

A L U M N I

news

I / 2026

ALUMNI LIVE

- Editorial
- Bachelor- und Master-Absolventenfeiern
- ALUMNI Exklusiv: 5 Millionen Innovationen für eine bessere Welt
- Promotionsfeier 2025
- Die Dean's List des WS 2024/25
- Deutschlandstipendium

FAKULTÄT/UNI

- Neuer Rektor
- Neuer Fakultätsvorstand
- Erfolgreiche AACSB Akkreditierung
- Mitgliedsantrag
- Hohenheimer CareerDays 2025
- KI & Sinn der Arbeit
- 17 % der Deutschen haben rechts-populistisches Weltbild
- Ältere Beschäftigte: Berufliche Perspektive prägt Freundschaften im Job

UP TO DATE

- Altersvorsorge für die Generation Zukunft
- Krise droht. Was nun?
- Impressum



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

Kickstart your career!

Wir suchen Studenten und Absolventen (m/w/d) der Wirtschaftswissenschaften, Sozialwissenschaften und MINT-Fächer.

WTW bietet datengesteuerte, evidenzbasierte Lösungen in den Bereichen Mitarbeitende, Risiko und Kapital. Wir nutzen die globale Sichtweise und das lokale Fachwissen unserer Mitarbeitenden in 140 Ländern und Märkten, um Unternehmen dabei zu helfen, ihre Strategie zu schärfen, die Widerstandsfähigkeit ihrer Organisation zu verbessern, ihre Mitarbeitenden zu motivieren und ihre Leistung zu maximieren.

Du hast Lust auf eine spannende und vielseitige Tätigkeit in einem internationalen Dienstleistungsunternehmen mit flachen Hierarchien? Work-Life-Balance, Flexibilität, Entwicklungsmöglichkeiten und Teamwork sind auch Dir wichtig?

Dann nutze Deine Einstiegsmöglichkeit zum Beispiel als

- Junior Consultant (m/w/d)
- Mathematiker (m/w/d) / Mathematischer Analyst (m/w/d)
- Junior Analyst / Administrator (m/w/d)
- Softwareentwickler (m/w/d)

Du findest uns in Reutlingen, Stuttgart, München, Wiesbaden, Frankfurt am Main, Bremen, Hamburg, Hannover und Köln.

Du bist interessiert?

Bewirb' Dich über unser Karriereportal

<https://careers.wtwco.com>

und melde Dich bei Fragen gerne:

recruiting.ger@wtwco.com

wtwco.de



ALUMNI news

Mitgliedermagazin 01/2026

ALUMNI LIVE

Editorial	2
Absolventenfeiern der Bachelor- und Master-Absolvent:innen	4
ALUMNI Exklusiv: 5 Millionen Innovationen für eine bessere Welt	6
Promotionsfeier 2025	7
Die Dean's List des WS 2024/25	8
Deutschlandstipendium	9

FAKULTÄT/UNI

Neuer Rektor	12
Neuer Fakultätsvorstand	13
Erfolgreiche AACSB Akkreditierung	14
Mitgliedsantrag	15
Hohenheimer CareerDays 2025	17
KI & Sinn der Arbeit	18
17 % der Deutschen haben rechtspopulistisches Weltbild	20
Ältere Beschäftigte: Berufliche Perspektive prägt Freundschaften im Job	22

UP TO DATE

Altersvorsorge für die Generation Zukunft	24
Krise droht. Was nun?	26
Impressum	28



Editorial

Liebe ALUMNI-Mitglieder, liebe interessierte Leser:innen,

Ein spannendes Jahr liegt vor uns. 2026 feiert der ALUMNI HOHENHEIM e.V. den 30. Geburtstag. Ihr könnt euch auf spannende Veranstaltungen und Aktionen freuen.

2025 hatte ALUMNI HOHENHEIM einen abwechslungsreichen Themenkalender. In der Rubrik „ALUMNI LIVE“ berichten wir von den Veranstaltungen der Fakultät, die von unserem Verein teilweise bereits seit über 25 Jahren unterstützt werden. Auftakt der Feiern macht üblicherweise die Absolventenfeier der Master- und Bachelorabsolvent:innen gefolgt von der Promotionsfeier und der Dean's List, bei der die besten Studierenden der Fakultät durch den Dekan geehrt werden. Um weitere Studierende auf den Weg zu bringen unterstützen wir jährlich mit dem Deutschlandstipendium Studierende, die wir hier ebenfalls vorstellen. Bei unserem „ALUMNI Exklusiv“ zum Thema „5 Millionen für eine bessere Welt“ öffneten wir die Türen des Balkonsaals, um uns bei einem Abend im Zeichen der kreativen Denkkraft auszutauschen und über Zukunftsgestaltung zu sprechen.

Auch an der Universität Hohenheim ist 2025 viel passiert. In der Rubrik „FORSCHUNG UND LEHRE“ stellen wir den neuen Fakultätsvorstand sowie den neuen Rektor vor. Wir bedanken uns für die fruchtbare und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem bisherigen Fakultätsvorstand unter der Leitung von Dekan Prof. Dr. Jörg Schiller. Ein großer Erfolg und ein bedeutender Meilenstein der Fakultät im vergangenen Jahr ist die erfolgreiche AACSB Akkreditierung und damit die Aufnahme in den exklusiven Kreis der Business Schools weltweit. Außerdem berichten wir in der Rubrik

von den CareerDays 2025, über „KI und den Sinn der Arbeit“ und geben einen Einblick in das Demokratie-Monitoring der Uni Hohenheim. Professorin Fasbender berichtet darüber inwiefern die berufliche Perspektive Freundschaften im Job prägt.

In unserer Rubrik „UP TO DATE“ dürfen wir uns auf zwei Artikel unserer Förderer Willis Towers Watson und Sympra freuen.

Wir wünschen viel Spaß bei der Lektüre und freuen uns, euch 2026 zu unserem runden Geburtstag in Hohenheim begrüßen zu dürfen.

Der Vorstand



Das ALUMNI-Team

Der Vorstand



Stephanie Fleischmann:
Vorstand Finanzen



Angelika Liebhart:
Vorstand Veranstaltungen
und Projekte



Agatha Maisch:
Vorstand Betreuung der
ordentlichen Mitglieder



Andreas Mauz:
Vorstand Öffentlichkeitsarbeit
und Schriftführung

Betreuung der Geschäftsstelle



Anke Charisius

Der Beirat

Dr. Frank Baumgärtner
Dr. Bernd Blessin
Prof. Dr. Hans-Peter Burghof
Dr. Stefan Eberhardt
Prof. Dr. Benjamin Jung
Stefanie Lang

Feierlicher Abschied für Bachelor- und Masterabsolvent:innen der Fakultät WiSo



Masterabsolvent:innen / Foto Schneider

Am Freitag, den 27. Juni 2025, standen die Absolvent:innen der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften im Mittelpunkt: Im feierlichen Rahmen wurden sowohl die Bachelor- als auch die Master-absolvent:innen verabschiedet. Insgesamt nahmen rund 1.000 Gäste – darunter Absolvent:innen, ihre Familien und Freunde sowie Professor:innen und Mitarbeitende der Fakultät – an den beiden Veranstaltungen im Audimax teil.

Den Auftakt machte am Nachmittag die Masterfeier. Dekan Prof. Dr. Jörg Schiller begrüßte die Absolvent:innen und würdigte ihre herausragenden Leistungen. Im Anschluss fand die Bachelorfeier statt, bei der Studiendekan Prof. Dr. Benjamin Jung die Absolvent:innen verabschiedete und ihnen zu dem erfolgreichen Abschluss gratulierte.



Dekan Prof. Dr. Jörg Schiller / Foto Schneider

In beiden Feiern sprach Vorstandsmitglied **Stephanie Fleischmann vom Verein ALUMNI HOHENHEIM e.V.** ein Grußwort. Zudem moderierte sie die feierliche Übergabe der Gratulationsschreiben durch die Studiengangleitungen an die Absolvent:innen.

Insgesamt wurden **218 Bachelor- und 145 Masterabsolvent:innen** verabschiedet.



Stephanie Fleischmann von ALUMNI HOHENHEIM e.V. / Foto Schneider

Ein besonderer Moment der Veranstaltung war die Auszeichnung der besten Absolvent:innen. Die Preise für herausragende Leistungen in den wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen wurden vom **Unternehmen Deloitte** gestiftet. Stellvertretend überreichten Tobias Burk und Leon Wilhelm Weniger die Auszeichnungen. Für

die kommunikationswissenschaftlichen Studiengänge stiftete die **Agentur Communication Consultants** die Preise, vertreten durch Geschäftsführer Alexander Praun.



Master Preisträger:innen / Foto Schneider



Bachelorpreisträger:innen / Foto Schneider

Für ihr herausragendes Engagement als studentische Initiative, die das Campusleben bereichert, wurde das Kreditwirtschaftliche Colloquium Hohenheim mit dem HMD-Preis 2024 ausgezeichnet.



Preis für studentisches Engagement: Kreditwirtschaftliche Colloquium Hohenheim (KCH) / Foto Schneider

Organisiert und durchgeführt wurde die Feier vom Verein ALUMNI HOHENHEIM e.V. zusammen mit der Fakultät WiSo. Ohne die engagierte Unterstützung des Vereins wäre eine Feier in dieser Form nicht möglich – dafür ein herzliches Dankeschön!



Ein weiterer Dank gilt dem Wildblech Posauenquartett für die feierliche musikalische Begleitung, den studentischen Helfer:innen für ihre tatkräftige Unterstützung sowie der Fachschaft WiSo für ihren Einsatz beim Sektempfang. Einen stimmungsvollen Ausklang fand der Abend im Bio-Foyer – bei Sekt, Fingerfood und vielen schönen Gesprächen.



Impressionen / Foto Schneider

Die Fakultät WiSo und ALUMNI HOHENHEIM e.V. gratulieren allen Absolvent:innen herzlich und wünschen ihnen für ihren weiteren Weg – ob im Beruf oder in einem weiterführenden Studium – alles Gute und viel Erfolg!



Studiendekan Prof. Dr. Benjamin Jung / Foto Schneider

Denn, wie Studiendekan Prof. Dr. Benjamin Jung in seiner Rede betonte: „Unsere Absolvent:innen gehen kompetent, verantwortungsbewusst und mit Weitblick in eine komplexe Welt. Genau das brauchen Wirtschaft und Gesellschaft von morgen.“

PM



Bachelorabsolvent:innen / Foto Schneider

Millionen Innovationen für eine bessere Welt – ALUMNI Exklusiv im Balkonsaal des Hohenheimer Schlosses



Am 23. Juli war es wieder soweit: ALUMNI HOHENHEIM e.V. öffnete die Türen des historischen Balkonsaals für das diesjährige ALUMNI Exklusiv – ein Abend, der ganz im Zeichen der kreativen Denkkraft, des Austauschs und der Zukunftsgestaltung stand.

Im Mittelpunkt des Abends: Prof. Dr. Bernd Ebersberger, renommierter Innovationsforscher und langjähriger Impulsgeber für unternehmerisches Denken. Mit seinem inspirierenden Workshop nahm er die Gäste mit auf eine Reise durch die Welt der Ideen und zeigte dabei eindrucksvoll, wie aus ungewöhnlichen Kombinationen echte Durchbrüche entstehen können. Schon zu Beginn machte er deutlich, welche zentrale Bedeutung Erneuerung heute hat:

„Innovation – der heilige Gral für das Überleben von Unternehmen.“

Anhand von Beispielen aus der Wirtschaft, der Literatur und der Popkultur – von Joseph A. Schumpeter bis Raimond Queneau, von theoretischen Konzepten bis zur kreativen Arbeitsweise eines David Bowie – eröffnete er überraschende Perspektiven auf Innovationsprozesse. Dabei wurde deutlich: Bahnbrechende Ideen entstehen selten im Stillen, sondern durch mutiges

Ausprobieren, spielerisches Denken und den Austausch zwischen Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen.

Der Workshop bot nicht nur inhaltliche Tiefe, sondern auch viel Raum für Interaktion. Die Alumni hatten Gelegenheit, selbst kreativ zu werden, neue Denkwege auszuprobieren und miteinander über Lösungen für eine nachhaltigere Zukunft zu diskutieren. Besonders die Verbindung von Innovation und Nachhaltigkeit zog sich wie ein roter Faden durch den Abend: Wie können neue Ideen dazu beitragen, Herausforderungen unserer Zeit wirklich zu lösen? Welche Rolle spielen Kreativität, Offenheit und Interdisziplinarität?

Nach dem offiziellen Teil fand die Veranstaltung bei kühlen Getränken, gutem Essen und lebhaften Gesprächen ihren entspannten Ausklang. Viele nutzten die Gelegenheit, alte Kontakte zu vertiefen und neue zu knüpfen – ganz im Sinne eines lebendigen Alumni-Netzwerks.



Das ALUMNI Exklusiv 2025 hat einmal mehr gezeigt, wie inspirierend der Austausch in der Hohenheimer Community sein kann. Und vielleicht ist an diesem Abend im Balkonsaal tatsächlich eine der sprichwörtlichen „fünf Millionen Innovationen“ entstanden, die die Welt ein Stück besser machen.

AM



Feierlicher Abend für den wissenschaftlichen Nachwuchs der Fakultät WiSo



Quelle: Universität Hohenheim / Fakultät WiSo

Am 14. November 2025 feierte die Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Universität Hohenheim ihre Promotionsfeier im festlichen Balkonsaal im Schloss der Universität. Ab 17:30 Uhr füllte sich der Saal mit Promovierten, ihren Familien und Freunden, geladenen Gästen sowie Mitgliedern der Fakultät, um die herausragenden wissenschaftlichen Leistungen der insgesamt 16 Absolventinnen und Absolventen zu würdigen.

Feierlicher Auftakt und Begrüßung

Musikalisch eröffnet wurde der Abend durch ein Trio des Sinfonieorchesters der Universität Hohenheim. Mona Jungblut (Querflöte), Laura Freier (Geige) und Tim Baier (Bratsche) präsentierten den ersten Satz (Allegro ma non troppo) aus Dvořáks Terzetto op. 74 und verliehen der Feier einen stimmungsvollen Rahmen.

Im Anschluss begrüßte Prodekan Prof. Dr. Henner Gimpel die Anwesenden. Er würdigte die Vielfalt und Bedeutung der Forschungsleistungen der Promovierten, die einen wichtigen Beitrag zur wissenschaftlichen Weiterentwicklung der Fakultät und der Universität insgesamt leisten.

Grußwort des ALUMNI HOHENHEIM e.V.
Für den ALUMNI HOHENHEIM e.V.

richtete Andreas Mauz ein Grußwort an die frisch Promovierten. Er betonte die Bedeutung des lebenslangen Netzwerks der Universität Hohenheim und lud die Absolventinnen und Absolventen ein, auch künftig Teil dieser Gemeinschaft zu bleiben.



Prof. Dr. Henner Gimpel / Quelle: Universität Hohenheim / Fakultät WiSo

Musikalisches Intermezzo und feierliche Erneuerung des Doktordiploms

Ein weiteres musikalisches Intermezzo folgte mit dem dritten Satz (Allegro molto) aus Beethovens Serenade op. 25. Im Anschluss erfolgte ein besonderer Programmpunkt: die feierliche Erneuerung des Doktordiploms von Hon.-Prof. Jürgen Stark, dessen Promotion 50 Jahre zurückliegt. Die Fakultät würdigte damit Starks langjährigen Bezug zur Universität Hohenheim und seinen Beitrag zur Wissenschaft.

Würdigung der Promovierten

Den Höhepunkt des Abends bildete die feierliche Übergabe der Gratulationsschreiben an die 16 Promovierten. Prof. Dr. Katja Schimmelpfeng und Prof. Dr. Henner Gimpel führten durch die Ehrungen.



Quelle: Universität Hohenheim / Fakultät WiSo

Danksagungen und musikalischer Abschluss

Im Schlusswort dankten Prof. Gimpel und Prof. Schimmelpfeng allen Mitwirkenden – dem Organisationsteam, den unterstützenden Helfenden, dem Trio des Sinfonieorchesters sowie den zahlreichen Gästen. Den musikalischen Ausklang gestaltete erneut das Trio, diesmal mit dem vierten Satz (Allegro) aus Telemanns Trio Sonata TWV 42:a4.

Ausklang

Im Anschluss fand das traditionelle Gruppenfoto im Foyer statt – ein symbolischer Moment der Gemeinschaft und ein Zeichen für den gemeinsamen Erfolg der Promovierten. Beim abschließenden Sekt Empfang mit kleinem Imbiss nutzten viele Gäste die Gelegenheit zu persönlichen Gesprächen und fachlichem Austausch.



Quelle: Universität Hohenheim / Fakultät WiSo

Mit dieser Feier unterstrich die Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften erneut ihr Engagement für exzellente Forschung, akademischen Zusammenhalt und die Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses. Allen Promovierten wünscht die Fakultät für ihre weitere wissenschaftliche, berufliche und persönliche Zukunft viel Erfolg.

Ein besonderes Dankeschön gilt dem ALUMNI HOHENHEIM e.V. für die großzügige finanzielle Unterstützung der Feier, ohne die diese festliche Veranstaltung nicht möglich gewesen wäre.

PM

Dean's List der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften



Quelle: Universität Hohenheim

Am Mittwoch, den 22.10.2025 ehrte die Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften die besten 3% aller Studierenden der Fakultät des Wintersemester 2024/25.

In einem festlichen Rahmen wurden die Studierenden im Balkonsaal des Schlosses von Studiendekan Prof. Dr. Benjamin Jung begrüßt und anschließend mit begleitenden Worten von Frau Dr. Mönninghoff des CareerCenters und Frau Fleischmann des ALUMNI HOHENHEIM e.V. mit einer Urkunde für ihre herausragenden akademischen Leistungen sowie ihr besonderes Engagement im Studium ausgezeichnet.

Im Anschluss an die Übergabe erfolgte ein gemeinsames Gruppenfoto der Ausgezeichneten sowie ein feierlicher Sektempfang im Foyer des Schlosses. Bei einem Sektempfang im Foyer des Schlosses klang die Feier aus.



Quelle: Universität Hohenheim

Ein besonderer Dank gilt dem ALUMNI HOHENHEIM e.V., dem Netzwerk der Alumni der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, welcher die Veranstaltung unterstützt hat sowie dem CareerCenter der Uni Hohenheim.

Weitere Informationen zur Dean's List:

<https://wiso.uni-hohenheim.de/deanslist>

PM



ALUMNI HOHENHEIM e.V. unterstützt Studierende der Universität Hohenheim mit einem Deutschlandstipendium



Foto: Wolfgang Kuhnle

Seit dem Wintersemester 2014/15 fördert ALUMNI HOHENHEIM e.V. Studierende mit einem Deutschlandstipendium. Damit möchten wir einen sichtbaren Beitrag zur Förderung von herausragenden Studierenden leisten.

Wer sind unsere Stipendiat:innen im Jahr 2025/26?

Wir haben unseren neuen Stipendiat:innen ein paar Fragen gestellt, um sie näher kennenzulernen. Annabell Giera, Quynh Anh Tran und Philipp Wolff, deren Stipendien verlängert wurden, haben wir bereits im letzten Jahr vorgestellt.

Denise Glatzel, Master „Bioökonomie“

Denise, welche Schwerpunkte vertiefst

Du in Deinem Studium?

Ich studiere Bioeconomy im Master und vertiefe seit diesem Jahr das Profil Bioeconomy Policy Analysis. Dort lerne ich viel über Nachhaltigkeits- und Bioökonomie-richtlinien sowie deren praktische Anwendung. Zusätzlich habe ich aus Interesse einige Module (auch aus diesem Wahlbereich) aus dem Themengebiet Ernährungssicherung und Entwicklungshilfe belegt.

Hast Du schon konkrete Berufsvorstellungen?

Noch nicht ganz. Grundsätzlich interessiert mich jedoch alles rund um Nachhaltigkeitsrichtlinien und -berichterstattung, insbesondere Themen wie ESG-Reporting oder Lebenszyklusanalysen. In diesem Bereich könnte ich mir gut vorstellen, nach dem Studium zu arbeiten.



*Wie verbringst Du Deine Freizeit?
Engagierst Du Dich sozial, politisch,
gesellschaftlich?*

In meiner Freizeit engagiere ich mich an verschiedenen Stellen an der Universität. Phasenweise bin ich im AKN aktiv, außerdem in der Studierendenkommission meines Studiengangs und im Green Board der Universität. Zudem wurde ich zwei Jahre in Folge als Stellvertreterin in das Studierendenparlament gewählt.

Auch darüber hinaus versuche ich, mich gesellschaftlich für meine Werte einzusetzen, egal ob öffentlich oder im privaten Umfeld.

Was kannst Du anderen Studierenden mit auf den Weg geben?

Ich würde ihnen auf jeden Fall raten, sich im Studium die Zeit zu nehmen, die sie brauchen. Erst durch Entschleunigung hatte ich selbst die Möglichkeit, mich zu engagieren, Interessen zu entwickeln und Neues auszuprobieren. Das hat mich deutlich weitergebracht, als wenn ich einfach nur durchs Studium "durchgerauscht" wäre.

Außerdem möchte ich Studierende ermutigen, offen für Neues zu sein. Keine Angst vor neuen Erfahrungen zu haben und ohne Vorurteile auf Veranstaltungen oder Treffen zuzugehen, kann sehr bereichernd sein. Meistens nimmt man etwas Wertvolles daraus mit – ein Lerneffekt ist eigentlich immer dabei.

Alena Lidia Monz,
Master „Management“

Alena, welche Schwerpunkte vertiefst Du in Deinem Studium?

Ich studiere im Masterstudiengang Management und vertiefe im Bereich Health Care & Public Management.

Hast Du schon konkrete Berufsvorstellungen?

Nach Abschluss meines Studiums strebe ich eine Promotion im Bereich Gesundheitsmanagement an.



Wie verbringst Du Deine Freizeit? Engagierst Du Dich sozial, politisch, gesellschaftlich?

Vor sieben Jahren habe ich meinen Hund Filos (dt. „Freund“) aus Griechenland adoptiert und seither ist er meine liebste „Freizeitbeschäftigung“. Wenn sich die Möglichkeit ergibt, nutzen wir freie Tage gerne, um in die Natur zu fahren und neue Gegenden zu erkunden. Der Tierschutz liegt mir sehr am Herzen und ich engagiere mich seit vielen Jahren insbesondere im Auslandstierschutz. Hier hatte ich in der Vergangenheit Spendenverkäufe organisiert, um Kastrationsaktionen zu unterstützen, welche Tierleid nachhaltig vermindern können. Als Pflegestelle für Hunde aus dem Auslandstierschutz, unterstützten mein Partner und ich Tierschutzorganisationen zudem darin, Hunde von der Straße zu holen und ein liebevolles Zuhause für sie zu finden.

Was kannst Du anderen Studierenden mit auf den Weg geben?

Am einfachsten studiert es sich meiner Meinung nach, wenn man Interesse an den Inhalten entwickelt. Auch wenn man sich anfangs manchmal etwas selbst überzeugen muss, wenn man im Thema ist, sind die meisten Dinge viel spannender. Am einfachsten ist es aber natürlich Module zu belegen, die einen interessieren und auch für die berufliche Zukunft relevant sind – hier macht es meiner Meinung nach Sinn, individuell zu planen und nicht einfach die „beliebten“ oder „leichten“ Module zu belegen.

Außerdem hilft es enorm einen guten Lernpartner zu haben, der ähnliche Ziele und Herangehensweisen hat. Dazu muss man nicht tagelang gemeinsam in der Bibliothek sitzen, Videocalls zwischendrin funktionieren ebenfalls super. Auch wenn man die Inhalte am Ende selbst lernen muss, ist es schön Mitstreiter zu haben, die in der selben Situation sind und man kann sich gegenseitig unterstützen und beruhigen, wenn dann doch kurz Panik ausbricht. Das schönste Gefühl ist es dann, wenn man es am Ende gemeinsam erfolgreich durch die Prüfungsphase geschafft hat.

Thies Straube,
Master „Management“

Thies, welche Schwerpunkte vertiefst Du in Deinem Studium?

Ich habe mich für den Studienschwerpunkt Accounting, Controlling und Taxation im Rahmen meines Masters in Management entschieden. Ich arbeite sehr gerne mit Zahlen und finde insbesondere den Bereich Controlling sehr spannend.

Weiter interessiere ich mich auch für das Steuerrecht, insbesondere weil ich in meinem Bachelor im Fach Unternehmensjura bereits viel über den Umgang mit Rechtsnormen,

vor allem deren Auslegung gelernt habe. Diese Schnittstelle zwischen Wirtschaft und Recht ist für mich besonders reizvoll.

Hast Du schon konkrete Berufsvorstellungen?

Während meines Bachelorstudiums lag mein Schwerpunkt bislang stark im rechtlichen Bereich, weshalb ich auch meine bisherigen Praxiserfahrungen in diesem Bereich gesammelt habe. Nun habe ich mich aber dazu entschlossen, meinen beruflichen Schwerpunkt in wirtschaftlichen Thematiken zu setzen. Konkrete Berufsvorstellungen konnte ich daher noch nicht endgültig festlegen. Besonders spannend finde ich Tätigkeiten im Controlling, im Accounting aber auch in der Unternehmensberatung. Auch eine Arbeit mit steuerlichen Fragestellungen kann ich mir sehr gut vorstellen.



Wie verbringst Du Deine Freizeit? Engagierst Du Dich sozial, politisch, gesellschaftlich?

In meiner Freizeit verbringe ich gerne Zeit mit Aktivitäten, die mir Ausgleich und Freude geben. Über mehrere Jahre hinweg habe ich einen Nachhilfeschüler wöchentlich in Mathematik unterstützt und ihn bis zu seinem erfolgreichen Schulabschluss begleitet.

Darüber hinaus bin ich ein leidenschaftlicher Fußballfan und verbringe viele Wochenenden im Stadion. Neben dem Sport interessiere ich mich für wirtschaftliche Themen, insbesondere für die Börse, und informiere mich regelmäßig über aktuelle Entwicklungen.



Als gebürtiger Schwarzwälder gehe ich außerdem sehr gerne wandern. In der Natur kann man einfach seine Batterien am besten wieder „aufladen“. Wenn es die Zeit erlaubt, reise ich sehr gerne und entdecke neue Länder und Kulturen.

Was kannst Du anderen Studierenden mit auf den Weg geben?

Aus meinen bisherigen Studienerfahrungen habe ich gelernt, dass es sich lohnt, offen für neue Richtungen zu bleiben und den eigenen Weg nicht zu früh festzulegen. Gerade die Kombination unterschiedlicher Perspektiven, in meinem Fall zunächst ein rechtlicher Schwerpunkt und nun die wirtschaftliche Ausrichtung, eröffnet spannende Möglichkeiten. Natürlich sind diese Wechsel immer eine Herausforderung, aber es lohnt sich auch solche Schritte zu wagen, in sich selbst zu vertrauen und vermeintliche „Umwege“ nicht zu scheuen.

Weiter habe ich durch die drei zivilrechtlichen Klausuren des ersten juristischen Staatsexamens, gelernt, dass auch unmöglich groß erscheinende Stoffmengen zu bewältigen sind, wenn man konsequent arbeitet und sich ein unterstützendes Umfeld schafft. Dabei habe ich insbesondere gelernt, wie wichtig es ist, sich nicht durch kleine Misserfolge unterkriegen zu lassen und das große Ganze im Blick zu behalten.

Emil Widmann

Master „Economics with Data Science“

Welche Schwerpunkte vertiefst Du in Deinem Studium?

Im Zuge meines Economics Masters habe ich mich besonders auf 2 Schwerpunkte fokussiert: 1. Labor Economics: Ich finde es spannend in Modellen, nachzuvollziehen, wie Konsumenten ihre Entscheidungen treffen, ob und wie viel Arbeit sie dem Arbeitsmarkt zur Verfügung stellen und welche

Determinanten diese Entscheidungen beeinflussen. Auch Fragestellungen wie bspw. die Auswirkungen/Implikationen des Mindestlohns auf Wirtschaft, AL-Quote und Wohlfahrt interessieren mich. 2. International Economics: In Zeiten von „Trump-Zöllen“ und zunehmenden Deglobalisierungstendenzen, finde ich es hilfreich die zugrundeliegenden Dynamiken zu verstehen und Auswirkungen sowie Entwicklungen einordnen zu können.

Hast Du schon konkrete Berufsvorstellungen?

Aufgrund vorheriger Praktika im Bereich Einkauf und „Transportation/Mobility“ kann ich mir ein Berufseinstieg in einem der Bereiche gut vorstellen. Generell bin ich mir aber noch unsicher, wohin es mich genau verschlagen wird.



Wie verbringst Du Deine Freizeit?

Engagierst Du Dich sozial, politisch, gesellschaftlich?

Da ich vom Bodensee komme, versuche ich so oft es geht am Wochenende in die Berge zu fahren. Im Sommer, um einen weiteren Gipfel von der Liste streichen zu können und im Winter, auf der Suche nach Tiefschneehängen. In meiner Schulzeit habe ich mich ehrenamtlich als Gruppenleiter der Ministranten der Kirchengemeinde engagiert.

Was kannst Du anderen Studierenden mit auf den Weg geben?

Seid neugierig, nutzt die Chancen, die sich ergeben und lasst Euch von Rückschlägen

nicht entmutigen. Nehmt die Angebote der Universität (bspw. Uni-Sport) wahr, genießt das Studium (es wird schneller vorbei gehen, als man es vermutet...) und engagiert Euch in den Bereichen die Euch interessieren und Spaß machen.

Wenn Du auch Hohenheimer Studierende unterstützen willst, Dir 150 EUR pro Monat für ein eigenes Stipendium aber zu hoch sind, dann spende an:

ALUMNI HOHENHEIM e.V.
Stichwort Deutschlandstipendium
(Landesbank Baden-Württemberg, IBAN: DE75 6005 0101 0002 0792 59, BIC-/SWIFT-Code: SOLADEST).

Wir koordinieren die Spenden und halten Dich bezüglich Auswahlkriterien und Auswahl auf dem Laufenden. Bei einem Treffen mit den geförderten Stipendiaten erhältst Du zudem Kontakt zu „Deinem“ Stipendiaten bzw. „Deiner“ Stipendiatin.

AC

Neuer Rektor der Uni Hohenheim: Professor Christoph Schneider tritt sein Amt an



Quelle: Universität Hohenheim

Professor Christoph Schneider tritt mit dem 1. Oktober 2025 sein Amt als neuer Rektor der Universität Hohenheim in Stuttgart an. Der Klimageograph war zuvor hauptamtlicher Vizepräsident für Forschung an der Humboldt-Universität zu Berlin. Er ist der Nachfolger von Professor Stephan Dabbert, der nach über zwölf Jahren im Amt vor einem Jahr unerwartet verstarb.

Mit einer Begrüßung per Video wendet sich Christoph Schneider am ersten Tag seiner achtjährigen Amtszeit an die Studierenden und Beschäftigten der Universität Hohenheim. „Ich freue mich auf die neuen Aufgaben als Rektor der Universität Hohenheim, auf das Kennenlernen und die gemeinsame Zeit mit Ihnen allen“, sagt er darin. Ihn beeindruckte das „unglaubliche Engagement, das man auf allen Ebenen spürt – dieser Hohenheim Spirit, den ich bereits in der Vorbereitung auf den heutigen Tag selbst erleben durfte.“

Seine Aufgabe als Rektor sehe er darin, „die Universität Hohenheim im Ganzen im Blick zu behalten und gemeinsam im Team voranzubringen – in Forschung, Lehre und Transfer.“ Das Besondere an der Universität Hohenheim seien ihr klares Profil in Lehre und For-

schung, ihre einzigartige Infrastruktur und die beachtlichen Erfolge, die sie zu verzeichnen hat – nicht zuletzt in der Exzellenzstrategie. Als Rektor sei ihm wichtig, dieses Profil „zu stärken, international noch sichtbarer zu machen und dabei auch über Fächer- und Fakultäts-grenzen hinweg zu denken. Das können wir nur gemeinsam – als ein großes ‚Team Hohenheim‘.“

Wahl mit überwältigender Mehrheit

Christoph Schneider war am 27. Juni 2025 mit überwältigender Mehrheit in Universitätsrat und Senat zum Rektor gewählt worden. Zu seinem Leitungsteam wird auch weiterhin Dr. Katrin Scheffer gehören, die als Kanzlerin ebenso wie der Rektor hauptamtliches ständiges Rektoratsmitglied ist. Die nebenamtlichen Prorektor:innen bleiben geschäftsführend im Amt, bis das Team auf Vorschlag des Rektors vom Senat neu gewählt wird.

„Das Rektoratsteam hat im vergangenen Jahr Großartiges geleistet“, betont Schneider. „Wegen seiner schweren Krankheit musste mein Vorgänger Stephan Dabbert bereits im September 2024 die Amtsgeschäfte niederlegen. Kurz darauf musste die Universität den Tod ihres beliebten Rektors beklagen. Seit dieser Zeit haben die Rektoratsmitglieder neben

ihren eigenen Aufgaben die des Rektors gemeinschaftlich getragen und die Universität weiter vorangetrieben. Dies verdient unseren größten Respekt.“

Neben der Kanzlerin adressiert er damit die Prorektorin für Forschung, wissenschaftlichen Nachwuchs und Transfer Professorin Julia Fritz-Steuber, den Prorektor für Internationalisierung Professor Andreas Pyka, den Prorektor für Studium und Lehre Professor Sebastian Hess und die Prorektorin für Digitale Transformation und Nachhaltigkeit Professorin Caroline Ruiner.

Mit dem heutigen 1. Oktober 2025 erhält dieses Leitungsteam mit Professor Schneider eine neue Spitze. Der feierliche Festakt zur Amtsübergabe mit Wissenschaftsministerin Petra Olschowski findet am 23. Oktober statt.



Quelle: Universität Hohenheim

HINTERGRUND: zur Person Prof. Dr. Christoph Schneider

Bis zu seinem Amtsantritt an der Universität Hohenheim engagierte sich Professor Christoph Schneider seit August 2021 als hauptamtlicher Vizepräsident für Forschung an der Humboldt-Universität zu Berlin. In dieser Funktion war er auch Mitglied des Executive Board der Berlin University Alliance. Der Geograph war seit 2015 Professor für Klimageographie am Geographischen Institut der HU und zeitweise dessen Institutsdirektor.



Von 2004 bis 2015 war Schneider als Professor für Physische Geographie und Klimatologie an der RWTH Aachen tätig und auch dort zeitweise Institutsdirektor, Fachgruppensprecher und Studiendekan. Zuvor hatte er die Vertretungsprofessur des Lehrstuhls für Physische Geographie der Universität Freiburg inne.

Zu seinen weiteren Engagements zählen die Mitgliedschaft im wissenschaftlichen Beirat des Leibniz-Instituts für Gewässerökologie und Binnenfischerei (seit 2018) sowie die Tätigkeit im Fachkollegium Physische Geographie der Deutschen Forschungsgemeinschaft (2016–2024). Im September 2019 gehörte er zu den Gründungsmitgliedern der „Scientists for Future“.

Geboren wurde Christoph Schneider am 27. Februar 1965 in Blaustein-Herrlingen. Nach Abitur in Ulm und Zivildienst im Allgäu studierte er ab 1986 Geographie und Physik an der Universität Freiburg, wo er 1998 nach Aufhalten in Hamilton (Neuseeland) und Basel (Schweiz), auch promoviert wurde. Die Habilitation erfolgte 2004 ebenfalls an der Universität Freiburg.

Zu seinen Forschungsschwerpunkten zählen die Auswirkungen des Klimawandels in Polar- und Gebirgsregionen auf die Kryosphäre, insbesondere auf Gletscher, Permafrost, Schneedecke und Wasserressourcen. Auch Forschung zum Stadtklima und der Feinstaubbelastung in Städten sind Teil seiner wissenschaftlichen Tätigkeit.

LINK zum Video: <https://www.youtube.com/shorts/YQRWnHmrXLU>

PM

Neuer Fakultätsvorstand tritt zum 1. Januar 2026 sein Amt an



Neuer Fakultätsvorstand / Von links nach rechts: Prof. Dr. Benjamin Jung, Prof. Dr. Marion Büttgen, Prof. Dr. Thomas Dimpfl, Prof. Dr. Wolfgang Schweiger / Quelle: Fakultät WiSo

Der Fakultätsrat der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften hat in seiner Sitzung im Oktober den neuen Fakultätsvorstand gewählt. Zum 1. Januar 2026 übernimmt das neu gewählte Gremium offiziell seine Aufgaben.

Der Fakultätsvorstand setzt sich wie folgt zusammen:

Prof. Dr. Benjamin Jung – Dekan

Prof. Dr. Wolfgang Schweiger – Studiendekan

Prof. Dr. Marion Büttgen – Prodekanin für Forschung und Wissenstransfer

Prof. Dr. Thomas Dimpfl – Prodekan für Internationale Beziehungen

Die Fakultät freut sich auf die Zusammenarbeit mit dem neuen Vorstandsteam und blickt zuversichtlich auf die kommenden Jahre der gemeinsamen Weiterentwicklung in Forschung, Lehre, Internationalisierung und Wissenstransfer.

Gleichzeitig bedankt sich die Fakultät herzlich beim bisherigen Vorstand für die engagierte und erfolgreiche Arbeit sowie die geordnete Übergabe bis zum 31. Dezember 2025.

Die Fakultät spricht dem scheidenden Vorstand ihren Dank für die geleistete Arbeit und die positive Gestaltung der letzten Amtsperiode aus.

PM

Wir sind AACSB-akkreditiert: Internationales Qualitätssiegel für unsere Fakultät WiSo



Quelle: Universität Hohenheim

Die Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Universität Hohenheim hat einen bedeutenden Meilenstein erreicht: Wir sind ab sofort offiziell durch die AACSB International – The Association to Advance Collegiate Schools of Business akkreditiert.

Damit gehören wir zu einem exklusiven Kreis von Business Schools weltweit, die dieses international renommierte Qualitätssiegel tragen dürfen – weniger als sechs Prozent aller Business Schools weltweit erfüllen die anspruchsvollen Kriterien der AACSB. Die AACSB (Association to Advance Collegiate Schools of Business) ist eine weltweit führende Akkreditierungsorganisation für Business Schools. Seit ihrer Gründung im Jahr 1916 setzt sie international anerkannte Standards für Qualität und Exzellenz in der wirtschaftswissenschaftlichen Bildung. Eine AACSB-Akkreditierung gilt als eines der wichtigsten Qualitätssiegel für Business Schools weltweit. Die Akkreditierung ist das Ergebnis eines mehrjährigen, intensiven Entwicklungsprozesses. Sie würdigt unsere konsequente Ausrichtung auf Exzellenz in Forschung, Lehre, Transfer und Internationalisierung. Das internationale Peer Review Team (PRT) hebt in seinem Bericht hervor:

„Die Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Universität Hohenheim zeichnet sich in besonderem Maße durch ihre Forschungsstärke aus.“

Darüber hinaus werden besonders die Initiativen und Projekte wie das **Inno-Greenhouse**, die **Fokusthemen „Digitale Transformation und Wandel“**, **„Nachhaltige Wirtschaft und Konsum“** sowie **„Ungleichheit und Diversität“** sowie die Erfolge in der Forschung und weiteren Bereichen der wissenschaftlichen Arbeit (z.B. **AIDAHO**) gewürdigt.

Diese Einschätzungen spiegeln unser Selbstverständnis wider: eine forschungsstarke Fakultät, die aktuelle gesellschaftliche Herausforderungen aufgreift, interdisziplinär arbeitet und neue Impulse in Lehre, Transfer und Praxis setzt. Wir danken allen Mitarbeitenden, Lehrenden und Studierenden, die diesen Erfolg durch ihr Engagement möglich gemacht haben.

„Die AACSB-Akkreditierung steigert unsere internationale Sichtbarkeit und bestätigt, dass wir ein verlässlicher und innovativer Partner in Forschung und Lehre sind – für Studierende, wissenschaftliche Partner und die Praxis gleichermaßen“, betont Dekan Prof. Dr. Jörg Schiller.

Was bedeutet die AACSB-Akkreditierung?

Die AACSB-Akkreditierung steht für:

- Hohe Qualitätsstandards in Lehre, Forschung, Strategie und Organisation
- Kontinuierliche Weiterentwicklung von Studienangeboten und Strukturen
- Internationale Sichtbarkeit durch ein global anerkanntes Qualitätssiegel

- Starke Praxisorientierung und Zusammenarbeit mit Partnern aus Wirtschaft, Gesellschaft und Politik
- Zukunftsorientierte Ausbildung für verantwortungsvolle Positionen in einer sich wandelnden Welt

Vorteile für Fakultät, Universität und Studierende

Für unsere Fakultät bedeutet die Akkreditierung eine klare internationale Positionierung und eine nachhaltige Stärkung unserer Wettbewerbsfähigkeit. Die Universität Hohenheim profitiert von der gestiegenen internationalen Reputation und dem Zugang zu globalen Netzwerken.

Für unsere Studierenden ist die AACSB-Akkreditierung ein starkes Qualitätssignal: Sie studieren an einer Institution, die international höchsten Ansprüchen gerecht wird. Das stärkt nicht nur die weltweite Anerkennung der Studienabschlüsse, sondern erhöht auch die beruflichen Chancen auf dem internationalen Arbeitsmarkt. Zudem eröffnen sich neue Möglichkeiten in der internationalen Zusammenarbeit, bei Austauschprogrammen und durch das globale AACSB-Netzwerk.

Besuch der AACSB-Delegation – Eindrücke und Impressionen

Das ausschließlich mit Dekanen besetzte PRT anderer akkreditierter Business Schools war im Mai 2025 zu Gast an unserer Fakultät. In Gesprächen mit Lehrenden, Studierenden, Mitarbeitenden und der Universitätsleitung sowie bei Rundgängen und Fachsitzungen konnten wir unsere strategischen Ziele und unsere Stärken zeigen – insbesondere in Forschung, gesellschaftlicher Relevanz und Innovation. Das PRT gab wertvolles Feedback und Anregungen.

Wir sind stolz auf diese Auszeichnung – und zugleich hoch motiviert, unseren Weg mit Qualität, Verantwortung und Innovationskraft weiterzugehen.

PM





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 ge-
 machten Angaben in die Datenbank von ALUMNI HOHENHEIM
 e. V. aufgenommen werden und im Rahmen des Netzwerkes –
 insbesondere in einem regelmäßig aktualisierten Mitglieder-
 verzeichnis – veröffentlicht werden. Um zu einem funktionierenden
 Netzwerk beizutragen, werde ich Änderungen meiner hier angege-
 benen 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 Mit-
 gliedschaft ihre Gültigkeit. Es ist mir bekannt, dass Zuwider-
 handlungen 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.

PERSÖNLICH

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.)

PRIVAT

Erste Adresse

Zweite Adresse

Straße*:

Straße:

Postleitzahl, Ort*:

Postleitzahl, Ort:

Telefon*:

Telefon:

Mobiltelefon:

Telefax:

Telefax:

E-Mail*:

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 Firmenadresse
Möchten 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.

Hohenheimer CareerDays 2025: Rekordbeteiligung und lebendiger Austausch zwischen Studierenden, Unternehmen und Alumni



Quelle: Universität Hohenheim

Mit beeindruckenden Rekordzahlen gingen die „Hohenheimer CareerDays 2025“ vom 5. bis 12. November zu Ende. Noch nie zuvor waren so viele Studierende der Einladung des CareerCenterHohenheim gefolgt, um die 43 teilnehmenden Unternehmen kennenzulernen und wertvolle Einblicke in verschiedene Branchen zu erhalten.

Den Auftakt machten vier themenspezifische Abendveranstaltungen zu Wirtschaftsprüfung & Steuerberatung, Consulting, Finanzen sowie Industrie. Im Audimax stellten sich zunächst die Unternehmen vor, bevor Podiumsrunden und Präsentationen den Studierenden praxisnahe Einblicke in Berufsbilder, Arbeitsalltag und Einstiegsmöglichkeiten boten. Beim anschließenden „Get Together“ im Schloss ergaben sich zahlreiche Gelegenheiten, individuelle Fragen zu stellen und direkt mit Unternehmensvertreter:innen ins Gespräch zu kommen. Besonders schön: Auch in diesem Jahr kehrten viele ehemalige Hohenheimer Studierende – mittlerweile beruflich erfolgreich angekommen – zurück an ihre Alma Mater. Mit ihren „Alumni“-Bottons

gut sichtbar, standen sie den Studierenden für persönliche Erfahrungsberichte zur Verfügung.

Die CareerDays sind längst weit mehr als eine klassische Bewerbermesse. Sie bieten eine zentrale Plattform für berufliche Orientierung, Austausch und Networking. Gerade vor dem Hintergrund der aktuell herausfordernden Arbeitsmarktlage wurden zahlreiche wertvolle Tipps vermittelt und neue Perspektiven eröffnet.

Erstmals war beim Get Together auch der Alumni Hohenheim e.V. vertreten. Für den Verein bot sich eine wunderbare Gelegenheit, mit Studierenden ins Gespräch zu kommen, Fragen rund um Berufseinstieg und Karriere zu beantworten und aufzuzeigen, wie Alumni-Netzwerke über das Studium hinaus unterstützen können.

Ein besonderer Dank gilt allen teilnehmenden Unternehmen sowie den engagierten Studierendeninitiativen MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V., KCH – Kreditwirtschaftliches Colloquium Hohen-

heim und JBT – Studentische Unternehmensberatung. Ebenso bedanken wir uns für die Unterstützung der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Universität Hohenheim.

Unser ausdrücklicher Dank geht an das CareerCenterHohenheim, das die CareerDays seit vielen Jahren mit großem Engagement organisiert und damit einen wichtigen Beitrag zur Berufsorientierung und Vernetzung unserer Studierenden leistet.

Wir sind gespannt, welche erfolgreichen Matches zwischen Bewerbenden und Unternehmen die CareerDays in diesem Jahr hervorgebracht haben – und freuen uns schon jetzt auf die nächste Ausgabe!

PM

KI & Sinn der Arbeit

Artikel aus dem Hohenheimer Online-Kurier



Bild: TA Design – stock.adobe.com (KI-generiert)

Geistige Anstrengung, intrinsische Motivation und sozialer Nutzen bestimmen die wahrgenommene Bedeutung der Arbeit, zeigen Untersuchungen der Uni Hohenheim. Dabei gingen die Forschenden der Frage nach, welchen Einfluss Künstliche Intelligenz (KI) auf den Sinn ausübt, den Beschäftigte in ihrer Arbeit sehen. Das Ergebnis: Nicht die Technologie allein, sondern der richtige Einsatz von KI ist entscheidend. Sie sollte Beschäftigte unterstützen, ohne ihre Motivation und kognitive Leistung zu beeinträchtigen. Als sogenannte hybride Intelligenz ergänzen dann Mensch und Maschine ihre Stärken optimal, was dazu beiträgt, Arbeit als sinnstiftend und erfüllend wahrzunehmen, so die Schlussfolgerung der Forschenden.

Sprachverständnis, Problemlösung, analytisches und logisches Denken oder Lernen aus Erfahrung – Beispiele für Aufgaben, die normalerweise menschliche Intelligenz erfordern. Doch zunehmend übernimmt Künstliche Intelligenz (KI) diese Funk-

tionen. Sie verändert die Arbeitswelt grundlegend, fördert Effizienz und Produktivität.

Doch welchen Einfluss hat sie auf den Sinn, den Menschen in ihrer Arbeit sehen? Denn sinnvolle Arbeit, die als persönlich und gesellschaftlich wertvoll erachtet wird, ist zentral für die Motivation, Zufriedenheit und psychische Gesundheit der Mitarbeitenden. Dieser Frage sind Forschende unter Leitung von Prof. Dr. Caroline Ruiner vom Fachgebiet Soziologie nachgegangen.

Sozialer Nutzen...

In einem Experiment mit 677 Teilnehmenden untersuchte das Forschungsteam, wie die Verwendung eines KI-Textgenerators die Bewertung einer Schreibaufgabe beeinflusst. Die Teilnehmenden sollten einen Spendenaufruf zugunsten von Kindern verfassen und wurden zufällig auf drei Gruppen verteilt.

Während eine Gruppe den Text eigenständig schrieb, wählte eine zweite Gruppe aus

fertigen Textvorschlägen des KI-Generators aus. Eine dritte Gruppe konnte ebenfalls Vorschläge der KI nutzen, diese jedoch nach Belieben bearbeiten. Am Schluss bewerteten die Teilnehmenden den Sinn der Aufgabe und ihren persönlichen Beitrag dazu.

Den stärksten Einfluss hatte in allen drei Gruppen der empfundene soziale Nutzen: „Wenn sie die Arbeit als gesellschaftlich wirkungsvoll ansahen, bewerteten die Teilnehmenden sie als besonders sinnstiftend“, so Doktorandin Mateja Vodiškar.

...und geistige Anstrengung entscheidend

An zweiter Stelle kam die geistige Anstrengung, die investiert werden muss, um eine Aufgabe zu bewältigen: „Je höher der kognitive Anspruch, desto höher wird auch die Bedeutung einer Aufgabe eingeschätzt“, erklärt die Expertin. „Geistige Anstrengung dient als Anhaltspunkt für den Wert einer Aufgabe, da sie Mitarbeitenden das Gefühl gibt, eine wichtige und bedeutsame Arbeit zu erledigen. Besonders die Gruppe ohne KI-Unterstützung stufte ihre Aufgabe signifikant als herausfordernder und gleichzeitig als bedeutungsvoller ein.“

„Andererseits zeigen unsere Untersuchungen auch, dass der Einsatz eines KI-Systems nicht unbedingt die wahrgenommene Bedeutung einer Aufgabe beeinflusst“, erläutert Prof. Dr. Ruiner. „Teilnehmende mit KI-Unterstützung schätzten ihre Arbeit ebenfalls als bedeutsam ein – allerdings weniger stark ausgeprägt als jene ohne KI-Unterstützung. Dieser Effekt tritt vor allem dann ein, wenn die Automatisierung durch KI als unterstützend, aber nicht übermäßig dominierend wahrgenommen wird. Falls jedoch der Einsatz von KI die kognitive Herausforderung vollständig reduziert, kann dies dazu führen, dass die Aufgabe als weniger bedeutungsvoll empfunden wird.“



Hybride Intelligenz

Wie entscheidend die Art der Interaktion zwischen Mensch und KI ist, zeigen die Ergebnisse einer weiteren Befragung von zehn Ärzt:innen und Anwält:innen: KI steigert besonders dann die Arbeitszufriedenheit, wenn sie Fachkräfte bei Routineaufgaben entlastet. Dadurch erhalten sie mehr Zeit für Tätigkeiten, die sie als sinnvoll ansehen.

So kann KI beispielsweise die Auswertung von Literaturdaten oder die Analyse klinischer Daten übernehmen, und Ärzt:innen bekommen mehr Zeit für einen zentralen Aspekt ihrer Arbeit: den direkten Kontakt mit ihren Patient:innen. Auf ähnliche Weise profitieren Anwält:innen von der Automatisierung routinemäßiger Aufgaben, so dass sie sich stärker auf strategisches Denken und die individuelle Betreuung ihrer Mandant:innen konzentrieren können.

„Durch die abgestimmte Zusammenarbeit zwischen menschlicher und künstlicher Intelligenz können die jeweiligen Stärken beider Seiten optimal genutzt werden“, fasst Mateja Vodiškar zusammen. „Bei dieser sogenannten hybriden Intelligenz übernimmt die KI monotone, datenintensive oder hochkomplexe Aufgaben, während der Mensch seine kreativen, sozialen und kognitiven sowie visionären und strategischen Fähigkeiten einbringt. Dadurch können Fachkräfte sich auf die Aspekte ihrer Arbeit konzentrieren, die sie als besonders erfüllend und sinnstiftend erleben.“

Durchdachte Integration von KI nötig

Die Forschenden weisen jedoch auch auf die Herausforderungen hin, die mit der Einführung von KI einhergehen: „KI kann den wahrgenommenen Sinn einer Aufgabe nicht nur fördern, sondern auch beeinträchtigen“, so Prof. Dr. Ruiner. „Falsch eingesetzt, verringert sie unbeabsichtigt das persönliche

Engagement und die intrinsische Motivation der Mitarbeitenden.“

So äußerten Ärzt:innen Bedenken, dass die Qualität der Versorgung unter einer übermäßigen Abhängigkeit von KI-Systemen leidet. Sie fürchten, dass – beispielsweise in der Diagnostik – ihre kognitiven Fähigkeiten und ihr Urteilsvermögen beeinträchtigt werden könnte.

„Unternehmen sollten sicherstellen, dass die wichtigen sozialen und intellektuellen Aspekte der Arbeit erhalten bleiben“, so Prof. Dr. Ruiner. „Wird KI als unterstützendes Werkzeug eingesetzt, das menschliche Expertise ergänzt, kann sie die Zufriedenheit und das Gefühl beruflicher Erfüllung steigern. Eine blinde Automatisierung hingegen birgt das Risiko, das menschliche Potenzial zu schmälern“, resümiert die Expertin.

Publikation

Vodiškar, M., Ruiner, C.

Collaboration between individuals and AI: fusing mental effort and AI for work meaningfulness. *AI & Soc* (2025).

<https://doi.org/10.1007/s00146-025-02772->

17 % der Deutschen haben rechts-populistisches Weltbild

Artikel aus dem Hohenheimer Online-Kurier



Foto: blvdone – stock.adobe.com

Gut ein Viertel der Menschen in Deutschland glaubt, dass Politik in Deutschland von „geheimen Mächten“ gesteuert werde. Ein Fünftel ist davon überzeugt, Massenmedien würden die Bevölkerung „systematisch belügen“. Das zeigt eine Studie der Uni Hohenheim. Der Kommunikations- und Politikwissenschaftler Professor Frank Brettschneider analysierte in einer repräsentativen Umfrage Rechtspopulismus, Verschwörungserzählungen, Demokratiezufriedenheit und Vertrauen in politische Institutionen. Dafür hat forsä im Auftrag der Forschenden im August und September 2025 4.057 Bundesbürger:innen ab 16 Jahren befragt.

„Rechtspopulisten verwenden immer wieder die gleichen Erzähl-Elemente“, beobachtet Prof. Dr. Brettschneider und zählt auf: „1. Es gibt einen einheitlichen ‚Volkswillen‘. 2. Dieser wird von inneren und äußeren Mächten unterdrückt. 3. Zu den inneren Mächten zählen die politischen Eliten und

die Massenmedien. 4. Zu den äußeren Mächten zählen die EU, die Globalisierung und der Islam. Oft werden auch Verschwörungserzählungen eingebaut.“

Um das Ausmaß zu bestimmen, mit dem ein rechtspopulistisches Weltbild in der Bevölkerung verbreitet ist, wurden den Befragten 18 Aussagen vorgelegt. Einige davon enthielten Verschwörungserzählungen. Die Befragten sollten angeben, wie stark sie diesen Aussagen zustimmen oder wie stark sie sie ablehnen.

Demnach haben 17 Prozent der Befragten ein rechtspopulistisches Weltbild, konstatiert Professor Brettschneider: „Bei acht Prozent der Befragten findet sich ein sehr starker Grad an Populismus, bei neun Prozent ein starker Grad.“ Im Osten Deutschlands sei der Anteil höher (28 %) als im Westen (15 %). Je höher die formale Bildung der Befragten, desto geringer sei der Anteil derjenigen, die über ein populistisches Weltbild verfügen. Am höchsten sei

der Anteil bei den 45- bis 59-jährigen Männern (23 %), am niedrigsten bei den über 60-jährigen Frauen (9 %). Im Demokratie-Monitor des letzten Jahres lag – auf Basis der in beiden Jahren abgefragten 18 Aussagen (in 2024 gab es insgesamt 22 Aussagen) – der Populisten-Anteil ebenfalls bei 17 Prozent.

„Der größte Unterschied besteht zwischen der Anhängerschaft der Grünen und der Anhängerschaft der AfD: 84 Prozent der AfD-Anhängerschaft haben ein populistisches Weltbild. Bei der Anhängerschaft der Grünen ist es noch nicht einmal ein Prozent“, so der Politikwissenschaftler. Es sei gerechtfertigt, überwiegend von „Rechtspopulismus“ zu sprechen. Denn unter den Befragten, die sich politisch selbst als stark rechts einstufen, beträgt der Populismus-Anteil 68 Prozent. Unter den Befragten, die sich politisch selbst als stark links einstufen, liegt der Anteil bei sechs Prozent.

„Geheime Mächte“, „Lügen“ und „Betrug“

Gut ein Viertel der Befragten glaubt, dass Politik in Deutschland von „geheimen Mächten“ gesteuert werde. Sie stimmen der folgenden Aussage zu: „Es gibt geheime Organisationen, die großen Einfluss auf politische Entscheidungen haben.“ Und 23 Prozent stimmen der Aussage zu: „Politiker und andere Führungspersonlichkeiten sind nur Marionetten dahinterstehender Mächte“. 14 Prozent meinen sogar: „Unser Land gleicht inzwischen mehr einer Diktatur als einer Demokratie.“ In Ostdeutschland meinen das 24 Prozent der Befragten.

Ebenfalls knapp ein Viertel meint, die Regierenden „betrügen das Volk“. In Ostdeutschland stimmen sogar 35 Prozent dieser Aussage zu. 25 Prozent der Befragten meinen: „Die Regierung verschweigt der Bevölkerung die Wahrheit.“ In Ostdeutschland liegt der Anteil bei 37 Prozent. Und die



Hälfte der Befragten sehen Politiker generell als abgehoben an. In Ostdeutschland meinen das 60 Prozent.

„Rechtspopulisten machen nicht nur Parteien sowie Politikerinnen und Politiker verächtlich, sie diffamieren auch die Massenmedien“, sagt Professor Brettschneider. 22 Prozent der Befragten unterstellt den Massenmedien Manipulation. Und 21 Prozent meinen: „Die Bevölkerung in Deutschland wird von den Medien systematisch belogen.“ 22 Prozent der Befragten glauben: „Die Medien und die Politik arbeiten Hand in Hand, um die Meinung der Bevölkerung zu manipulieren.“ Um die 60 Prozent teilen diese Ansichten nicht.

Aber der Anteil derjenigen, die ein tiefes Misstrauen gegenüber den klassischen Massenmedien haben, sei in Ostdeutschland deutlich stärker ausgeprägt als in Westdeutschland, stellt der Experte fest. Dementsprechend nutzen Menschen mit einem populistischen Weltbild die klassischen Massenmedien Zeitungen, Radio und Fernsehen unterdurchschnittlich oft, um sich politisch zu informieren. Dafür nutzen sie Social-Media-Plattformen überdurchschnittlich oft.

Doomscrolling: „Miese Lage“, „Pessimismus“ und „verklärende Nostalgie“

Bemerkenswert findet Prof. Dr. Brettschneider ein weiteres Ergebnis: „Menschen mit einem populistischen Weltbild beurteilen die Lebensqualität in ihrem Bundesland deutlich schlechter als in allen anderen. Sie blicken auch weniger optimistisch in ihre persönliche Zukunft. Und sie glauben überdurchschnittlich oft, dass früher alles viel besser war.“ Es läge nahe, hier auch eine Verbindung zur häufigen Nutzung von Social-Media-Plattformen zu ziehen. „Auf einigen Social-Media-Kanälen überwiegen negative Meldungen. Sie verbreiten Welt-

untergangs-Stimmung. Und wer sich dann – durch Algorithmen gesteuert – dem Doomscrolling hingibt, glaubt irgendwann, die Welt sei dem Untergang geweiht“, so der Experte.

Unzufriedenheit mit dem Funktionieren der Demokratie auf Bundesebene, aber starkes Vertrauen in kommunale Politik

Knapp ein Viertel der Befragten ist mit dem Funktionieren der Demokratie auf Bundesebene unzufrieden. Auf Landes- und auf kommunaler Ebene sind es weniger. Je ausgeprägter das rechtspopulistische Weltbild der Befragten ist, desto größer ist die Unzufriedenheit mit dem Funktionieren der Demokratie.

„Zwischen 2021 und 2025 ist die Zufriedenheit mit dem Funktionieren der Demokratie auf Bundesebene um 21 Prozentpunkte gesunken“, hält Professor Brettschneider fest. Dies reflektiere die Unzufriedenheit von Teilen der Bevölkerung mit dem Handeln der Bundesregierung – sowohl der Ampel-Regierung bis 2025 als auch der schwarz-roten Regierung seitdem.

Am meisten Vertrauen bringen die Befragten der Wissenschaft, der Polizei und den Gerichten entgegen. Am wenigsten vertrauen sie der Bundesregierung, dem Europäischen Parlament, den politischen Parteien und den Social-Media-Plattformen. „Nur 11 bzw. 13 Prozent der Befragten misstrauen der Wissenschaft oder der Polizei, aber 48 bzw. 44 Prozent den Parteien oder der Bundesregierung“, so der Kommunikationswissenschaftler.

Je rechtspopulistischer das Weltbild einer Person ist, desto größer ist auch ihr Misstrauen gegenüber den genannten Institutionen: Aus der Gruppe mit dem stärksten rechtspopulistischen Weltbild misstrauen 52 Prozent der Wissenschaft, 93 Prozent dem

Fernsehen und 94 Prozent den politischen Parteien.

Die kommunale Ebene sei ein Anker der Demokratie, so Brettschneider: Ihrem Gemeinderat vertrauen 52 Prozent der Befragten, dem bzw. der (Ober-)Bürgermeister:in vertrauen 51 Prozent.

HINTERGRUND: Demokratie-Monitoring der Uni Hohenheim

Seit 2021 führt forsä im Auftrag von Prof. Dr. Frank Brettschneider jährlich eine repräsentative Umfrage zum Demokratie-Verständnis der Bevölkerung durch. Die Ergebnisse sind auf Bundes- und auf Landesebene (Baden-Württemberg) repräsentativ. Bei einem Teil der Fragen setzt die Studie jedes Jahr einen anderen Schwerpunkt.

Ältere Beschäftigte: Berufliche Perspektive prägt Freundschaften im Job

Wahrgenommene Zukunftsperspektive entscheidet darüber, ob im späten Erwerbsleben Freundschaften im Job gepflegt werden oder nicht.

Ob Menschen im fortgeschrittenen Erwerbsalter Freundschaften im Job pflegen oder sich eher zurückziehen, ist keine Frage des Alters, sondern der beruflichen Perspektive. Das zeigt eine Studie der beiden Professorinnen Ulrike Fasbender von der Universität Hohenheim in Stuttgart und Nina M. Junker von der Universität Oslo. Dazu befragten die beiden Arbeitspsychologinnen 902 Beschäftigte zwischen 50 und 67 Jahren. Entscheidend ist demnach, wie Menschen die eigene Zukunft im Job wahrnehmen: Wer Chancen sieht, etwa durch Lernmöglichkeiten, neue Projekte oder Mentoring, investiert stärker in Beziehungen. Wer dagegen innerlich bereits mit dem Beruf abgeschlossen hat, zieht sich eher zurück. Führungskräfte sollten das berücksichtigen.

Die Belegschaften werden immer älter. Für Unternehmen kann das Chance und Herausforderung zugleich sein. Denn Freundschaften am Arbeitsplatz gelten als wichtige Ressource: Sie stärken das Wohlbefinden, fördern Vertrauen und Zusammenarbeit im Job und tragen dazu bei, dass Wissen im Unternehmen erhalten bleibt. Doch wie verändern sich diese Bindungen, wenn Beschäftigte älter werden und sich dem Ruhestand nähern?

„Zwei Kolleginnen. Beide am Ende des Berufslebens, gleiches Alter, ähnliche Aufgaben und doch völlig verschiedene Dy-

namiken im jeweiligen Team. Warum blühen hier Freundschaften auf, während sie anderswo leiser werden?“, beschreibt Professorin Fasbender vom Fachgebiet Wirtschafts- und Organisationspsychologie an der Universität Hohenheim die Problemstellung. „Genau solche Gegensätze sehen wir häufiger, und sie werfen die größere Frage auf: Wovon hängen Arbeitsfreundschaften im späten Erwerbsleben wirklich ab?“

Sind Arbeitsfreundschaften „nichts für Ältere“ – oder wovon hängt ihr Fortbestand ab?

„Uns fiel auf, dass frühere Studien zu widersprüchlichen Ergebnissen kamen: Mal scheinen ältere Beschäftigte mehr Freundschaften zu pflegen, mal weniger, mal zeigt sich gar kein Zusammenhang“, so die Arbeitspsychologin. Diesem Rätsel wollten die beiden Professorinnen Ulrike Fasbender und Nina M. Junker auf die Spur kommen. Unter der Frage: „Sind Arbeitsfreundschaften ‚nichts für Ältere‘ – oder wovon hängt ihr Fortbestand ab?“ untersuchten sie, welche Faktoren hinter den Gegensätzen stecken und wie sie zusammenwirken. Dazu befragten sie 902 Vollzeitbeschäftigte in Großbritannien im Alter von 50 bis 67 Jahren. Die Daten wurden in drei Befragungswellen im Abstand von jeweils zwei Wochen erhoben.

Der Schlüssel: berufliche Zukunftsperspektive

Das klare, aber überraschende Ergebnis: Nicht das Alter an sich entscheidet. Viel wichtiger ist die wahrgenommene berufliche

Zukunftsperspektive. „Gemeint ist damit ausdrücklich nicht die kalendarische Zahl der Jahre bis zur Rente“, stellt Professorin Fasbender klar.

„Zwei Personen mit objektiv zwei Jahren bis zum Ruhestand können ihre Zukunft völlig unterschiedlich erleben. Die eine sieht Lernchancen, spannende Projekte und vielleicht eine Rolle als Mentor:in – ihre Zukunft wirkt offen und bedeutungsvoll. Die andere zählt innerlich schon die Tage bis zur Rente, spürt kaum noch Möglichkeiten und zieht sich zurück“, beschreibt die Expertin.

Diese subjektive Zukunftssicht nennen die Forschenden „berufliche Zukunftsperspektive“. „Sie umfasst, wie lang und offen sich die berufliche Zukunft anfühlt und ob jemand noch Chancen sieht, Ziele zu verfolgen“, erklärt die Arbeitspsychologin. „Genau das ist der zentrale Aspekt in unserer Studie. Damit lassen sich die Ergebnisse besser erklären als mit dem kalendarischen Alter. Was wiederum auch die unterschiedlichen Ergebnisse aus der Vergangenheit erklärt.“

Zwei gegensätzliche Prozesse: Nähe und Rückzug ...

Sinkt die wahrgenommene Zukunftsperspektive, treten zwei gegensätzliche Prozesse gleichzeitig in Gang. Auf der einen Seite wächst bei manchen der Wunsch nach Nähe und guter gemeinsamer Zeit: Die Menschen investieren bewusster in Gespräche, Vertrauen und Unterstützung, Freundschaften gewinnen an Tiefe. Die Wissenschaftlerinnen nennen dies „Prozess der sozio-emotionalen Nähe“.

Auf der anderen Seite nimmt bei manchen der Rückzug aus dem Job zu: Die Person kapselt sich eher ab, vermeidet zusätzlichen



sozialen Aufwand und reduziert freiwilligen Austausch – die Forschenden bezeichnen dies als „Prozess des arbeitsbezogenen Rückzugs“. „Beide Prozesse existieren nebeneinander. Daher hat das Alter allein keinen signifikanten Gesamteffekt“, so Professorin Fasbender.

... ein Hebel: persönliche Präferenz

„Welche dieser beiden Kräfte überwiegt, hängt entscheidend von den individuellen Vorlieben ab: Wer außerberufliche Freundschaften wichtiger findet als solche mit den Kolleg:innen, neigt stärker dazu, sich mit steigendem Alter und abnehmender Zukunftsperspektive im Job zurückzuziehen“, fährt sie fort.

Wichtig hierbei: Diese Präferenz verstärkt ausschließlich den Rückzugs-Pfad. Der Nähe-Pfad wird davon nicht beeinflusst. „Das passt zu unserer Alltagserfahrung“, sagt die Expertin: „Wer sein soziales Leben hauptsächlich außerhalb der Arbeit verankert, baut betriebliche Kontakte eher ab, wenn die berufliche Zukunft kleiner erscheint.“

Insgesamt sind also drei psychologische Vorgänge entscheidend für die Arbeitsfreundschaften bei Älteren: der Nähe-Pfad, der Rückzugs-Pfad und der Vorzug von Freundschaften auf der Arbeit gegenüber denjenigen außerhalb des Jobs. „Die wahrgenommene Zukunftsperspektive schaltet die beiden ersten Prozesse an. Die persönliche Vorliebe entscheidet dann, welcher davon dominiert“, fasst sie zusammen.

Was heißt das für die Praxis?

„Daraus ergibt sich für Führungskräfte und Personalverantwortliche ein anderes zentrales Arbeitsfeld als bisher“, so die Arbeitspsychologin. „Wenn Organisationen spürbare

Perspektiven bieten, wie zum Beispiel Lerngelegenheiten, Projektverantwortung, Coaching- und Mentoring-Programme oder klare Übergabepfade, sinkt das Risiko eines stillen Rückzugs, und Beziehungen bleiben lebendig.“

Ebenso wichtig sei die soziale Qualität im Arbeitsalltag: Räume und Rituale, die echten Austausch ermöglichen, statt ihn als „Zeitfresser“ zu behandeln. Und wer wisse, dass jemand sein soziales Netzwerk vor allem außerhalb des Jobs pflege, sollte den Übergang bewusst gestalten: geplante Tandems, Wissensweitergabe, Alumni-Anbindung.

„Am Ende geht es um Prioritäten“, meint sie. „Wer Arbeitsfreundschaften wichtig findet, plant feste Zeiten für kurze Gespräche, gemeinsame Reflexionen und kleine gemeinsame Aufgaben ein. Wer seinen Schwerpunkt außerhalb der Arbeit sieht, sollte den Abschied sozial fair gestalten: Wissen sammeln, Übergaben klären, Erreichbarkeit festhalten.“ So blieben Beziehungen und Wissen im Unternehmen, lautet das Fazit der Forscherinnen.

PM

Altersvorsorge für die Generation Zukunft: Warum Betriebsrenten jetzt (wieder) spannend werden

Von Leon Hahn, WTW

Viele junge Menschen zweifeln, ob die gesetzliche Rente später ausreichen wird. Die betriebliche Altersversorgung (bAV) gewinnt deshalb an Bedeutung, weil sie genau das bieten kann, was Studierende und Berufseinsteiger wirklich brauchen: lebenslange Leistungen, eine Mischung aus Sicherheit und Rendite – und vor allem handfeste Vorteile durch Zuschüsse des Arbeitgebers. Auch die Unternehmen machen ihre bAV inzwischen strategisch attraktiver – effizienter, digitaler und mit klarem Fokus auf die Mitarbeitenden.

Studierende und junge BerufseinsteigerInnen kümmern sich heute deutlich früher um ihre Altersvorsorge. Viele investieren bereits während Studium oder Ausbildung in ETFs, Aktien oder Fonds, um langfristig Vermögen aufzubauen.

Die betriebliche Altersversorgung (bAV) wird dabei zu einem immer wichtigeren Baustein: Sie ergänzt die gesetzliche und private Rente, bietet planbare Leistungen – oft ein Leben lang – und wird durch Arbeitgeberzuschüsse besonders attraktiv.

Aktuelle Studien unter jungen Leuten untermauern diesen Trend zur zusätzlichen Vorsorge – und die Unternehmen reagieren darauf. Unternehmensbefragungen für 2025 zeigen zum Beispiel, dass die bAV weiter modernisiert und digitalisiert wird und konsequent an den Bedürfnissen der Mitarbeitenden ausgerichtet ist.

Moderne bAV: Effizient, verständlich, mit Fokus auf Mitarbeitende

Bei der Neugestaltung der bAV verfolgen Unternehmen in Deutschland vier Kernziele: eine bessere finanzielle Absicherung im Ruhestand, eine effizientere Verwaltung, ein verbessertes Erlebnis für die Mitarbeitenden (optimierte Employee Experience) und verständliche Entscheidungshilfen auf dem Weg zur bestmöglichen eigenen Vorsorge. Mit einer optimierten Verwaltung – zum Beispiel durch digitale Prozesse, Automatisierung und ein besseres Anbietermanagement – gewinnen Unternehmen zusätzliche Ressourcen. Diese freiwerdenden Kapazitäten kommen direkt den Mitarbeitenden zugute. Dadurch werden Informationen zugänglicher, digitale Tools kommen verstärkt zum Einsatz und die Kommunikation wird persönlicher. 67 Prozent der Unternehmen priorisieren daher die Optimierung ihrer bAV-Verwaltung – was letztlich den Mitarbeitenden zugutekommt.

Zusätzlich arbeiten viele Arbeitgeber daran, die Erfahrung der Beschäftigten mit der bAV zu verbessern. Dazu bauen sie ihre Online-Angebote aus, kommunizieren regelmäßig (etwa durch jährliche Info-Aktionen), organisieren Events und bieten Unterstützung bei wichtigen Lebensereignissen wie dem Berufseinstieg, der Familiengründung oder der Vorbereitung auf den Ruhestand. Anstelle von Druck oder Zwang setzen sie auf eine unterstützende Begleitung. Wichtig ist dabei, dass die Wirkung der Kommunikation kontinuierlich datenbasiert analysiert und verbessert wird.

Wahlmöglichkeiten statt Einheitslösung

Die bAV lässt sich heute flexibler und individueller gestalten als viele andere Vorsorgeprodukte. Das zeigt sich auch in den modernen bAV-Angeboten: 75 Prozent der Unternehmen wollen Modelle anbieten, mit denen sie Talente gewinnen und binden und gleichzeitig solide Altersleistungen bieten können. Dazu zählen zum Beispiel Wahlmodelle – also Kombinationen aus einer sicherheitsorientierten Zusage und renditestarken Bausteinen („Mix & Match“). Hier zeigt sich ein bemerkenswerter Wandel: Mittlerweile erwägen 37 Prozent der Unternehmen, das Garantieniveau etwas zu senken, um höhere Renditechancen zu ermöglichen. Das entspricht dem Vorgehen vieler junger Leute bei der privaten Vorsorge: Man setzt auf Diversifikation und Kurschancen, aber immer mit bewusstem Risikomanagement. Wichtig: Das Gesamtpaket der bAV umfasst meist mehr als nur die Altersrente – oft sind auch eine Absicherung bei Berufsunfähigkeit und für Hinterbliebene enthalten.

Automatisch besser? Opting-Out und klare Entscheidungshilfen

Eine aktuelle Entwicklung erleichtert den Einstieg in die bAV – gerade für junge Beschäftigte: das Opting-Out. Neue Mitarbeitende werden dabei automatisch in die bAV aufgenommen – es sei denn, sie lehnen dies aktiv ab. Diese Vorgehensweise senkt die Einstiegshürde und setzt einen positiven Standard.

Gleichzeitig setzen die Unternehmen auf leicht verständliche Entscheidungshilfen. Fragen wie „Was bringt mir die Entgeltumwandlung?“, „Wie wirkt sich ein Arbeitgeberzuschuss aus?“ oder „Welche Unterschiede gibt es zwischen sicheren und renditestarken Optionen?“ werden heute möglichst



kurz, mobil und visuell beantwortet – also im Smartphone-Zeitalter statt im altmodischen „Festnetz-Modus“.

Financial Education: Ohne Wissen keine guten Entscheidungen

Wissen ist die Grundvoraussetzung für gute Entscheidungen. Wenn wichtige Begriffe wie Inflation, Rendite, Risiko oder Kapitalmarktzyklen nicht bekannt sind, bleiben Chancen ungenutzt. Deshalb setzen viele Unternehmen verstärkt auf Financial Education, also auf finanzielle Bildung. Sie bieten kompakte Lernformate, Erklärvideos, Gamification-Elemente und interaktive Rechner an. Diese Hilfsmittel zeigen zum Beispiel, wie Einzahlungen im Laufe der Zeit wachsen, welche Risiken bestehen und warum ein langer Anlagehorizont und ein früher Start bei der Vorsorge so vorteilhaft sind.

Risikomanagement: Stabilität im Hintergrund

Damit die bAV für die Beschäftigten dauerhaft verlässlich bleibt, arbeiten viele Unternehmen daran, ihre Risiken zu reduzieren. Mehr als die Hälfte der Firmen versucht beispielsweise, Kosten und Bilanzrisiken zu senken. Rund 70 Prozent richten die Finanzierung ihrer bAV inzwischen gezielt an den erwarteten Zahlungsströmen (Cashflows) aus.

Außerdem werden Risiken in der Anlagestrategie (bei 40 Prozent der Unternehmen) und in der Plangestaltung (32 Prozent) gezielt begrenzt. Etwa ein Viertel zieht sogar Buyouts in Erwägung – dabei werden Pensionsverpflichtungen an externe Anbieter ausgelagert, um Sicherheit und Planbarkeit zu erhöhen.

Fazit: bAV, die zu deinem Leben passt

Die bAV ist heute ein verlässlicher und wichtiger Baustein der Altersvorsorge – modern und flexibel – und damit weit mehr als nur ein „Nice-to-have“. Wenn du früh einsteigst, profitierst du von Arbeitgeberzuschüssen, dem Zinseszins-Effekt und attraktiven Leistungen.

Um es dir einfacher zu machen, investieren Unternehmen in digitale Tools, verständliche Kommunikation und mehr Wahlmöglichkeiten. So wird es für dich leichter, gute Entscheidungen zu treffen.

Die junge Generation ist offen für das Thema Altersvorsorge – und ihr ist bewusst, wie dringend es ist, früh vorzusorgen. Jetzt heißt es: Angebote nutzen, Fragen stellen und eigene Prioritäten setzen.

Über WTW

WTW (NASDAQ: WTW) bietet datengesteuerte, evidenzbasierte Lösungen in den Bereichen Mitarbeiter, Risiko und Kapital. Wir nutzen die globale Sichtweise und das lokale Fachwissen unserer Mitarbeitenden in 140 Ländern und Märkten, um Unternehmen dabei zu helfen, ihre Strategie zu schärfen, die Widerstandsfähigkeit ihrer Organisation zu verbessern, ihre Mitarbeitenden zu motivieren und ihre Leistung zu maximieren. In enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden decken wir Chancen für nachhaltigen Erfolg auf und bieten Perspektiven, die sie weiterbringen.

WTW ist seit Juli 2008 Fördermitglied bei ALUMNI HOHENHEIM e.V.
(Kontaktdaten: Dr. Frank Hellenthal,
Oskar-Kalbfell-Platz 14,
72764 Reutlingen,
E-Mail: frank.hellenthal@wtwco.com;
Tel. 07121 3122-336)

Krise droht. Was nun?

Von Veit Mathauer, Geschäftsführer bei Sympra GmbH (GPRA)
Agentur für Public Relations



Foto: KI generiert

Gibt es heute mehr Krisen als früher? Ereignen sich jetzt mehr Unglücke, und melden mehr Unternehmen Insolvenz an? Häufen sich die Pannen in den Abläufen des öffentlichen Lebens? Objektive Antworten darauf mögen Statistiken liefern. Subjektiv lautet die Antwort: ja. Es scheint kein Tag zu vergehen, an dem nicht negative Meldungen durch die Medien gehen und in den Öffentlichkeiten diskutiert werden.

Über die Sozialen Medien kann jeder zum Sensations-reporter, Kameramann vor Ort und Kommentator werden, sogenannte Experten kennen sowohl die Ursachen als auch die Folgen jeder Ausnahmesituation – und äußern sich dazu. Je schneller eine Nachricht in die Welt gesetzt ist, desto besser. Dass dabei auch Fake News, versehentlich oder absichtlich, oder gezielte Desinformationen dabei sind, macht alles noch komplexer.

War die Krisenkommunikation vor Jahren noch eine eher wenig beachtete Disziplin

der Public Relations, scheint sie in Zeiten der Multikrisen zum Alltag von Kommunikatoren in Wirtschaft, Verwaltung und Politik zu gehören. Diese müssen Schieflagen erklären, komplizierte Sachverhalte darstellen und versuchen, kritische Berichterstattung zu vermeiden. Ihr Job – auch der von Beratern in Public-Relations-Agenturen – ist herausfordernder geworden.

Was ist zu tun?

Auch wenn Krisensituationen plötzlich entstehen, unvorbereitet sollten sie kein Unternehmen treffen. Für jedes denkbare Szenario sollte die Pressestelle – gegebenenfalls in Zusammenarbeit mit einer spezialisierten Agentur – im Vorfeld Kommunikationsstrategien vorbereiten und entsprechenden Maßnahmen planen. Je genauer die Abläufe während einer Krise definiert sind, desto schneller und besser können die Verantwortlichen Botschaften abstimmen und an die Stakeholder kommunizieren. Textbausteine,

Bildmaterial, Presseverteiler sollten fertig in der Schublade liegen.



Foto: KI generiert

Obwohl dies einleuchten mag, verzichten viele Unternehmen und Institutionen auf diese Art der präventiven Krisenkommunikation, in der Hoffnung, sie bleiben von einer Krise verschont. Das Risiko mag von Branche zu Branche unterschiedlich groß sein; Cyberattacken, um nur ein Beispiel zu nennen, können jede Organisation treffen, egal wie klein und vermeintlich unbedeutend sie sein mag.



Foto: Sympra GmbH

Entsteht nun aber eine akute Krisensituation, muss die betroffene Institution zwangsläufig kommunizieren, um die Kommunikationshoheit zu behalten und um keine Gerüchte aufkommen zu lassen. Für diese operative Krisenkommunikation gelten dieselben Prinzipien wie für jede Art der Öffentlichkeitsarbeit: Sie muss wahrhaftig und glaubwürdig sein, transparent und konsistent.



Allem voran aber: Sie muss schnell sein. Ein erstes Statement sollte abgesetzt sein, bevor Mutmaßungen über Messenger-Dienste geteilt und Fotos in Umlauf gebracht werden. Geschwindigkeit ist gewährleistet, wenn eine Krisensituation gut vorbereitet ist.

Erfolgreiche Krisenkommunikation besteht also aus Vorbereitung und Kommunikationsmaßnahmen, die sich im Wesentlichen durch höheres Tempo und größeren Druck von außen von den Public-Relations-Aktivitäten im Regelbetrieb unterscheiden. Aber: Keine Krise gleicht der anderen. Keine Krise entwickelt sich genauso, wie sie im Krisenhandbuch beschrieben und geplant ist.

Bei fast jeder Krisenkommunikation kommt es nicht zuletzt auch darum zu Fehlern. Hier ist Praxiserfahrung gefragt, die das theoretische Fachwissen ergänzen, die Kommunikatoren aber nur dann sammeln können, wenn sie sich in einer Krisensituation befinden. Umso wichtiger ist es, auf das Wissen von krisenerprobten Beratern zurückzugreifen. Erst dann wird die Krisenkommunikation zu einem wesentlichen Faktor für erfolgreiches Management von Krisensituationen.

Veit Mathauer hat Wirtschaftswissenschaften an der Universität Hohenheim studiert und ist Geschäftsführer der auf Krisenkommunikation spezialisierten Agentur Sympra GmbH (GPRA) Agentur für Public Relations, Stuttgart und München. www.sympra.de/kompetenz/krisenkommunikation/

ALUMNI news

Mitgliedermagazin 01/2026



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:

Butterfreunde / Büro für Gestaltung
Sabine Bolsinger

DRUCK:

Gress-Druck GmbH, Fellbach

AUFLAGE:

1.200

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.



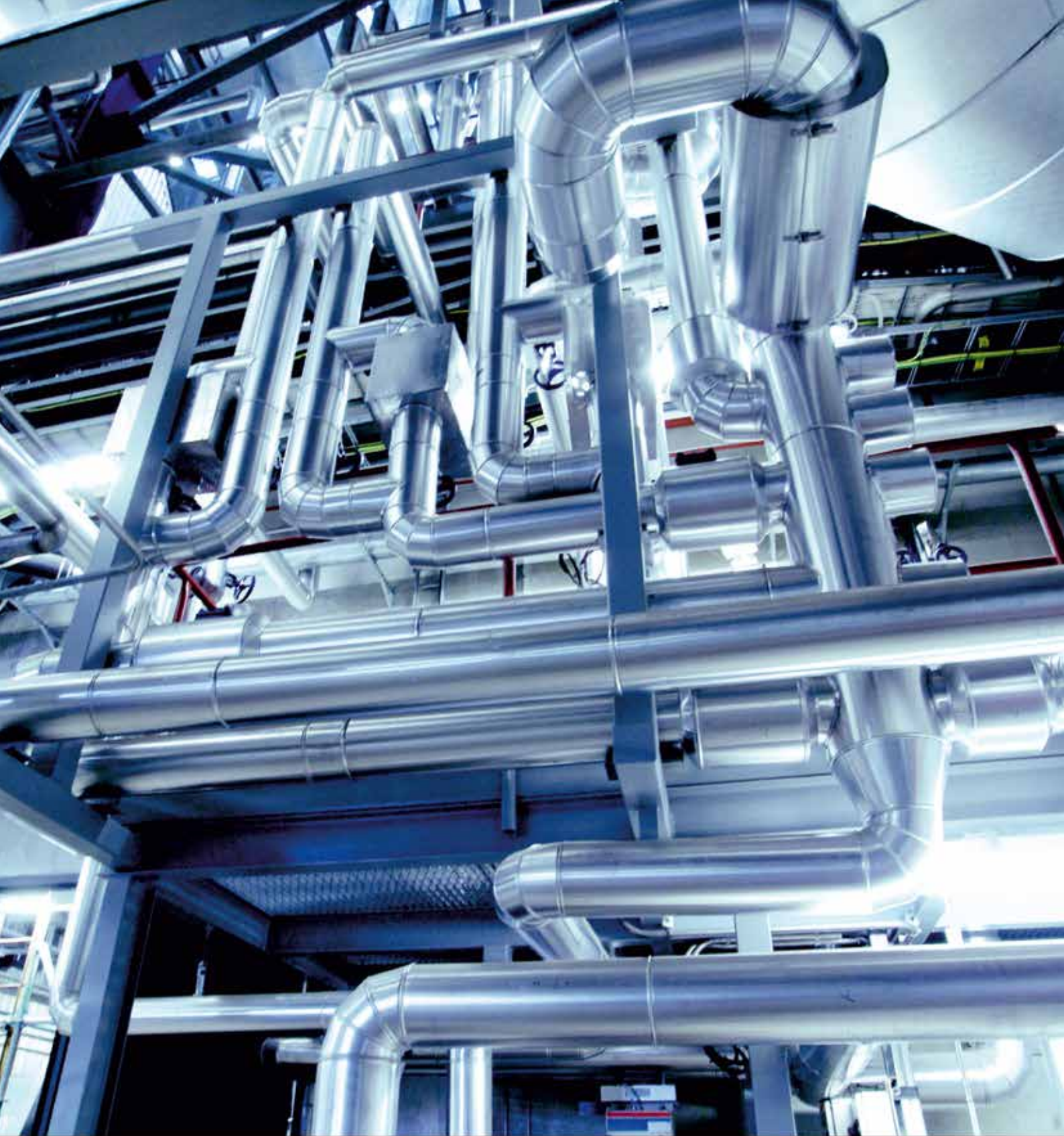
An eye for detail Karriere in der Wirtschaftsprüfung & prüfungsnahen Beratung

Unser Business verändert sich durch neue Technologien stärker denn je. Die Prüfung und die prüfungsnahen Beratung werden zunehmend digitaler und entwickeln sich zu echten Innovationstreibern. Was bedeutet das für dich? Du arbeitest mit unseren Mandanten auf Augenhöhe, setzt innovative und digitale Audit Tools ein und sorgst mit deinem Know-how für Klarheit in komplexen strategischen Fragestellungen. Bewirb dich jetzt und treibe mit uns die Transformation in der Wirtschaftsprüfung und prüfungsnahen Beratung voran.

Join our team!



Choose your impact.
careers.deloitte.com



WIR KÖNNEN DAS ERKLÄREN.

Als Agentur für Public Relations entwickeln wir seit 30 Jahren wirkungsvolle Kommunikationsstrategien für den B2B-Bereich: Ob Dax-Konzern oder Hidden Champion – wenn Unternehmen komplexe Themen kommunizieren, holen sie Sympra an den Tisch. Wir verwandeln erklärungsintensive Sachverhalte in verständlichen, zielgruppenorientierten und lesefreundlichen Content. Für interne und externe Zielgruppen. In Deutschland und weltweit. www.sympra.de

sympra...