

A L U M N I

news

II / 2018

ALUMNI LIVE

Editorial
Konzertabend im Balkonsaal
Alumni Exklusiv zu Gast an der Langen Tafel
War früher wirklich alles besser?
Alumni-Treffen im Jubiläumsjahr
Master-Absolventenfeiern 2018
KoWis feiern ihren Abschluss
Bachelor-Absolventenball

FAKULTÄT/UNI

Gesundheits-Apps haben Potenzial
Paradies im Süden Stuttgarts
Mitgliedsantrag
Jubiläums-Festschrift
Forschen im Bachelor-Studium
Aktuelle Veröffentlichungen

UP TO DATE

Motivation und Engagement mit bAV
India: Scharfes Curry & Much Mehr
Impressum



A L U M N I H O H E N H E I M e. V.

Gemeinsam machen wir Potenziale produktiv.

Willis Towers Watson gehört zu den weltweit führenden Unternehmen in den Bereichen Advisory, Broking und Solutions. Wir unterstützen unsere Kunden dabei, aus Risiken nachhaltiges Wachstum zu generieren. Unsere Wurzeln reichen bis in das Jahr 1828 zurück – heute ist Willis Towers Watson mit über 40.000 Mitarbeitern in mehr als 140 Ländern aktiv.

Wir gestalten und liefern Lösungen, die Risiken beherrschbar machen, Investitionen in die Mitarbeiter optimieren, Talente fördern und die Kapitalkraft steigern. So schützen und stärken wir Unternehmen und Mitarbeiter. Unsere einzigartige Perspektive bietet uns einen Blick auf die erfolgskritische Verbindung personalwirtschaftlicher Chancen, finanzwirtschaftlicher Möglichkeiten und innovativem Wissen – die dynamische Formel, um die Unternehmensperformance zu steigern. In Deutschland unterstützen wir unsere Kunden mit mehr als 1.200 Mitarbeitern an 11 Standorten.

ALUMNI news

Mitgliedermagazin 02/2018

ALUMNI LIVE

Editorial	2
Konzertabend im Balkonsaal.	4
Alumni Exklusiv zu Gast an der Langen Tafel	5
War früher wirklich alles besser?	6
Alumni-Treffen im Jubiläumsjahr	8
Master-Absolventenfeiern 2018	9
KoWis feiern ihren Abschluss	10
Bachelor-Absolventenball	11

FAKULTÄT/UNI

Gesundheits-Apps haben Potenzial	12
Paradies im Süden Stuttgarts	14
Mitgliedsantrag	15
Jubiläums-Festschrift	18
Forschen im Bachelor-Studium.	19
Aktuelle Veröffentlichungen	20

UP TO DATE

Motivation und Engagement mit bAV	24
India: Scharfes Curry & Much Mehr	26
Impressum	28



Editorial

**Liebe ALUMNI-Mitglieder,
liebe interessierte Leserinnen und Leser,**

das Jahr 2018 steht an der Universität Hohenheim ganz im Zeichen des 200-Jahre-Jubiläums. Das wurde und wird mit zahlreichen Veranstaltungen in und um den Campus gefeiert. Auch wir haben mit mehreren Veranstaltungen das Jubiläum mit gefeiert. Im April haben wir gemeinsam mit dem Alumni-Management der Uni und dem Universitätsbund Hohenheim e.V. zum Jubiläumskonzert eingeladen. Im Juni waren wir im Rahmen von ALUMNI Exklusiv im Spielhausmuseum und zu Gast an der Langen Tafel im Schlosshof. Darüber berichten wir in der Rubrik „ALUMNI Live“. Ebenfalls in dieser Rubrik findet Ihr die Berichte zu den beiden Veranstaltungen des Alumni-Managements der Uni in der Jubiläumswoche: einer Podiumsdiskussion mit Alumnae und Alumni aus den drei Fakultäten unter dem Titel „War früher alles besser?“ und dem Alumni-Treffen am Tag der offenen Tür. Des Weiteren berichten wir über die Absolventenfeiern der Bachelor- und Masterabsolventen.

Nicht nur bei ALUMNI HOHENHEIM e.V., sondern auch an der Universität hat sich in den vergangenen Monaten wieder einiges getan. In der Rubrik „FAKULTÄT/UNI“ stellen wir Ergebnisse des Programms „Humboldt Reloaded“ vor, das Studierende bereits im Bachelor-Studium für die Wissenschaft begeistern soll. Auch in dieser Rubrik geht es noch einmal um das Uni-Jubiläum mit Informationen zu einem Bildband über die Hohenheimer Gärten und die Festschrift zum Jubiläum.

In der Rubrik „UP TO DATE“ haben unsere Fördermitglieder interessante Artikel zu Themen aus ihrem Alltag geschrieben: Heiko Gradehandt von Willis Towers Watson erläutert die Bedeutung einer bedarfsgerechten Ausgestaltung der betrieblichen Altersvorsorge für die Arbeitgebermarke. Jagori Dhar von Sympra schreibt über die Bedeutung der deutsch-indischen Wirtschaftsbeziehungen.

Wir wünschen allen Mitgliedern und Lesern eine schöne Weihnachtszeit und einen guten Start ins neue Jahr. Wir hoffen, dass unsere aktuelle Ausgabe des Mitgliedermagazins eine angenehme und spannende Lektüre bietet. Für die erste Ausgabe im neuen Jahr freuen wir uns über Anregungen und Ideen für die ALUMNI News an: alumni@alumni-hohenheim.de.

Der Vorstand



Das ALUMNI-Team

Der Vorstand



S. Patrick Eheim:
Vorstand Betreuung der
Fördermitglieder und des Beirats



Stephanie Fleischmann:
Vorstand Finanzen



Angelika Liebhart:
Vorstand Veranstaltungen
und Projekte



Agatha Maisch:
Vorstand Betreuung der
ordentlichen Mitglieder

Betreuung der Geschäftsstelle



Anke Charisius



Gerlinde Speicherler

Der Beirat

Frank Baumgärtner
Dr. Bernd Blessin
Prof. Dr. Hans-Peter Burghof
Dr. Stefan Eberhardt
Prof. Dr. Dirk Hachmeister
Marion J. Johannsen
Karl F. Kohler

Alumni-Konzert am 21. April 2018

Beitrag aus den Alumni-News der Universität Hohenheim



Foto: Alumni-Netzwerk Universität Hohenheim

Am 21. April fand für Alumnae und Alumni sowie Freunde und Förderer der Universität Hohenheim ein Konzertabend im Balkonsaal von Schloss Hohenheim statt.

Nach einer Begrüßung durch den Rektor der Universität Hohenheim, Professor Stephan Dabbert, eröffnete den Abend das Junge Süddeutsche Bläserquintett musikalisch. In der Pause konnten die Gäste bei fröhlichen Temperaturen die Pause auf dem Balkon des Prunkraums mit Blick auf den Schlosspark genießen und erste Kontakte aus Studienzeiten wiederzubeleben.

Nach der Pause ging es im zweiten Teil weiter mit Liedern und schauspielerischen Einlagen des Chor for more unter der Leitung von Margit Völmle, der im Jubiläumsjahr der

Universität Hohenheim sein Programm „William & Kate“ präsentierte.

Im Anschluss des Konzerts ließen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer bei Getränken und Fingerfood den Abend in entspannter Atmosphäre ausklingen. Eine gute Gelegenheit zu netzwerken, alte Bande zu Kommilitoninnen und Kommilitonen neu zu knüpfen und in Erinnerungen an ihre Zeit in Hohenheim zu schwelgen.



Foto: Alumni-Netzwerk Universität Hohenheim



ALUMNI Exklusiv zu Gast an der Langen Tafel



Bei einem interessanten Vortrag ehemalige Studienkollegen treffen, neue Leute kennen lernen und aktuelle Themen diskutieren, das ist das Konzept unserer ALUMNI Exklusiv Veranstaltungen. Normalerweise finden unsere ALUMNI Exklusiv Veranstaltungen in der Speisemeisterei oder im Schloss statt, im Jubiläumsjahr der Universität haben wir uns aber etwas ganz Besonderes überlegt:

Die Universität feiert ihren 200. Geburtstag und blickt auf eine aufregende Geschichte zurück, die im Spielhaus im exotischen Garten in einer Ausstellung des Universitätsarchivs unter der Leitung von Professor Dr. Fellmeth gezeigt wird. Auch äußerlich hat sich die Uni in den letzten 200 Jahren verändert: die jüngsten Neuerungen betreffen den Mensaanbau und den Bau des nun größten Hörsaals, des Otto Rettenmaier Audimax.

Zu Beginn des Abends trafen wir uns im Hohenheimer Park. Gleich am Eingang des Exotischen Gartens liegt das Museum zur Geschichte Hohenheims in den restaurierten Räumlichkeiten des Spielhauses. Hier bekamen wir von Prof. Dr. Fellmeth einen Einblick in die 200-jährige Geschichte stu-

dentischen Lebens von den Anfängen der landwirtschaftlichen Lehranstalt im Jahr 1818 bis zur heutigen Universität Hohenheim mit drei Fakultäten und knapp 10.000 Studierenden. Im Mittelpunkt der Führung standen besonders Aspekte des studentischen Alltags, wie zum Beispiel Studienbedingungen, Tagesabläufe, Wohnen, Freizeitaktivitäten, berühmte Alumni und vieles mehr.... Die Alumni waren sich einig, gerade Studienbedingungen und Tagesabläufe haben sich stark verändert.



Auf dem anschließenden Weg Richtung Schlossinnenhof kamen wir an den beiden jüngsten Neubauten auf dem Hohenheimer Campus vorbei: dem Mensaanbau und dem neuen Audimax. In den vergangenen zehn Jahren ist die Universität Hohenheim von rund 6.300 Studierenden zum Wintersemester 2006/2007 auf über 9.600 Studierende zum Wintersemester 2016/2017 gewachsen. Der Mensaausbau wurde daher dringend benötigt. Mit der Erweiterung der Mensa der Universität Hohenheim stockt das Studierendenwerk Tübingen-Hohenheim die Zahl der Essensplätze von bislang rund 550 Sitzplätzen um weitere 318 Sitzplätze auf und macht damit über 50 % Plus. Außerhalb der Essenszeiten steht der Anbau den Studierenden als Lernarbeitsplatz zur Verfügung. Eingeweiht wurde der Anbau kurz vor Beginn des Sommersemesters 2018.

Auch die prekäre Hörsaalallage wurde deutlich verbessert. 660 Plätze hat der neue, größte Hörsaal der Universität Hohenheim. Schon zu Beginn des Wintersemesters 2016/2017 wurde das mit der Hugo-Häring-Auszeichnung prämierte Otto Rettenmaier Audimax eingeweiht und wird von Studierenden, Dozenten und Teilnehmern an Kongressen und Tagungen gerne genutzt.

Zum Abschluss des Campusrundgangs wurde es gesellig. An der Langen Tafel, die im Jubiläumsjahr für einen guten Monat rechteckig im Schloss Innenhof errichtet wurde, um die Freunde der Universität zu vereinen, saßen wir mit tollem Fingerfood und Wein gemütlich beisammen und ließen den Abend mit schönen Gesprächen ausklingen.

AL

War früher wirklich alles besser? – Studieren in Hohenheim vor 30 Jahren

Beitrag aus den Alumni-News der Universität Hohenheim



Foto: Alumni-Netzwerk Universität Hohenheim

Diplom oder Bachelor und Master, Alter der Absolventinnen und Absolventen, Vorlesungsstil, Wohnsituation, studentisches Engagement – Fünf ehemalige Hohenheimer Studierende schwelgten bei der Podiumsdiskussion „Früher war alles besser!“ in Erinnerungen und mit ihnen viele weitere Gäste.

Tatjana Junge vom Alumni-Management der Uni Hohenheim konnte zu dem Alumni-Highlight während der Jubiläums-Festwoche im Juli rund 60 Zuhörer begrüßen, das als gemeinsame Aktion von den Fakultäten und den Alumni-Netzwerken konzipiert war.

„Nichts vergoldet die Vergangenheit so sehr wie ein schlechtes Gedächtnis“, mit diesem Zitat von John Steinbeck begann Prof. Fellmeth, Leiter des Universitätsarchivs, seinen Impulsvortrag über die Veränderungen im Uni- und Studentenleben der letzten 30 Jahre. Sein Vergleich machte deutlich, dass sich seit den 80er- und 90er-Jahren an der Universität Hohenheim einiges grundlegend verändert hat: Die Studierendenzahlen haben sich mit heute 10.000 Studentinnen und Studenten seitdem fast verdoppelt. Die Zuwächse an der einst von den Agrarwissenschaften dominierten Universität kamen vor allem aus dem Bereich der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Gleichzeitig sei ein stetiges Ansteigen des weiblichen Anteils an der Studierendenschaft zu verzeichnen, der seit 2001 sogar eine deutliche Mehrheit bildet.

Große Veränderungen brachte die Umstellung vom Diplom auf Bachelor- und Master-Studiengänge, die im Jahr 2000 begann und deren Umsetzung fast ein Jahrzehnt dauerte. Als weiteres Unterscheidungsmerkmal führte er den exponentiellen Anstieg der angebotenen Studiengänge seit 1985 auf. Euro-Forum, Verfügungsgebäude, Otto-Rettenmaier-Audimax, neue Studentenwohnheime: Prof. Fellmeth zeigte den ehemaligen Hohenheimerinnen und Hohenheimern auf, dass sich auch baulich einiges auf dem Campus verändert hatte.

Zum Schluss stellte er fast bedauernd fest, dass sich das Campus-Leben durch das Einpendeln eines Großteils der Studierenden stark reduziert hätte. „Früher war manches anders, es war viel überschaubarer, ja geradezu familiär, aber auch etwas enger.“ Ob es wirklich besser war, bat der Historiker die Podiumsgäste selbst einzuschätzen und leitete damit zur anschließenden Diskussion über.

Geführt wurde diese vom In-House-Experten Prof. Jens Vogelgesang, Fachbereichsleiter im Institut für Kommunikationswissenschaften. Er begrüßte die fünf Podiumsteilnehmerinnen und -teilnehmer.

- Prof. Dr. Hans-Martin Haase, studierte in den 80er-Jahren Biologie / Heute: Institutsdirektor des Instituts für Naturwissenschaften an der Pädagogischen Hochschule Schwäbisch Gmünd
- Martin Ries, studierte von 1989 bis 1995 Agrarwissenschaften / Heute: Referatsleiter im Referat Ökologischer Landbau im Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg
- Nicole Ackermann, studierte Mitte der 90er-Jahre Wirtschaftswissenschaften /

Heute: Geschäftsführende Gesellschafterin der Mouna GmbH Film & Media Studios

- Dr. Ulrich Dahm, studierte Agrarwissenschaften in den 90er-Jahren / Heute: Geschäftsführer der Vertriebsgruppe Süd der Waren-Zentrale Rhein-Main eG
- Stephanie Fleischmann, studierte in den 90er-Jahre Wirtschaftswissenschaften / Heute: Leiterin des Geschäftsbereichs Strategie und Internationale Beziehungen bei der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH

Im Folgenden einige Auszüge aus der Diskussion, die insgesamt rund eine Stunde dauerte.

Vogelgesang: Atemlosigkeit und Leistungsdruck bestimmen die Studiensituation heute: Verkürztes Abitur mit 17 Jahren, drei Jahre Bachelor, Master hinterher, Klausuren sind das arithmetische Mittel über das ganze Studium hinweg. Mit 23 oder 24 Jahren Absolventin bzw. Absolvent. Das war doch definitiv anders vorher. Kann man evtl. sogar von einer untergegangenen Welt sprechen, die sich Studierende heute nicht mehr vorstellen können?

Haase: Mit 12 Semestern war ich vergleichsweise schnell fertig. Was mich störte, dass ich im Grundstudium so gut wie keine Biologie hatte, sich die Inhalte auf Mathematik, Statistik, Physik beschränkten. Ich erinnere mich an unverständliche 12 m lange Formeln an der Tafel. Nur mit Hilfe eines „Bremsers“ konnte ich mich gut auf die Klausuren vorbereiten. Gefehlt hat mir eine eher berufsorientierte Vorbereitung.

Ries: Auch ich fragte mich, wann geht das mit dem Studium eigentlich los. Das war mir nicht klar, dass das Grundstudium v.a. Grundlagen-Fächer beinhaltet. Im Hauptstudium ging es dann richtig los. Der Unterschied zwischen Uni und Hochschule war mir piep egal. Heute bin ich froh, dass ich ein Unistudium absolviert habe, denn ich könnte mein heutiges Amt nicht bekleiden, wenn ich



keinen Uni-Abschluss hätte.

Dahm: Für mich war es wichtig, so viel wie möglich in die Zeit des Studiums reinzupacken, bevor der Ernst des Lebens mit der angestrebten Hofübernahme begann. Die Katholische Deutsche Studentenverbindung Carolinga, deren Mitglied ich war und bin, war mir eine große Hilfestellung. Die Tipps der Verbindungsbrüder boten mir zu jeder Zeit Orientierung und waren dadurch ein enormer Zugewinn und steigerten die Effizienz meiner Studienzeite.

Auf die Frage nach ihrem Lieblingsprofessor oder ihre Lieblingsprofessorin konnten alle Teilnehmer ad hoc einen oder mehrere Favoriten nennen.

Zusammenfassend zeichneten sich die genannten Lehrkräfte aus durch menschliche und fachliche Kompetenz, spannende Vorlesungen, die viele Transferbeispiele enthielten bzw. durch Experimente aufgelockert oder begreiflicher wurden. Schon damals war der Medieneinsatz ein wichtiges Mittel, das den Studierenden den Zugang zu den Lehrinhalten erleichterte: „Damals war es eben ein Dia, wo heute der Beamer zum Einsatz kommt“, so Prof. Haase, der heute selber Institutsdirektor ist. Die wenigsten der Podiums-Teilnehmerinnen und -teilnehmer konnte sich an eine weibliche Lehrkraft erinnern. Prof. Vogelgesang schloss diese Meinungsumfrage mit dem Statement: „Da hat sich zum Glück einiges geändert.“

Campus-Leben?

Wohnen zu Hause, pendeln oder campusnah?

Auch damals schon war Pendeln eine Alternative („wegen der Liebe jeden Tag von Pforzheim aus“) oder aus der elterlichen Wohnung an die Uni, von den Eltern gepampert. Da hat sich aus der Sicht der Diskutanten gar nicht so viel geändert.

Wie waren die TMS-Partys früher?

Die Partys in der TMS waren den fünf Ehemaligen mehr oder weniger wichtig. Tatsache ist: Keiner der Teilnehmerinnen und Teilnehmer konnte das Klischee bedienen, seinen heutigen Partner auf einer TMS-Party kennen gelernt zu haben.

Fleischmann: Die tollste TMS-Party war der „Hüttenzauber“ vor Weihnachten mit vielen Besuchern, die heute wahrscheinlich nicht mehr genehmigt werden würde. Nicht zu vergessen die Mr-Macs-Party-Team-Partys, die vor allem am Anfang des Studiums interessant für mich waren.

Beteiligung im Bereich der Hochschulpolitik?

Ries: In einer studentischen Initiative haben wir Druck auf die Hochschulleitung ausgeübt und so das Schwerpunktfach Ökolandbau auf den Weg gebracht. Im letzten Jahr entstand hieraus jetzt sogar resultierend ein Zentrum für Ökolandbau hier in Hohenheim.

Fleischmann: Ich war im Marketing Forum Hohenheim aktiv, also nicht direkt in der Hochschulpolitik tätig. In meiner Zeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin, in der ich bereits Vorstand bei ALUMNI HOHENHEIM e.V. war, habe ich mit Vertretern der Fachschaft die Absolventenfeiern ins Leben gerufen, die bis heute, wenn auch in veränderter Form, stattfinden. Darauf bin ich ein wenig stolz.

Mal anders herum gefragt:

Was hat sich zum Besseren entwickelt?

Fleischmann: Alles was im Studium lief, zählte nicht in die Gesamtnote ein. In die Abschlussnote zählten damals nur die fünf schriftlichen und fünf mündlichen Diplomprüfungen am Ende des Studiums. Kommilitoninnen und Kommilitonen mit Prüfungsangst konnten nur auf die Diplomarbeit hoffen. Viele wären froh gewesen, das System von heute zu haben. Alles, was ich

während des Hauptstudiums sammle, zählt, auch wenn es zu mehr Leistungsdruck während des Studiums führt.

Haase: Das hängt sicherlich vom Typ ab. Ich konnte mich auf „berechenbare“ Abschlussprüfungen einstellen und hatte während des Studiums dafür die Freiheit.

Ackermann: Mit dem Vordiplom konnte man nichts anfangen. Deshalb finde ich den Bachelor-Abschluss besser. Wenn man früher nach dem Vordiplom aufgehört hat, dann wäre man trotzdem Studienabbrecher gewesen. Die Umstellung auf Bachelor- und Masterstudiengänge bringt außerdem eine höhere Flexibilität, vor allem in unserer globalisierten Welt.

Ries: Wir wurden damals kalt nach dem Abschluss vor die Tür gesetzt. Ich habe mein Zeugnis beim Prüfungsamt abgeholt. „Herzlichen Glückwunsch. Sie sind jetzt exmatrikuliert.“, ein reiner Verwaltungsakt. Im Anschluss hatte ich keinen Kontakt mehr zur Uni. Deshalb schätze ich den Wert der Alumni-Arbeit. Sie ist wichtige Grundlage für eine gute Vernetzung.

Dahm: Wir hatten früher vielleicht mehr Zeit zur Reflexion des Gelesenen mit eigenen Erfahrungen. Auch um Netzwerke zu bilden und sie zu leben. Bei dem kleinen Zeitfenster heute bleibt wenig Raum zur Reflexion; aus Mangel an Möglichkeiten und Mangel an Zeit.

Fleischmann: Ich betreue viele Praktikanten, darunter auch sehr junge Bachelor-Absolventen, die gerade 21 Jahre alt sind, die aber durchaus reflektiert und selbstbewusst auftreten. Das hätte ich selber in dem Alter nicht gekonnt, da hatte ich gerade das Vor-Diplom. Aber es gibt auch Absolventeninnen und Absolventen in dem Alter, die eine starke Anleitung brauchen.

Alumnae und Alumni feiern Wiedersehen

Beitrag aus den Alumni-News der Universität Hohenheim



Cem Özdemir mit Hohenheimer Alumnae und Alumni an der Langen Jubiläumstafel im Schloss-Innenhof / Foto: Alumni-Netzwerk Universität Hohenheim

Alumni-Treffen im Jubiläumsjahr – Diese Gelegenheit haben viele Alumnae und Alumni der Universität Hohenheim genutzt und statteten ihrer Alma Mater einen Besuch ab. In ihrem Jubiläumsjahr hatte die Universität am Tag der Offenen Tür am 7. Juli zu einem Alumni-Tag mit einem speziellen Begrüßungs- und Besuchsprogramm geladen.

Rektor Prof. Dabbert unterstreicht in seiner Begrüßung die Bedeutung der Alumni für Hohenheim

Die meisten der geladenen ehemaligen Hohenheimerinnen und Hohenheimer kannten es noch nicht, das Otto Rettenmaier-Audimax, den hochmodernen Hörsaal, der erst im letzten Jahr eingeweiht wurde. Hier begrüßte Rektor Prof. Stephan Dabbert die Teilnehmer mit den Worten: „Ich freue mich sehr, dass Sie sich Hohenheim nach wie vor verbunden fühlen und zu einem vielfältigen Austausch beitragen. Das Besondere am heutigen Alumni-Tag zum 200-jährigen Jubiläum Hohenheims ist, dass Sie hier fach- und auch jahrgangübergreifend beieinandersitzen, eine bunte Mischung unterschiedlicher Fachrichtungen, Lebenswege und Lebenserfahrungen“. Nach einem kurzen Abriss der Gründungsgeschichte machte Rektor Dab-

bert die Bedeutung der Alumnae und Alumni der Universität deutlich: „Aufbauend auf unserer Gründungsgeschichte fühlen wir uns in Hohenheim auch heute verpflichtet, Wissenschaft für die Gesellschaft zu betreiben. Das ist aber nur durch einen aktiven und wechselseitigen Austausch mit dieser Gesellschaft, mit Vertreterinnen und Vertretern der Praxis und auch der Politik möglich. Das macht Sie, als Hohenheimer Alumni, so wichtig für Ihre Universität.“

Studieren Gestern und Heute

Unter dem Motto „Studieren Gestern und Heute“ hörten die Teilnehmer einen Vortrag über die Hohenheimer Lehre im Wandel der Zeit. Prof. Dr. Ulrich Fellmeth, der Leiter des Hohenheimer Uni-Archivs, nahm die Alumni in seinem Vortrag mit auf eine Zeitreise, in deren Verlauf er die Veränderungen des studentischen Lebens innerhalb der letzten 200 Jahre aufzeigte.

Zurück an alte Wirkungsstätten

Im Anschluss konnten sich die ehemaligen Hohenheimerinnen und Hohenheimer live von den Veränderungen ihres Fachbereichs im Vergleich zu ihrer eigenen Studienzeit überzeugen. Die Alumnae und Alumni waren in ihre

ehemalige Fakultät geladen und nahmen an einem speziellen Besuchsprogramm teil.

Treffen und Netzwerken an der Langen Tafel und am Alumni-Stand

Neueste Forschungsergebnisse der Alma Mater kennen lernen, sich über neue Schwerpunkte informieren, Campus, Schloss und Gärten erleben: Den Rest des Tages nahmen die Alumni an den vielfältigen Programmpunkten der Jubiläumsausgabe des Tags der Offenen Tür teil. Möglichkeiten zum Austausch und Netzwerken gab es an der Langen Tafel im Schloss-Innenhof.



Foto: Alumni-Netzwerk Universität Hohenheim



Master-Absolventenfeiern 2018 – Absolventinnen und Absolventen starten ins Berufsleben



Die Absolventinnen und Absolventen des **Master-Studiengangs Management** und ihre Gäste wurden am 13. Juli von Prof. Dr. Andreas Pyka, Prorektor der Universität Hohenheim, und Prof. Dr. Karsten Hadwich, Dekan der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, im Balkonsaal des Schlosses begrüßt.

Im Rahmen beider Veranstaltungen wurden die besten Absolventinnen und Absolventen des Jahrgangs 2017/2018 der verschiedenen Studiengänge für ihre herausragenden Leistungen geehrt.

Im Mittelpunkt der beiden Abende standen die feierliche Übergabe der Gratulations schreiben an die Absolventinnen und Absolventen durch die Professorinnen und Professoren der Fakultät und ALUMNI HOHENHEIM e.V.

Musikalisch umrahmt wurden die Feiern vom Holzbläser Ensemble der Universität. Nach dem offiziellen Teil der Veranstaltungen konnten beide Abende bei einem Sekt-empfang im Foyer und sommerlichen Temperaturen ausklingen.

Ein herzliches Dankeschön geht an EY und Herrn Blesch und die UVK Verlagsgesellschaft mbH für die langjährige Unterstützung.

AC



Ein letztes Mal wurde Hohenheims wunder-schöner Campus zur Kulisse ihrer Feier: Die Absolventinnen und Absolventen der Master-Studiengänge **Economics, International Business and Economics, Wirtschaftswissenschaftliches Lehramt und Wirtschaftsinformatik** und des **Master-Studiengangs Management** wurden feierlich von ihrer Alma Mater verabschiedet.

Am 29. Juni eröffnete der Dekan der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissen-schaften, Prof. Dr. Karsten Hadwich, die Veranstaltung und begrüßte die Absol-ventinnen und Absolventen der **Master-Studiengänge Economics, International Business and Economics, Wirtschaftswissenschaftliches Lehramt und Wirtschaftsinformatik** mit ihren Gästen im Balkonsaal des Schlosses Hohenheim.

Bachelor- und Masterstudierende der Kommunikationswissenschaft feiern ihre Abschlüsse

Am 05. Juli 2018 feierten knapp 70 Studierende der kommunikationswissenschaftlichen Studiengänge ihre erfolgreichen Bachelor- und Masterabschlüsse.

Bei der Veranstaltung im Schloss konnten insgesamt 29 BachelorabsolventInnen, 12 AbsolventInnen des Masterstudiengangs Kommunikationswissenschaft und Medienforschung sowie 18 AbsolventInnen des Masterstudiengangs Kommunikationsmanagement unter großem Applaus vor rund 200 Gästen ihre Zeugnisse entgegennehmen. Zudem wurden die besten AbsolventInnen der drei Studiengänge für ihre herausragenden Leistungen mit dem Communication Consultants Award ausgezeichnet. Die Preisträger erhielten eine Urkunde und ein Preisgeld, das die gleichnamige Stuttgarter PR-Agentur sponserte.

Geehrt wurde die Bachelor-Absolventin Laura Gorhan. Im Master-Studiengang Kommunikationsmanagement durften sich Daniel Kurr und Daniel Specht über die Auszeichnung freuen, die Absolventinnen Lara Wolfers und Helen Holdermann aus dem Masterstudiengang Kommunikationswissenschaft und Medienforschung wurde ebenfalls mit dem Award ausgezeichnet.

Neben den besten AbsolventInnen ehrte das Institut für Kommunikationswissenschaft auch vier Promovenden: Dr. Ann-Kathrin Lindemann, Dr. Catharina Vögele, Dr. Hanna Gölz-Weis und Dr. Philipp Masur wurden für den erfolgreichen Abschluss ihres Promotionsverfahrens gewürdigt und mit kleinen Präsenten bedacht.

Für die musikalische Untermalung der Veranstaltung sorgte das Klarinetten duo der Concert Band der Uni Hohenheim. Nach der festlichen Zeugnisverleihung gab es einen Sektempfang mit Finger-Food-Buffer im Balkon- und Blauen Saal im Hohenheimer Schloss. Bis spät in die Nacht hinein feierten die AbsolventInnen und Absolventen zusammen mit ihren Freunden und Angehörigen ihren erfolgreichen Studienabschluss.

Die Veranstaltung wurde durch die PR-Agentur Sympra, die Deutsche Public Relations Gesellschaft, die Forschungsstelle Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung und die Presse-Versorgung unterstützt. Das Institut für Kommunikationswissenschaft bedankt sich herzlich bei den Sponsoren und allen Unterstützern, die diese Feier erst ermöglichen haben.

AM



Bachelor-Absolventenball



Im Mittelpunkt der Veranstaltung stand die Ehrung der Absolventinnen und Absolventen zum erfolgreichen Abschluss sowie die Ehrung der Jahrgangsbesten.

Bei dem federführend von der Fachschaft Wirtschaftswissenschaften organisierten Bachelor-Absolventenball am 22. Juni 2018 nahmen die Absolventinnen und Absolventen ihre Gratulationsschreiben in Empfang und konnten mit ihren Gästen in der Filderhalle in Leinfelden feiern. Die Fachschaft wurde bei den Vorbereitungen von ALUMNI HOHENHEIM e.V. sowie von der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften unterstützt.

Nach der feierlichen Begrüßung durch die Fachschaft, den Prorektor für Internationalisierung der Universität Hohenheim, Prof. Dr. Andreas Pyka und den Dekan der Fakultät, Prof. Dr. Karsten Hadwich, wurde das Buffet eröffnet und das Abendprogramm in das mehrgängige Menü eingebunden.

Preise für die besten Absolventen

Geehrt wurden die besten Absolventinnen und Absolventen des Studienjahres 2017/2018 in den Bachelor-Studiengängen Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftspädagogik. Sie erhielten eine Urkunde und einen von der UVK Verlagsgesellschaft mbH gestifteten Buchpreis.

Preisträger:

Herr Bülent Ündes,
B.Sc. Wirtschaftswissenschaften

Frau Janina Rau,
B.Sc. Wirtschaftspädagogik

Frau Isabell Schutera,
B.Sc. Wirtschaftspädagogik

Feierliche Ehrung

Nach dem Grußwort von Stephanie Fleisch-

mann von ALUMNI HOHENHEIM e.V. stand die Übergabe der Gratulationsschreiben an die Absolventinnen und Absolventen im Mittelpunkt des Abends. Diese wurden von den Professorinnen und Professoren der Fakultät überreicht.

Foto-Shooting und After-Show-Party

Weitere Höhepunkte waren das Foto-Shooting mit Talaren und Hüten, das Photobooth-Shooting sowie die After-Show-Party mit DJ, bei der dann bis in die Nacht getanzt wurde. Ein großer Dank geht an das Career Center Hohenheim für die langjährige Unterstützung sowie an die UVK Verlagsgesellschaft mbH.

AC

Gesundheits-Apps haben Potenzial, sind aber verbesserungsfähig

Fitness-Studio, Ratgeber-Literatur, YouTube-Tutorials oder Fernsehsendungen: Auf der Beliebtheitskala von Angeboten für mehr Gesundheit im Alltag rangieren Gesundheits-Apps erst an sechster Stelle, so das Ergebnis einer Studie von Studierenden am Lehrstuhl für Marketing & Business Development im Rahmen von Humboldt reloaded. Gleichzeitig ermittelt die Studie ein hohes Marktpotenzial für Apps zu Ernährungsberatung und Stressabbau. Um sich stärker durchzusetzen, müssten Gesundheits-Apps jedoch verständlicher gestaltet werden und ihren Nutzern die Überzeugung vermitteln, dass ihre Daten vor Missbrauch gesichert seien.

„Smartphones haben sich zu ständigen Begleitern entwickelt“, erklärt Prof. Dr. Markus Voeth, Inhaber des Lehrstuhls für Marketing & Business Development. „Wir kommunizieren über sie mit Freunden und Familie, nutzen sie zu Informationszwecken, aber auch zum Einkaufen, als Wecker oder zum Musikhören.“

Umso erstaunlicher sei es, dass Handynutzer wenig Gebrauch von Apps machten, wenn es darum ginge, das Handy zur Unterstützung eines gesundheitsbewussten Alltags zu nutzen. Nur 27,1 % der Studienteilnehmer gaben an, Gesundheits-Apps installiert zu haben. Zum Vergleich: Gut die Hälfte der Befragten nutzt Apps von Nachrichtendiensten, knapp 92 % nutzen Kommunikations-Apps wie beispielsweise WhatsApp.

Umfrage unter 300 Personen in Baden-Württemberg

Zu diesem Ergebnis kamen Studierende des Humboldt reloaded-Projekts. Um die Be-

deutung der mobilen Helfer in der Gesundheitsvorsorge zu ergründen, befragten sie Ende 2017 rund 300 Personen in Baden-Württemberg mit Hilfe standardisierter Fragebögen. Dabei repräsentieren die Altersgruppen, Bildungshintergründe und die Geschlechterverteilung die prozentuale Verteilung im gesamten Bundesland.

Als Gesundheits-Apps werden im Kontext der Studie Apps mit Gesundheitsbezug verstanden, die zur Unterstützung, zum Erhalt und zur Verbesserung eines gesunden Alltags beitragen. Nutzerzielgruppe sind Gesunde, Patienten und Angehörige. Damit unterscheiden sie sich von Medizin-Apps, die neben Patienten auch von Ärzten und anderem Fachpersonal genutzt werden.

Um spezifischere Aussagen zu den unterschiedlichen App-Angeboten treffen zu können, unterschieden die Studierenden sechs Bereiche, in denen Gesundheits-Apps genutzt werden: Ernährung, Schlaf, Stressabbau & mentale Gesundheit, Fitness & Bewegung, Medikamenteneinnahme und Schmerztherapie.

Die meisten Befragten sind gesundheitsbewusst und fühlten sich seelisch und körperlich eher gut. „Die Apps werden also nicht als Akutmaßnahmen, sondern eher als eine Ergänzung zu einem gesunden Lebensstil verstanden“, erklärt Iris Pöschl, die die Studie am Lehrstuhl für Marketing & Business Development betreute. „Sie sollen helfen Alltagsbelastungen wie beispielsweise Kopfschmerzen oder Schlafstörungen vorzubeugen bzw. diesen entgegenzuwirken.“

Stress gilt als größte Belastung

Am weitesten verbreitet seien Fitness-Apps, erklärt Studienleiterin Pöschl, „Die Studie zeigt, dass Fitness-Apps über alle Altersklassen hinweg vor allem zum Tracking verwendet werden. Die Befragten nutzen für die anderen fünf Bereiche deutlich weniger Apps, obwohl die meisten Studienteilnehmer z.B. gerade auch Schlafprobleme oder Stress als Belastung im Alltag empfinden.“

Gerade einmal 6,8 % der Befragten nutzen Apps, die den Stressabbau fördern sollen. Im Gegensatz dazu wünschen sich knapp die Hälfte derer, die bisher noch keine Gesundheits-Apps installiert haben, eine App zur Stressbewältigung.

„Die Nutzer gaben zudem an, mit Stressbewältigungs-Apps nur unterdurchschnittlich zufrieden zu sein“, ergänzt Pöschl. „Die mangelnde Zufriedenheit könnte die auffallende Diskrepanz zwischen Bedarf und App-Nutzung zum Thema Stress erklären.“

Gründe für hohe Abbruchquoten variieren je nach App-Bereich

Besonders die Aspekte Verständlichkeit der Inhalte und Datensicherheit sind für die Nutzer entscheidend bei der Auswahl der Apps. „Ein Qualitätssiegel oder das Design sind dagegen weniger wichtig“, zitiert Pöschl die Umfrage-Ergebnisse. Ein weiteres Ergebnis der Studie war, dass die Nutzung der Apps nicht von Dauer ist: Selbst bei den häufig installierten Fitness-Apps sind die Abbruchraten hoch.

Die Gründe seien je nach App-Bereich unterschiedlich, so Pöschl. „Gerade bei Ernährungs- oder Fitness-Apps verlieren Nutzer scheinbar nach einem bestimmten Zeitraum das Interesse. Wenn es um Apps zum Stressabbau geht, treten oftmals Lern-



effekte ein, d.h. der Nutzer ändert sein Verhalten aufgrund der App-Nutzung und benötigt die App dann schlicht nicht mehr.“ Eine langfristige Bindung des Nutzers an das Produkt bleibt also aus.

Potenzial bei weitem noch nicht ausgeschöpft

Um sich im Alltag trotz Belastungen fit und gesund zu fühlen, verbringen die Befragten lieber bewusst Zeit mit Freunden und Familie und achten auf ausreichend Schlaf und eine gesunde Ernährung. Zur weiteren Unterstützung gehen gut 40 % der Befragten ins Fitness-Studio, etwas weniger als ein Viertel sucht bei akuten Beschwerden Rat in Fachliteratur, Fernsehsendungen oder YouTube-Tutorials.

Aus Sicht der Marketing-Experten ließe sich das ändern: „Die Befragten waren grundsätzlich nicht abgeneigt, Gesundheits-Apps zu verwenden“, sagt Pöschl. Gerade in Verbindung mit sogenannten Wearables könnten Gesundheits-Apps einen echten Mehrwert bieten, so die Wissenschaftlerin weiter.

„Ein Beispiel für Wearables sind Fitness-Armbänder, die in Verbindung mit dem Handy den Puls messen, Schritte zählen oder Schlafphasen bewerten, um den idealen Zeitpunkt zum Aufstehen zu finden. So können auch Fitness-Apps über das Tracking hinaus eine echte Unterstützung sein, indem sie den Nutzer beispielsweise daran erinnern, regelmäßig zu trinken oder sich zu bewegen.“

Damit die Nutzer den Apps längerfristig treu bleiben, sollten spielerische Elemente eingebaut werden, schlägt Pöschl vor. „Wenn für erfüllte Aufgaben neue Features, Übungen oder andere Belohnungen freigeschaltet werden, schafft das den Anreiz, die App auf Dauer zu nutzen.“

Prof. Dr. Voeth vom Lehrstuhl für Marketing & Business Development vermutet zudem, dass die eingeschränkte Nutzung von Gesundheits-Apps auf ein Informationsdefizit zurückzuführen sei. Krankenkassen und Ärzte wiesen aktuell nur selten auf solche Apps hin.

„Bei medizinischem Fachpersonal wie Ärzten oder Physiotherapeuten sind Gesundheits-Apps als mögliche Helfer im Alltag noch nicht wirklich angekommen“, erklärt Pöschl. „Wenn die Apps besser werden, könnte sich das ändern. Vor allem in Verbindung mit Wearables könnten zum Beispiel Krankenkassen ihren Kunden die Apps dann als Alltagsunterstützung vorschlagen.“

Humboldt reloaded – Wissenschaft von Anfang an: Das preisgekrönte Projekt der Uni Hohenheim will Studierende bereits im Bachelorstudium für die Wissenschaft begeistern.

PM

Paradies im Süden Stuttgarts: Prächtiger Bildband stellt die Hohenheimer Gärten vor

Gartenlandschaften, Denkmale, Kunstwerke und Aussichtspunkte: Der neu erschienene Bildband zu den Gärten der Universität Hohenheim in Stuttgart präsentiert Orte und Ausblicke. Die Autoren nehmen die Leserinnen und Leser mit auf einen Rundgang durch die vier Gartenteile und kombinieren schöne Bilder mit spannendem Hintergrundwissen. Ein Sonntagsspaziergang in Buchform – für Liebhaber der Hohenheimer Gärten und solche, die es werden wollen.

Die Hohenheimer Gärten sind ein Juwel der Gartenkunst, das historische Gartenarchitektur mit modernster Forschung vereint – so der Klappentext des farbenfrohen Buches. Dass dies keine Übertreibung ist, beweisen die Autoren Dr. Robert Gliniars und Prof. Dr. Dr. h. c. Adolf Martin Steiner in diesem Bildband. Obwohl es sich bei den Gärten um eine zentrale wissenschaftliche Einrichtung der Universität Hohenheim handelt, schätzen Stuttgarter und Touristen den Park als Ort der Erholung und Entspannung. Schilder und Etiketten vermitteln Wissenswertes rund um Pflanzen, Gebäude und Kunstwerke, weitläufige Wiesen und schöne Orte laden zum Verweilen und Innehalten ein.

Die Autoren erläutern botanische Besonderheiten ebenso wie Kunst- und Bauwerke. Eine detaillierte Karte hilft Interessierten dabei, die abgebildeten Orte, Denkmäler und Bauwerke beim Besuch der Gärten zu finden.

Rundgang zum Lesen startet mit Schlosspark und Botanischem Garten

Beginnend am Südportal von Schloss Hohenheim nehmen die Autoren die Leserinnen und Leser mit auf einen Rundweg. Zunächst erkunden sie den **Schlosspark** mit den Aussichtspunkten „Plieninger Aussicht“ und „Staufenblick“, dem Koniferenweg, Denk-

mälern und botanischen Kostbarkeiten wie dem Carolina Schneeglöckchenbaum und der Gurken-Magnolie. Von dort aus geht es durch die Pappelallee weiter zum **Botanischen Garten**. Dort erwartet die Leserinnen und Leser unter anderem das sogenannte Pflanzensystem, eine Art grünes Lehrbuch der Systematik. Die fächerförmige Anpflanzung von etwa 2700 Arten aus 200 Pflanzenfamilien veranschaulicht die natürliche Verwandtschaft der höheren Pflanzen und wie sich diese seit der Kreidezeit vor 65 Millionen Jahren entwickelte.

Landschaftsgarten führt Leser weiter in die Moderne

Der daran anschließende **Landschaftsgarten** läutet die Moderne ein. Umgeben von Säulenhainbuchen befindet sich die Säulenkonstruktion Monopteros auf einem Hügel. Architektur und Natur verbinden sich zu einem faszinierenden Kunstwerk. Gleichzeitig markiert die Konstruktion den zentralen Aussichtspunkt des Landschaftsgartens mit freiem Blick in alle Himmelsrichtungen. Weitere Highlights sind das Lavendellabyrinth und der Rosenhügel sowie vielfältige Ziergehölze.

Spiel der Jahreszeiten im Exotischen Garten

Die letzte Station ist der **Exotische Garten** mit der Englischen Wiese, dem Runden See und einer abwechslungsreichen Baumkulisse. Das historische Spielhaus mit seiner Staudenterrasse bietet einen herrlichen Anblick. Die Vielfalt der Bäume verleiht dem Garten zu jeder Jahreszeit eine andere Atmosphäre. Die Autoren laden mit verschiedenen Bildern dazu ein, nicht nur die Blütenpracht des Frühlings und Sommers kennenzulernen, sondern auch den Farbenreichtum des Herbstlaubs und die märchenhafte Winterlandschaft.

Die Hohenheimer Gärten

Über 200 Jahre alte Baumriesen, seltene Magnolienbäume, eine von Pappeln gesäumte Allee: Die Parkanlagen der Hohenheimer Gärten laden zum Staunen und Genießen ein. Als wissenschaftliche Einrichtung unterstützen die Hohenheimer Gärten Forschung und Lehre der Universität Hohenheim. Die Vielfalt von über 8.000 Pflanzenarten macht den kostenlosen Aufenthalt aber auch für jeden Besucher zu einem einzigartigen Gartenerlebnis rund um das Schloss Hohenheim. Ob Botanischer Garten oder das Landesarboretum Baden-Württemberg mit Exotischem Garten und Landschaftsgarten: Das 35 Hektar große Parkgelände bietet zu jeder Jahreszeit immer neue Anblicke. Die Gehölzdatenbank und ein Online-Pflanzenkatalog versorgen Naturinteressierte mit detaillierten Informationen. Bauwerke aus herzoglicher Zeit und moderne Kunstwerke sorgen für Begegnungen zwischen Architektur und Gartenkunst. Der „Historische Rundweg“ führt in einem kommentierten Spaziergang zu den wichtigsten historischen Stationen.

Die Autoren

Dr. Robert Gliniars ist seit 2011 Kustos der Hohenheimer Gärten. Er veröffentlichte zahlreiche Beiträge zu deren Pflanzen und ihrer Geschichte. Prof. Dr. Dr. Adolf Martin Steiner war Professor für Saatgutwissenschaft und Gartenbeauftragter der Universität Hohenheim. 2009 verlieh ihm die Landeshauptstadt Stuttgart die Ehrenplakette für seine Verdienste um die Gartenkultur.

Verlagsangaben

Der Bildband umfasst 96 Seiten mit 70 farbigen Bildern und einer Karte der Hohenheimer Gärten und ist im Ulmer Verlag erschienen. Die gedruckte Ausgabe ist im Handel unter der ISBN 978-3-8186-0384-7 erhältlich (19,90 Euro). Sowohl das e-Book (14,99 Euro) als auch die gebundene Ausgabe sind bestellbar unter www.ulmer.de/usd-5605149/die-hohenheimer-gaerten-.html und ist im Deutschen Landwirtschaftsmuseum erhältlich.





Antrag auf Mitgliedschaft

Als ehemalige/r Studierende/r oder Doktorand/-in (EUR 40 p. a.), als Student/-in (beitragsfrei), als Habilitand/-in (EUR 40 p. a.), als Professor/-in (EUR 60 p. a.) der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Universität Hohenheim beantrage ich die ordentliche Mitgliedschaft bei ALUMNI HOHENHEIM e. V. Ich erkläre mich damit einverstanden, dass die hier von mir gemachten Angaben in die Datenbank von ALUMNI HOHENHEIM e. V. aufgenommen werden und im Rahmen des Netzwerkes – insbesondere in einem regelmäßig aktualisierten Mitgliederverzeichnis – veröffentlicht werden. Um zu einem funktionierenden Netzwerk beizutragen, werde ich Änderungen meiner hier angegebenen Daten ALUMNI HOHENHEIM e. V. unverzüglich mitteilen.

Ich verpflichte mich, die mir von ALUMNI HOHENHEIM e. V. zur Verfügung gestellten (Mitglieder-)Daten streng vertraulich zu behandeln, sie nicht an Dritte weiterzugeben oder in sonstiger, nicht den Vereinszwecken entsprechender Weise zu verwenden. Diese Verpflichtung behält auch nach Beendigung einer Mitgliedschaft ihre Gültigkeit. Es ist mir bekannt, dass Zuwiderhandlungen satzungsmäßig zu einem Ausschluss aus ALUMNI HOHENHEIM e. V. führen und strafrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen können.

Ort, Datum

Unterschrift

Für den Aufbau einer aussagefähigen Datenbank ist es unbedingt erforderlich, die folgenden Felder vollständig und leserlich auszufüllen. Werden zu den mit * markierten Feldern keine Angaben gemacht, so kann der Mitgliedsantrag nicht berücksichtigt werden.

Name*: Grad/Titel:

Vorname(n)*:

Geburtsname*:

Geburtsdatum*:

Staatsangehörigkeit:

Familienstand:

Foto

(Bitte Namen auf der Rückseite des Fotos vermerken oder gerne per E-Mail an alumni@alumni-hohenheim.de senden.)

Erste Adresse

Zweite Adresse

Straße*:

Straße:

Postleitzahl, Ort*:

Postleitzahl, Ort:

Telefon*:

Telefon:

Mobiltelefon:

Telefax:

Telefax:

E-Mail*:

PERSÖNLICH

PRIVAT

Position/Aufgabe:

Unternehmen/Branche:

Anschrift:

Telefon: Telefon alternativ:

Telefax: E-Mail:

Berufliche Interessenschwerpunkte:

.....

Studiengang*:

Studienbeginn: WS SS (voraus.) Abschlusssemester*: WS SS

Vertiefungen: 1. 2.

3.

Promotion/Habilitation Betreuer/in:

Alumni-Postanschrift

Alumni-Post künftig an folgende Adresse senden:

 meine Erstadresse, meine Zweitadresse, die FirmenadresseMöchten Sie aktuelle Informationen per E-Mail erhalten („E-Mail-Newsletter“)? ja nein

SEPA-Lastschriftmandat

Gläubiger-Identifikationsnummer: DE77ZZZ00000363594

Mandatsreferenz (wird separat mitgeteilt)

Ich ermächtige ALUMNI HOHENHEIM e.V., Beitragszahlungen von meinem Konto mittels Lastschrift einzuziehen. Zugleich weise ich mein Kreditinstitut an, die von ALUMNI HOHENHEIM e. V. auf mein Konto gezogenen Lastschriften einzulösen.

Hinweis: Ich kann innerhalb von acht Wochen, beginnend mit dem Belastungsdatum, die Erstattung des belasteten Betrages verlangen. Es gelten dabei die mit meinem Kreditinstitut vereinbarten Bedingungen.
Zahlungsart: Wiederkehrende Zahlung

Ort, Datum

Unterschrift des Kontoinhabers

Sollte ich dem SEPA-Lastschriftverfahren nicht zustimmen, wird eine Verwaltungsgebühr von EUR 2,50 erhoben.

Bankverbindung

Vor- und Nachname:
(Kontoinhaber)

Straße und Hausnummer:

Postleitzahl und Ort:

IBAN:

BIC (8 oder 11 Stellen):

Ich bin Mitglied beim Universitätsbund Hohenheim e. V. und möchte daher einen um EUR 5 p. a. reduzierten Mitgliedsbeitrag bezahlen. Daher gestatte ich ALUMNI HOHENHEIM e. V., meine Daten mit dem Universitätsbund Hohenheim e. V. abzugleichen.

The EY logo is positioned in the top right corner of the advertisement. It consists of the letters 'EY' in a bold, white, sans-serif font, with a yellow triangle pointing upwards and to the right above the 'Y'.

EY

Building a better
working world

Ist Karriere ein Weg oder ein Ziel?

Ihre Laufbahn ist kein vorbestimmter Pfad,
sondern ein Weg, der immer wieder neue
Perspektiven bietet – und Ihr Einstieg bei EY
der optimale Startpunkt.

www.de.ey.com/karriere #BuildersWanted



The better the question. The better the answer.
The better the world works.

EY, EY logo, "Building a better working world" and "EY" are trademarks of Ernst & Young Global Limited. © 2014 Ernst & Young Global Limited. All rights reserved.

Jubiläums-Festschrift: Die Vielfalt der Universität Hohenheim in einem Band

Studierendenvertreter und der Rektor, Ehemalige und Aktive, Nachwuchsforscher und Professoren: Sie alle haben mitgeschrieben an einem Band, der die Vielfalt der Universität Hohenheim in den Vordergrund rückt. Sie berichten von Forschungszentren und Fakultäten, internationalen Beziehungen und den Herausforderungen der Zukunft. Aber auch vom studentischen Leben, von Rückzugsorten in den Hohenheimer Gärten, historischen Entwicklungen und aktuellen Fragen. Ein Band für alle, die den Facettenreichtum der Universität Hohenheim in Stuttgart kennenlernen möchten.

„Auch zu vergangenen Uni-Jubiläen gab es Festschriften“, erklärt Mit-Herausgeber Prof. Dr. Harald Hagemann. „Aber zum 200. Geburtstag wollten wir etwas Besonderes machen. Es sollte nicht nur ein Rückblick werden, sondern auch die Gegenwart abbilden und die Herausforderungen der Zukunft thematisieren.“

Auf 400 Seiten mit knapp 80 Abbildungen stellt sich die Universität in ihrer ganzen Vielfalt vor. Angefangen bei den Fakultäten Naturwissenschaften, Agrarwissenschaften und Wirtschafts- und Sozialwissenschaften über große Forschungsthemen bis hin zu den profilgebenden fakultätsübergreifenden Forschungsschwerpunkten Bioökonomie, Globale Ernährungssicherung und Gesundheitswissenschaften.

Doch nicht nur die Forschung, auch die Lehre spielt im Jubiläumsjahr eine wichtige Rolle: Das preisgekrönte Reformprojekt „Humboldt reloaded“, das Studierenden bereits im Grundstudium ermöglicht, eigene Forschungsprojekte durchzuführen, findet in der Festschrift ebenso einen Platz wie der Bericht von Studierendenvertretern, der das studentische Leben in Hohenheim unter die Lupe nimmt.

Geschichte, Gegenwart und Zukunft in einem Band

„Die letzte Festschrift erschien 1993. Deshalb haben wir uns vor allem auf die Entwicklungen der letzten 25 Jahre sowie künftige Perspektiven in Forschung und Lehre konzentriert“, so Mit-Herausgeber Prof. Dr. Gert Kollmer von Oheimb-Loup. Hierzu gehörten u.a. das Wachstum auf 10.000 Studierende, die zunehmende Internationalisierung, die Reorganisation von fünf auf drei Fakultäten und die Auswirkungen der Bologna-Reform.

Ein Kapitel widmet sich jedoch auch der früheren Geschichte Hohenheims, von ihrer Gründung 1818 bis heute. Einen besonderen Platz nimmt hier das Projekt zur Aufarbeitung der NS-Zeit und ihrer Folgen ein.

Die ausführlichen Ergebnisse dieses Projekts stellt die Universität im November vor, in der Festschrift gibt Historikerin Dr. Anja Waller schon einmal einen Einblick in das Projekt und präsentiert erste Ergebnisse. Ein gesonderter Band zur NS-Geschichte der Universität Hohenheim erscheint voraussichtlich im November.

Spezielle Forschungseinrichtungen und die Hohenheimer Gärten

Neben Geschichte, Fakultäten und Lehre stellen sich in der Festschrift auch spezielle Forschungseinrichtungen vor. Exemplarisch für viele Einrichtungen widmen die Autoren dem Deutschen Landwirtschaftsmuseum, dem Wirtschaftsarchiv, der Stiftung Kreditwirtschaft und der Forschungsstelle Glücksspiel ein eigenes Kapitel.

Prof. Dr. Adolf Martin Steiner und Dr. Robert Gliniars beschließen die Festschrift mit einem bildreichen und farbenfrohen Kapitel über die Hohenheimer Gärten.

Diese machen Hohenheim nicht nur zum schönsten Campus des Landes, sondern erfüllen auch eine wertvolle Doppelfunktion: Sie dienen als wissenschaftliche Einrichtung einerseits der Lehre, Weiterbildung und Forschung und gleichzeitig als Parkanlage vielen Besuchern und Uni-Angehörigen als Ort der Erholung und Entspannung.

200 Jahre Universität Hohenheim

Bildung und Forschung als Schlüssel zum Überleben: Auf diesem Gedanken gründeten König Wilhelm von Württemberg und Königin Katharina im Jahr 1818 die damalige „Unterrichts-, Versuchs- und Musteranstalt Hohenheim“ – die Vorläuferin der heutigen Universität. Anlass waren eine Klimakatastrophe, Missernten und Hungersnöte nach dem „Jahr ohne Sommer“. Ausgelöst hatte sie der indonesische Vulkan Tambora, der 1815 Tonnen von Asche und Staub mit der Sprengkraft von 170.000 Hiroshima-Bomben in die Atmosphäre spie. 200 Jahre später folgt die Universität Hohenheim ihrem Gründungsauftrag, durch Forschung und Lehre Beiträge zur Lösung globaler Herausforderungen zu liefern.

Verlagsangaben

Mehr als 40 Autoren stellen die Universität in acht Kapiteln in all ihren Facetten vor. 400 Seiten mit rund 80 teils farbigen Bildern laden zum Lesen und Schmökern ein. Die Festschrift ist als gebundenes Buch und als e-Book im Ulmer Verlag erschienen. Die gedruckte Festschrift ist im Buchhandel unter der ISBN 978-3-8186-0532-2 erhältlich. Sowohl das eBook als auch die gebundene Ausgabe sind bestellbar unter:

www.uni-hohenheim.de/jubilaum-festschrift.

Preis: 36,90 Euro (gebundene Ausgabe),

29,99 Euro (e-Book).



Forschen im Bachelor-Studium: Studierende präsentieren Ergebnisse von über 200 Projekten



Bildquelle: Universität Hohenheim

Be curious – be a researcher: Das Motto der siebten Humboldt reloaded-Jahrestagung an der Universität Hohenheim in Stuttgart drückt deutlich aus, worauf es bei der Forschung ankommt. Und neugierig sind sie, die 568 Studierenden, die in den letzten beiden Semestern über das Reformprojekt in 202 studentischen Forschungsprojekten bereits im Bachelor-Studium Forschungsluft schnuppern konnten. Am 23. Oktober 2018 präsentierten sie ihre Ergebnisse. Herausragende Projekte hat in diesem Jahr die L-Bank im Rahmen der Tagung prämiert.

Kunststoffe sind aus dem Alltag nur schwer wegzudenken. Doch ihre Produktion verschlingt bisher große Mengen fossiler Rohstoffe – mit schweren Folgen für Umwelt und Klima. Eine Alternative könnten Biokunststoffe darstellen, die aus biologischen Ausgangsstoffen hergestellt werden. Doch neue Produkte sind nur dann sinnvoll, wenn der Markt sie aufnimmt. „Wie viel Plastik braucht der Schwab?“ lautete die Frage, die sich Katrin Beißert in ihrem Humboldt reloaded-Projekt gestellt hat.

Die Studentin der Nachwachsenden Rohstoffe führte eine Marktanalyse durch, um das Absatzvolumen von regional erzeugten Biokunststoffen zu bestimmen. Die Ergebnisse

ihrer Befragung von 26 Firmen unterschiedlicher Branchen sind sehr ermutigend: Alle Unternehmen signalisierten großes Interesse an biobasierten Kunststoffen.

Katrin Beißert ist eine von 568 Studierenden, die in diesem Jahr an der Universität Hohenheim am bundesweit einzigartigen, preisgekrönten Reformprojekt Humboldt reloaded teilgenommen haben. „Mit 202 Projekten hatten wir so viele studentische Forschungsprojekte wie noch nie“, freut sich Julia Gerstenberg, die Koordinatorin von Humboldt reloaded.

Forschendes Lernen soll verstetigt werden

Nach sieben Jahren Humboldt reloaded zieht Initiator Prof. Dr. Martin Blum eine Zwischenbilanz: „In der Zeit seines Bestehens hat sich Humboldt reloaded bewährt und soll deshalb auch künftig bewahrt werden. Wir arbeiten daher im Moment intensiv daran, das forschende Lernen auch künftig in der Lehre zu behalten, ohne dabei die Freiwilligkeit aufzugeben.“

Um Möglichkeiten dafür zu finden, tauschen die Hohenheimer Beteiligten ihre Erfahrungen auch mit Gleichgesinnten aus der ganzen Welt aus. Im Juni kommenden Jahres ist unter anderem eine internationale Fachtagung an der Universität Hohenheim geplant. „Dabei werden auch Projekte aus geisteswissenschaftlichen Fachbereichen oder aus der Medizin präsentiert, die es in Hohenheim nicht gibt, sowie Initiativen aus den USA, der Schweiz oder Großbritannien, die uns neue Inspiration zur Entwicklung und Verstetigung des forschenden Lernens geben können“, erklärt Prof. Dr. Blum.

Interdisziplinäre Projekte entwickeln sich weiter

In diesem Jahr gab es erstmals auch interdisziplinäre Projekte, an denen Studierende aller drei Fakultäten – Agrarwissenschaften, Naturwissenschaften sowie Wirtschafts- und Sozialwissenschaften – beteiligt sind. Der Erfolg war enorm: „Ganz gleich, ob sie im Projekt ‚Gesunde Macke‘ ein Vermarktungsexperiment für krumm gewachsenes Gemüse durchführten oder im Projekt rund um das Thema Bier Hohenheim ein eigenes Jubiläumsbier bescherten – alle Beteiligten waren mit unglaublicher Begeisterung bei der Sache“, erzählt Dr. Evelyn Reinmuth, Koordinatorin der interdisziplinären Projekte.

Bei aller Freude an der Forschung ist auch der Lernfaktor nicht zu unterschätzen: Die interdisziplinären Projekte stellen an die Studierenden besondere Herausforderungen. Denn sie ermöglichen einen Blick über den eigenen Tellerrand, die Studierenden lernen die Denk- und Arbeitsweise anderer Disziplinen kennen. „Unsere Erfahrungen sind nach diesem Jahr durchweg positiv“, berichtet Dr. Reinmuth.

Humboldt reloaded

Das Reformprojekt Humboldt reloaded will Studierende von Beginn an für die Wissenschaft begeistern. Die Studierenden arbeiten in kleinen Forschungsgruppen mit optimaler Betreuung. Die Projekte werden im Block oder semesterbegleitend über ein bis zwei Semester durchgeführt. Der Startschuss zu Humboldt reloaded fiel im Jahr 2011. 2014 zeichneten der Stifterverband für die deutsche Wissenschaft und die Hochschulrektorenkonferenz Prof. Dr. Martin Blum als Initiator von Humboldt reloaded mit dem Ars legendi-Preis für Exzellenz in der Lehre aus. Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) finanziert Humboldt reloaded in der zweiten Förderperiode von 2016 bis 2020 mit rund 7,5 Mio. Euro durch den Qualitätspakt Lehre.

PM

Aktuelle Veröffentlichungen

Diese Rubrik mit den aktuellen Publikationen Eurer ehemaligen Vertiefungsfächer hat sich mittlerweile als fester Bestandteil der ALUMNInews etabliert. Auch für diese Ausgabe haben wir auf unseren Aufruf hin wieder zahlreiche Meldungen der Lehrstühle erhalten. Wir hoffen, dass diese Veröffentlichungen nicht nur Euer Interesse wecken, sondern Euch auch in Eurem beruflichen Umfeld Anregungen oder gar Hilfestellungen sein können. Wir freuen uns über jede Art von konstruktiver Kritik hierzu und zum Magazin als Ganzem unter:

alumni@alumni-hohenheim.de

Forschungsstelle Glücksspiel (502)

Becker, T. / Crusen, W. / Wöhr, A. (2018): Geschichte und Aufgaben der Forschungsstelle Glücksspiel, Universität Hohenheim 1818-2018. Festschrift zum 200jährigen Jubiläum, Hrsg: Hagemann, H.; Kollmer-von Oheim-Loup, G., Stuttgart, ISBN / ISSN / eISSN: 978-3-8186-0532-2, S. 302-312.

Becker, T. (2018): Probleme bei der Regulierung des Glücksspiels durch die Länder: Ein sokratischer Dialog, Zeitschrift für Wett- und Glücksspielrecht, Sonderbeilage 3/2018, S. 5-9.

Institut für Financial Management

Fachgebiet Betriebswirtschaftslehre, insb. Rechnungswesen und Finanzierung (510A)

Kahle, H. / Braun, J., Bilanzierung angeschaffter Rückstellungen in der Steuerbilanz, in: Finanz-Rundschau 2018, S. 197-211.

Kahle, H., Steuerliche Gewinnermittlung bei Personengesellschaften: Die Gleichstellungs-

these in der Diskussion, in: Betriebs-Berater 2018, S. 747-751.

Kahle, H., Internationale Bezüge der steuerlichen Gewinnermittlung, in: Handbuch Bilanzsteuerrecht, Hrsg. Prinz, U./Kanzler, H.-J., 3. Aufl., Herne 2018, S. 771-816.

Fachgebiet Betriebswirtschaftslehre, insb. Controlling (510C)

Troßmann, Ernst (2018): Controlling als Führungsfunktion. Eine Einführung in die Mechanismen betrieblicher Koordination. 2. überar. und erw. Aufl., München, Verlag Franz Vahlen, 347 Seiten.

Troßmann, Ernst (2018): Kostenmanagement. In: Corsten/Gössinger/Spengler (2018): Handbuch Produktions- und Logistikmanagement in Wertschöpfungsnetzwerken, Berlin/Boston, Verlag Walter de Gruyter, S. 923-948.

Troßmann, Ernst (2018): Ausbildung in Kostenrechnung an den Hochschulen. In: Controlling & Management Review (Heft 9/2018), Springer Fachmedien Wiesbaden.

Fachgebiet Betriebswirtschaftslehre, insb. Unternehmensfinanzierung (510E)

Tykvová, T. (2018), Venture Capital and Private Equity Financing: An Overview of Recent Literature and an Agenda for Future Research, Journal of Business Economics 88(3), 325-362.

Fachgebiet Betriebswirtschaftslehre, insb. Bankwirtschaft und Finanzdienstleistungen (510F)

Kirsch, Steffen und Hans-Peter Burghof

(2018): The Efficiency of Savings-linked Relationship Lending for Housing Finance, in: Journal of Housing Economics 2018.

Burghof, Hans-Peter, Daniel Schmidt und Gerold Willershausen (2018): Bausparen in der Krise: Verantwortung der Politik und des Rechtsstaats, in: H.-P. Burghof und S. Kirmße (Hrsg.): Bausparen heute – Herausforderungen und Perspektiven, Frankfurt a.M. 2018, S. 49-84.

Burghof, Hans-Peter (2018): Stiftung Kreditwirtschaft, in: H. Hagemann und G. Kollmer-von Oheim-Loup (Hrsg.): Universität Hohenheim 1818-2018, Stuttgart, S. 291-301.

Institut für Volkswirtschaftslehre

Fachgebiet Volkswirtschaftslehre, insb. Finanzwissenschaft (520D)

Dwenger, Fossen Simmler (im Druck): Firms' Financial and Real Responses to Credit Supply Shocks: Evidence from Firm-Bank Relationships in Germany, Journal of Financial Intermediation

Dwenger, Lohse (im Druck): Do Individuals Successfully Cover Up their Lies? Evidence from a Compliance Experiment, Journal of Economic Psychology.

Dwenger, Kübler, Wezsäcker (akzeptiert): Flipping a Coin: Evidence from University Applications, Journal of Public Economics.

Fachgebiet Volkswirtschaftslehre, insb. Außenwirtschaft (520E)

Jung, Benjamin (2018): Wer gewinnt einen Handelskrieg?, ifo Schnelldienst 71/11, 19-24.

Jung, Benjamin und Timo Walter (2018): Handels- und Wohlfahrtseffekte einer "Nulllösung": Wegfall der EU- und US-Import-



zölle im Automobilsektor, ifo Schnelldienst 71/15, 26-29.

Mühlen, Henning mit Matthias Busse und Ceren Erdogan (beide Ruhr-Universität-Bochum): Structural Transformation and its Relevance for Economic Growth in Sub-Saharan Africa, Review of Development Economics, im Erscheinen.

Fachgebiet Volkswirtschaftslehre, insb. Wachstum und Verteilung (520H)

Geiger, N., Prettnner, K., Schwarzer, J. (2018). Die Auswirkungen der Automatisierung, auf Wachstum, Beschäftigung und Ungleichheit. Perspektiven der Wirtschaftspolitik 19, 59-77.

Kufenko, V., Geloso, V., Prettnner, K. (2018). Does size matter? The implications of household size for economic growth and convergence. Scottish Journal of Political Economy 65, 437-443.

Prettnner, K., Strulik, H. (2018). Trade and Productivity: The Family Connection Redux. Journal of Macroeconomics 56, 276-291.

Fachgebiet Volkswirtschaftslehre, insb. Wirtschafts- und Sozialgeschichte mit Agrargeschichte (520J)

Wahl, F. (2018). Political participation and economic development. Evidence from the rise of participative political institutions in the late medieval German Lands. European Review of Economic History, forthcoming.

C. Burhop, S. Lehmann-Hasemeyer (Hg.) (2018). Börsengeschichte / Stock Market History. Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte (2018-1). De Gruyter.

Lehmann-Hasemeyer, S., Opitz, A. (2018). „Political connections and its possible value in Interwar Germany-Evidence from Berlin listed stock companies in 1925“, Scandi-

navian Economic History Review, forthcoming.

Fachgebiet Volkswirtschaftslehre, insb. Ökonometrie und Wirtschaftsstatistik (520K)

Kuck, Konstantin; Maderitsch, Robert (2018): Intra-day dynamics of exchange rates: New evidence from quantile regression, The Quarterly Review of Economics and Finance, Elsevier.

Baur, Dirk; Dimpfl, Thomas; Kuck, Konstantin (2018): Bitcoin, gold and the US dollar – A replication and extension, Finance Research Letters, Elsevier, Volume 25 S. 103-110.

Behrendt, Simon; Schmidt, Alexander (2018): The Twitter Myth Revisited: Intraday Investor Sentiment, Twitter Activity and Individual-Level Stock Return Volatility, Journal of Banking & Finance, Elsevier.

Institut für Health Care & Public Management

Fachgebiet Wirtschaftsinformatik (530D)

Widmer, T.; Leukel, J.: Electronic service matching: Failure of incentive compatibility in Vickrey auctions. In Operations Research Letters 46(3), May 2018, pp.318-323.

Hubl, M.: Adaption rule for simultaneous use of smart urban objects from a fairness perspective. In: Proceedings of the 20st IEEE International Conference on Business Informatics (CBI 2018), Wien, Österreich, 11.-14.07.2018.

Klein, A.; Riekert, M.; Kirilov, L.; Leukel, J.: Increasing the explanatory power of investor sentiment analysis for commodities in online media. In: Proceedings of the 21st International Conference on Business Information

Systems (BIS 2018), Berlin, 18.-20.07.2018, Springer LNBIIP.

Institut für Kommunikationswissenschaft

Fachgebiet Kommunikationswissenschaft, insb. Journalistik (540B)

Mast, Claudia (2018): Unternehmenskommunikation Ein Leitfaden, 7. überarbeitete Auflage, München: UVK.

Mast, Claudia (2018): Im Auge des Sturms. Wir leben in einer Umbruchzeit und alles steht auf dem Prüfstand: fünf Fragen und Antworten zur Zukunft des Journalismus von Claudia Mast. In: Medium Magazin, 03/2018, S. 64-67.

Fachgebiet Kommunikationswissenschaft, insb. Kommunikationstheorie (540C)

Brettschneider, Frank: Widerstände gegen Infrastrukturprojekte. Die Bedeutung von Kommunikationsmanagement für Vorhabenträger und öffentliche Verwaltungen. In: dms – der moderne staat – Zeitschrift für Public Policy, Recht und Management 11, 1/2018, S. 97-118.

Brettschneider, Frank: Verständliche Kommunikation und Öffentlichkeitsbeteiligung in der Energiewende. In: Holznagel, Bernd (Hrsg.): 20 Jahre Verantwortung für Netze. Bestandsaufnahme und Perspektive. München: C.H.Beck, 2018, S. 173-197.

Vögele, Catharina (2018): Wechselspiele. Online-Berichterstattung und Fandiskussionen über Transfergerüchte im deutschen Profifußball. Wiesbaden: Springer VS.

Fachgebiet Kommunikationswissenschaft, insb. Medienpsychologie (540F)

Trepte, S., Schmitt, J. & Dienlin, T. (2018). Good News! How reading valenced news

articles influences positive distinctiveness and learning from news. *Journal of Media Psychology*, 30(2), 66-78. Doi:<http://10.1027/1864-1105/a000182>.

Trepte, S., Loy, L., Schmitt, J. & Otto, S. (2017). Hohenheimer Inventar zum Politikwissen. Konstruktion und Rasch-Skalierung. *Diagnostica*, 63(3), 206-218. doi: 10.1026/0012-1924/a000180.

Trepte, S. & Schmitt, J. (2017). The effect of age on the interplay between news exposure, political discussion, and political knowledge. *Journal of Individual Differences*, 38(1), 21-28. doi: 10.1027/1614-0001/a000218.

Fachgebiet Kommunikationswissenschaft, insb. interaktive Medien- und Onlinekommunikation (540G)

Schweiger, W., Brückner, L., Prochazka, F. & Weber, P. (2018). Algorithmisch personalisierte Nachrichtenkanäle – Nutzung und Wirkung. Wiesbaden: Springer.

Schweiger, W. & Beck, K. (Hrsg.) (2018). *Handbuch Online-Kommunikation*. 2. völlig neue Auflage. Wiesbaden: Springer.

Prochazka, F., & Schweiger, W. (2018). How to measure generalized trust in news media? An adaptation and test of scales. *Communication Methods and Measures*, 1-17. doi: 10.1080/19312458.2018.1506021.

Institut für Rechts- und Sozialwissenschaften

Fachgebiet Bürgerliches Recht, Handels-, Wirtschafts- und Agrarrecht (550A)

Escher-Weingart, C. / Stief, M. (2018): Geldwäschebekämpfung im Nichtfinanzbereich – Neues Geldwäschegesetz im Spannungsfeld zwischen europäischen Vorgaben und praktischen Erfordernissen WM 2018, 693 ff.

Escher-Weingart, C. (2018): Die freie Gesetzesschöpfung durch das BSG – Die Rückzahlungspflicht der Banken für überzahlte Renten – zugleich eine Besprechung des Vorlagebeschlusses BSG B 5 R 26/14 R WM 2018, 1577 ff.

Fachgebiet Öffentliches Recht, Finanz- und Steuerrecht (550B)

Ulrich Palm (2018): Vergleich der Verfahrensordnungen der öffentlich-rechtlichen Gerichtsbarkeit, S. 1935-1953, in: Drüen/Hey/Mellinghoff (Hrsg.), 100 Jahre Steuerrechtsprechung in Deutschland, Festschrift für den Bundesfinanzhof, Verlag Otto Schmidt Köln.

Ulrich Palm (2018): Kommentar zu Art. 79 -84, in: Haug (Hrsg.), *Verfassung des Landes Baden-Württemberg*, S. 1356-1480, Verlag Nomos Baden-Baden.

Ulrich Palm (2018): Zeitschriftenbeitrag in *Internationales Steuerrecht (IStR)*, Laudatio auf Herrn Honorarprofessor Dr. Roland Wacker, Vors. Richter am Bundesfinanzhof, anlässlich seiner Antrittsvorlesung am 9. Juli 2018 an der Universität Hohenheim.

Fachgebiet Wirtschafts- und Organisationspsychologie (550C)

Neaman, A., Otto, S., & Vinokur, E. (2018). Toward an integrated approach to environmental and prosocial education. *Sustainability*, 10, 583.

Otto, S., Kibbe, A., Henn, L., Hentschke, L., & Kaiser, F. G. (2018). The economy of e-waste collection at the individual level: A practice oriented approach of categorizing determinants of e-waste collection into behavioral costs and motivation. *Journal of Cleaner Production*.

Otto, S., & Wittenberg, I. (2018). Die Praxis

der Energiewende, ihre zwei Determinanten aus psychologischer Sicht und wie man Rebound vermeiden kann. [The reality of the energy transition, its two psychological determinant and how to avoid rebound]. In E. Bamberg & C. T. Schmitt (Eds.), *Psychologie und Nachhaltigkeit. Konzeptionelle Grundlagen, Anwendungsbeispiele und Zukunftsperspektiven* [Psychology and sustainability. Basic concepts, applications and future perspectives] (pp. 191-201). Heidelberg, Germany: Springer.

Institut für Marketing & Management

Fachgebiet Betriebswirtschaftslehre, insb. Unternehmensführung (570 B)

Matzner, M., Büttgen, M., Demirkan, H., Spohrer, J., Alter, S., Fritzsche, A., Ng, I. C. L., Jonas, J. M., Martinez, V., Möslein, K. M., Neely, A. (2018): Digital Transformation in Service Management, in: *Journal of Service Management Research*, Vol. 2 (2), S. 3-21.

Selzer, V. L., Schumann, J. H., Büttgen, M., Ates, Z., Komor, M., Volz, J. (2018): How to Manage Person-Role Conflicts: Differential Effects of Transformational Leadership Dimensions and the Moderating Role of Individual Cultural Orientation, in: *Journal of Service Management Research*, Vol. 2 (2), S. 36-49.

Büttgen, M./Oesterle, L. (2017): Mitarbeiterführung im Dienstleistungsmanagement, in: Corsten, H., Roth S., (Hrsg.): *Handbuch Dienstleistungsmanagement*, München 2017, S. 945-964.

Fachgebiet Betriebswirtschaftslehre, insb. Dienstleistungsmanagement (570D)

Meffert, H./Bruhn, M./Hadwich, K. (2018): *Dienstleistungsmarketing. Grundlagen, Konzepte, Methoden*, 9. Auflage, Wiesbaden, Gabler.



Popp, M./Hadwich, K. (2018): Examining the Effects of Employees' Behaviour by Transferring a Leadership Contingency Theory to the Service Context, in: *Journal of Service Management Research*, Vol. 2, No. 3, S. 44-62.

Weigel, S./Hadwich, K. (2018): Success Factors of Service Networks in the Context of Servitization – Development and Verification of an Impact Model, in: *Industrial Marketing Management*, in Druck.

**Institut für Interorganizational
Management & Performance**

**Fachgebiet Betriebswirtschaftslehre,
insb. Supply Chain Management (580 C)**

Nelson, R., Dosi, G., Helfat, C., Pyka, A., Saviotti, P.P., Lee, K., Dopfer, K., Malerba, F. and Winter, S.G. (2018), *Modern Evolutionary Economics – An Overview*. Cambridge University Press, Cambridge, UK.

Urmetzer, S., Schlaile, M. P., Bogner, K., Müller, M. and Pyka, A. (2018), Exploring the Dedicated Knowledge Base of a Transformation towards a Sustainable Bioeconomy, *Sustainability*, 10(6), 1694.

Vermeulen, B. and Pyka, A. (2018), The role of network topology and the spatial distribution and structure of knowledge in regional innovation policy. A calibrated agent-based model study, *Computational Economics*, Vol. 52 (3), 773-808.

Motivation und Engagement mit bAV – Bedarfsgerechte Gestaltung steigert die Arbeitgebermarke

Von Heiko Gradehandt, Head of Retirement Initiative "German Mittelstand", Willis Towers Watson

Der von Willis Towers Watson regelmäßig durchgeführte Global Benefits Attitudes Survey befragt Arbeitnehmer nach der Einstellung zu ihrer Altersversorgung. Der Survey 2017/18 wurde in ähnlicher Form in 22 Ländern mit über 31.000 Befragten durchgeführt. In Deutschland haben 2.023 Arbeitnehmer aus Unternehmen aller Größenordnungen teilgenommen. Die Aussagen von Mitarbeitern mittelständischer Unternehmen unterscheiden sich nicht signifikant von denen in großen Unternehmen.

Unbenommen sind die Rahmenbedingungen der betrieblichen Altersversorgung (bAV) in den vergangenen Jahren immer komplexer geworden und das erreichbare Versorgungsniveau hat sich deutlich reduziert. Dennoch spielt sie – bedarfsgerecht ausgestaltet – weiterhin eine wichtige Rolle bei der Entscheidung für einen Arbeitgeber. Zu diesem Ergebnis kommt auch für mittelständische Unternehmen der Global Benefits Attitudes Survey 2017/18 „Betriebliche Altersversorgung aus Arbeitnehmersicht“ von Willis Towers Watson.

In Zeiten des Fachkräftemangels und des Wettbewerbs um die richtigen und besten Talente spielt die Steigerung der Arbeitgebermarke, das „Employer Branding“, eine wichtige Rolle. Dies gilt insbesondere für die so genannten „Hidden Champions“, die fernab der Autobahn in ihren Branchen bekannte Größen, in der Breite aber nicht bekannt sind. Gerade sie müssen durch ein

bedarfsgerechtes Gesamtpaket attraktiver Arbeitsbedingungen und Leistungsangebote die fehlende „Strahlkraft der großen Namen“ ausgleichen. Der Global Benefits Attitudes Survey 2017/18 „Betriebliche Altersversorgung aus Arbeitnehmersicht“ von Willis Towers Watson zeigt, dass die betriebliche Altersversorgung bei bedarfsgerechter Gestaltung einen wichtigen Erfolgsbeitrag leisten kann.

Bedeutung und Akzeptanz der bAV nehmen zu

Das Vorsorgebewusstsein steigt unverkennbar: Waren 50 Prozent der Befragten 2013/14 der Meinung, dass die Alterssicherung in den letzten Jahren wichtiger geworden ist, so bejahten dies 2017/18 mit 72 Prozent erheblich mehr Arbeitnehmer. Gestiegen ist auch das Image der bAV. 61 Prozent der Befragten

Volle Zustimmung zur Frage	Bedarfsgerechte bAV	Nicht bedarfsgerechte bAV / weder noch
Meine bAV war ein wichtiger Grund für meine Entscheidung für diesen Arbeitgeber	43 %	13 %
Meine bAV ist ein wichtiger Grund für meine Entscheidung, bei diesem Arbeitgeber zu bleiben	58 %	17 %

2017/18 sehen bei der bAV ein besseres Preis-Leistungsverhältnis als bei privaten Vorkehrungen, 2013/14 waren es nur 47 Prozent. Vielleicht auch ein Reflex auf das lang anhaltende Zinstief. So wundert es nicht, dass betriebliche Angebote zur Alters- und Risikoabsicherung hoch im Kurs stehen: Befragt, wofür sie einen Zuschuss zu ver-

schiedenen vom Arbeitgeber angebotenen Leistungen verwenden würden, standen Risiko- und Altersleistung bei den Arbeitnehmern weit vorne. Von 100 Euro Zuschuss würden 28 Euro in eine Altersversorgung und 24 Euro in die Risikoabsicherung fließen.

Mit attraktiven Leistungspaketen gerade auch im Bereich der Risikoabsicherung können Arbeitgeber somit den Bedürfnissen ihrer Mitarbeiter begegnen. Der Markt hat hier bereits entsprechend reagiert und innovative, am heutigen und zukünftigen Bedarf orientierte Lösungen und Unterstützungspakete entwickelt, die auch für mittelständische Unternehmen sinnvoll umgesetzt werden können.

Steigerung der Arbeitgebermarke

Dass es sich für die Arbeitgeber lohnt, bei der Ausgestaltung ihres Angebotes zur Alters- und Risikoabsicherung der Mitarbeiter deren Bedürfnisse in den Blick zu nehmen, zeigt sich in einer dann deutlich gesteigerten positiven Wahrnehmung des Arbeitgebers. Sowohl die Entscheidung für einen Arbeitgeber als auch die Entscheidung, bei diesem zu bleiben, wird signifikant durch das Angebot einer bedarfsgerechten bAV beeinflusst.

Darüber hinaus wirkt sich die bedarfsgerechte bAV-Gestaltung positiv auf das Engagement der Mitarbeiter aus. Drei Viertel der Befragten, deren bAV Ihre Bedürfnisse erfüllt, sind stolz darauf, für ihren Arbeitgeber zu arbeiten und bereit, die „eine Meile mehr zu gehen“. Erfüllt die bAV die Bedürfnisse nicht, gilt dies nur 48 bzw. 59 Prozent. Noch



wichtiger dabei: Bietet der Arbeitgeber gar keine bAV an, sind es ebenfalls nur 48 bzw. 58 Prozent. Eine nicht bedarfsgerecht ausgestaltete bAV wird somit ähnlich wahrgenommen wie keine bAV. Ein verheerendes Verhältnis von Aufwand des Arbeitgebers und Wirkung.

Die positive Wirkung einer bedarfsgerecht ausgestalteten bAV auf Mitarbeitergewinnung und -bindung sowie Motivation und Engagement macht deutlich, dass der Arbeitgeber so seine „Marke“ erheblich steigern kann, was sich schließlich auch in der Bereitschaft der Mitarbeiter, ihren Arbeitgeber zu empfehlen, ausgedrückt. Auch hier zeigt sich aber, dass „irgendeine“ bAV genauso gut oder besser gesagt genauso schlecht ist wie gar keine bAV.

Ich bin stolz darauf, für meinen Arbeitgeber zu arbeiten.



Fazit

Der Wunsch der Arbeitnehmer nach einer betrieblichen Risiko- und Altersabsicherung ist groß. Dabei lohnt es sich für den Arbeitgeber, die bAV bedarfsgerecht zu gestalten. Dann kommt sie nicht nur den Interessen der Mitarbeiter entgegen, sondern steigert die Identifikation der Mitarbeiter mit Ihrem Unternehmen, ihre Motivation und damit die Marke des Arbeitgebers nach innen und nach außen. Und letztlich muss Gutes nicht teuer sein: Der Markt bietet auch kleineren Unternehmen innovative Lösungen mit bedarfsgerechten Leistungspaketen.

Kontakt:

Heiko Gradehandt,
heiko.gradehandt@willistowerswatson.com,
Telefon: +49 611 794 228

Über Willis Towers Watson

Willis Towers Watson (NASDAQ: WLTW) gehört zu den weltweit führenden Unternehmen in den Bereichen Advisory, Broking und Solutions. Weitere Informationen unter www.willistowerswatson.de

Willis Towers Watson ist seit Juli 2008 Fördermitglied bei ALUMNI HOHENHEIM e.V.

Kontaktdaten:

Dr. Frank Hellenthal,
Oskar-Kalbfell-Platz 14, 72764 Reutlingen,
frank.hellenthal@willistowerswatson.com,
Telefon: 07121 3122-336

India: Scharfes Curry & Much Mehr

Von Jagori Dhar, Senior Consultant bei der Sympra GmbH (GPRA)



10 years ago at a bar in Cardiff, I broke into an impromptu vox-populi about the first thing that comes to people's mind, when they think about India. If my memory serves me well – hot curry, Bollywood, many religions, and languages, elephant, yoga, were some of the immediate responses to my question. Fast forward to 2018 and in retrospect, I would challenge the hypothesis on so many counts. A survey done under the impulse of peer pressure and with a rather inappropriate sample size which was primarily under the influence of alcohol is hardly the fuel to come to a scientific conclusion describing the world's fastest-growing major economy. Considering the 'sampling' was done in the United Kingdom which is home to one of the largest expatriate Indian communities in the world – surely the repository of clichés about India is much richer than in Germany.

In 2009, the German government estimated that the number of people of Indian descent residing in Germany at 110,204. Close to a decade later, the number is clearly on the rise, with Indians mushrooming in Europe's largest economy to capitalize on its vast IT landscape and subsidised higher education. The Times Higher Education puts the num-

ber of Indian students coming to Germany rise twice as much in 2017 compared to previous years. The United Kingdom's dramatic fall in recruitment from the Indian subcontinent contrasts with the success of its European neighbour. The impending Brexit early next year is slated to see a further jump in business relations between India and Germany as London is likely to lose its 'Gateway to Europe' tag.

Bullish Business

Let's look at some numbers to elucidate the emerging business trends between India and Germany. In 2018, out of more than 213 Indian subsidiaries operating in Germany, as many as 74 Indian companies have generated annual revenues of 11 billion euros and employed nearly 23,300 people in Germany, a recent report by Confederation of Indian Industries suggested. Automotives, metals, chemicals, pharmaceuticals along with professional, scientific and technical services are among the four dominant sectors that accounted for almost 95% of the revenue generated by Indian companies in Germany.

This two-way relationship stretches on the other side too, Germany has consistently shown a surplus in recent years with almost one-third of German exports to India being in machinery and engineering goods. Germany's largest share of imports from India is in textile followed by, chemical products, food and agricultural goods. According to the Indian Consulate General in Munich, within Germany, the State of Baden Württemberg has emerged as an 'important pillar' growing and expanding the relationship by being a major driving force of the growing Indo-

German trade and investment ties. The Indo-Baden Württemberg bilateral trade grew by over 250% from €753 million during 2002 to €2.7 billion in 2015. Baden Württemberg is also an important investment partner with nearly 350 companies from the federal state are already operating in India and some 50 Indian companies having investments in Baden Württemberg. Some of the best known Baden Württemberg investors in India include Daimler, Robert Bosch, SAP, Heidelberg Cement, Porsche, Wuerth, Voith, Lapp Cables etc. Prominent Indian investors in the province are Infosys, Tata Technologies, Wipro, Mahindra & Mahindra Ltd., etc.

The consulate also suggested that cooperation in higher education and research including the exchange of students and scholars is on the rise.



Bollywood Calling

And it is not just commerce that has seen growing affinity between the two countries but it also encompasses ancillary areas like culture and people to people ties. As Deutsche Welle (DW) reports that Germany is considered to be the second-biggest market in Europe for Indian films, second only to the UK. India produces more films than any other country in the world, churning out about 2,000 films a year, nearly four times that of Hollywood. Indian movie actors such as Shah Rukh Khan enjoy a significant fan base in cities like Berlin and some of the cities clubs are known to be big on Bollywood, occasionally breaking into Indian music



during their music routines.

A recent data from the Germany's tourism industry projects that nearly two million Indian tourists are expected to visit the country by 2030. In the case of India, it is a tried and tested formula that movies filmed at foreign locations boost the tourism business. If DW is to be believed then the German National Tourism Organisation has made it a part strategy to woo Indian tourists by encouraging Indian filmmakers to shoot in Germany.

The links between the two countries seem to be covering the varied aspects of life and moving into a wholesome trajectory, how can we at Sympra help make the most of it? As commercial and cultural ties strengthen, media becomes an extremely important platform to drive the message home. As an international public relations company with over 26 years of experience in providing tailored press and communications services, we can provide an expert headway to understand and navigate India's massive media landscape.



Problem of Plenty

Consider this: India's newspaper readership at 407 million is close to the number of people living in the entire European Union. The world's largest selling English language newspaper is not British or American but Indian –The Times of India which has a readership of over 10 million. According to the World Economic Forum, India now has the world's largest number of paid newspapers, and the

number continues to grow, from 5,767 in 2013 to 7,871 in 2015. What is also interesting that Indian newspapers have overcome the global decline in newspaper readership. Comparable data from Audit Bureau of Circulation report (May 2017), show that while newspaper circulation grew by 12% in India, it fell in almost every other major media market: in the UK by 12%, 7% in the US and 3% in Germany and France.

Today, there are over a hundred thousand publications (dailies and periodicals) in India and 1600+ TV stations. Consumption of news is not restricted to newspapers only, India's digital market is also mushrooming rapidly. The influx of digital new media channels over the last few years is a testimony for Indians love for news be it on paper or a smartphone. A country where there are more mobile phones than toilets it is no surprise that Indian netizens are feasting more and more news on their mobile phones.

While the country is breaking international trends in more traditional media formats simultaneously its global market share is booming in social media too. Twitter in India has become the number one fastest growing market in terms of daily active users, growing 5 times as a market than the global average. Facebook users in India have crossed 240-million mark, becoming the largest audience country for the social media giant. India's digital population is close to 500 million, second after China.

Unique Offer

A media market so diverse and complex with as many languages as you can think off! How do you ensure that a brand or product gets the attention it deserves? Sympra can help resolve some of the complexities and create an all-inclusive print and digital media strategy and implement it with professional impact and value. We bring along a wealth of

experience in delivering public relations services for big and medium-sized German businesses. Our Public Relations Network stretching across the globe with Skateboard Media (www.skateboardmedia.co.in/) as our India partner. Plus Sympra now has me as an in-house India expert in Germany. My multi-disciplinary work experience spans across journalism, development communications at Greenpeace and political and business communications with the British Government. I also bring strong and demonstrated application of social media marketing and communications along with native English proficiency to cater to the international market. If you want to ride the wave and foray into the India market, then we are there for you!



Jagori Dhar ist Senior Consultant bei der Sympra GmbH (GPRA) Agentur für Public Relations, Stuttgart, und dort zuständig für internationale Kommunikation, insbesondere für Indien.

ALUMNI news

Mitgliedermagazin 02/2018

**ALUMNI HOHENHEIM e.V.**

Netzwerk ehemaliger Studierender der
Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

ANSCHRIFT:

Universität Hohenheim (809)
70593 Stuttgart
Telefon: (0711) 45 923 153
Telefax: (0711) 45 923 052
E-Mail: alumni@alumni-hohenheim.de
Web: www.alumni-hohenheim.de

CHEFREDAKTION:

Anke Charisius (AC)

REDAKTIONELLE MITARBEIT:

Stephanie Fleischmann (SF)
Angelika Liebhart (AL)
Agatha Maisch (AM)
Pressestelle der Universität
Hohenheim (PM)

LAYOUT, SATZ:

hieber Werbeagentur, Waiblingen
Sabine Bolsinger

DRUCK:

Gress-Druck GmbH, Fellbach

AUFLAGE:

1200

Vervielfältigung jeder Art nur mit Genehmigung der Redaktion. Jeder Autor trägt die volle Verantwortung für die von ihm publizierten Artikel. Die Redaktion oder ALUMNI HOHENHEIM e.V. übernehmen keinerlei Gewähr für die Aktualität, Korrektheit, Vollständigkeit oder Qualität der bereitgestellten Informationen.



Deloitte.

```

<?xml version="1.0" encoding="UTF-8" standalone="no" ?>
<svg width="100" height="100" viewBox="0 0 100 100" style="display: inline-block; vertical-align: middle; margin-right: 10px;"/>
<circle cx="50" cy="50" r="40" stroke="black" stroke-width="2" fill="red" />
</svg>
<svg height="150" width="500">
<defs>
<radialGradient id="grad1" cx="50%" cy="50%" r="50%" fx="50%" fy="50%" />
</defs>
<rect id="hole" cx="50" cy="50" r="40" stroke="black" stroke-width="2" fill="red" />
</svg>

```



Start your ideas <here>

Große Ideen entfalten ihr volles Potenzial erst im passenden Umfeld. 286.000 Kollegen in über 150 Ländern stehen bei uns für Vielfalt und Innovationskraft. Gemischte Teams aus Audit & Assurance, Risk Advisory, Tax & Legal, Financial Advisory und Consulting begleiten unsere Kunden schon heute in die Arbeitswelt von morgen. Diese Dynamik macht es so besonders, bei Deloitte zu arbeiten. Ihre Karriere startet hier.



What impact will you make?
careers.deloitte.com



WIR KÖNNEN DAS ERKLÄREN. **sympra...**