberger

Dezember

HWZ mit bedeutendem Qualitätslabel ausgezeichnet

Mit der Zertifizierung «EFQM Recognised for Excellence, 4 star» als Hochschule sowie der Akkreditierung des MAS Banking & Finance durch die FIBAA gelangen der HWZ 2014 zwei wichtige Meilensteine in Bezug auf die Qualität und die nachhaltige Entwicklung des Angebots und der Dienstleistungen. Mit dem Qualitätslabel der European Foundation for Quality Management EFQM spielt die HWZ in der obersten Liga der Hochschulen mit.



Siegfried Schmidt (SAQ Swiss Association for Quality), Tina Bühler, Sarah Keller, Jacques F. Bischoff (alle HWZ)

Agenda 2015

5. März

«HWZ meets CEO» mit Nadja Schildknecht und Karl Spoerri, Zurich Film Festival

10. April

HWZ-Ringvorlesung in der Maag Event Hall mit Patrick Warnking, Country Manager Google Schweiz

28. Mai

HWZ-Arena: Modernes Preismanagement zwischen Gewinnoptimierung und «Abzocke»

4. Juni

HWZ-Darden Conference: «Big Data: Little Ethics?»

15. Oktober

«HWZ meets CEO» mit Alain Zimmermann, Baume & Mercier

7./8. Oktober

Bachelor-Diplomfeiern in der Fraumünsterkirche

26. Oktober

HWZ-Arena zum Thema Leadership

Die Führungsgremien der HWZ

Schulrat Präsidentin

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

Mitglieder

Urs Bühler, lic. iur., Bildungsdirektion Kanton Zürich

Edi Class, Prof. Dr. iur., Rechtsanwalt

(bis 31.12.2014)

Arthur Mentele, Dr. oec. HSG

Robert Schenker, Finanzberater (bis 31.12.2014)

Ursula Suter, Partner, LCR Services AG

(ab 23.3.2015)

Mit beratender Stimme

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

Sekretär

Urs Dürsteler, Prof. Dr., Prorektor HWZ

Prüfungskommission

Hans Aeberli, Präsident

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

Alexia Böniger Bloder

Urs Dürsteler, Prof. Dr., Prorektor und

Prüfungsleiter HWZ

Michèle Rosenheck, Prof. lic. oec.

Stefan Unholz, lic. iur., Rechtsanwalt

Sandra Valisa, lic. phil.

Verwaltungsrat Präsident

Daniel Jositsch, Prof. Dr.

Nationalrat und Präsident KV Schweiz

Mitglieder

Peter Kyburz, lic. iur.

CEO Kaufmännischer Verband Schweiz

(Delegierter des Verwaltungsrates)

Irene Kaufmann-Brändli, Dr.

Vizepräsidentin des Verwaltungsrates Coop
und Präsidentin der Stiftung Juventus Schulen

Matthias Rüegg, lic. oec., dipl. Hdl. HSG

Direktor Juventus Schulen

Der Verwaltungsrat der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich

Von links:

Matthias Rüegg

Irene Kaufmann-Brändli

Peter Kyburz

Daniel Jositsch



Schulleitung**Jacques F. Bischoff**

Prof. Dr., Rektor

Urs Dürsteler

Prof. Dr., Prorektor

Jörg BrucknerProf. Dr., Leiter Ausbildung und
Bachelor Betriebsökonomie**Walter Kuhn, Prof. Dr. (bis 31.12.2014)**

Leiter Center for Business Engineering

Cyril Meier, M.A., EMBA

Leiter Center for Communications

Christian Müller, Betriebsökonom FH, EMBA

Leiter Finanzen und Services

Sybille Sachs, Prof. Dr.

Leiterin Institute for Strategic Management

Peter Statz, lic. oec. publ.

Leiter Weiterbildung

Erweiterte Schulleitung**Martin Aerni**

Leiter Stunden- und Raumplanung

Giampiero Beroggi, Prof. Dr. (ab 1.2.2015)

Leiter Center for Business Engineering

Patrick Fehlmann

Leiter Kommunikation

Michael A. Grund, Prof. Dr.

Leiter Center for Marketing

Peter Ilg, Prof. Dr.

Leiter Swiss Real Estate Institute

Sarah Keller, Dr.

Leiterin Quality Management

Stefan Küenzi, Dr.

Leiter IT-Management

Costantino Lanni

Leiter Center for Financial Studies

Matthias Mölleney

Leiter Center for HRM & Leadership

Manuel P. Nappo

Leiter Center for Digital Business

Thomas Rautenstrauch, Prof. Dr.

Leiter Center for Accounting & Controlling

Markus Stauffer

Co-Leiter Center for Health Care Management

Peter Wittlin, Dr.

Co-Leiter Center for Health Care Management

**Die Schulleitung
der HWZ Hochschule für
Wirtschaft Zürich**

Von links:

Walter Kuhn

Jörg Bruckner

Jacques F. Bischoff (Rektor)

Cyril Meier

Sybille Sachs

Peter Statz

Urs Dürsteler (Prorektor)

Christian Müller



Partnerschaften

ASCO

Association of Management Consultants Switzerland

Beijing Union University

Branding-Institute CMR

Center for Luxury Research, Universität Mainz

DIA, Deutsche Immobilien-Akademie

Digicomp Academy AG

EABIS, European Academy of Business in Society

GfM, Schweizerische Gesellschaft für Marketing

HAAGA-HELIA University of Applied Sciences, Helsinki

Internationale Bodensee-Hochschule

MAZ, Die Schweizer Journalistenschule

Mendo AG

Royal Thimphu College Bhutan

SAQ-Qualicon AG

Schweizerische Text Akademie

SGO, Business School

SHB Steinbeis-Hochschule Berlin

SIB, Schweizerisches Institut für Betriebsökonomie

spri, Schweizerisches Public-Relations-Institut

SREI Swiss Real Estate Institute

SVIT Swiss Real Estate School AG

UCSD University of California San Diego

USQ University of Southern Queensland, Australia

University of Virginia, Darden School of Business

wittlin stauffer

ZGP, Zürcher Gesellschaft für Personalmanagement

Andreas Hildenbrand, lic. oec. HSG,
Zurich Insurance Group Ltd.

Sonja Hof, Dr., Basler Versicherung

Urs Hofmann, Vizepräsident Fachhochschulrat
des Kantons Zürich

Marcel Hug, SVIT Swiss Real Estate School

Martin Janssen, Prof. Dr., Ecofin

Petra Jenner, Microsoft Schweiz GmbH

Stephan Kunz, Schneider Electric

Philippe Landucci, Schweizerische Nationalbank

Beat Lauber, Dr., Strategie- und Kommunikations-
beratung

Gerhard Läuchli, Piora Development AG

Eduardo Leemann, Falcon Private Bank

Albert Leiser, Hauseigentümerverband Zürich

Michael Lister, Prof. Dr., Steinbeis-Hochschule
Berlin

Herbert Mattle, Unternehmens- und
Vermögensberatung

Peter Mettler, Mettler2Invest AG

Rosmarie L. Michel, responsAbility AG

Ulrich H. Moser, Schweizerische Gesellschaft für
Marketing (GfM)

Michael Müller, Valora Holding AG

Roger Müller, ZKB, Chief Risk Officer

Isabelle Nüssli, Conim AG

Peter Petrin, Dr., Schweizerisches Institut für
Betriebsökonomie (SIB)

Renato Piffaretti, Basler Versicherungen

Michael Pohl, Prof. Dr., Steinbeis-Hochschule
Berlin

Frank Pohl, SGO Training

Urs Riedener, Emmi Schweiz AG

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

Jürg Rötheli, Dr., Clear Channel Holding AG

Andreas Rüfenacht, Nestlé Professional

Christoph Schenk, UBS AG

Patrick Scheurle, Dr., Universität St. Gallen

Götz Schmidt, Prof. Dr., ibo Beratung & Training
GmbH

Martin Signer, Swiss Life Reim (Switzerland) AG,
Managing Director, Head Real Estate

Ursula Soritsch-Renier, Sulzer Management AG

Charles Spierer, CGi Immobilien SA

Andreas Stahel, Dr., Elektro-Material AG

Markus Stäuble, Kaba Management & Consulting
AG

Christoph Stutz, Dr., Büro Dr. Stutz

Dominique von Matt, Dr., Jung von Matt/Limmat AG

Ueli Weber, Argus der Presse AG

Sabina Weber Sauser, Vontobel Advisors

Felix Wenger, UBS AG

Mitglieder in verschiedenen Beiräten der HWZ

Alenka Ambroz, Journalistin und
Kommunikationsexpertin

Max Becker, Dr., CGZ Consulting,
Vorstandsmitglied EAPM

Frank Bodin, Havas Worldwide

Thomas Bösch, Dr., Novartis Pharma AG

Constantin Bregulla, UBS AG

Beatrice Brenner, MAZ

Sascha Burkhalter, CEO SKV Immobilien AG,
MATA Treuhand AG Chur

Heliane Canepa, Unternehmerin

Christoph Caviezel, Dr., Mobimo Holding AG

Joris D'Inca, Mercer Management Consulting AG

Andreas Dürr, lic. iur., Rechtsanwalt,
Battegay Dürr Wagner AG

Peter Eberhard, PEPR Peter Eberhard
Public Relations

Sylvia Egli von Matt, MAZ

Peter Felser, Dr., Unternehmer

Marco Feusi, Wüest & Partner AG

Rüdiger Geist, spirit@PM GmbH

Robert E. Gubler, Communicators AG

Mélanie Gujan, AXA Winterthur

Clarissa Haller, Credit Suisse

Paco Hauser, Appway

Oliver Heil, Prof. Dr., Center for Luxury Research,
Universität Mainz



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