

Liebe Leserinnen und Leser *Diese vierte Ausgabe von «HWZ aktuell» spiegelt in mehrfacher Hinsicht den*

Change Prozess wider, der in der HWZ seit geraumer Zeit wirkt. Ein wichtiges Ereignis war die Einsetzung des neuen Rektors Prof. Dr. Jacques Bischoff Anfang April. Seit seinem Arbeitsbeginn hat er bereits eine Fülle von Aufgaben in Angriff genommen. Jacques Bischoff hat es verstanden, innerhalb kürzester Zeit mit den wichtigsten Bezugsgruppen der Hochschule wie Studierenden, Dozierenden, Alumni, Hochschulgremien usw. Kontakt aufzunehmen sowie erste Schritte zur Strategiefindung einzuleiten. Seine Persönlichkeit erschliesst sich Ihnen in den beiden ersten Beiträgen in dieser Ausgabe des Newsletters.

Und da «eine Veränderung stets eine weitere Veränderung bewirkt», wie Machiavelli schon erkannte, sind eine Reihe weiterer Entwicklungen an der HWZ im Gange. So berichtet z. B. ein Artikel in dieser Ausgabe über das neue Übergangsstudium für HFW-Absolventen, mit dem sie sich für den Eintritt in die beiden letzten Semester des Betriebsökonomie-Studiums der HWZ qualifizieren.

Eine zusätzliche und für Sie als Leser direkt spürbare Veränderung wird darin bestehen, dass ich die Leitung des Ressorts Kommunikation & Marketing per Ende August 2005 aufgeben werde. Für diesen Aufgabenbereich soll dann statt der jetzt 40 %- neu eine 100 %-Stelle geschaffen werden, die ich aufgrund meiner übrigen beruflichen Verpflichtungen allerdings nicht übernehmen kann. Ich bedaure es sehr, mich in dieser Funktion nicht weiterhin insbesondere für Studierende und Dozierende engagieren zu können. Als Dozentin für Business English und Kommunikation werde ich der HWZ aber weiterhin erhalten bleiben.

Es ist geplant, dass meine Nachfolgerin bzw. mein Nachfolger das «HWZ aktuell» im gewohnten Rhythmus weiterführen wird.

Viel Freude bei der Lektüre!

Ihre Regine Wieder

- 2 Informationen der Hochschulleitung**
- 3 Interview mit dem neuen Rektor Prof. Dr. Jacques Bischoff**
- 4 Rentable Kundenbindungs-massnahmen in der Telekommunikationsbranche**
- 5 KTI-Projekt an der HWZ**
- 6 HWZ mit eigener Schriftenreihe**
- 6 Alumni-Porträt: Daniella Hilt**
- 7 Vom Betriebswirtschafter HF zum Betriebsökonom FH**
- 8 HWZ – Pinwand**

Informationen aus der Hochschulleitung

Liebe Leserinnen und Leser!

Ich freue mich sehr, nebst all vielen persönlichen Kontakten in den letzten Wochen Sie auch auf diesem Wege als neuer Rektor der HWZ zu begrüßen. Ich bin von allen «Stakeholdern» mit grosser Offenheit, Freundlichkeit und Kollegialität empfangen worden; dafür danke ich allen sehr herzlich. Einen angenehmeren Einstieg in meine Tätigkeit konnte ich mir nicht erhoffen. Nach intensiver und sorgfältiger Einarbeitung durch das bestehende Team habe ich mich sehr rasch in der HWZ einleben können und fühle mich entsprechend wohl.



Prof. Dr. Jacques Bischoff
Rektor HWZ Hochschule für
Wirtschaft und Verwaltung Zürich

An dieser Stelle erfahren Sie in «HWZ aktuell» üblicherweise, was im Rahmen der Schulleitung alles passiert. Dies möchte ich Ihnen heute ausnahmsweise aus meiner persönlichen Optik darlegen.

Kurz nach meinem Arbeitsbeginn haben wir zusammen mit dem Verwaltungsrat der HWZ einen Strategieprozess ausgelöst mit dem Ziel, im Sommer die wichtigsten strategischen Eckpfeiler für die künftige Vision und Ausrichtung der HWZ festzulegen. In der Zwischenzeit haben zahlreiche Gespräche und Sitzungen stattgefunden, und ich kann Ihnen zusichern, dass der Verwaltungsrat – wie auch der Schulrat – voll und ganz hinter diesem Strategieprozess stehen und sich entsprechend engagieren. Auch Herr Prof. Dr. Jean-Paul Thommen, Autor verschiedener auch an unserer Schule verwendeter Lehrbücher, wirkt sehr aktiv mit. An diesem Strategieprozess partizipieren auch die Alumni-Organisation sowie eine Delegation der Dozierenden. Ich werde Sie gerne zu gegebener Zeit über die Ergebnisse dieses Prozesses informieren.

Das Tagesgeschäft hat mich schnell eingeholt; die Mitwirkung in verschiedenen Arbeitsgruppen, Gremien und Kommissionen haben mir einen raschen Einstieg in die Funktionsweise und Besonderheiten einer Fachhochschule ermöglicht. Der Besuch jeder einzelnen Klasse hat mich in meiner Vorstellung bestärkt, dass die Studierenden der HWZ sehr motiviert, lernwillig und aufgestellt sind; umgekehrt habe ich auch kritische Kommentare gehört, doch waren diese meist von einem konstruktiven Lösungsvorschlag begleitet, was mich besonders gefreut hat. Die Dozierenden konnte ich anlässlich des Dozentenkonventes begrüßen, und auch von dieser Seite her habe ich sehr viele positive Zeichen und konstruktive Anregungen erhalten.

Trotz dieses positiven Umfeldes bin ich mir sehr wohl bewusst, dass es viel zu tun gibt; zusammen mit der Schulleitung haben wir zahlreiche Projekte und Arbeiten in Angriff genommen. Besonders erwähnen möchte ich folgende Massnahmen:

- Aufstockung der Ressourcen für Marketing, Kommunikation und PR zu einer 100 %-Stelle
- Einstellung eines Quality-Managers (100 %-Stelle)
- Integration der Buchhaltung in die Administration mit dem Ziel, die entsprechenden Prozesse zu verbessern
- Umzug des gesamten Sekretariates vom 5. in den 6. Stock, um einerseits die ablauforganisatorischen Prozesse zu optimieren und andererseits die HWZ-Unternehmenskultur weiter zu verbessern – und natürlich auch, um allen Studierenden und Dozierenden eine klare Anlaufstelle für alle HWZ-spezifischen Anliegen zu geben. Das Dozentenzimmer wird in einen anderen Raum verlegt; er wird aber bestens ausgerüstet sein.

Der Anmeldestand für die Bachelor-Studiengänge liegt noch unter dem Vorjahr, weshalb wir in der Schulleitung verschiedene Massnahmen eingeleitet haben, um die Zahl der künftigen Studierenden zu erhöhen. Der Verlauf der Anmeldungen in den letzten Tagen stimmt mich zuversichtlich, wenngleich es schwierig sein dürfte, gleich viele Studiengruppen wie im Vorjahr neu beginnen zu lassen.

Im Bereich der Nachdiplomstudien ist die Tendenz grundsätzlich erfreulich, ebenso die Tatsache, dass wir die Eidg. Anerkennung für den «Executive Master of Real Estate Management» erhalten haben. Schliesslich möchte ich noch erwähnen, dass die HWZ den Zuschlag für ein namhaftes

KTI-Projekt im Bereich des Shareholders-Management erhalten hat; ich gratuliere Sybille Sachs und ihrem Team dazu ganz herzlich.

Last but not least: Am 26. August 2005 findet die nächste Ringvorlesung statt, und zwar in der Eventhalle des Maag-Areals, verbunden mit einer

kleinen Party. Dieser Anlass ist nicht nur Pflicht, sondern in keinem Fall zu verpassen!

Ich freue mich auf viele weitere, interessante Kontakte mit Ihnen.

Freundliche Grüsse

Prof. Dr. Jacques Bischoff

Interview mit dem neuen Rektor Prof. Dr. Jacques Bischoff

Herr Bischoff, seit dem 1. April 2005 sind Sie Rektor der HWZ. Weshalb haben Sie sich für dieses Amt zur Verfügung gestellt? Was hat Sie an der Aufgabe gereizt?

Mit hochmotivierten Studierenden zu arbeiten und sie beruflich zum Erfolg zu führen, eine Fachhochschule mit vielen praxiserfahrenen und kompetenten Dozenten zu leiten und strategisch weiterzuentwickeln und dabei mein Managementwissen sowie meine über 20 Jahre Dozentenerfahrung einzubringen: Das ist für mich eine ausserordentlich spannende, herausfordernde und besonders sinnhaltige Tätigkeit.

Zuvor waren Sie in Führungspositionen in der Finanzdienstleistungs- und IT-Branche. Inwiefern haben Ihre früheren Tätigkeiten Sie auf die aktuelle Aufgabe vorbereitet?

Von meiner langjährigen Berufserfahrung kann ich jetzt in dreierlei Hinsicht profitieren, erstens bei der Führung einer Hochschule, zweitens in der Lehre und drittens in der Forschung.

Ich bringe aus meinen früheren Tätigkeiten die Sicht der unternehmerischen Praxis mit, also eine Perspektive, die für die Leitung einer praxisorientierten Fachhochschule unerlässlich ist. Durch meine diversen Führungsfunktionen in der Wirtschaft kenne ich zudem die konkreten Aus- und Weiterbildungsbedürfnisse von Unternehmen. Darüber hinaus habe ich viele Jahre als Dozent an der Universität Zürich, in St. Gallen und am Institut für Finanzdienstleistungen Zug (IFZ) gelehrt. Ebenso haben mich meine früheren beruflichen Tätigkeiten immer wieder in die Forschung gebracht; insgesamt habe ich zwölf Jahre lang im Auftrag des Bundes bei umfangreichen Forschungs- und Entwicklungsprojekten der UNO mitwirken können.

Was hat Sie in der HWZ bisher am meisten beeindruckt, und was hat aus Ihrer Sicht Verbesserungspotenzial?

Besonders beeindruckt hat mich die positive Atmosphäre unter den Studierenden. Man spürt sie,

wenn man durch die Hochschule geht, aber auch in den Arbeits- und Studiengruppen, die ich übrigens praktisch alle persönlich besucht habe. Ebenfalls beeindruckt haben mich das grosse Engagement und die Eigeninitiative von vielen Dozierenden, insbesondere die proaktive Kontaktaufnahme mit mir und die vielen wertvollen Verbesserungsvorschläge. Verbesserungspotenzial gibt es in den Bereichen Qualitätsmanagement, Marketing & Kommunikation sowie Administration. Hier müssen wir unsere personellen Ressourcen deutlich verstärken, was wir übrigens bereits an die Hand genommen haben.

Wie sehen Sie die Zukunft der HWZ? In welche Richtung werden Sie die HWZ führen?

Zusammen mit dem Verwaltungsrat, dem Schulrat, einem Dozentenausschuss und der HWZ-Alumni-Organisation erarbeiten wir z. Z. eine neue Vision und Strategie. Ohne den Ergebnissen vorzugreifen, kann ich das Ziel heute schon wie folgt skizzieren, nämlich: die HWZ am Markt als erfolgreiche Fachhochschule mit ausgeprägten Kernkompetenzen und hoher Qualität zu positionieren.

Welche Massnahmen werden Sie einleiten, damit die HWZ im umkämpften Bildungsmarkt für Studierende und Dozierende weiterhin attraktiv bleibt?

In erster Linie strebe ich eine starke Verankerung und Vernetzung mit der regionalen Wirtschaft an. Zusätzlich werde ich an der HWZ ein professionelles Qualitätsmanagement einführen und die HWZ als Brand vermarkten und nachhaltig positionieren. Und schliesslich müssen wir in allen Belangen besser sein – uns also hohe Benchmarks setzen. Das HWZ-Diplom soll für die Absolventen ein marktrelevanter Mehrwert sein.

Was ist der private Jacques Bischoff für ein Mensch?

Ein glücklicher. Ich habe ein schönes Gleichgewicht zwischen einer lieben Familie, einem faszinierenden Beruf und einigen interessanten Hobbies gefunden.

Was machen Sie in Ihrer Freizeit, und was ist Ihnen in Ihrem Privatleben wichtig?

Ich bin ein begeisterter Kinogänger und Musical-Fan. Insgesamt interessiere ich mich sehr für Musik; z. B. besuche ich regelmässig das Jazz-Festival in Montreux. Und da meine Frau ausgezeichnet kocht, mache ich zum Ausgleich viel Sport – Jogging, Biking, Ski und Kayaking. Besonderen Wert lege ich auf ein harmonisches Umfeld und die Pflege von Freundschaften.

Welche Werte haben Sie, und wer ist Ihr grosses Vorbild?

Ich habe kein grosses Vorbild, aber viele kleine Vorbilder: Leute, die unter oftmals schwierigen Rahmenbedingungen Beeindruckendes leisten.

Was ist Ihr Lebensziel?

Möglichst lange, möglichst glücklich und gesund im Kreise meiner Lieben zu leben.

Das Interview führte Dr. Regine Wieder

Rentable Kundenbindungsmassnahmen in der Telekommunikationsbranche

Empirische Untersuchungen zeigen, dass es den meisten Unternehmen nicht gelingt, die für ein Customer Relationship Management getätigten Investitionen zu amortisieren. Dies hängt häufig

damit zusammen, dass der Faktor Kundenprofitabilität bei der Entwicklung von Kundenbindungsstrategien ausser Acht gelassen wird. Viele Unternehmen konzentrieren sich lediglich auf die Reduktion der Kundenabwanderungsrate. Um aber profitable Kampagnen zur Kundenbindung (sog. Retention-Kampagnen) zu entwickeln, müssen Unternehmen konsequent die Parameter Abwanderungsrisiko, Kundenverhalten und Kundenprofitabilität mit berücksichtigen.



Evangelos Xevelonakis ist Dozent für Customer Relationship Management (CRM) an der HWZ und Managing Director der Unternehmensberatung SWISS VALUENET.

In der hart umkämpften Telekommunikationsbranche können sich die Unternehmen heute nur noch durch Servicequalität und individuelle Kundenlösungen profilieren und vom Wettbewerb unterscheiden. Daher ist der Kampf um den Kunden besonders wichtig geworden. Dabei haben Unternehmen erkannt, dass es viel günstiger ist, bestehende Kunden zu behalten, als neue Kunden zu akquirieren. Aus diesem Grund werden Retention-Kampagnen mit Rabattierungsangeboten, Geschenken usw. entwickelt. Da jedoch bei der Konzipierung der Kampagne zu wenig auf Kundenprofitabilität geachtet wird, übersteigen die Kosten der Bindungsgeschenke oft den Wert des Kunden. Das Resultat ist offensichtlich: Die Abwanderungsrate wird zwar reduziert, die Kunden werden jedoch unprofitabel. Es ist daher wichtig, die Angebote zur Kundenbindung (z.B. Rabatte, Geschenke) so zu limitieren, dass die Kosten den Nutzen nicht übersteigen. Das Ziel muss sein, den Barwert jeder Kampagne zu berechnen. Das Unternehmen soll somit die Fähigkeiten entwickeln, die Profitabilität jeder Retention-Kampagne genau zu planen und zu messen.

Welche sind jedoch die Faktoren, die die Kampagnenprofitabilität beeinflussen? Zunächst ist da der Kundenwert. Der Deckungsbeitrag lässt sich berechnen, indem man vom Kundenumsatz die variablen Kosten (Verkaufs- und Netz-

werkkosten, Marketing- und Servicekosten) abzieht. Die Wahrscheinlichkeiten der Abwanderung und Angebotsakzeptanz sind weitere wichtige Parameter für die Berechnung der Kampagnenprofitabilität. Diese Parameter werden durch statistische Methoden auf der Basis von Kundendaten berechnet. Die Dauer und Kosten der Kampagnen sollen ebenfalls berücksichtigt werden.

Das führt dazu, dass nur solche Kunden für eine spezifische Kampagne in Frage kommen, die einen positiven Barwert erwirtschaften. Werden die Kosten für die spezifische Kampagne gesenkt (z. B. niedrigere Rabattierung), werden unprofitable Kunden profitabel.

Mit Hilfe folgender Massnahmen können wirkungsvolle Retention-Strategien entwickelt werden:

1. Analyse der internen und externen Kundendaten
2. Erstellen von homogenen Kundengruppen mit gemeinsamen Merkmalen, um Kundenverhalten und Kundenbedürfnisse zu verstehen
3. Berechnung des Kundenwertes
4. Berechnung der Wahrscheinlichkeit der Kundenabwanderung und der Angebotsakzeptanz
5. Erstellen eines Kundenportfolios mit den Dimensionen «Kundenwert» und «Wahrscheinlichkeit abzuwandern» und darauf basierend die Entwicklung einer Kundenbindungsstrategie

6. Verwenden der berechneten Parameter, um Retention-Kampagnen zu entwerfen
7. Ausführen der entworfenen Kampagnen und Auswerten der Resultate

Neben den Wirtschaftlichkeitsaspekten sollen bei der Entwicklung von Retention-Kampagnen jedoch weiterhin auch marktstrategische Aspekte berücksichtigt werden.

Dr. oec. publ. Evangelos Xevelonakis

Der Beitrag ist eine Zusammenfassung von Xevelonakis' Artikel «Developing retention strategies based on customer profitability in telecommunications: An empirical study.» Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management, London, 2005

KTI-Projekt an der HWZ Gemeinsam mit den Fachhochschulen Bern und Aargau wurde der HWZ als **Leading House vom Bund ein KTI-Projekt zum Thema «ICT-gestützte Stakeholderbeziehungen als unternehmerischer Erfolgsfaktor» bewilligt. Ziel dieses Projektes ist, Methoden und Tools für Unternehmungen zu entwickeln, mit denen sie ihre Stakeholdernetzwerke und die daraus erwachsenden Nutzenpotentiale besser erschliessen können. Das geschieht mit Hilfe von ICT (Information and Communication Technology) bzw. Informations- und Kollaborationssystemen.**



Prof. Dr. Sybille Sachs
Leitung Kompetenz-
Center Stakeholder
View der HWZ

Empirische Untersuchungen, die unter anderem von Prof. Sybille Sachs und ihrer Forschungsgruppe durchgeführt wurden, haben gezeigt, dass die Unternehmungen ihre strategisch relevanten Stakeholder noch zu wenig systematisch identifizieren. Das bedeutet auch, dass ihr Potential zur Wertschöpfung, zur Erschliessung von Wissensquellen, zu Wettbewerbsvorteilen und letztlich zum wirtschaftlichen Erfolg brach liegt. Hier will das KTI-Projekt Abhilfe schaffen. Dazu verfolgen die drei beteiligten Hochschulen folgende Ziele:

Die Unternehmungen sollen über ein ICT-Tool verfügen, mit dem sie ihre strategisch relevanten Stakeholder identifizieren können. Dadurch können sie sich im verschärften Wettbewerb gegenüber ihren Konkurrenten besser positionieren. Gleichzeitig werden eine Methode und ein Tool entwickelt, mit denen die Firmen die Nutzenpotentiale ihrer Stakeholder bestimmen können. Beides ermöglicht den Firmen, ihren Umgang mit Stakeholdern effizienter und effektiver zu gestalten. Zum Einsatz kommen in erster Linie bereits bestehende ICT, die sich in der Praxis bewährt haben. Das reduziert das Risiko einer kostspieligen oder ungeeigneten Eigenentwicklung. Um den Vorteil eines systematischen Stakeholder-Managements zu messen, werden Stakeholder Value Indikatoren entwickelt (ähnlich einer Balanced Scorecard), die Auskunft über die unternehmerische Performance geben.

Die Marktpotentialabklärungen der drei Hochschulen haben ergeben, dass die befragten Firmen ein ICT-gestütztes Stakeholder-Management und Tools zur e-Kollaboration dringend wünschen. Gleichzeitig fehlt ihnen aber das für die Umsetzung notwendige Methodenwissen. Häufig findet das Stakeholder-Management personenbezogen statt, so dass das erworbene Wissen für die Firma verloren ist, wenn die ins Stakeholder-Management involvierten Mitarbeiter die Firma verlassen. Hier kann die ICT einen wertvollen Beitrag leisten, wenn sie fürs Wissensmanagement eingesetzt wird.

Um die wissenschaftlichen Methoden für ein professionelleres Stakeholder-Management zu entwickeln, führen die Fachhochschulen eine qualitative, vergleichende Fallstudie mit vier Unternehmungen durch. Dafür haben sich die Pfizer Schweiz, die Feller AG, die AEW Energie AG und die Hunziker und Partner AG zur Verfügung gestellt. Alle vier verfügen über Erfahrung im Stakeholder-Management und haben konkrete Anwendungsgebiete für den Einsatz der Methoden und ICT-Tools. Da die vier Wirtschaftspartner unterschiedlich gross sind, können auch Aussagen darüber gemacht werden, welche Probleme und Bedürfnisse beim Stakeholder-Management je nach Unternehmensgrösse auftauchen können. Die Resultate werden Mitte 2007 vorliegen.

Prof. Dr. Sybille Sachs

HWZ mit eigener Schriftenreihe «Bildungsökonomische Herausforderungen für Fachhochschulen» – Unter diesem Titel erschien Mitte Mai der erste Band der neuen HWZ Schriftenreihe im Berner Paul Haupt Verlag. Die Publikation beinhaltet vier Aufsätze, die der aktuellen Situation der Fachhochschulen in der Schweiz Rechnung tragen sollen.



Neue HWZ Reihe

Der erste Beitrag des ehemaligen HWZ-Rektors Prof. Dr. Heinz Knecht befasst sich mit der Etablierung der Fachhochschulen und prüft ihre aktuelle Ausrichtung. Kritisch untersucht Knecht den bisher zurückgelegten Weg, diskutiert Zielsetzungen und Strategien und die für den Erfolg der Fachhochschulen entscheidenden Faktoren. Im zweiten Aufsatz umreißt Prof. Dr. Sybille Sachs, Leiterin des Kompetenzzentrums Stakeholder View an der HWZ, die Bedeutung der Stakeholder für Fachhochschulen und gibt insbesondere eine sehr nützliche allgemeine Einführung ins Stakeholder Management. Der dritte Beitrag des Regionalökonomen und HWZ-Prorektors Prof. Dr. Urs Dürsteler konzentriert sich auf die internationale Ausrichtung der Schweizerischen Fachhochschulen. Dürsteler empfiehlt über die regionale Verankerung hinaus eine systemati-

sche internationale Vernetzung. Im vierten Beitrag erläutert Dr. Marco Passardi, Leiter Angewandte Forschung und Entwicklung an der HWZ, die Verknappung finanzieller Mittel im Bildungsbereich sowie die Notwendigkeit innovativer Finanzierungsmodelle. Besonders erfreulich ist, dass die HWZ mit dieser Publikation die erste Schweizerische Fachhochschule ist, die eine eigene Schriftenreihe aufgelegt hat. Auch der zweite Band, die Dissertation von Marc Veser, mit dem Titel «The influence of culture on stakeholder management. Social policy implementation in multinational corporations» ist bereits erschienen. Veser war bis vor kurzem Mitarbeiter des Kompetenzzentrums Stakeholder View an der HWZ und hat an der Universität Zürich doktriert.

Dr. Regine Wieder

Alumni-Porträt: Daniella Hilt **Dass HWZ-Absolventinnen die Chance haben, sich ihre Träume zu verwirklichen, zeigt uns Daniella Hilt. Die Ehemalige der Hochschule für Wirtschaft und Verwaltung Zürich hat geschafft, was für viele Frauen zwar theoretisch möglich, doch in der Praxis nicht immer umsetzbar ist: Sie hat Familie und ist zugleich zu 100 % in einer Kaderposition beschäftigt. Um ihre Aufgaben als Mutter, Partnerin und Chefin parallel zu bewältigen, hat sie sich ziemlich gut organisiert.**



HWZ-Absolventin
Daniella Hilt
mit Tochter Jessica Tabea

Begonnen hat sie ihre berufliche Laufbahn mit einer Ausbildung zur Ernährungsberaterin am Unispital Zürich. Heute ist Hilt Geschäftsleiterin und Controllerin des Departements Radiologie, Neuroradiologie und Nuklearmedizin im Insel-Spital Bern. Fast noch beeindruckender als Hilt's Werdegang ist die Tatsache, dass die junge Mutter ihre 100 % Stelle in nur vier Tagen pro Woche abarbeitet, damit sie sich am fünften Tag ihrer zweijährigen Tochter widmen kann.

Daniella Hilt hat 1991 bis 1995 an der HWZ – zu jener Zeit noch als HWV bekannt – Betriebsökonomie mit Vertiefungsrichtung Controlling studiert. Damals arbeitete sie zunächst als Sachbearbeiterin in der Abteilung «Betriebswirtschaft» des SV Service (heute SV Group), eines Dienstleisters im Bereich Gemeinschaftsgastronomie. Als sie im 3. Semester der HWV war, durfte sie bereits die Leitung der Abteilung «Betriebswirtschaft» beim SV übernehmen und an der SV-eigenen Schule Betriebswirtschaft unterrichten. «Ich hatte eben einen Chef, der mir

sehr viel zugetraut und mich immer gefördert hat», erläutert Hilt ihre Chance. Insgesamt war sie zwölf Jahre beim SV.

1996 übernahm Hilt die Leitung Ökonomie eines privaten Pflegeheims in Küsnacht. Diese umfasste die Bereiche Küche, Restaurant, Hauswirtschaft, technischer Dienst, Physiotherapie und Liegenschaften. Danach ging es 2000 ans Insel-Spital nach Bern. Während dieser Zeit hat Hilt zusätzlich ein berufsbegleitendes Nachdiplomstudium in Integriertem Spitalmanagement (Executive Master of Health Service Administration) an der Fachhochschule St. Gallen absolviert, um sich für ihre neue herausfordernde Tätigkeit auch die notwendige Theorie anzueignen.

Auf ihre Zeit an der HWZ blickt Hilt gerne zurück. Sie erinnert sich aber auch lebhaft an die enorme Herausforderung, Job und Ausbildung zu koordinieren. «Besonders wichtig war für mich in dieser Phase das Zeitmanagement. Um mich zu motivieren, habe ich immer wieder freie Tage eingeplant

und mir auch viele Ferien gegönnt. So konnte ich die übrige Zeit konzentriert und effizient arbeiten.» Die HWZ-Absolventin ist nach wie vor überzeugt von ihrer damaligen Entscheidung, berufsbegleitend zu studieren. «Für mich war diese Lösung damals der einzig richtige Weg. Ein Vollzeitstudium hätte ich mir nicht leisten können.» sagt Hilt. Ausserdem hätte sie sich nie vorstellen können, nach einigen Jahren Berufstätigkeit wieder ein bescheidenes Studentenleben zu führen.

Daniella Hilt weiss ihre glückliche Lage zu schätzen: «Wenn man als Frau Karriere machen aber auch Kinder haben will, so braucht man einen Partner,

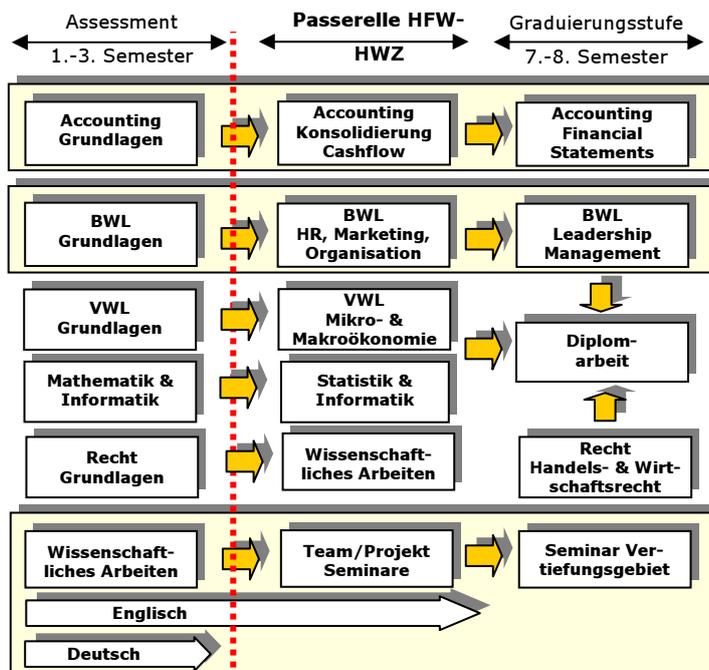
der diese Einstellung unterstützt. Jemanden, der zur Hälfte die Kinderbetreuung übernimmt und akzeptiert, dass man abends später nach Hause kommt.» Zum Glück habe sie einen solchen Partner, sagt sie stolz. Wichtig sei aber auch die Unterstützung des Arbeitgebers – in ihrem Fall habe sie viele Freiheiten, ihren Arbeitsalltag selber zu gestalten. Hilt wünscht sich, dass auch andere Frauen diese Chance auf Karriere und Familie bekommen. Die Studentinnen an der HWZ ermutigt sie: «Es ist ein steiniger Weg, aber man kann das Ziel erreichen.»

Dr. Regine Wieder

Vom Betriebswirtschafter HF zum Betriebsökonom FH Die HWZ bietet neu ein Übergangsstudium von der HFW zur FH an, das ambitionierten Absolventinnen und Absolventen den Zugang zu einem eidgenössisch anerkannten Fachhochschulabschluss ermöglicht. Diese zwei Semester dauernde sog. Passerelle schliesst genau an die Lerninhalte des HFW-Diploms an und bereitet die Studierenden auf die letzten beiden Semester des Hochschulstudiums vor.

Nach einem Semester machen die Teilnehmer des Übergangsstudiums eine Prüfung, mit der sie sich für die Aufnahme ins FH-Studium qualifizieren. Nach einem weiteren Semester wird der erste Teil

der Diplomprüfung zusammen mit den regulär Studierenden der HWZ absolviert. Entsprechende Ausbildungslücken werden somit gezielt geschlossen.



Mit dieser Übergangslösung führt die HWZ eine verbesserte Qualitätssicherung bei der Zulassung von Quereinsteigern ein. In dem vorbereitenden Studienjahr erhalten die Studierenden etwa 10 % mehr Unterricht als ihre Studienkollegen im 5. und 6. Fachhochschulsemester. Die Lehrgangsstufe hat Yves Atteslander: yves.atteslander@fhhwz.ch. Weitere Informationen auf www.fhhwz.ch. Informationsveranstaltungen hierzu finden am 6. und 12. Juli 2005 jeweils um 18 Uhr im Sihlhof, Lagerstrasse 5, Zürich statt.

Studieninhalte
 Übergangsstudium

HWZ – Pinwand

Veranstaltungen	Datum	Uhrzeit
Infoabend Executive Master of Real Estate Management	28.06.2005	18:30
Übergangsstudium HFW-HWZ	06.07.2005	18:00
Infoabend Bachelor-Studiengänge Betriebsökonomie, Wirtschaftsinformatik, Kommunikation	11.07.2005	18:30
Übergangsstudium HFW-HWZ	12.07.2005	18:00
Sommerferien	18.07.-13.08.2005	
Rückgabe der korr. Diplomarbeiten durch Dozenten an das Sekretariat	12.08.2005	
Erster Studientag nach den Sommerferien	15.08.2005	
Infoabend Executive Master of Controlling/MBA USQ	25.08.2005	18:00
Ringvorlesung	26.08.2005	18:00
Infoabend Executive Master of Real Estate Management	31.08.2005	18:30
Abendveranstaltung «Erfolgsfaktor Stakeholder-Management» (Anmeldepflicht)	15.09.2005	17:00 - 20:00
Anmeldeschluss für Semesternachprüfungen	17.09.2005	09:00
Dozententag	17.09.2005	
Nachprüfungstermin für Semesterprüfungen	24.09.2005	13:30
Ende SS 05	24.09.2005	
Infoabend Executive Master of Real Estate Management	26.09.2005	18:30
Infoabend Executive Master of Controlling/ MBA USQ	27.09.2005	18:00
Bekanntgabe der Diplomarbeitsnoten	Woche 37/38	

Feedback

Wie hat Ihnen der Newsletter gefallen? Was haben Sie vermisst? Schreiben Sie uns Ihre Kommentare, Anregungen und Kritik an: hwzaktuell@fhhwz.ch

HWZ aktuell ist eine Online-Publikation der Hochschule für Wirtschaft und Verwaltung Zürich (HWZ)