

# GGS

# ANNUAL | 2009

Jahresbericht der German Graduate School of Management & Law



2009 – ein ereignisreiches Jahr



# GGS

GERMAN GRADUATE SCHOOL  
OF MANAGEMENT & LAW  
HEILBRONN

# Inhalt



## Kontakt zur Redaktion:

Dr. Markus Schwarzer  
Leiter Public Relations

German Graduate School  
of Management and Law  
Bahnhofstr. 1 · D-74072 Heilbronn

Phone: +49 (0) 71 31 - 64 56 36 - 45  
Mobil: +49 (0) 176 - 16456315  
Fax: +49 (0) 71 31 - 64 56 36 - 27  
E-Mail: markus.schwarzer@ggs.de

[www.ggs.de](http://www.ggs.de)

## Abbildungen Cover:

Großes Bild: Mai 2009: Die ersten Absolventen der eigenen Studiengänge werden graduiert.

Kleines Bild: Juni 2009: Der neue Name wird der Öffentlichkeit im Rahmen einer Pressekonferenz präsentiert.

Editorial	S. 3
Die Leistungsfelder der GGS	S. 4

## Säule 1: Studiengänge

Daten und Fakten	S. 8
Warteliste für Studienplätze	S. 9
Erste Absolventen schließen Studium ab	S.10
GGG on Tour	S.10
Alumni Verein	S.12
GGG bei AACSB-Konferenz	S.13

## Säule 2: Management Education

Management Education an der GGS	S.16
Vortragsreihen	S.18

## Säule 3: Forschung

Prof. Dr. Tomás Bayón	S. 25
Prof. Dr. Dirk Zupancic	S. 28
Prof. Dr. Thomas Armbrüster	S. 31
Dr. Jochen Becker, CFA	S. 33
Prof. Dr. Michael Brück, LL.M. (SMU/Dallas)	S. 35
Prof. Dr. Jochen Deister	S. 38
Prof. Dr. Harald Dolles	S. 41
Prof. Dr. Martin Schulz, LL.M. (Yale)	S. 44
Prof. Dr. Heinz-Theo Wagner	S. 46
Medienangebot an der GGS	S. 49

## Marketing und PR

Hochschulmarketing	S. 52
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	S. 55
Impressum	S. 58

## Editorial

---

**Prof. Dr. Dirk Zupancic**

Chief Executive Officer, Managing Dean,  
Geschäftsführer



Sie erreichen mich unter:

**Telefon: 07131-645636-74**

**E-Mail: [dirk.zupancic@ggs.de](mailto:dirk.zupancic@ggs.de)**

## 2009 – ein ereignisreiches Jahr für die GGS

Mit 2009 liegt ein ereignisreiches Jahr hinter der German Graduate School of Management and Law (GGS). Das erste Highlight waren sicher die Faculty Days im Mai 2009. Sie bildeten den festlichen Rahmen für die Graduierung unserer ersten Absolventinnen und Absolventen aus den eigenen Studiengängen. In einer feierlichen Zeremonie erhielten sie auf Burg Stettenfels ihre Masterabschlüsse in Business Administration und Jura.

Im Juni folgte dann das Renaming der Hochschule von heilbronn business school zur GGS. Mit dem neuen Namen sollen u.a. unsere nationalen und internationalen Aktivitäten in Forschung und Lehre bundesweit und international besser sichtbar werden.

Zu den weiteren Höhepunkten 2009 gehörten die Vorträge von Prof. Götz Werner und Dr. Reinhard Sprenger, die bei den Heilbronner Management Dialogen ihre Visionen von dialogischer Führung erläuterten.

Für den langfristigen Erfolg der Hochschule ist natürlich die Attraktivität unserer Studiengänge ausschlaggebend. Hier konnten wir mit den Bewerberzahlen für die Studienstarts im Herbst 2009 sehr zufrieden sein. Sowohl für das MBA- als auch für das Jura-Studium mussten wir Wartelisten einführen. Beide Studiengänge waren mit jeweils rund 25 Studierenden ausgebucht.

Mit dem wachsenden Erfolg der Studiengänge geht auch eine steigende Zahl an Studenten insgesamt einher. Derzeit studieren über 200 Berufstätige bei uns. Damit haben wir diese Marke bereits ein Jahr früher erreicht als geplant. Langfristig wollen wir 250 Akademiker an der GGS ausbilden. Deshalb erweitern wir kontinuierlich unser Studienangebot.

Das war nur ein kurzer Abriss unserer Aktivitäten aus dem Jahr 2009. Welche Maßnahmen wir im vergangenen Jahr in den einzelnen Bereichen konkret umgesetzt haben, können Sie auf den folgenden Seiten in unserem Jahresbericht nachlesen. Ich wünsche Ihnen viel Spaß dabei und stehe Ihnen für Fragen natürlich gerne zur Verfügung.

Mit besten Grüßen

## Die Leistungsfelder der GGS

### Verantwortung übernehmen für Unternehmen und Gesellschaft

„Wir leisten regionale Mehrwerte, sind national sichtbar und anerkannt sowie international präsent“, das ist die Maxime der German Graduate School of Management and Law (GGS) in Heilbronn. Hier setzt sie als Hochschule für Unternehmensführung an und konzentriert sich auf drei Leistungsfelder:

### Die Studiengänge an der GGS

Die berufsbegleitenden Master-Studiengänge sollen junge Menschen und Führungskräfte motivieren und begeistern, Verantwortung für ihre Unternehmen und die Gesellschaft zu übernehmen. Das Ziel ist es, verantwortungsbewusste Führungspersönlichkeiten auszubilden und so einen Beitrag zu nachhaltigem unternehmerischem Erfolg und Wirtschaftswachstum zu leisten.

#### Der MBA

Schwerpunkte des MBA-Studiums an der GGS sind im ersten Studienjahr die Kerndisziplinen der Unternehmensführung: General Management steht im Vordergrund. Darauf aufbauend konzentriert sich der MBA im zweiten Studienjahr auf speziell zugeschnittene Schwerpunkte:

- Focus Leadership
- Focus International Business
- Focus Process Management & Innovation

#### Der LL.M. Business Law

Rechtliche Fragen spielen in der Unternehmenspraxis zunehmend eine wichtige Rolle. Unternehmerische Entscheidungen sind mehr und mehr mit der Abschätzung juristischer Folgen verbunden. Im Rahmen von Führungsaufgaben kommt es deshalb darauf an, dass die rechtliche Seite mitbedacht und in den Entscheidungsprozess eingebunden wird.

#### The Leeds MSc in Business Management

In Zusammenarbeit mit der Leeds University Business School (LUBS) bietet die GGS das Studienprogramm „MSc in Business Management“ an. Das für Hochschulabsolventen konzipierte Studienprogramm vermittelt betriebswirtschaftliches Know-how sowie analytische Fähigkeiten und Managementkompetenzen.

### Die Management Education an der GGS

Die GGS versteht sich nicht nur als Hochschule, die Studenten in berufsbegleitenden Master-Studiengängen ausbildet. Sie will auch Think Tank für neues Wissen im Bereich „Management und Recht“ sein und engagiert sich als Sparingspartner und Berater für die Praxis. Deshalb wird die GGS ihre Vortrags- und Seminarreihen weiter ausbauen.

### Die Forschung an der GGS

Zu den Aufgaben einer Hochschule gehören aber nicht nur Aus- und Weiterbildung von jungen Menschen und Führungskräften. Eine Hochschule muss auch forschen, Lösungen für Praxisprobleme anbieten und national wie international präsent sein.

Die Professoren und wissenschaftlichen Mitarbeiter der GGS sind auf internationalen Konferenzen vertreten und unterrichten an international anerkannten Hochschulen. Auch diverse Forschungspreise wurden an Professoren der GGS vergeben. Darüber hinaus können immer mehr Wissenschaftler von international bekannten Universitäten (z.B. der School of Law University of California (UCLA), Los Angeles, USA) als Dozenten für die Hochschule gewonnen werden. Die Hochschule ist auch als Partner für internationale Forschungsprojekte gefragt.

## Unsere Strategie: Drei Säulen

GGS  
 Regionaler Mehrwert,  
 nationale Sichtbarkeit und  
 Anerkennung, internationale Präsenz

Berufsbegleitende, postgraduale Studiengänge  
 in Management und Recht.

Management Education, Kooperationen und  
 Praxisdialoge.

Anwendungsorientierte Forschung und  
 Praxistransfer nach internationalen Qualitäts-  
 standards.

## Unsere Mission

- Wir bilden verantwortungsvolle Führungspersönlichkeiten in Management und Recht aus und weiter, die für die Unternehmen und die Gesellschaft nachhaltige Werte schaffen.
- Wir forschen für den Fortschritt in Management und Recht nach den internationalen Anforderung an gute Forschung. Neben den individuellen Forschungsthemen arbeiten wir gemeinsam an unserem Kernthema »Wertorientierte Führung von Geschäftsbeziehungen«.
- Wir verstehen uns als ein Think Tank, der neues Wissen in Management und Recht generiert. Wir engagieren uns als Sparringspartner und Berater für die Praxis.
- Wir leisten regionale Mehrwerte, sind national sichtbar und anerkannt sowie international präsent.

## Unsere Werte

**Verantwortungsvoll:** Wir leisten durch Lehre, Forschung, Weiterbildung und Beratung einen Beitrag zu nachhaltigem unternehmerischem Erfolg und Wirtschaftswachstum. Unsere Beiträge orientieren sich zugleich am Wohl der Mitarbeiter in Unternehmen und der Gesellschaft.

**International:** Wir orientieren uns in Forschung und Lehre an den Qualitätsstandards und Schwerpunkten der führenden internationalen Business Schools. Auch bei regionalen Themen verlieren wir den internationalen Kontext nicht aus den Augen.

**Anspruchsvoll:** Wir stellen an uns selbst hohe Ansprüche und sind bestrebt, diese zu erfüllen. Dazu verpflichten wir uns zu kontinuierlicher Weiterentwicklung, um Bestleistungen dauerhaft zu erbringen.

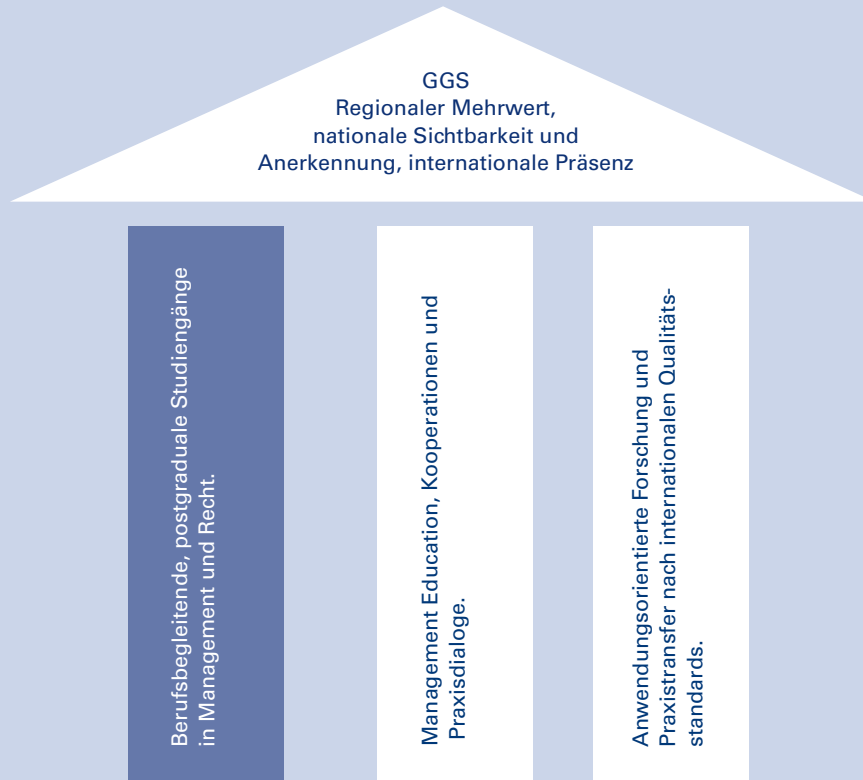
**Lösungsorientiert:** Wir suchen in allen Situationen für alle Beteiligten nach Lösungen und verfolgen keine dogmatischen Prinzipien. Wir sind intern und extern kunden- und serviceorientiert.

**Regional:** Wir sind regional verwurzelt und leisten einen regionalen Mehrwert für die Menschen und Unternehmen der Region.

**Neugierig:** Wir sind eine forschungsorientierte Hochschule, die für alle, die mit uns arbeiten, inspirierend und zukunftsweisend wirkt.

**Diskursiv:** Wir schätzen und nutzen kontroverse aber konstruktive Diskussionen mit Studierenden, Kunden und Partnern als wichtige Quelle für den Erkenntnisfortschritt.





## Säule 1: Studiengänge

- MBA
- LL.M. Business Law
- The Leeds MSc in Business Management

## Daten und Fakten zu den Studiengängen der GGS

### Studierende

- Eingeschriebene Studierende: 200 (Stand: Ende 2009)
- Anteil Männer/Frauen: 70% / 30%
- Studierende aus der Region Heilbronn-Franken: 35 Prozent
- Studierende aus Region HN-Franken + Stuttgart: 50 Prozent
- Absolventen seit Gründung: 177 (Stand: Februar 2010)
- Auf einen Studienplatz an der GGS kommen derzeit 3 bis 4 Interessenten.

### Visiting Faculty

45 ständige Gastdozenten, davon 25 aus dem Ausland von internationalen renommierten Business und Law Schools (Auswahl):

- University of California Los Angeles (UCLA), Law School, CA, USA
- University of Cambridge, Judge Business School, Großbritannien
- University of Indiana, Kelley School of Business, Bloomington, IN, USA
- Cornell University, Ithaca, NY, USA
- Thunderbird School of Global Management, Glendale, AZ, USA
- Rice University, Jesse H. Jones Graduate School of Management, Houston, Texas, USA
- Instituto de Empresa, Madrid, Spanien
- Corvinus University of Budapest, Business Ethics Center, Ungarn
- University of Liverpool Management School, Großbritannien
- SKEMA Business School Nice - Sophia Antipolis, Frankreich
- University of Adelaide, Australien
- Stockholm University School of Business, Schweden
- University College Dublin, Irland

## 2009 erstmals Warteliste für Studienplätze eingeführt

„Mit den Bewerberzahlen für die Studienstarts im Herbst 2009 sind wir sehr zufrieden. Diese haben sich über das Jahr kontinuierlich entwickelt“, erläutert Prof. Dirk Zupancic, Geschäftsführer der GGS. „Sowohl für das MBA- als auch für das Jura-Studium mussten 2009 erstmals Wartelisten eingeführt werden“, so Zupancic weiter.

Damit begannen im Oktober vergangenen Jahres 24 Studierende (2008: 19 Studierende) ein MBA-Studium mit dem Focus „Leadership“. Sogar 27 Studierende (2008: 13 Studierende) nahmen ein Jura-Studium (LL.M. Business Law) auf. Damit sind beide Studiengänge ausgebucht.



Fragen der Führung beschäftigen künftig die »Leader« im Rahmen ihres MBA-Studiums ...



... während sich die Studierenden des LL.M. Business Law um juristische Fragen der Unternehmenspraxis kümmern.

## Studentenzahl auf 200 gesteigert

Mit dem wachsenden Erfolg der Studiengänge geht auch eine steigende Zahl an Studierenden einher. Ende 2009 waren bereits rund 200 Akademiker an der GGS eingeschrieben. Dazu trägt auch die Kooperation mit der LUBS im Bereich MSc bei. „Damit haben wir unser Ziel bereits ein Jahr früher erreicht als geplant“, freut sich Prof. Tomás Bayón, Academic Dean der GGS.

Langfristig plane man, 250 Akademiker an der GGS auszubilden, so Bayón. Um das Angebot hierfür zu erweitern, ist derzeit ein neues LL.M.-Studium in Planung. Außerdem wurde für den MBA mit „Process Management & Innovation“ ein neuer Focus eingeführt.

## „Process Management & Innovation“ vermittelt breites Wissen für die Gestaltung von Prozessen

Ab 2010 bietet die GGS im Rahmen ihres MBA-Studiums eine neue Spezialisierung an: Den Schwerpunkt „Process Management & Innovation“. Denn viele – gerade auch mittelständisch geprägte – Unternehmen agieren zunehmend stärker auf globalen dynamischen Märkten. Um international erfolgreich zu sein, benötigen sie deshalb Manager, die strategisch und integrativ denken und handeln. Zusätzlich müssen diese Führungskräfte aber auch das operative Geschäft aufbauen, steuern und weiter entwickeln können. Dazu müssen sie:

- Wertschöpfungsketten unter Einbeziehung externer Partner gestalten und managen, um Produkte und Dienstleistungen effektiv und effizient bereitstellen zu können;
- Strategische Projekte organisieren und steuern können, von deren Erfolg die Unternehmen abhängen;
- Wertschöpfungsketten permanent an neue Markterfordernisse anpassen;
- Unternehmen auf Innovationskurs halten, was gerade für die Unternehmen der Region Heilbronn-Franken von herausragender Bedeutung ist und auf das die hohe Dichte an Weltmarktführern in der Region zurückzuführen ist.

### Die Zielgruppe

Der neue MBA-Schwerpunkt „Process Management & Innovation“ trägt diesen Anforderungen Rechnung. Er wendet sich an Akademiker mit mindestens 2 Jahren Berufserfahrung, die als Zielfunktion beispielsweise die Position eines Chief Operations Officers oder Organisationsleiters anstreben.

## Die Führungskompetenzen

Die Studierenden erwerben ein vertieftes und breites Wissen in der Gestaltung und Führung von Geschäftsprozessen. Nach erfolgreichem Abschluss des Studiengangs beherrschen sie insbesondere auch die Führungskompetenzen und -techniken, die für eine erfolgreiche Gestaltung innovativer Prozesse in der Unternehmenspraxis erforderlich sind.

## Die Studienziele

Wesentliche Studienziele des Focus „Process Management & Innovation“ sind z.B. der Erwerb von Führungskompetenz im Aufbau von Prozess-Strukturen, das Prozess-Controlling, die Strukturierung und Führung strategischer Projekte sowie die Planung und Lenkung von Änderungsinitiativen oder der Umgang mit ungeplanten Änderungen.



Mehr als ein buntes Wortspiel: Der neue MBA-Schwerpunkt Process Management & Innovation

## Erste Absolventen schließen Studium ab Graduierungsfeier auf Burg Stettenfels

Mitte Mai 2009 hat die GGS – damals noch unter dem Namen „heilbronn business school“ – ihre ersten 20 Absolventinnen und Absolventen aus den eigenen Studiengängen graduiert. In einer feierlichen Zeremonie erhielten sie auf Burg Stettenfels ihre Masterabschlüsse in Business Administration (MBA) und Jura (LL.M.).

„Nicht nur für unsere Studenten ist die Graduierung ein bedeutender Schritt, sondern auch für die GGS“, bestätigt Prof. Dr. Tomás Bayón, Dekan der Hochschule. Stolz könne man auf zwei Jahre zurückblicken, in denen man gemeinsam Pioniergeist gezeigt, die Studenten aber auch erfolgreich den nächsten Karriereschritt umgesetzt hätten, so Bayón anlässlich der Graduierungsfeier.

Das sieht Dr. Erhard Klotz von der Dieter Schwarz Stiftung genauso: „Die Graduierungsfeier zeigt: Die Gründung der Hochschule im Jahr 2005 war genau der richtige Schritt, um die Weiterbildung von Fach- und Führungskräften zu fördern.“ Es sei schon ein schöner Tag, jetzt auf die ersten „eigenen“ Absolventen blicken zu können, freute sich Klotz.



Tag der Freude: Die Graduierungsfeier der ersten eigenen Studenten.

## GGs on Tour

**Studienreise nach New York und San Francisco / Hochkarätiges Programm / Weitere Auslandsaufenthalte geplant**

Das Fazit der Studenten war eindeutig: „Dieser USA-Aufenthalt hat dem Leitbild der GGS voll und ganz entsprochen. Sie repräsentiert eine innovativ aufgestellte und international ausgerichtete Hochschule“, fasst MBA-Student Thilo Kiefer die erste Studienreise der German Graduate School of Management and Law (GGs) zusammen.

Die Führungen durch internationale Top-Unternehmen, Gespräche mit Unternehmern und Vertretern aus der Wirtschaft sowie die Vorlesungen an der San Francisco State University und an der Elite-Universität Stanford hätten diese Studienreise für alle Beteiligten zu einem einmaligen Erlebnis gemacht, so Kiefer weiter.

## Erste Studienreise seit Gründung

Erstmals seit ihrer Gründung organisierte die GGS Ende April 2009 einen einwöchigen Studienaufenthalt für ihre Studenten und Alumni. Unter der Leitung der Professoren Tho-

mas Armbrüster und Michael Brück besuchten rund 70 Studierende und ehemalige Studenten New York, San Francisco und Palo Alto.

An der Ostküste stand vor allem die Finanzkrise im Fokus. Die Agenda in New York war dicht gedrängt: Besuch beim Ratingunternehmen Standard & Poor's, Vortrag bei den Wirtschaftsprüfern von KPMG und eine Diskussion in der Anwaltskanzlei White & Case.

Anschließend ging es quer durch den amerikanischen Kontinent in den Golden State Kalifornien. Doch nicht nur Sightseeing an der Golden Gate Bridge war für die 70-köpfige USA-Delegation angesagt. Denn auch an der Westküste war das Studienprogramm wieder straff getaktet. Vortrag an der San Francisco State University, Unternehmensbesuch bei Barclay's Global Investors, Vorlesung an der renommierten Stanford University. Daneben blieb aber auch noch genügend Zeit, um die Sehenswürdigkeiten der Flower Power Metropole San Francisco zu genießen.



New York und San Francisco waren die Ziele der ersten Studienreise der GGS.

Dank einer speziellen Förderung durch die Dieter Schwarz Stiftung konnte die Reise den Teilnehmern zu interessanten Konditionen angeboten werden.

## Studienreise nach China geplant

Nach dem großen Erfolg der GGS-Studienreise 2009 ist für 2010 eine Fortsetzung geplant. Unter dem Motto „China - Business Relationships and Beyond“ führt die Studienreise 2010 ins Reich der Mitte. Geplant ist folgendes Programm:

Abflug ist am 06. Mai 2010 nach Peking mit Weiterflug nach Shenyang in die Provinz Liaoning. Hier konnte die GGS Kontakt mit dem International Business College der Shenyang Normal University aufnehmen. Das International Business College wird für die Studienreise ein Programm mit den Schwerpunkten Kultur und Wirtschaft sowie einen Besuch des International Business College der Shenyang Normal University gestalten.

Am 09. Mai 2010 geht die Reise weiter nach Shanghai. Neben verschiedenen Firmenbesuchen sind auch die Tongji University und die World EXPO 2010 eingeplant. Der Rückflug ist für den 12. Mai 2010 vorgesehen, Ankunft in Frankfurt wird am 13. Mai 2010 in den Morgenstunden sein.



Shanghai ist ein Ziel der Studienreise 2010.

## Alumni Verein bildet internationales Netzwerk



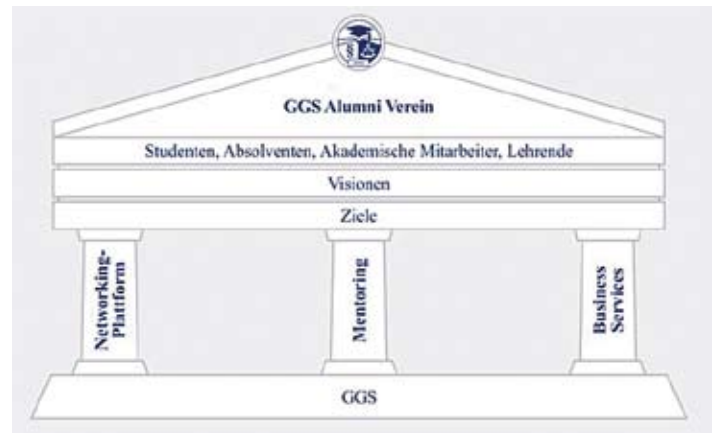
Der neu gegründete Alumni Verein der German Graduate School of Management and Law (GGS) hat es sich als Ziel gesetzt, durch die Schaffung eines internationalen Netzwerkes aus Lehrenden, Studierenden, Absolventen und Mitgliedern der GGS Community den wechselseitigen Wissenstransfer zwischen Theorie und Praxis herzustellen. Ein Schwerpunkt des Vereins soll auf der Thematik »Weiterbildung von Führungspersonalitäten« liegen. Hier geht es vor allem darum, den Menschen, der hinter dem Manager steht, zu einer verantwortungsbewussten Führungspersonalität weiter zu entwickeln. Um dieses Ziel zu erreichen, stellt der Verein seinen Mitgliedern ein starkes Konzept zur Verfügung, das im Wesentlichen auf den folgenden Säulen basiert:

**Business Services:** Neben der Möglichkeit der Teilnahme an allen GGS Aktivitäten bietet der Verein seinen Mitgliedern durch eigene Veranstaltungen und Leistungen zahlreiche Möglichkeiten der persönlichen Weiterbildung sowie des Austausches untereinander und mit Managementpersönlichkeiten.

Innerhalb des Leistungspakets »Mentoring« unterstützen Absolventen die Studenten auf ihrem Weg zum erfolgreichen Studium und zur verantwortungsbewussten Führungskraft.

Mit der vereinseigenen Networking Plattform wird die Voraussetzung für die Bildung eines lebendigen Netzwerkes geschaffen. Hier wird von den Mitgliedern von Anfang an ein verantwortungsbewusstes Handeln verlangt, da die Nutzungsregeln des Networking dem vereinseigenen »Code of Conduct« unterliegen.

Mit dieser Konstellation wurde ein System geschaffen, das getragen von Freundschaft, Pioniergeist, Respekt und gegenseitiger Unterstützung die Grundlage für die Entwicklung verantwortungsbewusster Führungspersonalitäten legt.



### Ansprechpartnerin:

Ute Nonnenmacher

German Graduate School  
of Management & Law (GGS)  
Bahnhofstr. 1, D-74072 Heilbronn

Phone: +49 (0) 7131 - 645636 - 37

Fax: +49 (0) 7131 - 645636 - 27

E-Mail: [ute.nonnenmacher@ggs.de](mailto:ute.nonnenmacher@ggs.de)

## GGs bei AACSB-Konferenz in Orlando

Einmal im Jahr treffen sich die wichtigsten Business Schools bei der „International Conference and Annual Meeting“ der AACSB (The Association to Advance Collegiate Schools of Business), einer der wichtigsten Akkreditierungs-Agenturen weltweit. Im Jahr 2009 traf man sich in Orlando, Florida. Mit dabei: Josef Schneider, Programm-Manager der GGS.

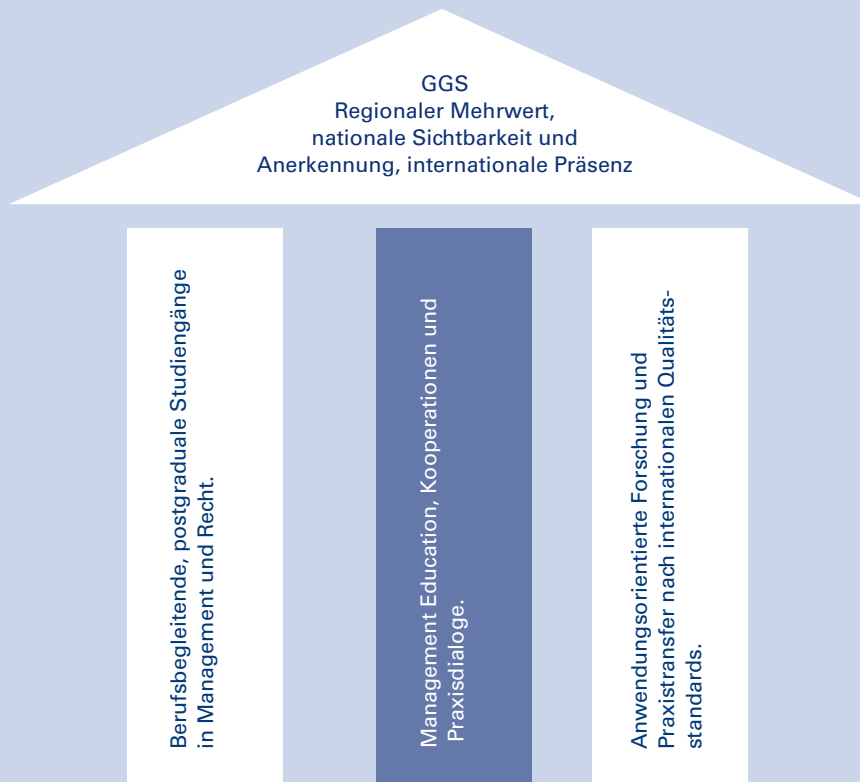
Im Mittelpunkt der Diskussionen stand im vergangenen Jahr u.a. auch die Wirtschaftskrise. Vor allem eine Frage beschäftigte die Teilnehmer der Konferenz: Muss das Curriculum der Business Schools als Konsequenz aus der Wirtschaftskrise verändert werden? Müssen ethisch-moralische Prinzipien und die Corporate Social Responsibility im Curriculum und in der Breite der angebotenen Kurse noch verstärkter eingebunden werden? Tenor der Diskussionen war dann auch: Business-Schulen müssen jetzt Teil der Lösung für die Wirtschaftskrise sein und ähnliche Krisen künftig verhindern!

„Vor allem aber ist das Meeting eine wichtige Plattform zum Gedankenaustausch über neue Herausforderungen für die Business Schools“, erläutert Josef Schneider die Bedeutung der Veranstaltung. „Da hier auch neue Trends in der Management-Ausbildung und neue Anforderungen an das Curriculum diskutiert werden, ist es ganz wichtig für uns hier teilzunehmen“, so Schneider weiter. Deshalb plane man auch künftig eine Teilnahme an dieser Veranstaltung.



Josef Schneider, MBA, neuer Programm-Manager an der GGS, vertrat die Hochschule bei der AACSB-Konferenz in Orlando / USA





**Säule 2:  
Management Education,  
Kooperationen und Praxis-  
dialoge.**

# Management Education an der GGS

Weiterbildung für Manager und Nachwuchsführungskräfte

Die Management Education ist die zweite Säule unserer Leistungsfelder. Sie bietet ein vielseitiges Portfolio an Seminaren, Workshops, Summits und Updates. Zielgruppe sind Manager und Nachwuchsführungskräfte.

Entsprechend ihrer Kernkompetenzen konzentriert sich die GGS auf Themen im Bereich „Management und Recht“ und bietet damit professionelle Weiterbildung auf dem neuesten Stand der Wissenschaft an. Die Themen werden problemorientiert konzipiert und verfolgen inhaltlich eine konsequente Ausrichtung nach den Bedürfnissen der Unternehmen. Erprobte Konzepte gewährleisten den Wissenstransfer in das Alltagsgeschäft sowie die Umsetzung von Zielen.

Im Bereich der Management-Weiterbildung pflegen wir Partnerschaften zu renommierten Universitäten und fungieren als Kooperationspartner für Weiterbildungslehrgänge. Diese Kooperationen beruhen auf gemeinsamen Studien und Forschungsprojekten und gewährleisten einen hohen Qualitätsstandard. Darüber hinaus pflegen wir ein großes Expertenetzwerk, von dem auch unsere Teilnehmenden profitieren.



## „management update!“

Aktuelles Managementwissen in 3 Stunden

Ab September starten wir mit fünf Abendveranstaltungen die Seminarreihe „management update!“ und bieten Ihnen einen Einblick in die aktuellen Trends der wichtigsten Managementbereiche: Marketing, Vertrieb, Unternehmensführung, Recht und IT-Management. Schwerpunkt der Abende sind die inhaltlichen Vorstellungen der Konzepte. Darüber hinaus bieten die Management-Seminare die Gelegenheit zur Interaktion: praktische Erfahrungen der Teilnehmer werden mit dem Know-How der Dozenten kombiniert.

### Management Update: Value Selling: Wie man Kunden durch echte Mehrwerte gewinnt! 16.09.09

Fast jedes Unternehmen spricht heute von „Lösungen“ anstatt von Produkten oder Dienstleistungen. Bei vielen bleibt es jedoch bei einem Lippenbekenntnis. In diesem Update erfahren Sie ... wie man Kunden so analysiert, dass man ihre wahren Bedürfnisse erfährt. ... wie man auf dieser Basis echte Lösungen kreiert. ... wie man diese Lösungen kommunizieren muss und ... damit hohe Preise erzielt. ... welche Rahmenbedingungen im Unternehmen dafür geschaffen werden müssen. Referent: Prof. Dr. Dirk Zupancic ist Professor für Management an der GGS und Dozent für Marketing und Verkauf an der Universität St.Gallen. Er forscht, berät und referiert seit über 10 Jahren zu Themen des Vertriebs- und Kundenmanagement.

### Management Update: Aktualisierung von Know-How im Unternehmen 07.10.09 Herausforderung für das Qualitätsmanagement

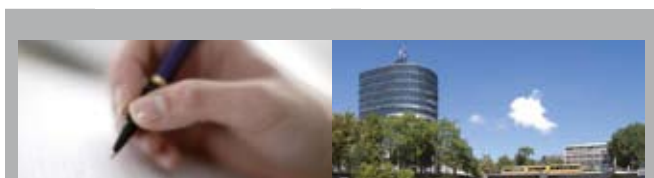
Im Informationszeitalter ist das bedarfsgerechte und effiziente Management von relevantem Know-how für jedes Unternehmen ein Schlüsselfaktor im internationalen Wettbewerb. Viele Unternehmen haben daher bereits ein eigenes Informations- und Wissensmanagement installiert oder erwägen eine systematische Organisation ihrer Know-how Ressourcen. Für den nachhaltigen Erfolg von Wissensmanagement ist allerdings entscheidend, dass das relevante Wissen auf Dauer aktuell und praxisbezogen bleibt. Dafür sind die folgenden Schritte erforderlich: ... Entwicklung einer „Wissensstrategie“ – Welches Know-how muss im Unternehmen verfügbar sein? ... Strukturierung und Präsentation von Know-how – Wie finden und nutzen die Mitarbeiter vorhandenes Know-how optimal? ... Content Management und Qualitätskontrolle – Wie bleiben die Know-how Ressourcen up to date? Referent: Prof. Dr. Martin Schulz ist Professor für deutsches und internationales Privat- und Unternehmensrecht an der GGS und Rechtsanwalt in Frankfurt am Main. Neben seiner Lehr- und Forschungstätigkeit an der GGS ist er auch im Wissensmanagement von Freshfields Bruckhaus Deringer tätig.

### Management Update: Das neue Recht der Arbeitnehmerfindungen 28.10.09 Warum „Schlafmützigkeit“ zukünftig teuer werden kann

Kaum beachtet von Öffentlichkeit und Wissenschaft sind im „Gesetz zur Vereinfachung und Modernisierung des Patentrechts“ wesentliche Veränderungen auch im Recht der Arbeitnehmerfindungen vorgesehen. In diesem Update erfahren Sie ... die wesentlichen Änderungen für die Praxis ... die Notwendigkeit, eigene Prozesse im Verhältnis zum Arbeitnehmerfinder anzupassen ... neueste Rechtsprechung zum Arbeitnehmerfinderrecht. Referent: Prof. Dr. Jochen Diebler ist Professor für deutsches und internationales Wirtschaftsrecht an der German Graduate School. Nach Stationen in einer internationalen Anwaltskanzlei und bei einem Joint Venture von Microsoft und Accenture bekleidete er verschiedenen Management-Positionen bei Motorola. Er forscht zu „Strategic Legal Management“ an der Schnittstelle zwischen Geschäftsleitung, Rechtsabteilung und den relevanten Fachabteilungen.

German Graduate School, Bahnhofstraße 1, 74072 Heilbronn,

Kontakt: Karoline Heinisch, Tel/Fax: 07131 645636 - 24/ - 27, E-Mail: karoline.heinisch@ggs.de



## Seminarthemen „Management und Recht“ im Überblick

**Strategisches Marketing:** Erfolg durch professionelle Konzeption und Implementierung  
► Termin: 01./02. Oktober 2009 ► Termin: 21./22. Januar 2010

**Excellence in Sales:** Den Vertrieb zum strategischen Erfolgsfaktor entwickeln  
► Termin: 17./18. Dezember 2009 ► Termin: 03./04. März 2010

**Marketing Performance Management:** Unternehmenserfolg durch Marketing  
► Termin: 04./05. November 2009 ► Termin: 26./27. April 2010

**Financial Management & Controlling:** Ein Unternehmen unter Finanzaspekten führen sowie Werterschöpfungsanalyse mittels erprobter Controlling-Instrumente  
► Termin: 20./21. Oktober 2009 ► Termin: 23./24. Februar 2010

**Optimale Vertragsverhandlungen:** Strategien und Taktiken für effiziente Verhandlungen  
► Termin: 22./23. September 2009 ► Termin: 10./11. März 2010

**Strategisches IT-Management:** IT-Governance und IT-Controlling  
► Termin: 09./10. November 2009 ► Termin: 22./23. März 2010

**Seminarzeiten:** 08:30 Uhr bis ca. 17:00 Uhr

**Seminarkosten:** 1.690,- zzgl. MwSt.

**Darin enthalten:** 2 Tage Intensivseminar, Vor- und Nachbereitung, Pausen und Mittagverpflegung, schriftliche und elektronische Dokumentation

**Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen.**

## Seminarprinzipien der GGS

### Unsere Angebote werden nach folgenden Prinzipien zusammengestellt und realisiert:

- Themen werden problemorientiert konzipiert.
- Konsequente Ausrichtung der Inhalte an den Bedürfnissen von Unternehmen bei gleichzeitiger Abstimmung mit dem „State of the Art“ in der Wissenschaft.
- Topreferenten und -moderatoren, die aus der Faculty der GGS oder aus unserem Netzwerk stammen.
- Ergebnisorientierung des Seminarkonzeptes: d.h. erfolgreiche Durchführung, optimiertes Wissen und verbesserte Praktiken nach dem Seminar.

### Mehrwert der GGS Angebote:

Das „integrierte Phasenkonzept“ für den Lernerfolg der Teilnehmenden.

**Vorphase:** Fragen zur Vorbereitung werden den Teilnehmenden vorab zugesichert. Sie können so ihren Alltag gezielt reflektieren und sich auf das Seminar einstellen.

**Präsenzphase:** Die Seminarinhalte werden in Interaktion mit den Dozierenden diskutiert und erarbeitet. Neben dem Input stehen die konkreten Fragen und Diskussionen im Mittelpunkt. Anschließend formulieren die Teilnehmer ihre eigenen Ziele für den Transfer des Gelernten auf die Praxis.

**Nachphase:** Die Teilnehmenden erhalten die Unterlagen als Hardcopy und elektronisch für die eigene Nachbereitung. Wenige Wochen nach dem Seminar erfolgt ein Kontakt als Erinnerung. Die Teilnehmenden erhalten nochmals ihre Ziele und zusätzliche Anregungen des Dozierenden als Motivation.

## Im Jahr 2009 wurden folgende Programme angeboten:

### 1. Executive Trainings

Im Mittelpunkt der Executive Trainings stehen Eintages- und Zweitagesseminare. Da die Qualifikation der Mitarbeitenden ein entscheidender Wettbewerbsfaktor für Unternehmen ist, geht es vor allem um die professionelle Aus- und Weiterbildung von Führungs- und Nachwuchskräften.

### 2. Management update

Die Managementseminarreihe „management update“ bietet einen Einblick in die aktuellen Trends der wichtigsten Managementbereiche: Marketing, Vertrieb, Unternehmensführung, Recht und IT-Management. Schwerpunkt der Abende sind die inhaltlichen Vorstellungen der Konzepte. Darüber hinaus bieten die Management-Seminare die Gelegenheit zur Interaktion: praktische Erfahrungen der Teilnehmer werden mit dem Know-How der Dozenten kombiniert.

### 3. Summit

Im Rahmen von Vortragsnachmittagen werden Beiträge zu aktuellen Themen angeboten. In den Summit-Veranstaltungen mixen wir Wissenschaft und Praxis und schaffen mit Interaktion Mehrwerte für jeden Einzelnen.

### 4. Online Seminare

Die Online-Seminare sind ein weiterer wichtiger Baustein innerhalb der Management Education an der GGS. Mit dieser neuen Form der Wissensvermittlung werden Informationen schnell und effizient an den Arbeitsplatz transportiert. Über die Möglichkeit des Chats können sich die Teilnehmer darüber hinaus interaktiv ins Seminarsgeschehen einbringen.



GGG  
GERMAN GRADUATE SCHOOL  
OF MANAGEMENT & LAW

**Vertriebssummit 1.0**

**Vertrieb & Kundenmanagement:  
Vorwärtsstrategien  
im Gegenwind**



**8. Juli 2009  
von 15:00 – 19:15 Uhr  
im Neckarturm der GGS, 12. Stock**

In Kooperation mit:



**IHK**  
Industrie- und Handelskammer  
Heilbronn-Franken



**efkam**  
European Foundation  
for Best Account Management



**GGG**  
GERMAN GRADUATE SCHOOL  
OF MANAGEMENT & LAW

## GGG ONLINE – SEMINARE NEU

Die Online-Seminare sind ein neuer Baustein innerhalb der Management Education an der GGS. Mit dieser neuen Form der Wissensvermittlung werden Informationen zu topaktuellen Themen schnell und effizient an Ihren Arbeitsplatz transportiert. Bei uns finden Sie noch schneller die Antworten auf Ihre Fragen und sparen wertvolle Zeit. Über die Möglichkeit des Chats können Sie sich darüber hinaus interaktiv ins Seminarsgeschehen einbringen. Die ersten Seminare 2009 werden kostenfrei zum Testen angeboten.

#### 3 Schritte zum GGS Online-Seminar:

1. Sie melden sich zu einem oder mehreren Seminarterminen an
2. Sie erhalten automatisch eine Bestätigungs-E-Mail und folgen den Hinweisen darin
3. Klicken Sie ca. 10 Minuten vor dem Start des Online-Seminars auf den Zugangslink in Ihrer Bestätigungs-E-Mail

#### **Themen & Termine 2009:**

**29. Oktober 2009 um 14:00 Uhr**

**Compliance: Alter Wein in neuen Schläuchen**

Prof. Dr. Jochen Deister

**18. November 2009 um 10:00 Uhr**

**Krisenkommunikation:**

**Damit einem das Wasser nicht bis zum Hals steht**

Dr. Markus Schwarzer

**30. November 2009 um 17:00 Uhr**

**Compliance 6: Der böse Mitarbeiter – arbeitsrechtliche Aspekte von Compliance**

Prof. Dr. Jochen Deister

**7. Dezember 2009 um 17:00 Uhr**

**Sales Driven Company: Wie Sie Ihr Unternehmen vertriebsorientiert ausrichten**

Prof. Dr. Dirk Zupancic

**9. Dezember 2009 um 17:00 Uhr**

**Finanzmarktwirkung des Marketings**

Prof. Dr. Tomás Bayón und Dr. Jochen Becker

**Kontakt & Anmeldung per E-Mail an: [karoline.heinisch@ggs.de](mailto:karoline.heinisch@ggs.de)**



Für 2010 wird dieses Programm erweitert.  
Zusätzlich werden angeboten:

#### 1. Summer School

Die Global Business Negotiation Summer School vermittelt einen für Verhandlungen weltweit notwendigen Rahmen und bietet tiefe Einblicke in die Verhandlungskulturen Osteuropas und Asiens. Mit dem GGS Negotiation Competence Assessments erfährt jeder Teilnehmer darüber hinaus sein ganz persönliches Verhandlungsprofil, die Basis für erfolgreiche Verhandlungen.

#### 2. Vertriebsdiplom (HSG)

In Kooperation mit der Universität St. Gallen bietet die GGS ab 13. April 2010 einen Diplomlehrgang in Vertrieb an. Denn: Nach wie vor gilt das Vertriebsmanagement nicht als Kernthema der universitären Forschung, Lehre und Weiterbildung.

Eine Ausnahme bildet die Universität St. Gallen (HSG), mit der die GGS eine enge Partnerschaft und ein großes gemeinsames Netzwerk pflegt. Seit mehr als 20 Jahren forscht und berät die HSG zum Thema Vertrieb.

Der Vertrieb wird immer anspruchsvoller und die Anforderungen an den Vertriebsmanager steigen unaufhörlich. Gemeinsam mit der Universität St. Gallen sind wir deshalb der Meinung, die Zeit für ein Vertriebsdiplom ist gekommen.

Alle Informationen rund um das Vertriebsdiplom finden sich unter [www.vertriebsdiplom.com](http://www.vertriebsdiplom.com)

## Vortragsreihen

Es gibt auch noch weitere Möglichkeiten, Mehrwerte für die Unternehmen und Menschen in der Region Heilbronn-Franken zu schaffen. Mit unseren unterschiedlichen Vortragsreihen versuchen wir, Begeisterung für ein breites Themenspektrum zu wecken.

### 1. Heilbronner Management Dialoge erfolgreich gestartet

#### Vertrauen minimiert Kosten

Er gilt als profiliertester Management-Berater und Führungsexperte Deutschlands: Dr. Reinhard Sprenger. Seine Thesen sind teilweise provokant und oft schonungslos offen. Im Rahmen der Heilbronner Management Dialoge zeigte Sprenger vor rund 150 Zuhörern, wie er das Thema »Führung« sieht.

Sprengers Antwort nach dem zentralen Führungsprinzip ist klar: Führungskräfte müssen vertrauen. Und auch die Begründung ist relativ simpel. Wer nicht vertraut, muss ein breites Spektrum an Monitoringsystemen, Reportings und Richtlinien aufbauen. Die kosten aber Geld und Ressourcen. Eine hundertprozentige Überwachung erreicht aber auch das perfektste System nicht. Im Gegenteil. Absolute Kontrolle fordere vielmehr Versuche heraus, das Kontrollsystem zu umgehen.

#### Vertrauen ist kostengünstiger

Sprenger nennt auch ein plastisches Beispiel. Für ihn symbolisiert das Finanzamt 100 Prozent Misstrauen. „Und erreicht das Finanzamt mit seinem System die absolute Kontrolle?“ fragt der Wahlschweizer eher rhetorisch. Da eine hundertprozentige Kontrolle der Mitarbeiter nicht möglich sei, sei Vertrauen im Endeffekt kostengünstiger als umfassende Kontrollmechanismen.

#### Vertrauensmissbrauch darf Unternehmen nicht gefährden

Allerdings dürfe das Vertrauen nicht so weit gehen, dass mit einem einzigen Vertrauensmissbrauch das gesamte Unternehmen gefährdet werde, schränkt Sprenger ein. Ein Beispiel: Ein guter Freund von Sprenger sei Hotelier. Seit Jahren übergebe er seinen neuen Azubis als Vertrauensbeweis den Schlüssel für die Hotelkasse. Aber: In besagter Kasse ist auch nicht das gesamte Vermögen des Hotels. Ein Vertrauensmissbrauch gefährde also nicht den kompletten Hotelbetrieb, so Reinhard Sprenger weiter.

#### Think Tank für neues Wissen

Die Heilbronner Management Dialoge wurden im Juni 2009 gestartet. Sie befassen sich mit verantwortungsvoller Unternehmensführung. Als erster Referent der Heilbronner Management Dialoge stellte der Gründer des dm-drogerie

**Start**  
13. April 2010

**Diplom Vertriebsmanager**  
Weiterbildungsdiplom HSG in Vertriebsmanagement

Institut für Marketing  
Universität St. Gallen

GGS  
GERMAN GRADUATE SCHOOL  
OF MANAGEMENT & LAW

[www.vertriebsdiplom.com](http://www.vertriebsdiplom.com)

**Kontakt**

**Akademische Leitung**  
Prof. Dr. Dirk Zemanec  
Leiter Business-to-Business Marketing  
Institut für Marketing  
Universität St. Gallen  
Telefon: +41 (0)71 224 26 75  
Mail: [dirk.zemanec@marketing.ch](mailto:dirk.zemanec@marketing.ch)  
[www.ifo.unisg.ch/b2b](http://www.ifo.unisg.ch/b2b)

**Leitung des Studiengangs**  
Alexander Schager  
Wissenschaftlicher Mitarbeiter  
Institut für Marketing  
Universität St. Gallen  
Telefon: +41 (0)71 224 21 79  
Mail: [alexander.schager@marketing.ch](mailto:alexander.schager@marketing.ch)  
[www.ifo.unisg.ch/b2b](http://www.ifo.unisg.ch/b2b)

**Assistenz**  
Kerstin Heintsch  
Assistentin Executive Education  
GGS – German Graduate School  
of Management and Law  
Telefon: +49 (0)7141 648 636 24  
Mail: [Lara@hsm.heintsch.de](mailto:Lara@hsm.heintsch.de)

**Anschrift**  
Universität St. Gallen  
Institut für Marketing  
Dufourstrasse 65a  
9000 St. Gallen  
Schweiz

**German Graduate School  
of Management and Law**  
Bahnhofstrasse 1  
74072 Heilbronn  
Deutschland

**Chief Executive Officer**  
Professor für Industriemerkting  
und Vertrieb  
GGS – German Graduate School  
of Management and Law  
Telefon: +49 (0)7141 648 636 74  
Mail: [dirk.zemanec@ggs.de](mailto:dirk.zemanec@ggs.de)  
[www.ggs.de](http://www.ggs.de)

In Kooperation mit der Universität St. Gallen bietet die GGS ab April 2010 einen Diplomlehrgang im Vertrieb an.

marktes, Prof. Götz W. Werner, vor 100 Zuhörern seine Visionen von dialogischer Führung vor. Für 2010 sind in dieser Reihe bereits weitere Vortragsabende mit Franz Fehrenbach (14. April 2010), Vorsitzender der Geschäftsführung der Robert Bosch GmbH, Dr. Florian Langenscheidt (07. Juli 2010), Publizist und Gesellschafter bei der Langenscheidt-Verlagsgruppe, und Matthias Schraner (27. Oktober 2010), Verhandlungsexperte, vereinbart.



Vor rund 100 Zuhörern erläuterte Prof. Götz Werner Mitte Juni seine Vision von dialogischer Führung.



Der Führungsexperte Dr. Reinhard Sprenger erläutert auf Burg Stettenfels, wie Vertrauen und Führung zusammenpassen.

## 2. Innovationsforum Heilbronn-Franken

### Wirtschaftsspionage wird Marketing ersetzen

Auf den ersten Blick hat Harald Woll nichts mit James Bond gemeinsam. Doch seine Aussagen haben eine ähnliche Sprengkraft wie der berühmte britische Agent. „In den nächsten 50 Jahren wird Wirtschaftsspionage das Marketing ersetzen, um Unternehmen einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen“, zitiert Harald Woll, Experte für Spionageabwehr beim Landesamt für Verfassungsschutz Baden-Württemberg, den ehemaligen Direktor des französischen Geheimdienstes DGSE Alain Juillet im Rahmen des Innovationsforums Heilbronn-Franken.

Doch betrachtet man die Vorteile, die mit dem Ausspähen der Konkurrenz verbunden sind, wird schnell klar, warum diese Erkenntnis Realität werden könnte. „Durch Spionage können Unternehmen quasi zum Nulltarif auf fremdes Know-how zurückgreifen und so Zeit und Kosten sparen bzw. ihre Marktposition verbessern“, erläutert Woll. Vor allem die Computerspionage ist weit verbreitet. Die typischen Schwachstellen moderner Kommunikationsmittel werden gerne genutzt, weil die Gefahr, entdeckt zu werden, gering ist. Darüber hinaus bestehen keine zeitlichen, geografischen und sprachlichen Barrieren, die entsprechenden Werkzeuge sind zum großen Teil frei erhältlich und werden immer leistungsfähiger. Aber auch das Mobiltelefon eignet sich wegen seiner Leistungsfähigkeit und seiner geringen Größe als Spionagewerkzeug.

Doch Harald Woll hat auch Tipps für die Spionageabwehr: Indikatoren für Spionage seien vor allem dubiose Kontakte zu Konkurrenzunternehmen, vorschriftswidriges Verhalten am Arbeitsplatz und Anzeichen für menschliche Schwächen. Aber auch besondere Neugier, auffälliger Arbeitseifer und ein nicht gerechtfertigtes Interesse an Dokumentationen und Berechtigungen mahnten zur Vorsicht. Begünstigt würde die Spionage durch Frustration und Unzufriedenheit am Arbeitsplatz und die abnehmende oder fehlende Identifikation mit dem Unternehmen und seinen Zielen, so Woll weiter.

Wird ein Spionagefall entdeckt, so rät Experte Woll, den Mitwisserkreis möglichst begrenzt zu halten und externe Spezialisten wie die Sicherheitsbehörden, Beratungsunternehmen und Rechtsanwälte einzuschalten. Am Ende sollte immer eine umfassende Auswertung des Gesamtvorgangs vorgenommen werden, um das firmeninterne Sicherheitskonzept entsprechend optimieren zu können.

## Themen im Rahmen des Innovationsforums Heilbronn-Franken waren 2009:

### Dienstag, 28. April 2009

Gestalten von Innovationen

Dipl.-Ing. Norbert Henrich, Innovationsmanager Continental Automotive GmbH, Schwalbach

### Dienstag, 16. Juni 2009

Spionage – eine wachsende Gefahr für innovative Unternehmen?!

Herr Harald Woll, Leiter der Abteilung Spionageabwehr, Geheim- und Sabotageschutz, Mitwirkungsaufgaben beim Landesamt für Verfassungsschutz Baden-Württemberg

### Dienstag, 06. Oktober 2009

Von Kundenanforderungen zum erfolgreichen Produkt

Dr. Rainer M. Speth, Top Innovator, Siemens AG, München



Mit einfachen technischen Hilfsmitteln lässt sich Wirtschaftsspionage betreiben.

## 3. „human capital – die Personaloffensive 2010“

250 interessierte Teilnehmer bei Vortragsreihe zur Personalpolitik

„Frauen sind besser – Männer auch!“ Mit dieser und ähnlich herausfordernden Thesen setzte sich 2009 die Vortragsreihe „human capital – Die Personaloffensive 2010“ an der GGS auseinander. An vier verschiedenen Abenden diskutierten insgesamt rund 250 Teilnehmer über die Vorträge unterschiedlichster Referenten. Im Mittelpunkt standen dabei vor allem Fragen der Personalpolitik.

## Die Themen und Referenten der Vortragsreihe waren:

### 26. März 2009:

Human Resource Management – Chancen begreifen und nutzen. Oliver Eggert, Dipl. Betriebswirt, Human Capital Auditor

### 29. April 2009:

Mitarbeiter: nicht Kosten sondern Vermögen – hc-Management. Univ.-Prof. Dr. Christian Scholz, Professor Universität Saarbrücken

Jürgen Ley, Leiter Personalsysteme und –service der Bausparkasse Schwäbisch Hall

### 14. Mai 2009:

Frauen sind besser – Männer auch! Das Gender-Management Prof. Dr. rer.-nat. Ingelore Welpke, Gründungsdirektorin des Instituts für Frauenforschung und Gender-Studien an der Fachhochschule in Kiel

Podiumsgäste: u. a. Prof. Dr. Nicole Graf, Leiterin der DHBW Bad Mergentheim und Prof. Dr. Jochen Deister, Professor für deutsches und internationales Wirtschaftsrecht an der GGS

### 17. Juni 2009:

Die Woodstock-Generation – energiegeladen bis ins hohe Alter. Jürgen Röser, Karl Röser&Sohn GmbH, Social Angels Stiftung. Martin Rosik, Personalleiter der Audi AG

## 4. Ausstellungsreihe „artcontact“

Kunst zeigt Managern neue Blickwinkel

„Manager können von Kunst lernen“, auf den ersten Blick eine ungewöhnliche These. Doch seit November 2009 zeigt die German Graduate School of Management and Law (GGS), dass sich Management und Kunst wechselseitig ergänzen.

Mit der neuen Ausstellungsreihe „artcontact“ macht die GGS den Neckarturm zur Kunstgalerie und bietet damit Raum für anregende Diskussionen. „Gerade Gegenwartskunst eröffnet neue Sichtweisen für Inhalte und regt die Phantasie an. Sie fordert den Mut, Dinge anders zu sehen und Neues zuzulassen“, erläutert Anneliese Pickroth, Galeristin und Ausstellungsleiterin der artcontact. „Und genau hier können Manager von der Kunst lernen: Dinge anders sehen und Neues zulassen“, ergänzt Prof. Dirk Zupancic, CEO und Geschäftsführer der GGS.

Ziel der artcontact ist es, mit Kunst neue Möglichkeiten des Dialogs und der kreativen Wahrnehmung zu schaffen. „Wir wollen Kunst aufgreifen, um den Blick zu schärfen, Neues zu entdecken oder Kunst einfach nur zu genießen“, charakterisiert Zupancic das Konzept der neuen Kunstaussstellung. Doch dabei soll es nicht bleiben. Man wolle auch anregen, über Kunst zu diskutieren und über den Tellerrand hinaus zu schauen, so der Management-Professor weiter.

Bei der Premiere der artcontact wurden Künstler aus der Region Heilbronn gezeigt. Detlef Bräuer, Karl May und Uli Peter, allesamt aus dem Künstlerhaus Heilbronn, stellten ihre Arbeiten vor. Mit wechselnden Ausstellungen will die GGS künftig dazu anregen, Kunst zu genießen und über sie zu diskutieren.

Im März 2010 möchte die GGS an den Erfolg aus dem vergangenen Jahr anknüpfen und die artcontact unter dem Motto „Den Fluss des wilden Denkens nicht aufstauen“ mit Werken von Zita Kästle und Siegfried Simpfendörfer fortsetzen.



Gegenwartskunst eröffnet neue Sichtweisen für Inhalte...



...und regt die Phantasie an.

## 5. General Context Programme

Add on zum Studium

Die Seminare des GGS General Context Programme sind „Add ons“ zum fachlichen Studium an der GGS. Über den elementaren Bereich der Studiengänge hinaus machen wir unsere Studierenden und Alumni-Vereinsmitglieder für künftige Führungsaufgaben fit. Wir fördern die Reflexion, das eigene fachliche Handeln in übergeordnete Zusammenhänge zu stellen und aus verschiedenen Perspektiven zu betrachten. Wir stärken die Urteilskraft unserer Führungs- und Führungsnachwuchskräfte, um mit sozialen, kulturellen und problem- und lösungsorientierten Kompetenzen ein globaleres Verständnis anzustreben.

Wir lehren diese Kompetenzen praxisnah und schaffen zudem einen engen und intensiven Austausch unserer Studierenden und Alumni. Die Themen werden regelmäßig und kostenfrei an der GGS angeboten.

### Themen und Termine 2009:

#### 04. November 2009

Führungsautorität und Durchsetzungsvermögen

Dozent: Sebastijan Ahmeti, Kommunikationstrainer

#### 16. November 2009

Unternehmensethik für die Praxis: Moral als Produktionsfaktor

Dozent: Prof. Dr. Ingo Pies, Universität Halle-Wittenberg

#### 01. Dezember 2009

Worklife-Balance

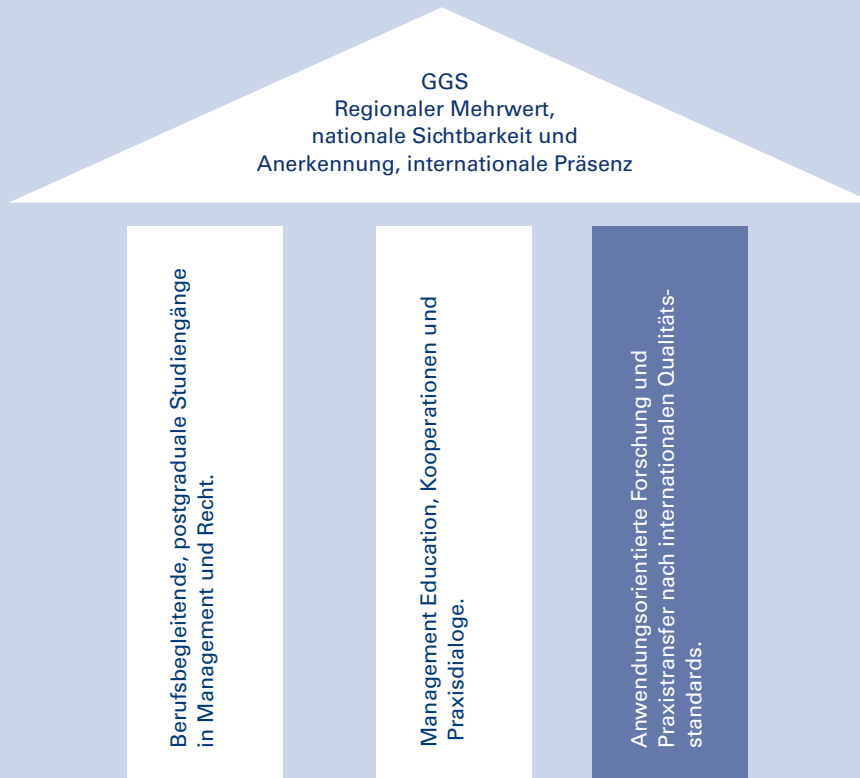
Dozenten: Evi Kraft & Martin Vogt, KSK Heilbronn

#### 08. Dezember 2009

Netmapping - Vernetztes Denken und Handeln

Dozent: Dr. Jürg Honegger, Universität St. Gallen





## Säule 3: Forschung und Praxistransfer

- Prof. Dr. Tomás Bayón ..... S. 25
- Prof. Dr. Dirk Zupancic ..... S. 28
- Prof. Dr. Thomas Armbrüster ..... S. 31
- Dr. Jochen Becker, CFA ..... S. 33
- Prof. Dr. Michael J.J. Brück, LL.M. (SMU/Dallas) .... S. 35
- Prof. Dr. Jochen Deister ..... S. 38
- Prof. Dr. Harald Dolles ..... S. 41
- Prof. Dr. Martin Schulz, LL.M. (Yale) ..... S. 44
- Prof. Dr. Heinz-Theo Wagner ..... S. 46

## Die Forschung an der German Graduate School of Management & Law (GGS) beschäftigt sich mit der wertorientierten Führung von Geschäftsbeziehungen.

Hierbei finden die Führung von Kundenbeziehungen, von Beziehungen mit Lieferanten, Mitarbeitern, Investoren und insbesondere die Schnittstellen zwischen diesen Beziehungsfeldern besondere Beachtung. Führungsrelevante Fragestellungen aus diesen Bereichen werden sowohl aus managementwissenschaftlicher als auch aus rechtswissenschaftlicher Sicht untersucht. Wir betonen die Wertorientierung der Führung und meinen damit einerseits die auf monetäre Wertschaffung ausgerichtete Führung, andererseits die von Verantwortungswerten geleitete Führung von Geschäftsbeziehungen. Beide Perspektiven gilt es in Einklang zu bringen, um Unternehmen nachhaltig zum Erfolg zu führen.

Die Weiterbildung von Führungskräften muss ein umfassendes Wertverständnis thematisieren.

Unsere Forschung stellt sich den sich hieraus ergebenden komplexen Fragestellungen und versucht, über anspruchsvolle, an internationalen Standards ausgerichtete Projekte relevante Antworten zu geben. Die Interdisziplinarität der wissenschaftlichen Analyse aus Sicht Management und Recht erfährt hierbei eine besondere ideelle und finanzielle Förderung durch die Hochschulleitung.

## Forschungsziele

### Kurzfristig (1-2 Jahre)

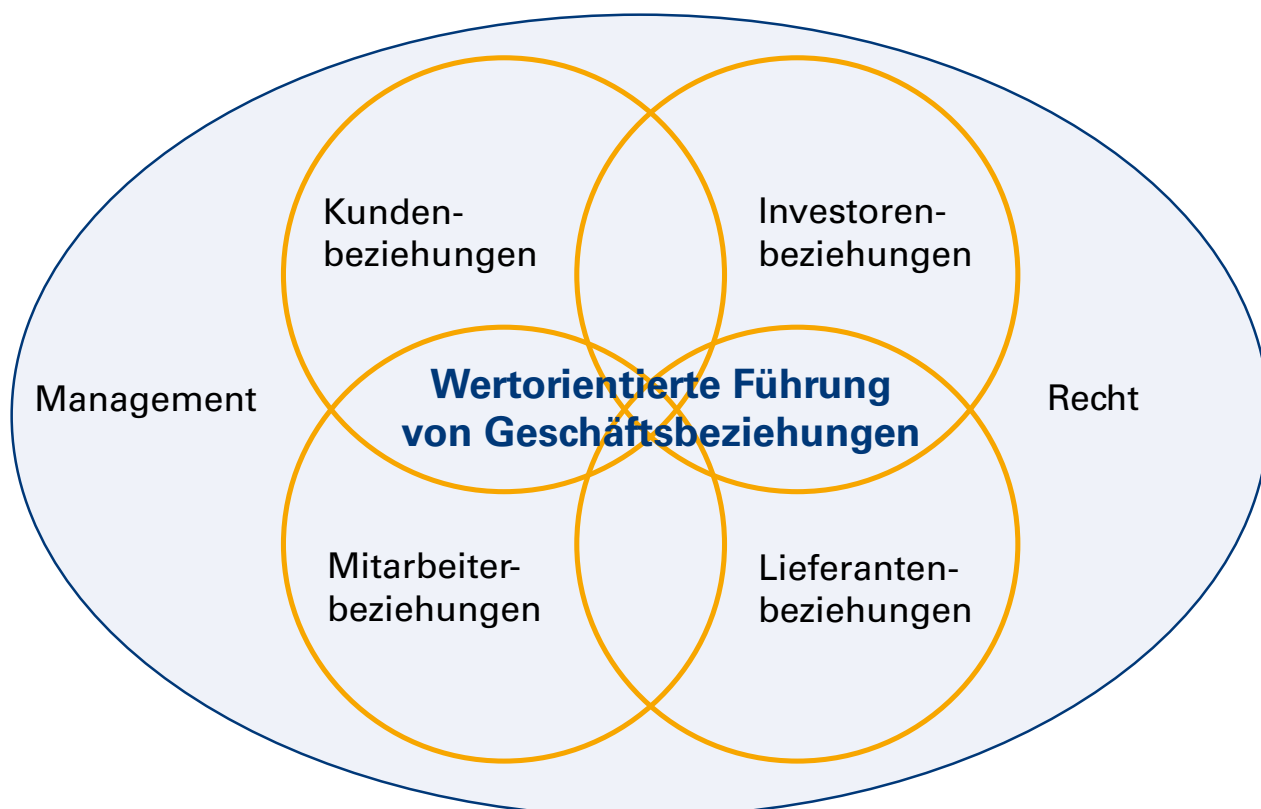
- Verankerung einer gelebten Forschungskultur
- Verankerung eines Inhaltsrahmens mit Leitthema und Fokus
- Zunehmend erkennbarer Forschungsoutput, insbes. im Fokusbereich

### Mittelfristig (3-5 Jahre)

- Wahrnehmung durch die relevanten Wissenschafts- und Praxisgemeinschaften als in der anwendungsorientierten Forschung aktive Hochschule, insbes. im Fokusbereich.
- Regelmäßiges Erscheinen in referierten Zeitschriften und Konferenzbänden („double blind review“), in renommierten Buchreihen und führenden Transferzeitschriften.
- Erkennbare Verzahnung von Forschung und Lehre.

### Langfristig (> 5 Jahre)

- Bekanntheit und Reputation als forschungsaktive Hochschule insbes. im Fokusbereich inkl. einer klar erkennbaren Verzahnung von Forschung und Lehre.





## Prof. Dr. Tomás Bayón

Professor für Marketing und Dienstleistungsmanagement  
Academic Dean, Geschäftsführer

Er forscht und berät zu den Themen: Wertorientiertes Kundenbeziehungsmanagement, Finanzwirkungen des Marketing, mikroökonomische Marketingtheorie

Tomás Bayón ist Professor für Marketing und Dienstleistungsmanagement, Geschäftsführer und als Academic Dean der German Graduate School of Management and Law (GGS) verantwortlich für Forschung und Lehre an der Hochschule. Er gilt als profunder Kenner der internationalen Hochschulszene im Bereich Betriebswirtschaft und kann auf einen beruflichen Werdegang sowohl in der betrieblichen Praxis als auch in der anwendungsorientierten Grundlagenforschung zurückblicken.

Die Forschungsergebnisse von Tomás Bayón sind in den wichtigsten nationalen und internationalen Fachzeitschriften erschienen, so im Journal of Marketing, Journal of the Academy of Marketing Science, European Journal of Marketing, European Management Journal, Journal of Consumer Behaviour, in der Marketing – Zeitschrift für Forschung und Praxis oder in der Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung. Bayón ist Mitglied der European Marketing Academy sowie regelmäßiger Vortragender auf den führenden wissenschaftlichen Konferenzen im In- und Ausland.

Seine Vision für die nächsten Jahre an der GGS ist zualererst die Etablierung des MBA-Programms als einer der

führenden, berufsbegleitenden Management-Studiengänge in Deutschland. Zudem wird er sich maßgeblich für die Verankerung der Marke GGS als Synonym für hochklassige, praxisrelevante Lehre mit profundem Forschungsfundament einsetzen. Im Bereich der Forschung gilt sein Augenmerk dem weiteren Aufbau strategischer Partnerschaften mit führenden Dienstleistungsanbietern, die sowohl dem Partner einen konkreten Mehrwert bieten als auch die Grundlage für hochwertige wissenschaftliche Veröffentlichungen sind.

## Tätigkeitsschwerpunkte 2009 als Academic Dean

### Forschung

- Formulierung eines Forschungsprofils für die GGS zusammen mit allen Fakultätskollegen

Inhaltsrahmen: Wertorientierte Führung von Geschäftsbeziehungen; Betrachtung aus Sicht Management und Recht  
Fokus: Schnittstellen zwischen Kunden-, Investoren-, Mitarbeiter- und Lieferantenbeziehungen („Beziehungsschnittstellen“).

- Formulierung von Forschungsleitlinien und –zielen

### Forschungsleitlinien

#### »Relevant, anspruchsvoll und Spuren hinterlassend«

- ▶ Zentrale Fragen der Unternehmensführung gemäß gemeinsam vereinbartem Inhaltsrahmen aus betriebswirtschaftlicher und rechtswissenschaftlicher Sicht untersuchen.
- ▶ Mit Unternehmen kooperieren und aus dieser Zusammenarbeit neue Erkenntnisse generieren.
- ▶ Innerhalb der Wissenschaftsgemeinde und in Unternehmenskreisen zum Diskurs motivieren und Spuren hinterlassen.
- ▶ Forschungsergebnisse in hochwertigen Publikationsorganen veröffentlichen: führende wissenschaftliche Zeitschriften, führende Transferzeitschriften, führende Buchreihen. Qualität vor Quantität.

#### »Profilbildend und zielorientiert«

- ▶ Profil bilden durch Interdisziplinarität innerhalb des vereinbarten Inhaltsrahmens.
- ▶ Individuelle Forschung an Inhaltsrahmen ausrichten.
- ▶ Forschungsziele gemeinsam definieren und deren Erreichung nachverfolgen.

- Ausarbeitung und Implementierung des Forschungskoordinations-Prozesses „Dean's Budget“ zur Betonung des Forschungsfokus (aus möglichst interdisziplinärer Sicht)
- Freigabe der ersten vier Projekte nach vereinbartem Begutachtungsprozess:

#### **1. Prof. Dr. Heinz-Theo Wagner / Dr. Jochen Becker: Eigentümerstrukturen, Innovationsfähigkeit und Unternehmenserfolg**

Prof. Wagner und Dr. Becker untersuchen im Rahmen des Forschungsprojekts „Ownership & Innovation“, inwieweit sich die Beschaffenheit und zeitliche Stabilität der Eigentümerstruktur eines Unternehmens auf die Fähigkeit zur Innovation auswirken. Basierend auf Experteninterviews mit Finanzanalysten und institutionellen Investoren sowie sekundärstatistischen Auswertungen sollen Handlungsempfehlungen zur zielgerichteten Gestaltung von Eigentümerstrukturen gegeben werden. Seit Januar 2010 ist André Schäfferling als wissenschaftlicher Mitarbeiter Teil des Projektteams.

#### **2. Dr. Jochen Becker / Prof. Dr. Sabine Einwiller, Uni Mainz: Investor Relations, Leadership & Financial Crisis**

In einem gemeinsamen Projekt mit Prof. Sabine Einwiller (Lehrstuhl für Unternehmenskommunikation an der Universität Mainz) untersucht Jochen Becker den Einfluss außerbilanzieller Erfolgsgrößen auf die Unternehmensbewertung. Hierbei geht es insbesondere um die Frage, wie die Führungsqualität des Managements durch Finanzanalysten bewertet wird und welchen Einfluss diese Wahrnehmung auf deren Gewinnprognose und Unternehmenswertschätzung hat. Unterstützt durch den Deutschen Investor Relations-Kreis (DIRK) werden aktuell 6.000 Investor Relations-Vertreter und 8.000 Finanzanalysten nach deren wahrgenommener Führungsqualität befragt. Darüber hinaus soll in dieser Studie auch die Bedeutung weiterer zentraler außerbilanzieller Erfolgsgrößen ermittelt werden.

#### **3. Prof. Dr. Martin Schulz / Prof. Dr. Heinz-Theo Wagner: Wissensaustausch als Erfolgsfaktor für die Führung von Professional Service-Unternehmen**

Im Mittelpunkt des von Heinz-Theo Wagner und Martin Schulz geleiteten Forschungsprojekts zum „Wissensaustausch als Erfolgsfaktor für die Führung von Professional Service – Unternehmen“ stehen beratende Dienstleistungsunternehmen, insbesondere Rechtsanwaltskanzleien, Wirtschaftsprüfungsunternehmen, Steuerberater und Unternehmensberatungen. Diese gründen ihren Erfolg maßgeblich auf Nutzung und Vermarktung des Wissens ihrer Mitarbeiter. Das Forschungsprojekt widmet sich der Frage, inwieweit ein aktiver Wissensaustausch zwischen den Mitarbeitern innerhalb eines Unternehmens bzw. zwischen Mitarbeitern und Externen den Unternehmenserfolg beeinflusst. Ziel ist die Erarbei-

tung von Handlungsempfehlungen für die Unternehmensführung zur Gestaltung und nachhaltigen Implementierung von Wissensmanagement-Konzepten.

#### **4. Prof. Dr. Jochen Deister / Prof. Dr. Tomás Bayón / Dr. Jochen Becker: Compliance – Does it pay off? Capital Market Reactions to Compliance Management**

Das Forschungsprojekt „Compliance - does it pay off?“ widmet sich der kapitalmarktrelevanten Wirkung von Compliance als an ethischen Maßstäben ausgerichtetem Verhalten in Unternehmen. Die Frage, ob sich die Erstellung, Pflege und Umsetzung eines umfassenden Compliance Managements für Unternehmen im Zeitablauf lohnt, ist bisher nur aus der Sicht der Haftungsvermeidung bzw. -reduzierung betrachtet worden. In diesem Forschungsvorhaben sollen potenzielle positive Effekte einer „guten Compliance“ auf die Performance von Unternehmen am Kapitalmarkt betrachtet werden.

- Initiierung des GGS-Forschungsseminars zur Stärkung der Forschungskultur

#### **Lehre**

- Verantwortliche Führung des Antrags auf Erweiterung der FIBAA-Akkreditierung des MBA-Studiengangs um verschiedene Flexibilisierungselemente und den Fokus-Schwerpunkt „Process Management & Innovation“; Ergebnis: Akkreditierung ohne Auflagen.
- Veranlassung und aktive Begleitung des Ausbaus der GGS-Bibliothek um ca. 1000 Bände.

#### **Tätigkeitsschwerpunkte 2009 als Professor für Marketing und Dienstleistungsmanagement**

- Forschung im Bereich der Schnittstelle Marketing – Finanzen, insbesondere zur
- Kapitalmarktrelevanz der Metrik „Customer Equity“ (Kundenbestandswert)
- Kapitalmarktrelevanz von Service-Innovationen
- Forschung zu Einstellungs- und Verhaltenswirkungen des Cause Related Marketing (Dissertationsprojekt Denise Steckstor)
- Forschung zum Einfluss der Kundenzufriedenheit auf die Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung in Professional Service-Unternehmen (Dissertationsprojekt Regina-Viola Frey)

Vorbereitung hochkarätiger wissenschaftlicher Publikationen in allen drei Bereichen.

## Publikationen

### Begutachtete Konferenzbeiträge:

*Customer Equity Reporting – Does it Really Matter?*, in: Abstract-Proceedings of the Marketing Science Institute (MSI) & Emory Marketing Institute Academic Conference “Marketing Strategy Meets Wall Street”, Emory University, Goizueta Business School, Atlanta, GA, USA, Januar 2009 (zusammen mit Jochen Becker)



Jochen Becker, Denise Steckstor, Tomás Bayón und Regina Frey (v.l.n.r.) vertraten die GGS bei der weltweit wichtigsten Konferenz zum Dienstleistungsmanagement auf Hawaii.

*Customer Satisfaction as a Determinant for Employee Satisfaction and Retention: A Dyadic Perspective*, in: Abstract-Proceedings of the 18th AMA Frontiers in Services Conference, Honolulu, Hawaii, USA, Oktober/November 2009 (zusammen mit Regina-Viola Frey).

*Customer Equity Reporting – Nice to Have or Rational to Do?*, in: Abstract-Proceedings of the 18th AMA Frontiers in Services Conference, Honolulu, Hawaii USA, Oktober/November 2009 (zusammen mit Jochen Becker).

### Im Begutachtungsverfahren befindlich:

*The Disregarded Impact of Client Satisfaction – A Study on the Effects of Client Satisfaction on Professional Services Employee Satisfaction and Retention*, in Begutachtung für die 39th European Marketing Academy Annual Conference (EMAC), Kopenhagen, Dänemark, Juni 2010.

*The Effect of Cause-Related Marketing on Customer Attitudes: Evidence from a Field Study in the Retail Sector*, in Begutachtung für die 39th European Marketing Academy Annual Conference (EMAC), Kopenhagen, Dänemark, Juni 2010.

### Nicht begutachteter Zeitschriftenbeitrag:

Dienstleistungen – Strategische Option für Industrieunternehmen der Region?, in: pro-Magazin, Juni 2009

### Gutachtertätigkeiten für die folgenden wissenschaftlichen Fachzeitschriften:

Journal of Marketing (A+)

Journal of Service Research (A)

Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (B, führende deutsche wissenschaftliche Zeitschrift im Fach Betriebswirtschaftslehre)



## Prof. Dr. Dirk Zupancic

Professor für Industriegütermarketing und Vertrieb  
Chief Executive Officer, Managing Dean, Geschäftsführer

Er forscht und berät zu den Themen: B2B Marketing, Verkaufs- und Kundenmanagement, Marktorientierte Unternehmensführung

Neben seiner Professur für Industriegütermarketing und Vertrieb ist Dirk Zupancic seit Mitte 2009 Managing Dean, CEO und Geschäftsführer der German Graduate School of Management and Law (GGs). Außerdem verantwortet er den Bereich Executive Education an der GGS und ist Dozent an der Universität St. Gallen (Schweiz). Prof. Zupancic ist Autor mehrerer Bücher, zahlreicher Fachartikel und diverser Forschungsberichte. Als gefragter Referent in Managementprogrammen von Hochschulen und Unternehmen wird er regelmäßig bestens bewertet und ist als Forscher mit seinen Arbeiten auf internationalen Konferenzen präsent.

## Publikationen und Medien:

### Buch: Excellence in Sales

Anfang 2009 erschien das Buch „Excellence in Sales: Optimizing Customer and Sales Management“. Basierend auf

der größten internationalen Erfolgsfaktorenstudie im Vertrieb analysieren die Autoren Holger Dannenberg und Dirk Zupancic, wie Unternehmen ihr Vertriebs- und Kundenmanagement optimieren sollten. Das Buch ist auch in Deutsch unter dem Titel „Spitzenleistungen im Vertrieb“ erschienen.

Dannenberg/Zupancic: Excellence in Sales, Gabler 2009

### Audio CD: Sales Drive Audio

Zusammen mit Christian Belz von der Universität St. Gallen gibt Dirk Zupancic das Audiomagazin Sales Drive Audio heraus. Vierteljährlich erscheint eine ca. 60minütige CD, die Vertriebsmitarbeitern kompaktes Verkaufswissen bietet. Sales Drive Audio ist im Abonnement erhältlich.

Bis jetzt erschienen:



Die Autofahrt wird zum »Fortbildungsseminar« mit dem Audiomagazin der Universität St. Gallen und der GGS.

### Ausgabe 1 - Vom Produkt zum Lösungsverkauf

- Warum Produkte alleine häufig nicht mehr wettbewerbsfähig sind
- In 5 Schritten vom Produkt zur Lösung für Kunden
- Voraussetzungen für echte Lösungen: Die kritischen K's
- Customer Value: Ein St.Galler Ansatz
- Case Study Caterpillar: Der CAT Value
- Facts & Figures zum Lösungsverkauf
- Übung/Training: Vom Produkt zum Nutzen
- Kurzbeiträge zu allgemeinen Themen

### Ausgabe 2 - Erfolgreich Verhandeln

- Verhandeln, die hohe Kunst des Verkaufens
- Trends in der professionellen Verhandlung
- Verhandlungen systematisch vorbereiten
- Verhandlungen strategisch angehen - Die Vorbereitung auf den Kunden abstimmen
- Tipps und Tricks zu Verhandlungen im Grenzbereich
- Facts & Figures zu Verhandlungen
- 2-3 Kurzbeiträge zu verschiedenen Themen

### Ausgabe 3 - Verkaufen in der Krise

- Was der Einkauf vom Vertrieb erwartet
- Die Situation des Einkaufs
- Den Vertrieb optimal aufstellen - Drei Programmstufen aus St. Gallen
- Die Krise für sich nutzen
- Wo brennt's beim Kunden?
- Mit Cross-Selling das Kundenpotenzial besser ausschöpfen
- Der Vertriebsbeauftragte als Wissensarbeiter

### Ausgabe 4 - Value Pricing: Hohe Preise erfolgreich durchsetzen

- Hohe Preise - geht das heute noch?
- Mangelhafte Professionalität im Preismanagement
- Destruktiver Umgang mit Preisen im Verkaufsgespräch - einige Beispiele
- Value Pricing: Erfolgreiche Strategien für hohe Preise
- Facts & Figures zum Pricing
- Übung/Training: Konstruktiver Umgang mit dem Preis
- 2-3 Kurzbeiträge zu verschiedenen Themen

[www.salesdriveaudio.com](http://www.salesdriveaudio.com)

### Blog in Harvard Business Manager Online

Dirk Zupancic schreibt regelmäßig für den Harvard Business Manager. In 2009 sind zwei Blogs von ihm erschienen:

#### 1. Spitzenleistungen im Vertrieb

(<http://www.harvardbusinessmanager.de/meinungen/blogs/a-657046.html>)

#### 2. Clevere Vertriebstaktik in Krisenzeiten

(<http://www.harvardbusinessmanager.de/meinungen/artikel/a-625119.html>)

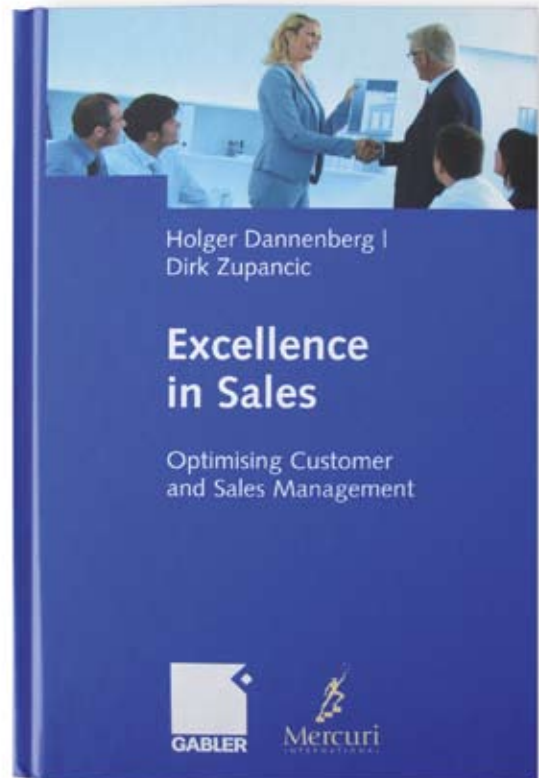
### Ausblick Buchpublikationen 2010

Dirk Zupancic ist Mitherausgeber und Autor im Gabler Fachbuch „Marketing in einer neuen Welt“

Zusammen mit dem Schweizer Marketingberater Peter Masciadri verfasst Dirk Zupancic ein Fachbuch zum Thema „Marken und Kommunikationsmanagement für Business to Business Unternehmen“.

Das anerkannte Fachbuch „Spitzenleistungen im Key Account Management“ (zusammen mit Christian Belz und Markus Müllner), das derzeit in der zweiten Auflage auf dem deutschsprachigen Markt ist, erscheint in 2010 auch in Englisch.

Diverse Artikel und Fachbeiträge zu unterschiedlichen Themen in Vertriebs- und Kundenmanagement sind in Arbeit.



Wie Unternehmen ihr Vertriebs- und Kundenmanagement optimieren sollten, beschreibt das Buch »Excellence in Sales«

### Konferenzbeiträge

Schagen, Alexander ; Gnoth, Jürgen ; Belz, Christian ; Zupancic, Dirk ; Vergani, Gianni: Antecedents and Consequences of Customer Activities. : EMAC2009. - 38th EMAC Conference. - Nantes.

Zupancic, Dirk ; Schlegl, Lea ; Schagen, Alexander: Team Negotiations: Explorative Insights of Challenges in Business Sales. : JBM Conference2009. - 4th Annual International Conference on Business Market Management. - Copenhagen

Belz, Christian ; Zupancic, Dirk ; Schagen, Alexander: Inbound Marketing: Customer Activities in Business-to-Business Markets. : JBM Conference2009. - 4th Annual International Conference on Business Market Management. - Copenhagen

### Vertriebsdiplom

Zusammen mit der Universität St. Gallen bietet die GGS ein Weiterbildungsdiplom in Vertriebsmanagement an. Das Programm wurde von Dirk Zupancic entwickelt. Er wird diesen Studiengang, der ab April 2010 in St. Gallen und Heilbronn stattfindet auch leiten. Das Studium im Rahmen von 9 Modulen à 5 Tagen bietet Führungs- und Nachwuchskräften im Vertrieb das Wissen und die Kompetenzen, um erfolgreich zu sein. [www.vertriebsdiplom.com](http://www.vertriebsdiplom.com)

## Forschungsprogramm Sales Driven Company

Dirk Zupancic ist der Gründer und Leiter des Forschungsprogramms Sales Driven Company, das an der Universität St. Gallen seit 2008 durchgeführt wird. In enger Zusammenarbeit mit verschiedenen Unternehmen werden neue und wichtige Themen im Vertrieb aufgegriffen, erforscht und bei den Unternehmen umgesetzt. [www.salesdrivencompany.com](http://www.salesdrivencompany.com)

## Vortragsreihe zu Vertriebskompetenz

Dirk Zupancic entwickelte zusammen mit den Professoren Marco Schmäh (ESB Reutlingen) und Rainer Schnauffer (Hochschule Heilbronn) eine Vortragsreihe zum Thema Vertriebskompetenz, die 2010 im Neckarturm der GGS angeboten wird.

### **20. Januar 2010: Customer Relationship Management**

Prof. Dr. Rainer Schnauffer, Hochschule Heilbronn  
Customer Relationship Management (CRM): Identifikation strategischer Lücken, Benchmarking und erfolgreiche Implementierung. Dr. Norman Hoppen, Vertriebsleiter Deutsche Leasing AG: Praxisvortrag Customer Relationship Management

### **17. Februar 2010: Value Based Selling**

Prof. Dr. Marco Schmäh, Business School Reutlingen  
Value Based Selling und die Geheimnisse von Spitzenverkäufern. Dr. Rolf Storr, Vertriebsleiter der FESTO AG  
Kundenorientierte Kompetenz: Praxisbericht zur Umsetzung einer weltweiten Qualifizierungsstrategie

### **10. März 2010: Sales Excellence**

Prof. Dr. Dirk Zupancic, GGS Heilbronn, Universität St. Gallen  
Sales Excellence: Spitzenleistung in Vertrieb und Kundenmanagement. Bernhard Nebl, Leiter Personalentwicklung Vertrieb Adolf Würth GmbH & Co. KG: Praxisvortrag Sales Excellence



### Prof. Dr. Thomas Armbrüster

Professor für Strategie, Organisation und Personalmanagement

Er forscht und berät zu den Themen: Unternehmenskultur und organisationaler Wandel, Unternehmensberatung, Mittelstand und Familienunternehmen

Thomas Armbrüster beschäftigt sich mit Unternehmenskultur, Unternehmensberatung und Mitarbeiterführung. Seine Arbeit bezieht sich sowohl auf Mittelstand und Familienunternehmen als auch auf den Zusammenhang zwischen Management und Politik bzw. politischer Rahmordnung. Zu den genannten Themen ist er Autor diverser Publikationen und hält außerdem bei Konferenzen in Europa und den USA entsprechende Vorträge. Thomas Armbrüster ist Mitglied der Academy of Management (USA), der Strategic Management Society und der European Group for Organizational Studies. Er hat Wirtschaftsingenieurwesen an der TU Berlin studiert, an der London School of Economics and Political Science promoviert und an der TU Berlin im Fach Betriebswirtschaftslehre habilitiert.

- Die ersten drei Monate des Jahres (Präsidentschaft Armbrüster) standen im Zeichen der Umbenennung der Hochschule, der Umbesetzung des Verwaltungsrats, der Umsetzung der McKinsey-Vorschläge (u.a. zur Steigerung des Studiererlebnisses) und der Vorbereitung der Studienreise in die USA.
- Der April war geprägt durch die Studienreise in die USA (siehe S.10 f.).
- Im Mittelpunkt der Monate Mai bis Dezember standen Forschungs- und Publikationstätigkeiten, vor allem im Rahmen des BMBF-geförderten Projekts Kreanets sowie im Rahmen des Buchs „Unternehmensberatung im öffentlichen Sektor“ (erscheint im März 2010 bei Gabler).

#### Das BMBF-geförderte Projekt Kreanets (Kreativität und Innovativität durch Vernetzung), [www.kreanets.com](http://www.kreanets.com)

Innovationsfähigkeit ist in einer durch technologischen und demografischen Wandel geprägten Ökonomie von herausragender Bedeutung. Notwendig sind neue Wege und Herangehensweisen, Innovationsstrategien gewinnbringend zu gestalten. Dazu gehören auch Formen der Vernetzung, gerade solche, die Innovationskooperationen fördern. Für das Management drängt sich dabei die Frage auf, wie Kooperationen am besten organisiert und gesteuert werden können, um möglichst viele Innovationen hervorzubringen. Das Kreanets-Projekt ([www.kreanets.com](http://www.kreanets.com)) befasst sich mit der Erarbeitung von Management-Strategien und Instrumenten zur betriebswirtschaftlichen Steuerung von Netzwerken.

Hinter Kreanets steht ein Forschungsverbund der Universitäten Heidelberg, Hamburg und der German Graduate School of Management & Law sowie BRANTA Expert Net Consulting. Gemeinsam mit elf weiteren Experten aus Wissenschaft und Unternehmenspraxis analysiert Kreanets KMU-Netzwerke, um Strategien und Konzepte zur Verbesserung der innovationsorientierten Vernetzung vorzulegen. Gefördert wird das Projekt vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) und dem Europäischen Sozialfonds (ESF), die organisatorische Begleitung übernimmt das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR). Das Ziel des Förderschwerpunkts „Innovationsstrategien jenseits traditionellen Managements“ des DLR ist es, innovationsförderliche Strategien, professionelle Konzepte, Methoden, Instrumente und Modelllösungen zur Stärkung der Innovationsfähigkeit zu generieren.

Das Projekt läuft von Juli 2008 bis Juni 2011. Im Projekt wurde bisher mit einem theoretischer Bezugsrahmen für das Management von Kooperationen, insbesondere zur Organisation und zum Controlling, der Grundstein für die weiteren Untersuchungen gelegt.



## Buchpublikation:

„Unternehmenberatung im öffentlichen Sektor“ (Autoren: Thomas Armbrüster, Johannes Banzhaf, Lars Dingemann), erscheint im März 2010 im Gabler-Verlag

Mit dem vorliegenden Buch stellen die Autoren die Marktmechanismen, Herausforderungen und Chancen von Unternehmensberatung in der öffentlichen Verwaltung vor. Hierzu beleuchten sie das oft konfliktträchtige Verhältnis zwischen Unternehmensberatungen und öffentlicher Verwaltung, einschließlich seiner rechtlichen, einstellungs- und verhaltensbedingten Einflussfaktoren.

Dabei lassen sie insbesondere die Beteiligten beider Seiten, Berater und Führungskräfte der öffentlichen Verwaltung, zu Wort kommen. Deren Erkenntnisse strukturieren und interpretieren sie und fügen sie zu einem Gesamtbild dieses Beratungssegments und seiner Mechanismen zusammen.

## Gliederung:

- 1 Einleitung: Beratung in der Kritik, öffentliche Verwaltung ohnehin
- 2 Öffentlicher Dienst und Bürokratie: Kritik und Reform
- 3 Das Wachstum von Public Sector Consulting
- 4 Marktmechanismen im Public Sector Consulting
- 5 ‚Das Projekt‘ und die Zusammenarbeit mit Beratern
- 6 Fokus eGovernment: Mikrokosmos von Verwaltungsreformen und Beraterinsatz
- 7 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen



Unter [www.kreanets.com](http://www.kreanets.com) stellt das Forscherteam aus Hamburg, Heidelberg und Heilbronn das vom BMBF geförderte Projekt vor.

Eine empirische Befragung wurde im Sommer/Herbst 2009 vorbereitet und im November/Dezember 2009 durchgeführt ([www.kmu-befragung.de](http://www.kmu-befragung.de)).

Bislang konnte aus der Stichprobe von 2.100 angeschriebenen deutschen Unternehmen ein Rücklauf von 250 Fragebögen erzielt werden. Zudem wurde ein Beitrag zum Netzwerk-Steuerungs-Bezugsrahmen bei der Zeitschrift für Controlling & Management eingereicht und dort zur Publikation akzeptiert. Weitere Publikationen auf dem Gebiet des Managements, der Organisation und des Controllings werden derzeit ausgearbeitet.



### Dr. Jochen Becker, CFA

Assistant Professor of Marketing & Financial Communication

Er forscht und berät zu den Themen: Wertorientiertes Beziehungs- und Kommunikationsmanagement, Marketing Performance Management, marktorientierte Unternehmensführung

Als Assistant Professor of Marketing & Financial Communication forscht Jochen Becker im Bereich an der Schnittstelle zwischen Marketing und Finanzen, Investor Relations und verantwortungsvoller Unternehmensführung. Neben seinen wissenschaftlichen Veröffentlichungen ist er Autor diverser Namensartikel zum Thema „Verantwortungsvolle Führung schafft Werte“. Nach einer Ausbildung zum Bankkaufmann / Finanzassistenten startete Jochen Becker seine berufliche Karriere als Projektmanager bei der SAP AG und als Research Assistant beim Deutschen Investment Trust (DIT). Mit Abschluss seiner Promotion und nach einer Tätigkeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter an der German Graduate School of Management and Law (GGS) wurde er zum Assistant Professor an der GGS ernannt.

### Publikationen:

#### Monographie

„Das Kundenbeziehungsrisiko aus Unternehmenssicht“, erschienen im September 2009, Gabler Verlag

### Begutachtete Konferenzbeiträge:

Message to Investor Relations: Talk about your company's marketing metrics to increase firm value!, in: Abstract-Proceedings of the Marketing Science Institute (MSI) & Emory Marketing Institute Academic Conference "Marketing Strategy Meets Wall Street", Emory University, Goizueta Business School, Atlanta, GA, USA, Januar 2009

Customer Equity Reporting – Does it Really Matter?, in: Abstract-Proceedings of the Marketing Science Institute (MSI) & Emory Marketing Institute Academic Conference "Marketing Strategy Meets Wall Street", Emory University, Goizueta Business School, Atlanta, GA, USA, Januar 2009 (zusammen mit Tomás Bayón)

The Effect of Perceived Brand Equity on Financial Analysts' Target Price Estimates, in: Abstract-Proceedings of the Marketing Science Institute (MSI) & Emory Marketing Institute Academic Conference "Marketing Strategy Meets Wall Street", Emory University, Goizueta Business School, Atlanta, GA, USA, Januar 2009 (zusammen mit Florian von Wangenheim, TU München)

Customer Equity Reporting – Nice to Have or Rational to Do?, in: Abstract-Proceedings of the 18th AMA Frontiers in Services Conference, Honolulu, Hawaii USA, Oktober/November 2009 (zusammen mit Tomás Bayón).

### Nicht begutachteter Zeitschriftenbeitrag:

Dienstleistungen – Strategische Option für Industrieunternehmen der Region?, in: pro-Magazin, Juni 2009

Beiträge in der FAZ, Heilbronner Stimme zum Thema „Verantwortungsvolle Unternehmensführung in der Krise“

#### Studies/Working Papers

How Financial Analysts account for Brand Equity (zusammen mit Florian von Wangenheim)

Human Capital in Krisenzeiten: Warum es für Investoren von Interesse ist, wenn Unternehmen in schwierigen Zeiten auf den menschlichen Faktor setzen

## Papers in Begutachtungsverfahren:

The Content of Brand-Related Information Through the Eyes of Financial Analysts (zusammen mit Florian von Wangenheim)

## Gutachtertätigkeiten für die folgenden wissenschaftlichen Fachkonferenzen:

AMA Educators Conference; EMAC Conference

## Beteiligung an folgenden Projekten zur Stärkung des inhaltlichen Forschungsfokus:

Eigentümerstrukturen, Innovationsfähigkeit und Unternehmenserfolg (zusammen mit Heinz-Theo Wagner)

Im Rahmen des Forschungsprojekts „Ownership & Innovation“ wird untersucht, inwieweit sich die Beschaffenheit und zeitliche Stabilität der Eigentümerstruktur eines Unternehmens auf die Fähigkeit zur Innovation auswirken. Basierend auf Experteninterviews mit Finanzanalysten und institutionellen Investoren sowie sekundärstatistischen Auswertungen sollen Handlungsempfehlungen zur zielgerichteten Gestaltung von Eigentümerstrukturen gegeben werden.

Investor Relations, Leadership & Financial Crisis (zusammen mit Sabine Einwiller, Uni Mainz)

Untersuchung zum Einfluss außerbilanzieller Erfolgsgrößen auf die Unternehmensbewertung. Hierbei geht es insbesondere um die Frage, wie die Führungsqualität des Managements durch Finanzanalysten bewertet wird und welchen Einfluss diese Wahrnehmung auf deren Gewinnprognose und Unternehmenswertschätzung hat. Unterstützt durch den

Deutschen Investor Relations-Kreis (DIRK) werden aktuell 6.000 Investor Relations-Vertreter und 8.000 Finanzanalysten nach deren wahrgenommener Führungsqualität befragt. Darüber hinaus soll in dieser Studie auch die Bedeutung weiterer zentraler außerbilanzieller Erfolgsgrößen ermittelt werden.

Compliance – Does it pay off? Capital Market Reactions to Compliance Management

(zusammen mit Tomás Bayón, Jochen Deister)

Das Forschungsprojekt widmet sich der kapitalmarktrelevanten Wirkung von Compliance als an ethischen Maßstäben ausgerichtetem Verhalten in Unternehmen. Die Frage, ob sich die Erstellung, Pflege und Umsetzung eines umfassenden Compliance Managements für Unternehmen im Zeitablauf lohnt, ist bisher nur aus der Sicht der Haftungsvermeidung bzw. -reduzierung betrachtet worden. In diesem Forschungsvorhaben sollen potenzielle positive Effekte einer „guten Compliance“ auf die Performance von Unternehmen am Kapitalmarkt betrachtet werden.

## Ausblick 2010

Zusätzlich zu den bereits dargestellten hochschulstrategischen Forschungsprojekten werden folgende Themen in den jeweiligen Forschungsschwerpunkten 2010 bearbeitet:

Forschungsschwerpunkt verantwortungsvolle Führung: „Do financial analysts account for Corruption Risks? The Transparency Index as a proxy for sustainable international growth“

Forschungsschwerpunkt Marketing: „Report or not Report? The outcomes of Customer Equity Disclosure“

Forschungsschwerpunkt Investor Relations: „Beyond abnormal return: Alternative outcomes of Customer Satisfaction“

## Empfehlungen für eine verantwortungsvolle Unternehmenspolitik:

### 1.) Mitarbeiter nicht nur als Kostenfaktor, sondern als Co-Investoren behandeln.

Zwar investieren Mitarbeiter nicht zwangsläufig finanzielle Ressourcen in ihr Unternehmen, sie stellen jedoch ihr Humankapital, das durch frühere Investitionen entstanden ist, zur Verfügung. Mitarbeiter und deren Familien sind zudem »Mit-Träger« des unternehmerischen Risikos und sind in vielen Fällen bereit, mit eigenen Beiträgen zur Gesundung ihrer Unternehmen beizutragen.

### 2.) Die Beziehungen zu den Mitarbeitern im Sinne eines Employee Investor Relation Management pflegen.

Erfolgreiche Unternehmer diskutieren mit ihren Mitarbeitern offen und fair die gegenwärtige Situation des Unternehmens.

Sie zeigen hierbei nicht nur auf, welche Beiträge in der Krise von den Arbeitnehmern erwartet werden, sondern auch, welchen Ertrag sie nach der Krise für diesen Beitrag erwarten können.

### 3.) Die Krise zum Aufbau von verantwortungsvoller Führungskompetenz nutzen.

Verantwortungsvolles Management kann nicht per Vorstandsbeschluss verordnet werden. Es muss täglich gelebt werden. Hier können frei gewordene Zeitkapazitäten zum Ausbau von Führungskompetenz auf den verschiedenen Ebenen des Unternehmens genutzt werden. Es bieten sich berufsbegleitende Ausbildungsprogramme an, die sich auf das Thema »Verantwortliche Unternehmensführung« spezialisiert haben. Oder auch Seminare, die dieses Thema zeitlich komprimierter vermitteln.



### Prof. Dr. Michael J.J. Brück, LL.M. (SMU/Dallas)

Professor für Bürgerliches Recht, Handels-, Wirtschafts- und Steuerrecht; Akademischer Direktor Wirtschaftsrecht

Seit November 2006 ist Michael Brück Inhaber einer Professur für Bürgerliches Recht, Handels-, Wirtschafts- und Steuerrecht an der German Graduate School of Management and Law (GGS). Er leitet als Akademischer Direktor Wirtschaftsrecht den Studiengang LL.M. in Business Law. Seine Forschungsschwerpunkte sind deutsches und europäisches Handels- und Gesellschaftsrecht, Steuerrecht, Internationales Steuerrecht, Grenzüberschreitende Unternehmensrestrukturierungen, Corporate Governance und Rechtsmanagement.

#### Aktivitäten 2009

#### Publikationen:

Publikation der 2. Auflage „Steuroptimierter Unternehmenskauf“

Im Herbst 2009 erschien die 2. Auflage des Buchs „Steuroptimierter Unternehmenskauf“, das Professor Brück zusammen mit Herrn Prof. Dr. Patrick Sinewe, Partner bei Bird & Bird herausgibt. Daneben ist er auch einer der insgesamt acht Autoren des Werks.

Die Autoren stellen in ihrem Buch alle wesentlichen Aspekte des Unternehmenskaufs dar. Der Schwerpunkt beim Unternehmenskauf liegt im Steuerrecht und ist eng mit den

gesellschaftsrechtlichen Umsetzungsschritten verbunden. Das Werk zeigt alle wichtigen Ablaufschritte vom Letter of Intent bis zum rechtsgeschäftlichen Übergang der Gesellschaft auf und geht auf kaufpreisrelevante Umstrukturierungen im Vorfeld und den Einfluss des fremdfinanzierten Erwerbs ein. Alle neuen Entwicklungen aus der Unternehmensteuerreform, dem SEStEG und dem MoMiG sind bereits eingearbeitet. Das Buch hat eine hervorragende Verbreitung gefunden, sodass nach einem Jahr eine zweite Auflage erforderlich geworden war. Dies hat aufgrund jüngerer Gesetzesgebungsaktivität des Steuergesetzgebers auch eine weitere Anpassung des Inhalts erforderlich gemacht. Brück/Sinewe, Der Steuroptimierte Unternehmenskauf, 2. Auflage, Gabler, 2009, 49,90



€

Alle wesentlichen Aspekte des Unternehmenskaufs stellt das Buch »Steuroptimierter Unternehmenskauf« dar.

#### Fachartikel:

Professor Brück hat 2009 seine Veröffentlichungen von Fachartikeln im Bereich des Finanzmarktrechts fortgesetzt. In dieser zentralen Abhandlung untersucht Professor Brück mit seinen Co-Autoren Prof. Dr. Christoph Schalast und Dr. Kay-Michael Schanz unter dem Titel „Das 1. Finanzmarktstabilisierungergänzungsgesetz: Lex Hypo Real Estate oder doch mehr?“ erschienen in Betriebsberater Heft 25 aus 2009, Seite 1306 ff., die verfassungsrechtlichen Aspekte der Gesetzgebung zur Finanzmarktstabilisierung.

Im Rahmen der Finanzkrise und angesichts der sich in der Folge weiter zuspitzenden und besonders schwierigen Situation der Hypo Real Estate (HRE) entstand eine Diskussion, inwieweit eine Ergänzung des Gesetzes um eine Enteignungsoption notwendig sei, damit - als Ultima Ratio - auch die Übernahme einer „systemrelevanten Bank“ gegen den Willen der Eigentümer durch den Sonderfonds Finanzmarktstabilisierung (SoFFin) möglich ist.

Das Finanzmarktstabilisierungsergänzungsgesetz (FMStErgG), welches am 7.4.2009 im Bundesgesetzblatt veröffentlicht wurde, enthält aber weitaus mehr als nur diese Enteignungsoption, insbesondere werden die Privilegien für staatliche Finanzhilfen im deutschen Kapitalmarktrecht weiter ausgebaut. Der Beitrag analysiert die Entstehungsgeschichte des Gesetzes und gibt einen Überblick über die neuen Bestimmungen im Kapitalmarktrecht und zur Enteignung mit ersten Hinweisen für die Praxis.

Brück/Schalast/Schanz, Das 1. Finanzmarktstabilisierungsergänzungsgesetz: Lex Hypo Real Estate oder doch mehr?, BB 2009, S. 1306 ff.

## Vorlesungstätigkeit/Studiengangsleitung LL.M. in Business Law

Im vergangenen Jahr gelang es erstmals, den von Professor Brück geleiteten Studiengang LL.M. in Business Law mit 27 Studenten zu besetzen. Damit ist nicht nur die maximale Kapazitätsgrenze erreicht, sondern aufgrund der überschießenden Nachfrage kann auch davon ausgegangen werden, dass sich dieser Studiengang für Nichtjuristen am Markt nunmehr bestens etabliert hat. Ein Erfolgsfaktor ist der persönliche Kontakt zu den Interessenten des Studiengangs, insbesondere auch bei den GGS-Ahead-Workshops, den Info-Tagen und den Assessment Centern. Zudem handelt es sich bei diesem Studiengang um ein Angebot, das wenig Konkurrenz am deutschen Bildungsmarkt zu fürchten hat.

Im Jahr 2009 hielt Herr Professor Brück Vorlesungen in folgenden Modulen:

- Bürgerliches Recht und Handelsrecht (LL.M. in Business Law 2008)
- Gesellschaftsrecht (LL.M. in Business Law 2008)
- Europarecht (LL.M. in Business Law 2008)
- Steuerrecht (LL.M. in Business Law 2008)
- Grundlagen des Rechts (LL.M. in Business Law 2009)



Die Besuchergruppe aus Heilbronn an der Wall Street im April 2009.

- Juristisches Denken und Methodik (LL.M. in Business Law 2009)

Die derzeitige Bewerbungssituation macht Hoffnung, dass sich der positive Trend des Programms als „Verkaufsschlager des Jahres 2009“ in 2010 fortsetzen wird.

## Exkursion in die Vereinigten Staaten

Einen großen Erfolg stellte unsere erste große Exkursion im April 2009 dar (siehe S. 10 f.). Der Aufenthalt in den USA wurde gemeinsam von den Professoren Armbrüster und Brück organisiert.

## Lehrauftrag

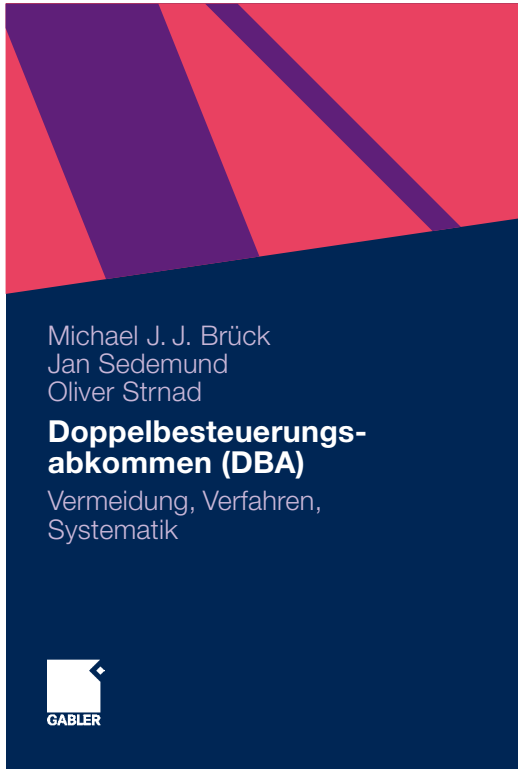
Zudem hat Professor Brück im Sommersemester 2009 eine Vorlesung an der Hochschule Fresenius zum Thema „Internationales Steuerrecht“ gehalten, ein Schwerpunkt -Veranstaltung im Rahmen des LL.B.-Studiengangs Business Law.

## Executive Education: Inhouse-Seminar zur Haftung des GmbH-Geschäftsführers

Basierend auf dem von Professor Brück konzipierten Executive Education Angebot zur Geschäftsführerhaftung hat er zusammen mit Professor Martin Schulz einen ersten Auftrag zum Thema „Die Haftung des GmbH-Geschäftsführers“ gewonnen und vor der zentralen Geschäftsleitung eines großen mittelständischen Unternehmens aus der Region vorgetragen. Als Ergebnis dieses Vortrags werden beide zusammen ab Frühjahr/Sommer 2010 eine weitere Schulung aller in der Unternehmensgruppe beschäftigten Geschäftsführer zu diesem Thema vornehmen können. Insgesamt sind hierbei 10 bis 12 weitere Veranstaltungen geplant.

## Ausblick 2010

### Publikationen:



Alle wesentlichen Aspekte der Doppelbesteuerung behandelt Prof. Brück mit zwei Lehrbeauftragten der GGS im Buch »Doppelbesteuerungsabkommen«

### Monographie

Kurz vor Drucklegung steht das knapp 300 Seiten lange Werk von Professor Brück zusammen mit zwei Lehrbeauftragten der GGS, Herrn Dr. Oliver Strnad und Herrn Dr. Jan Sedemund zu Doppelbesteuerungsabkommen. Dieses Buch beleuchtet alle wesentlichen Aspekte des Rechts der Doppelbesteuerungsabkommen.

Die Abkommen zur Vermeidung der Doppelbesteuerung sollen verhindern, dass natürliche und juristische Personen, die in zwei Staaten Einkünfte erzielen, in beiden Staaten - also doppelt - besteuert werden. Die Vermeidung von Doppelbesteuerung ist insbesondere im Rahmen der Globalisierung ein immer wichtiger werdender Aspekt in der Steuerberatung. Brück/Sedemund/Strnad, Doppelbesteuerungsabkommen, Gabler 2010, Preis steht noch nicht fest

### Artikel:

In Vorbereitung befindet sich derzeit ein Artikel von Professor Brück zu einer aktuellen Frage des Gesellschaftsrechts im Zusammenhang mit der Finanzkrise. Hier beschäftigt er sich

mit seinem Co-Autoren, Herrn Dr. Wolf-Dieter Budde, dem ehemaligen Vorstandsvorsitzenden von PricewaterhouseCoopers und ehemaligen Herausgeber des Beck'schen Bilanzkommentars mit der Frage der kompetenziellen Anforderung an die Besetzung des Vorstands durch den Aufsichtsrat.

War es früher gängige Unternehmenspraxis, dass die Juristen in größerer Zahl in den Vorständen deutscher Unternehmen vertreten waren, so zeigen jüngste Forschungsergebnisse, dass die Zahl in den letzten 20 Jahren dramatisch zurückgegangen ist. In ihrem Beitrag zeigen die Autoren, dass es auch gute juristische Gründe dafür gibt, in einem immer weiter verrechtlichten Umfeld mit immer höheren regulatorischen Anforderungen auf Juristen in der Unternehmensleitung nicht zu verzichten.

Die kompetenziellen Anforderungen an die Besetzung des Vorstands bei der Berufung durch den Aufsichtsrat einer Aktiengesellschaft, für NJW 2010

### Studie zum Rechtsmanagement bei mittelständischen Unternehmen

In Vorbereitung befindet sich ebenfalls eine empirische Studie von Professor Brück, bei der er das Rechtsmanagement in mittelständischen Unternehmen untersucht. Augenblicklich wird der Fragebogen ausgearbeitet.

### Lehrauftrag an der Frankfurt School of Finance & Management

Neben seinem fortdauernden Engagement im Studiengang LL.B. in Business Law an der Hochschule Fresenius, Hochschule für Medien und Wirtschaft in Köln wird Professor Brück in 2010 auch einen Lehrauftrag an der Frankfurt School of Finance & Management im Studiengang LL.M. in Mergers & Acquisitions übernehmen. Bisher vorgesehen ist die Übernahme der Vorlesung im Gesellschaftsrecht.



## Prof. Dr. Jochen Deister

Professor für deutsches und internationales Wirtschaftsrecht, Informations- und Kommunikationsrecht

Er forscht und berät zu den Themen: Effizientes Rechtsmanagement, Integriertes strategisches und operatives Managen von Rechtsfragen im Unternehmen, Integriertes Intellectual Property Management, IT Compliance, Informations- und kommunikationsrechtliche Themen

Jochen Deister ist an der German Graduate School of Management and Law (GGS) Professor für deutsches und internationales Wirtschaftsrecht, Informations- und Kommunikationsrecht. Darüber hinaus ist er Rechtsanwalt, seit über zehn Jahren in der anwaltlichen Beratung im Software-Recht tätig und baut dabei auf vertiefte Kenntnisse in der Informationstechnologie auf. Prof. Deister beschäftigt sich vor allem auch mit dem Rechtsmanagement und verschiedenen Verhandlungsstrategien. Dabei kann er auf berufliche Erfahrungen aus zahlreichen Management-Positionen bei verschiedenen internationalen Technologieunternehmen zurückgreifen. Seine juristische Karriere begann er als Anwalt bei Clifford Chance.

## Publikationen:

### Handbuch Computer- und Internetrecht

Anfang 2009 erschien das Handbuch Computer- und Internetrecht von Prof. Dr. Jochen Deister und RA Dr. Thomas Degen, dem Geschäftsführer der Rechtsanwaltskammer Stuttgart.

Die Autoren stellen in ihrem Buch alle wesentlichen Aspekte des IT-Rechts in komprimierter Form dar, sodass

das Handbuch für alle Fragen des elektronischen Rechtsverkehrs herangezogen werden kann. In dieser Art einzigartig ist darüber hinaus die Erläuterung des regulatorischen Umfelds des Internets. So gibt es weder ein nationales noch internationales „Internet-Gesetz“, sondern die virtuellen Aktivitäten werden weitgehend selbstregulierend gelöst. Das Buch hat bereits größere Verbreitung gefunden, nach einem halben Jahr war über die Hälfte der Auflage verkauft.

Degen/Deister, Computer- und Internetrecht, Boorberg 2009, 38,00 Euro



Mit dem gewaltigen Erfolg des Internets geht auch seine »Verrechtlichung« einher. Den aktuellen Stand schildert Prof. Deister in seinem neuen Buch.

## Fachartikel:

Prof. Deister hat 2009 verschiedene Fachartikel veröffentlicht.

### Anwaltsrecht

In der NJW erschien in Heft 1 des Jahres 2009 ein Artikel zur Anwaltswerbung in der Praxis, wobei Prof. Deister insbesondere die wettbewerbsrechtliche Seite hervorhob. Eine Vertiefung des Themas stellte der Artikel „Spezialist für Alles“ zu den Grenzen der werblichen Selbsteinschätzung von Anwälten dar. Diese Thematik gewinnt insbesondere durch die Ausweitung der Fachanwaltschaften an neuer Dynamik. Ebenfalls von neuen Entwicklungen geprägt ist der Artikel von Prof. Deister zur Frage, ob die jüngst eingeführte Unternehmungsgesellschaft als Unterform der GmbH eine insbesondere für Junganwälte interessante Rechtsform darstellt. Zusammen-

men mit Rechtsanwalt Dr. Mario Axmann stellt Prof. Deister dabei die bislang von der gesellschaftsrechtlichen Literatur übersehenen Hindernisse der (übermäßigen) Haftpflichtversicherung dar.

Anwaltswerbung in der Praxis, NJW 2009, 39  
Die Anwalts-Unternehmergesellschaft, NJW 2009, 2941  
„Spezialist für Alles“ - Grenzen der werblichen Selbsteinschätzung von Anwälten, NJW 2009, 3352

### Verhandlungsführung

Im Bereich der Verhandlungsführung hat Prof. Deister zwei Fachartikel im ITRB sowie in anderen Zeitschriften veröffentlicht.

Unter dem Titel „Effizient verhandeln“ stellt Prof. Deister die regelmäßig übersehene Frage in den Vordergrund, ob überhaupt eine Verhandlung begonnen werden muss oder ob sich nicht andere, effizientere Methoden zum Vertragsabschluss zu kommen finden lassen. An dieses – ähnlich von Malik vertretene – Postulat des effizienten Managers anknüpfend betrachtet Deister im Anschluss die Wahl der richtigen Verhandlungsstrategie.

Einen besonderen interdisziplinären Ansatz wählt ein weiterer Fachartikel im ITRB. Das aus dem Dienstleistungsmarketing bekannte Phänomen des Service Recovery Paradox überträgt Prof. Deister in die Welt der IT-Verträge. Dem Paradox liegt dabei die These zu Grunde, dass eine exzellente Fehlerbehebung zu einer höheren Kundenzufriedenheit im Vergleich zu einer reibungslosen Vertragsdurchführung führen kann. Darauf aufbauend untersucht Prof. Deister Möglichkeiten, um bereits vertraglich den Boden für das Eingreifen des Service Recovery Paradox zu bereiten.

Stark an der Praxis orientiert ist ein Artikel von Prof. Deister zu den acht schwersten Verhandlungsfehlern von Managern. Dieser Artikel mit konkreten Handlungsempfehlungen erschien im Handelsblatt.

Schließlich hat Prof. Deister zwei Artikel zur Verhandlungsführung dem GGS Quarterly beigesteuert. Neben Fragen der Verhandlungsstrategie ging er darüber hinaus auch auf die Vermeidung von Verhandlungsfehlern ein.

### Book Review:

Prof. Deister besprach das Buch „Improving Learning Transfer“ von Cyril Kirwan im Journal of Industrial Marketing. Book Review of Improving Learning Transfer: A Guide to Getting More Out of What You Put Into Your Training, by Cyril Kirwan in Journal of European Industrial Training

## Ausblick:

### Monographien

2010 bereits erschienen ist ein knapp 300 Seiten starkes Buch von Prof. Deister zu Anwaltsstrategien im Software-Recht. Dieses Buch beleuchtet alle wesentlichen Aspekte des Softwarerechts. Aus Sicht des Praktikers besonders relevant ist dabei der Aufbau des Werkes am Software Lebenszyklus und nicht – wie typischerweise in der Literatur – an den rechtlichen Grundlagen. In der Kombination mit umfangreichen Formulierungsbeispielen kann der anwaltliche Anwender schnell eine für seine – besondere – Situation praktikable Lösung finden.

Deister/Meyer-Spasche, Anwaltsstrategien im Software-Recht, Boorberg 2010, 29,80 Euro



Alle wesentlichen Aspekte des Softwarerechts in einem Buch

### Artikel

Anfang 2010 bereits erschienen sind zwei Artikel zu aktuellen Fragen des „fliegenden Gerichtsstands“ nach § 32 ZPO und dem Internet. War früher dieser besondere Gerichtsstand des Tatorts vor dem Hintergrund der Orts- und Sachnähe des Tatortgerichts bei Verkehrsunfällen noch mit einem Schattendasein versehen, hat er durch die Verbreitung des Internets neue Brisanz erlangt. Eine beispielsweise persönlichkeits- oder wettbewerbsrechtsverletzende Internetseite kann theoretisch an jedem Ort der Erde abgerufen werden. Wirbt beispielsweise ein Zahnarzt aus Hameln mit einer urheberrechtsverletzenden Anfahrtkarte im Internet, kann ihn der Urheber in Berlin grundsätzlich verklagen, da dort die streitgegenständliche Seite abgerufen werden kann. In der Praxis hat

dies zu einigen Missbrauchsfällen geführt, indem die Gerichtsstandswahl zur Herbeiführung von Unnahmlichkeiten für den Rechtsverletzer (Reisekosten, Einschaltung von Korrespondenzanwälten) führt.

Zusammen mit seinem Co-Autor RA Dr. Thomas Degen spricht sich Prof. Deister jedoch – im Gegensatz zur Ansicht vieler Untergerichte – für eine Beibehaltung der weiten Auslegung des fliegenden Gerichtsstands aus. Nicht nur sind die Kriterien zur Abgrenzung des Missbrauchs durch die Gerichte schwammig, sie bevorzugen auch einseitig den – in der Regel offensichtlichen – Rechtsverletzer.

Darf der Gerichtsstand noch fliegen? § 32 ZPO und das Internet, in: NJW 2010, 197 und NJOZ 2010, 1.

### Wissenschaftliche Konferenzen:

Im Juni 2009 wurde Prof. Deister die besondere Ehre zuteil, als Keynote Speaker auf einem internationalen Symposium zum Schutz geistigen Eigentums auf Messen aufzutreten. Die Veranstaltung fand in Shenyang, P.R. China statt und wurde neben dem deutschen Botschafter insbesondere auch von hochrangigen Angehörigen des Wirtschafts- und Industrieministeriums sowie der nationalen und regionalen Patentbüros besucht.



2009 war Prof. Deister Keynote Speaker auf einem internationalen Symposium zum Schutz geistigen Eigentums auf Messen.

## Entwicklung von Lehrangeboten:

### Studiengang LL.M. Legal Management

Im Jahr 2009 wurde unter Leitung von Prof. Deister die Konzeption des Studiengangs LL.M. Legal Management in ein Feinkonzept überführt. Wesentliche Gremien der Hochschule und ihrer Trägerorganisationen wurden eingebunden und bereits erste Schritte zur Kontaktaufnahme mit potenziellen Partnern unternommen.

Im Jahr 2010 soll sich das Syndikus-Institut für Unternehmensjuristen gründen, an dem die verschiedenen Aktivitäten der Hochschule für Unternehmensjuristen gebündelt werden sollen. Darüber hinaus werden sich sowohl das Executive Committee aus hochrangigen Vertretern der Wirtschaft, Politik und Wissenschaft als auch der Fachbeirat konstituieren.

### Online-Seminare zu Compliance

Prof. Deister hat im Rahmen des neuen Angebots an Online-Seminaren eine Schulungsreihe aus sechs Veranstaltungen zu Compliance konzipiert. Die Themen reichen von der grundlegenden Verbindung zum unternehmensinternen Wertemanagement zu arbeits- oder datenschutzrechtlichen Fragen. Auch die Auswirkungen des US-amerikanischen Rechts sowie Whistleblowing und die Sinnhaftigkeit eines Verhaltenskodex werden dabei betrachtet.

### Summer School Global Business Negotiation

Der Seminarkalender 2010 enthält des Weiteren eine zweiwöchige Summer School zu Global Business Negotiations, die Prof. Deister konzipiert hat. Dabei geht es zum einen um die Vermittlung grundlegender Verhandlungskompetenz und zum anderen um länderspezifische Aspekte, wobei insbesondere Asien im Fokus steht. Eingerahmt wird die Summer School von einem an der GGS in der Entwicklung befindlichen Negotiation Competence Indicator, der über ein Persönlichkeits- und Konfliktprofil zu einem individuellen Verhandlungsprofil führen soll.



### Prof. Dr. Harald Dolles

Professor für Management und International Business  
Studiengangsleiter MBA Focus International Business

Er forscht, lehrt und berät u.a. zu den Themen: International Business, Management grenzüberschreitender Kooperationen, Cross Cultural Management, Sport Management, Internationales Personalmanagement.

Prof. Dolles ist ausgewiesener Länderexperte für Japan und China.

Harald Dolles ist an der German Graduate School of Management and Law (GGS) Professor für Management und International Business. Er forscht, lehrt und berät u.a. zu den Themen International Business, Management grenzüberschreitender Kooperationen, Cross Cultural Management, Sport as a Business und Internationales Personalmanagement. Harald Dolles gilt als ausgewiesener Länderexperte für Japan und China und wurde 2009 in das Scientific Committee der European Academy of Management (EURAM) für die nächste Jahreskonferenz 2010 in Rom berufen. EURAM ist Europas größte Vereinigung für Wissenschaftler im Fachgebiet Management gefördert durch das European Institute for Advanced Studies in Management in Brüssel. Das EURAM Scientific Committee berät die Organisationen der Jahreskonferenz in wissenschaftlichen Fragen, evaluiert die eingereichten Programmschwerpunkte und wirkt entscheidend bei der inhaltlichen Programmgestaltung mit. Harald Dolles nahm im Oktober 2009 den Ruf auf eine Visiting Professur in International Business an der School of Business, Economics and Law der Universität Göteborg in Schweden an.

### Academic and Professional Honors:

- October 2009 Elected Member of the Advisory Committee, Euro-Asia Management Studies Association.
- September 2009 Substitute associate editor in International Business, Canadian Journal of Administrative Sciences
- July 2009 Chair, Special Interest Group (SIG) on "Sport as a Business", European Academy of Management. The "Sport as a Business" SIG is a network of academics, practitioners, athletes and sport officials whose interests revolve around aspects of internationalisation, professionalisation and commercialisation of sports in theory and in practice. The Group functions as a catalyst for building and disseminating new ideas around the business of sports.
- June 2009 Appointment Scientific Committee European Academy of Management.

### Publications:

#### Monographs and Editorials

[With Sten Söderman, eds.] Handbook on Research on Sport and Business, Cheltenham, UK: Edward Elgar (accepted 2008, target print 2010/2011) Contributors, among others Thommy Andersson, Anne-Linne Balduck, Veerle de Bosccher, Anne Bourke, Marc Buelens, Simon Chadwick, Bettina Cornwell, Graham Cuskelly, Michel Desbordes, Bernd Frick, Boris Helleu, John Horne, Hallgeir Gammelsaeter, Alessandro Guala, Evert Gummesson, Sean Hamil, Kjetil Haugen, Patricia Hogan, Paul de Knop, Marc Maes, Yamin Mo, Norm O'Reilly, André Richelieu, Leight Robinson, James Santomier, Benoit Senaux, Thorsten Schlesinger, Simon Shibli, Harry Solberg, Tim Ströbel, Eivind Å. Skille, Jasper Truyens, Douglas Turco, Martin van Bottenburg, Geoff Walters, Mathieu Winand, Herbert Woratscheck, Thierry Zintz.

[With Yoshiaki Takahashi, eds.] 異文化間の人材および組織関係の管理方法 [Managing Personal and Institutional Relationships Across Cultures], editorial and introduction, special issue Chuo Business Review, no. 14 (December), ISSN 1347-9938, 2010 (in 2009 translated into Japanese).

[With Sten Söderman, eds.] Sport as Business: International, Professional and Commercial Aspects, Houndmills, Basingstoke: Palgrave (book outline and contract accepted 2009, target print autumn 2010) Contributors, among others Bernard Auge, Christopher Auld, Sungwon Bae, Maureen Benson-Rea, Anne Bourke, Andrea N. Eagleman, Simon Ford, John Francis, Anthony K. Kerr, Ping-Chao Lee, Kathleen M. Lloyd, Roger Levermore, Simon Martin, Heather Mills, Erin L. McNary, Arnaud Pedenon, Jennifer Rieck, John Schulz, Narelle F. Smith.

[With Kiran Fernandes, eds.] Innovation, Creativity, Competitiveness and Globalization – European and International Perspectives, special issue International Journal of Business Environment, ISSN (Online) 1740-0597, ISSN (Print) 1740-0589, 2010 (special issue accepted 2008; in print 2009).

## Articles in Refereed Academic Journals

[With Sten Söderman] Ecology and Sustainability Associated with Mega-sporting Events: The „Green Goal“ Legacy of the Soccer World Cup 2006 in Germany, Journal of Management & Organization, vol. 16, no. 2, ISSN 1833-3672, 2010 [submitted 2009, accepted, in print].

Developing world market-leading companies – Innovation governance in German small and medium-sized enterprises, International Journal of Business Environment, ISSN (Online) 1740-0597, ISSN (Print) 1740-0589, 2010 [accepted for publication in 2009, in print].

[With Sten Söderman] プロ・サッカーにおける価値活動のネットワーク: 日本におけるプロ・サッカーリーグの発展 [The Network of Value Captures in Professional Football: Analyzing the Development of the Japanese Professional Soccer League], in: 商学論 [Shogaku Ronsan, The Journal of Commerce], vol. 40, ISSN 0286-7702, 2010 (submitted and accepted for publication in 2009, currently in translation).

[With Sten Söderman] Sponsoring the Beijing Olympic Games – Patterns of Sponsor Advertising, Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, vol. 22, no. 1, ISSN 1355-5855, 2010, pp. 8-24 [submitted and accepted in 2009].



Das Sponsoring der Fußball-EM 2008 war ein Thema, das Prof. Dolles 2009 beschäftigte

## Refereed Book Chapters

日本における失われた10年と外国企業 —その含意と結果 [The Lost Decade and Foreign Companies in Japan – Implications and Consequences], in: Yoshiaki Takahashi (ed): 検証失われた10年からの脱却と発 [The Lost Decade and Business management in Japan] Tokyo: Chuo University Press 2010 [submitted and accepted in 2009, in print].

Foreign Market Entry Mode Choices in the Internationalization of Higher Education Institutions, in: Nicholas Beaumont (ed): Sustainability Management and Marketing, Melbourne: DiskBank 2009, ISBN 1 86308 157 7, 2009, #399.

[With Sten Söderman and Thorsten Dum] Managing Football – International & Global Developments, in: Sean Hamil and Simon Chadwick (eds.): Managing Football: An International Perspective, Amsterdam: Butterworth-Heinemann, Elsevier, ISBN 978-1-85617-544-9, 2010, pp. 85-101. [submitted and accepted in 2009]

Mega Events and Transferability: Questions of Sustainability and Ecology, in: Badaruddin Mohamed, Murakami Kazo and Frank Go (eds.): RARC International Conference 2008: Knowledge Infrastructure Management for Tourism, Tokyo: RARC 2009, ISBN 978-4-903985-01-5, 2009, pp. 38-66.

## Articles in Conference Proceedings (Refereed):

*Foreign Market Entry Mode Choices in the Internationalization of Higher Education Institutions*, in: Nicholas Beaumont (ed): Sustainability Management and Marketing, Melbourne: Promaco Conventions, ISBN 1 86308 159 3, 2009, p. 74 (competitive paper, abstract).

[With Yoshiaki Takahashi] *The Changing Business Environment in Japan since the 1980s: Consequences for Foreign Direct Investment and Subsidiary Management*. in: Axèle Giroud and Christopher Tucci (eds.): Globalization of Technology, Innovation & Knowledge: The Euro-Asia Connection, Conference Proceedings 26th EAMSA conference, Lausanne: EPFL, 2009, abstract p. 9, full competitive paper #P59.

[With Sten Söderman] *The Network of Value Captures in Professional Football Management: Analyzing the Development of the Japanese Professional Football League*, in: Hans Westerbeek and Per Göran Fahlström (eds.): Best Practices in Sport Facility and Event Management, Conference Proceedings, 17th Conference of the European Association for Sport Management, Nieuwegein: Arko Sports Media, 2009, pp. 138-140 (research paper abstract).

[With Sten Söderman, Thorsten Dum] *Sponsoring the EURO2008 Football Tournament: Analysing Sponsorship Awareness in Swiss and Austrian Print Media*, in: Hans Westerbeek and Per Göran Fahlström (eds.): *Best Practices in Sport Facility and Event Management*, Conference Proceedings, 17th Conference of the European Association for Sport Management, Nieuwegein: Arko Sports Media. 2009, pp. 202-205 (research paper abstract).

[With Sten Söderman] *Creating Brand Awareness in Sponsoring the Beijing Olympic Games – Patterns of Advertising*, in: Torben Petersen (ed.): *Proceedings of the 51st Annual Meeting of the Academy of International Business*. East Lansing MI: Academy of International Business. 2009, p. 41 (competitive paper, available for download at <http://www.aib.msu.edu>).

[With Sten Söderman] *Sponsoring the Beijing Olympic Games – Patterns of Sponsor Advertising*, European Academy of Management Annual Meeting (“Renaissance & Renewal in Management Studies”), Liverpool, May 2009 (competitive paper, available for download at <http://www.euram2009.org>).

## Articles in Books and Journals

*Foreign Market Entry Mode Choices in the Internationalization of Higher Education Institutions*, in: Christina Brüche, Susanne Blazejewski, Roksana Sopinka-Bujak, Björn Bütow and Robert Burisch (eds.): *Wolfgang Dorow zur Emeritierung*. Frankfurt/Oder: Europa Universität Viadrina, 2009, pp. 85-116.

## Media

*Wettkampf um Talente [War for Talents]*, in: PRO-Magazin für die Region Heilbronn-Franken. Vol. 10, no. 2 (February) 2009, ISSN 1615-7524, p. 23.

## Presentations 2009

[With Max Coulthard] ANZAM/ANZMAC Special Symposium: *Sport as Business – Industry Perspectives*, 23rd Annual Australian and New Zealand Academy of Management Conference (Monarch University, Melbourne (Australia). 2-4 December 2009).

[With Mark Dibben] ANZAM/ANZMAC Special Symposium: *Sport as Business – Academic Perspectives*, 23rd Annual Australian and New Zealand Academy of Management Conference (Monarch University, Melbourne (Australia). 2-4 December 2009).

*Foreign Market Entry Mode Choices in the Internationalization of Higher Education Institutions*, 23rd Annual Australian

and New Zealand Academy of Management Conference (Monarch University, Melbourne (Australia). 2-4 December 2009 (competitive paper presentation).

[With Yoshiaki Takahashi] *The Changing Business Environment in Japan since the 1980s: Consequences for Foreign Direct Investment and Subsidiary Management*. 26th Annual Meeting of the Euro-Asia Management Studies Association (Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne (EPFL), Lausanne (Switzerland). 22-24 October 2009 (competitive paper presentation).

[With Sten Söderman] *The Network of Value Captures in Professional Football Management: Analyzing the Development of the Japanese Professional Football League*, 17th Conference of the European Association for Sport Management. City of Amsterdam (The Netherlands). 16-19 September 2009 (research paper presentation).

[With Sten Söderman, Thorsten Dum] *Sponsoring the EURO2008 Football Tournament: Analysing Sponsorship Awareness in Swiss and Austrian Print Media*, 17th Conference of the European Association for Sport Management. City of Amsterdam (The Netherlands). 16-19 September 2009 (research paper presentation).

[With Sten Söderman] *Creating Brand Awareness in Sponsoring the Beijing Olympic Games – Patterns of Advertising*, 51st Annual Meeting of the Academy of International Business (San Diego State University, College of Business Administration, San Diego (USA). 26 June-30 June 2009 (competitive paper presentation).

[With Sten Söderman] *Sponsoring the Beijing Olympic Games – Patterns of Sponsor Advertising*, European Academy of Management 9th Annual Meeting (The University of Liverpool, ACC Liverpool (UK). 11-14 May 2009 (competitive paper presentation).

[With Sten Söderman] *Sport as a Business: internationalisation, professionalisation, commercialisation, track organizers* at European Academy of Management 9th Annual Meeting (The University of Liverpool, ACC Liverpool (UK). 11-14 May 2009. Competitive track.



### **Prof. Dr. Martin Schulz, LL.M. (Yale)**

Professor für deutsches und internationales Privat- und Unternehmensrecht

Er forscht, lehrt und berät zu den Themen: Deutsches und internationales Privat- und Unternehmensrecht sowie Wissensmanagement für Juristen.

Seit April 2009 verstärkt Martin Schulz als Professor für deutsches und internationales Privat- und Unternehmensrecht das Team der German Graduate School of Management and Law (GGs). Seit 1999 ist Martin Schulz Rechtsanwalt in der internationalen Anwaltssozietät Freshfields Bruckhaus Deringer. Neben seiner Tätigkeit im Gesellschafts- und Unternehmensrecht hat er sich insbesondere dem Aufbau eines professionellen Wissensmanagements gewidmet und war für die Aus- und Fortbildung seiner Kollegen mit verantwortlich. Die hierbei gewonnenen Kenntnisse und Erfahrungen hinsichtlich der effektiven Bewältigung der juristischen Informationsflut sowie der praxisorientierten Vermittlung juristischen Know-hows bringt Martin Schulz auch in seine Lehr- und Forschungstätigkeit an der GGS ein.

## **Publikationen 2009/ 2010**

Prof. Schulz hat 2009 die Studienangebote der GGS in der Zeitschrift „Marburg Law Review“ porträtiert. An der Philipps-Universität-Marburg nimmt Prof. Schulz einen Lehrauftrag zum Thema „Vertragsgestaltung im Wirtschaftsrecht“ wahr, einem Themenkomplex, den er auch an der GGS im Rahmen des LL.M.-Programms Business Law unterrichtet.

## **Für 2010 sind folgende Veröffentlichungen geplant bzw. bereits in Bearbeitung:**

### **• Compliance Management**

Neue Herausforderungen für Unternehmensleitung und Mitarbeiter. Ausgehend von einer aktuellen Entscheidung des Bundesgerichtshofs untersucht der Beitrag die strafrechtlichen und zivilrechtlichen Haftungsrisiken für Management und Mitarbeiter bei unzureichender Compliance im Unternehmen.

### **• Managerhaftung bei Auslandsgesellschaften**

Unter Einbeziehung aktueller europäischer Rechtsentwicklungen wird die jüngste Rechtsprechung zur Haftung von Geschäftsleitern bei sog. Auslandsgesellschaften analysiert.

### **• Effiziente Recherche juristischer Informationen**

Der Beitrag gibt (nicht nur für Studierende) nützliche Hinweise zur Bewältigung der juristischen Informationsflut

### **• Wissensmanagement für Anwälte (Neuaufgabe)**

Prof. Schulz beschreibt Notwendigkeit und Aufbau eines effektiven Wissensmanagements für Juristen und teilt seine Erfahrungen aus seiner Tätigkeit als Knowledge Management Lawyer in einer Anwaltskanzlei.

### **• Projekt- und Wissensmanagement für rechtswissenschaftliche Arbeiten**

Das insbesondere für Studierende geplante Buch verbindet die Vorteile des Projektmanagements mit denen des Wissensmanagements für die erfolgreiche Absolvierung rechtswissenschaftlicher Arbeiten. Die Darstellung eignet sich zudem hervorragend als Bestandteil des von Prof. Schulz geleiteten Moduls „Methoden der Forschung“, das die Studierenden im LL.M. Business Law in die rechtswissenschaftliche Methodik einführt und sie auf die erfolgreiche Absolvierung ihrer Master-Thesis vorbereitet.

## Vorträge :

Zum Thema Wissensmanagement für Juristen hat Prof. Schulz 2009 diverse Vorlesungen und Vorträge gehalten:

- **Innovationsfähigkeit durch Wissensmanagement**

Vortrag bei der Rechtsabteilung der Deutsche Bank AG, Frankfurt am Main, Juni 2009

- **Wissen managen – Mission possible!**

Vortrag bei der GGS, Eröffnungsveranstaltung anlässlich der Gründung des Alumni-Vereins, Juni 2009

## Konzeption und Durchführung des Seminars:

Die Rechtsstellung des GmbH-Geschäftsführers – Rechte, Pflichten und Haftung

Gemeinsam mit Prof. Brück hat Prof. Schulz ein Seminar zum Thema „Die Rechtsstellung des GmbH-Geschäftsführers – Rechte, Pflichten und Haftung“ konzipiert und im Oktober vor der zentralen Geschäftsleitung eines großen mittelständischen Unternehmens aus der Region vorgetragen.

Im Mittelpunkt des Seminars stehen aktuelle Fragen der Managerhaftung. Ausgehend von aktuellen Entwicklungen in Gesetzgebung und Rechtsprechung stellte Prof. Schulz mit Prof. Brück den rechtlichen Rahmen für die Tätigkeit von Geschäftsführern, daraus resultierende Haftungsrisiken sowie Strategien zur Haftungsvermeidung vor. Die Resonanz war sehr positiv, so dass 2010 eine Reihe weiterer Seminarveranstaltungen für die Geschäftsführung geplant ist.

## Forschungsprojekte:

### Wissensaustausch als Erfolgsfaktor bei Professional Service-Unternehmen

Gemeinsam mit Prof. Wagner hat Prof. Schulz ein Forschungsprojekt zum Thema „Wissensaustausch als Erfolgsfaktor für die Führung von Professional Service-Unternehmen“ initiiert. Im Mittelpunkt der Untersuchung stehen beratende Dienstleistungsunternehmen, insbesondere Rechtsanwaltskanzleien, Wirtschaftsprüfungsunternehmen, Steuerberater und Unternehmensberatungen. Diese gründen ihren Erfolg maßgeblich auf Nutzung und Vermarktung des Wissens ihrer Mitarbeiter. Das Forschungsprojekt widmet sich der Frage, inwieweit ein aktiver Wissensaustausch zwischen den Mitarbeitern innerhalb eines Unternehmens bzw. zwischen Mitarbeitern und Externen den Unternehmenserfolg beeinflusst. Ziel ist die Erarbeitung von praktischen Handlungsempfehlungen für die Unternehmensführung zur Gestaltung und nachhaltigen Implementierung von Wissensmanagement.



Eine Neuauflage des »Wissensmanagement für Anwälte« ist für 2010 geplant.



## Prof. Dr. Heinz-Theo Wagner

Professor für Management und Innovation

Er forscht und berät zu den Themen: Geschäftswertbeitrag der Informationstechnologie, Grundlagen der Innovationsfähigkeit von Unternehmen, Kernkompetenzen und Rekombination von Ressourcen.

Heinz-Theo Wagner ist Experte für Geschäftsprozess- und IT-Management und seit März 2008 als Professor für Management und Innovation an der GGS tätig. Er blickt auf eine fast 20-jährige internationale Berufserfahrung als Consultant, Principal, Consulting-Leiter und Auditor in einem der größten Unternehmen weltweit sowie als Director Operations eines international tätigen mittelständischen Unternehmens zurück. Wagners Forschungsschwerpunkte konzentrieren sich auf die Wertschöpfung in IT-unterstützten Geschäftsprozessen, insbesondere in einem internationalen, volatilen Geschäftsumfeld.

## Aktivitäten mit Praxisbezug

Im Jahr 2009 wurden 27 Unternehmensbesuche bei 18 verschiedenen Unternehmen durchgeführt und das GGS Lehr- und Executive-Programme vorgestellt. Das ist regelmäßig auch bei Unternehmensbesuchen erfolgt, die im Rahmen von Fallstudien besucht wurden.

Neben den üblichen Veranstaltungen und Beratungsterminen zur Information von potenziellen Studierenden wurden beide GGS ahead-Workshops für den Management-Teil gestaltet sowie an drei verschiedenen MBA-Messen jeweils ein Tag lang der Messestand zusammen mit dem Marketing betreut.

Darüber hinaus wurde ein Steckbrief bzgl. des neuen MBA-Focus im Karriereratgeber für IT-Profis „Zukunft studieren“ veröffentlicht und ein mehrseitiger Newsletter der IHK zum Thema Innovationen gestaltet, der ebenfalls auf der Webseite der IHK veröffentlicht wurde und die Forschungsaktivitäten darstellt, bekannt macht und mit dem Name der GGS verbindet. Diese Forschungsaktivitäten wurden auch in einem Bericht in der Heilbronner Stimme dargestellt.

## InnovationsForum Heilbronn-Franken

Insbesondere zu erwähnen sind die Aktivitäten im Rahmen des InnovationsForum Heilbronn-Franken. Das InnovationsForum Heilbronn-Franken setzt sich aus verschiedenen Vertretern regionaler Verbände und Organisationen, Geschäftsführern von Unternehmen der Region sowie Hochschulvertretern zusammen, die sich speziell mit der Forschung rund um Innovationen und des Ergebnistransfers in die Praxis befassen. Im Rahmen des Innovationsforums wurden zwei Beiratsitzungen zur Abstimmung von Forschungs- und Transferbeiträgen durchgeführt, diverse Besuche bei Beiratsmitgliedern absolviert und drei Vorträge zum Thema Innovationsmanagement organisiert und durchgeführt. Zu jedem dieser Vorträge wurden mehrere hundert Personen aus der Region informiert und eingeladen.

Im Laufe des Jahres 2009 hat Prof. Wagner mehrere Gutachten und Beratungen für diverse öffentliche Auftraggeber angefertigt. Darunter im Projekt „Deutschland Online Infrastruktur“ sowie im Rahmen von Haushaltskonsolidierungen.

## Forschung und Lehre

### Executive Training „IT-Management und IT-Controlling“

Bis dato sind vier Termine zum Thema IT-Management und -Controlling im Rahmen eines Coachings durchgeführt worden. Hierbei ging es im Wesentlichen, um den Aufbau einer neuen Organisationsstruktur, Definition von IT-Controlling-Prozessen, Entwurf von Kennzahlensystemen, Schaffung der

formalen Voraussetzungen zur Sicherstellung des Zusammenwirkens von IT- und Geschäftsstrategie.

### Entwicklung und Akkreditierung neuer MBA-Fokus „Process Management & Innovation“

Im Laufe des Jahres 2009 wurde der neue MBA-Fokus Process Management & Innovation entwickelt. Vielfältige Gespräche mit Unternehmen der Region und Studierenden sowie eine Primär-Marktforschung und Angebotsanalysen anderer Hochschulen haben aufgezeigt, dass ein neuer Fokus mit Ausrichtung auf Technologie-, Prozess- und Innovationsmanagement tragfähig ist. Hieraufhin wurde der Studiengang konzipiert und ein Antrag zur Akkreditierung gestellt. Zusammen mit einem Antrag auf Flexibilisierung des gesamten MBA wurde der Antrag auf Erweiterung der FIBAA-Akkreditierung um den Fokus Process Management & Innovation von der FIBAA positiv entschieden.

### Blockvorlesung an der DHBW

Im November fand eine einwöchige Blockvorlesung an der DHBW in Bad Mergentheim zu den Themen IT-Management, E-Business und Supply Chain Management statt. Die Vorlesung wendet sich an Bachelor-Studierende im fünften Semester, die nach ihren i.d.R. binnen eines Jahres stattfindenden Prüfungen vor der Entscheidung stehen, einen Master anzuschließen.

### Fallstudienreihe zu Innovationen

Die allgemeine Annahme ist, dass die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens dauerhaften Markterfolg garantiert. Dennoch gibt es erhebliche Lücken im Verstehen der Wirkungszusammenhänge, was das Management von Innovationen deutlich erschwert. Daher ist es Ziel der Fallstudienreihe, Erfolgsfaktoren zur Erreichung einer dauerhaften Innovationsfähigkeit von Unternehmen und dessen Auswirkung auf die Performance eines Unternehmens zu untersuchen.

Adressaten der Fallstudien sind erfolgreiche und innovative Firmen der Region Heilbronn-Franken und dabei in erster Linie Geschäftsführer sowie am Innovationsprozess (Ideengenerierung bis Implementierung) maßgeblich beteiligte bzw. zuständige Personen.

Im Rahmen dieser Fallstudienreihe wurden 14 Unternehmen, im Durchschnitt zweimal besucht, Aktivitäten der GGS vorgestellt, zahlreiche Daten aufgenommen und ausgewertet. Zum Abschluss wurde ein Abschlussbericht erstellt und im Dezember in Druckform an alle beteiligten Personen der Unternehmen verteilt.

### Innovationsstudie/forum

Im Rahmen des Innovationsprojektes Seneca zur Rolle sozialer Netzwerke für die dauerhafte Innovationsfähigkeit von Unternehmen, das von Prof. Wagner in Kooperation mit

Prof. Weitzel von der Universität Bamberg durchgeführt wird, wurde 2009 eine Umfrage unter den 2500 nach Umsatz größten deutschen Unternehmen des produzierenden Gewerbes durchgeführt. Im Rahmen dieses Forschungsprojektes wird untersucht, welchen Einfluss externe Netzwerke, bspw. zu Kunden und Entwicklungspartnern, auf die Entstehung neuen Wissens und dessen Umsetzung in Innovationen haben.



Prof. Wagner präsentiert neue Studie

## Planung von Forschungsprojekten für 2010 und 2011

### • Eigentümerstrukturen, Innovationsfähigkeit und Unternehmenserfolg

Prof. Wagner und Dr. Becker untersuchen im Rahmen des Forschungsprojektes „Ownership & Innovation“, inwieweit sich die Beschaffenheit und zeitliche Stabilität der Eigentümerstruktur eines Unternehmens auf die Fähigkeit zur Innovation auswirken. Basierend auf Experteninterviews mit Finanzanalysten und institutionellen Investoren sowie sekundärstatistischen Auswertungen sollen Handlungsempfehlungen zur

zielgerichteten Gestaltung von Eigentümerstrukturen gegeben werden.

#### • **Wissensaustausch als Erfolgsfaktor für die Führung von Professional Service-Unternehmen**

Im Mittelpunkt des von Heinz-Theo Wagner und Martin Schulz geleiteten Forschungsprojekts zum „Wissensaustausch als Erfolgsfaktor für die Führung von Professional Service – Unternehmen“ stehen beratende Dienstleistungsunternehmen, insbesondere Rechtsanwaltskanzleien, Wirtschaftsprüfungsunternehmen, Steuerberater und Unternehmensberatungen. Diese gründen ihren Erfolg maßgeblich auf Nutzung und Vermarktung des Wissens ihrer Mitarbeiter. Das Forschungsprojekt widmet sich der Frage, inwieweit ein aktiver Wissensaustausch zwischen den Mitarbeitern innerhalb eines Unternehmens bzw. zwischen Mitarbeitern und Externen den Unternehmenserfolg beeinflusst. Ziel ist die Erarbeitung von Handlungsempfehlungen für die Unternehmensführung zur Gestaltung und nachhaltigen Implementierung von Wissensmanagement-Konzepten.

#### **Kooperation mit der Universität Bamberg**

Im März 2009 wurde ein Kooperationsvertrag mit der Otto-Friedrich-Universität Bamberg geschlossen, der kürzlich für 2010 verlängert wurde. Der Kooperationsvertrag bezieht sich auf gemeinsame Forschungsprojekte, in die beide Seiten Personalkapazität sowie Sachmittel und Dienstleistungen einbringen. Als erste größere Aufgabe wurde das Projekt „Die Rolle sozialer Netzwerke für die dauerhafte Innovationsfähigkeit von Unternehmen“ (SENECA - Social Enterprise Networks and Innovation Capability) gestartet. Im Rahmen dieses Forschungsprojektes wird untersucht, welchen Einfluss externe Netzwerke, z.B. zu Kunden und Entwicklungspartnern, auf die Entstehung neuen Wissens und dessen Umsetzung in Innovationen haben. Gerade für Unternehmen der Region Heilbronn-Franken ist es von großer Bedeutung zu wissen, wie die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens ausgebaut und erhalten werden kann. Seneca soll hierzu Erkenntnisse liefern, die in konkrete Management-Aktionen umgesetzt werden können.

#### **Publikationen und Konferenzbesuche**

Im Juni 2009 nahm Prof. Wagner an der European Conference on Information Systems (ECIS) in Verona, Italien teil. Die ECIS ist die wichtigste europäische Konferenz und findet einmal jährlich statt. Auf dieser Konferenz wurden Ergebnisse der Fallstudienreihe zu Innovation und Markterfolg vorgestellt, die in der Region Heilbronn-Franken durchgeführt wurde.

Ebenfalls im Bereich Innovationsmanagement ist ein Beitrag auf der Americas' Conference on Information Systems

(AMCIS) angesiedelt. Der Beitrag „The Sources of Innovation: Evidence from Case Studies among IT Service Providers“ befasst sich mit der Entwicklung und Implementierung von Neuerungen bei IT-Dienstleistern. Identifiziert wurden Charakteristika von Unternehmen, die den Entwicklungs- und Implementierungsprozess begünstigen und damit den Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg ausmachen.

Ein zweiter Beitrag auf der AMCIS mit dem Titel „ERP implementation Success, Innovation, and Social Networks: Linking the Tertius Iungens Approach to Performance“ befasst sich mit den häufig schwierigen und kostspieligen Einführungen von ERP-Systemen. In dieser Studie wird untersucht, in welcher Art und Weise IT- und Fachabteilungen zusammenarbeiten sollten, um ein neues Informationssystem auf die Geschäftsbedürfnisse auszurichten und nutzbar zu machen. Insbesondere beleuchtet werden die Prozesse zum Austausch von Wissen.

Im September erschien der Beitrag “Knowledge Transfer Processes in IT Outsourcing Relationships and their Impact on Shared Knowledge and Outsourcing Performance“ im International Journal of Information Management. In diesem Beitrag geht es um die Gestaltung von Geschäftsbeziehungen im Outsourcing. Da es nicht möglich ist über die Dauer einer Outsourcing-Beziehung hinweg, alle Eventualitäten vertraglich zu regeln, sind begleitende Maßnahmen notwendig, um den Erfolg des Outsourcings sicherzustellen. Hierbei geht es insbesondere darum, welche organisatorischen Maßnahmen getroffen werden können, um das beim auslagernden Unternehmen und dem Dienstleister vorhandene Wissen optimal zu kombinieren. Hierzu gehören bspw. auch Vorschläge zur Gestaltung von Dienstleistungsvereinbarungen und der begleitenden Maßnahmen zur Absicherung und Umsetzung dieser Vereinbarungen.



Die ICIS in Phoenix (Arizona) war ein Ziel von Prof. Wagner in 2009

Im Dezember 2009 erfolgte die Teilnahme an der International Conference on Information Systems (ICIS) in Phoenix, Arizona.

Die ICIS ist die höchstrangigste Konferenz auf dem Gebiet Management von Informationssystemen und als A-Konferenz eingestuft. Bei dieser Konferenz sind ca. 1200 führende Wissenschaftler aus aller Welt vertreten.

Die ICIS zeichnet sich durch intensiven Austausch und Workshop-Format mit qualitativ hochwertigem Feedback aus und ist daher eine herausragende Plattform, um die neuesten Forschungs-Designs und Ergebnisse auf internationalem Parkett zu diskutieren und einzuordnen. Heinz-Theo Wagner und Bernhard Moos nutzten diese Plattform, um die bisher gewonnenen Ergebnisse aus dem Seneca-Projekt mit anderen Wissenschaftlern zu erörtern und wissenschaftliche Beiträge als auch Transferbeiträge thematisch und methodisch so auszurichten, dass sie entsprechend in renommierten Journals und Konferenzen platziert werden können.

Ein Ergebnis ist der Beitrag „Suggestions for Measuring Organizational Innovativeness. A Review“ auf der Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS) im Januar diesen Jahres, einer seit über 40 Jahren etablierten Konferenz, auf der auch der Wissenschafts-Praxis-Austausch nicht zu kurz kommt. In diesem Beitrag wurde über eine umfassende Literaturanalyse dargestellt, was Innovationsfähigkeit von Unternehmen ist und wie sie gemessen werden kann. Der Beitrag stellt eine Konsolidierung und Systematisierung der bisherigen Literatur dar und dient daher als Grundlage zur Erfassung von Innovationsfähigkeit. Die entsprechenden Erkenntnisse wurden bereits im Seneca-Projekt umgesetzt und werden jetzt der breiteren Wissenschafts-Community zur Verfügung gestellt.

Im Rahmen der HICSS wurde neben ersten Erkenntnissen aus dem Seneca-Projekt ein Ergebnis aus einer längeren Forschungsserie zu Outsourcing vorgestellt, das in Zusammenarbeit mit weiteren Wissenschaftlern aus Bamberg entstanden ist. „The Role of Internal Business/IT Alignment and IT Governance for Service Quality in IT Outsourcing Arrangements“ befasst sich mit dem Zusammenspiel von Governance-Mechanismen auf der einen Seite, der Güte von Geschäftsbeziehungen zwischen Fach- und IT-Abteilungen auf der anderen Seite, und den Auswirkungen auf die Service-Qualität im Fall der Auslagerung von IT-Diensten an einen externen Anbieter. Der Beitrag gibt sowohl Hinweise für die Ausgestaltung von Outsourcing-Verträgen als auch für die in einem Unternehmen zu schaffenden Voraussetzungen im Vorfeld von Outsourcing mit dem Ziel, eine möglichst reibungslose Zusammenarbeit zwischen externem Anbieter und dem auslagernden Unternehmen zu ermöglichen.



## Medienangebot an der GGS

Im Jahr 2009 konnte durch einen Bestandszuwachs um ca. 1.000 aktuelle und bedarfsorientierte Titel das (gedruckte) Buchangebot der GGS erheblich erweitert werden, zusätzlich wurden weitere 215 eBooks erworben. Unser bisher schon umfangreiches weltweites Datenbankangebot ergänzt jetzt „ThomsonOne“, eine umfassende Ressource zu Unternehmens- und Marktinformationen internationaler Firmen. Die Quellen stehen über den Zugang zur Portalseite der Bibliothek mit entsprechender Nutzerauthentifizierung sowohl on-campus als größtenteils auch off-campus zur Verfügung. Die Beschaffung weiterer Publikationen wird über Fernleihe und/oder Dokumentlieferdienste zeitnah sichergestellt.

## Informationskompetenz

Im Rahmen von Einführungsveranstaltungen und innerhalb der Module „Research Methods“ bietet die Bibliothek Schulungen zu ihren Informations- und Dienstleistungsangeboten an, schwerpunktmäßig wird dabei jeweils auf die Rechercheoptionen in den fachspezifischen Datenbanken eingegangen.

## Ziele und Perspektiven

Seit Frühjahr 2009 steht mit den fortlaufenden Planungen für den Neubau einer Hochschulbibliothek gemeinsam mit der DHBW Mosbach auf dem neuen Campus ein Großprojekt an. In verschiedenen Arbeitssitzungen wurden dafür Absprachen im Hinblick auf Bibliotheksausstattung und Betrieb der Bibliothek getroffen und Architektenpläne begutachtet.



Marketing  
Public Relations



## Hochschulmarketing

### Marketingmaßnahmen festlegen – Bewerberzahl erhöhen

Aufgabe des Hochschulmarketing ist insbesondere die strategische Planung der Marketingaktivitäten, um durch die Auswahl und den Mix geeigneter Marketinginstrumente die Zahl der Interessenten und damit die Zahl der Bewerber für ein Master-Studium an der GGS zu erhöhen. Hierfür werden bestimmte Zielgruppen festgelegt und entsprechende Marketingmaßnahmen erarbeitet. 2009 wurden im Rahmen dieser Aufgaben nachfolgend beschriebenen Marketingmaßnahmen umgesetzt. Den Erfolg dieser Aktivitäten bestätigt die Tatsache, dass im Herbst 2009 erstmals eine Warteliste für das Masterstudium an der GGS eingeführt werden musste (s. S. 9).

### Messen / Kongresse

Auf folgenden Messen bzw. Kongressen war die GGS im Jahr 2009 als Aussteller vertreten:

#### **MBA World Tour 2009**

Datum: 21. März 2009

Ort: Frankfurt

#### **Startschuss Bachelor Wirtschaft, e-fellows**

Datum: 28. März 2009

Ort: Frankfurt

#### **Careers4engineers**

Datum: 25. April 2009

Ort: Stuttgart

#### **Mastertag BA Mosbach**

Datum: 13. Mai 2009

Ort: Mosbach

#### **IHK Bildungsmesse, Hochschulmesse**

Datum: 05. Juli 2009

Ort: Heilbronn

#### **12. Informations- und Kontaktbörse 2009**

Datum: 22. Oktober 2009

Ort: Stuttgart

#### **VDI Recruiting Tag**

Datum: 13. November 2009

Ort: Ludwigsburg

#### **Staufenbiel Absolventenkongress 2009**

Datum: 25.-26. November 2009

Ort: Köln

#### **Careers4engineers**

Datum: 05. Dezember 2009

Ort: Rüsselsheim

#### **SOS students on snow**

Datum: 11.-12. Dezember 2009

Ort: Pitztal, Österreich

## Infoveranstaltungen an der GGS

In regelmäßigen Abständen fanden 2009 unterschiedliche Formate von Informationsveranstaltungen an der GGS statt.

### Infotage

Zielsetzung der Infotage (2009: 21.03., 06.06., 19.09.) ist, Interessierten die Hochschule und die unterschiedlichen Master-Programme, Dozenten und Studierende vorzustellen und somit einen umfassenden Einblick in die Hochschule und das Hochschulleben zu geben. Die Teilnehmerzahl der Infotage ist im Vergleich zum Vorjahr um 59 % gestiegen.

### GGG ahead

Mit den GGS ahead Veranstaltungen bieten wir Interessenten die exklusive Möglichkeit, das Studium an der GGS live zu erleben. Die MBA & LL.M. Experience fanden am 21.02., 18.07. und 21.11. statt. Interessierte können einen Tag live und echt ausprobieren, was es heißen würde, einen MBA oder einen LL.M. bei der GGS zu machen. Sie lernen unsere Professoren kennen und die Methode, mit der wir „Vorlesung“ halten. Vorlesung heißt bei uns: interaktives Zusammenarbeiten und Gruppenarbeit an praxisbezogenen Fallbeispielen. Der Workshop besteht aus drei Teilen: Einer MBA- und einer LL.M. Experience, sowie allgemeinen Informationen zur GGS. Und jeder Menge Spaß. Das GGS ahead Format findet zunehmend Interesse und wird ständig den Erwartungen der Teilnehmer angepasst, ein Zuwachs von 189 % zum Vorjahr belegt, dass wir mit diesem Angebot auch auf dem richtigen Weg sind.

### Infoabend

Ergänzend zu den Infoveranstaltungen für die potenziellen Studierenden haben wir 2009 erstmalig ein Format für Unternehmensvertreter entwickelt, die in ihrem Unternehmen für die Personalentwicklung verantwortlich sind. Der Infoabend am 02.07. informierte die Firmenvertreter über die Möglichkeiten eines internationalen Studiums vor Ort in Heilbronn und ermöglichte eine anregende Diskussion nach einem Vortrag zum Thema: Management Development: Ansätze für die systematische Entwicklung zukünftiger Führungskräfte. Für 2010 sind zwei weitere Termine dieses Formats geplant.

## Online Marketing / Internet

Die ständige Arbeit und Verbesserung unserer GGS-Webseite ist eine Selbstverständlichkeit und dient als Basis für die Offpage-Optimierung der Webseite.

Regelmäßige Onpage-Überprüfungen, SEO (Search Engine Optimization) Projekte sowie eine Vielzahl von weiteren Online-Marketing-Maßnahmen führten laut Google Analytics zu erfreulichen Zahlen: die Besucherzahl erhöhte sich um 54,2 %, die Seitenaufrufe um 36,5 %, Besucher von Google um 193 %.

## Guerilla Marketing

Neben den klassischen Maßnahmen wollten wir 2009 weitere Aktivitäten umsetzen, die schnell eine direkte Ansprache der Zielgruppe ermöglichen. Mit diesen Aktionen sollte der Markenbekanntheit der Hochschule ein zusätzlicher Schub in der Region verliehen werden. Vom 30.06. bis 07.07. unterstützte ein „Mobiles Verpflegungs-Team (MVT)“ die Studentinnen und Studenten der Region. Unter dem Motto „Stärkung für die Karriere“ wurden morgens frische Brötchen, nachmittags süße Stückchen und abends Energy-Drinks gereicht. Die Mitarbeiterinnen der GGS stellten Interessierten die GGS vor und beantworteten an den Tagen alle Fragen rund um die Hochschule.



Unter dem Motto »Stärkung für die Karriere« machte ein MVT ...



... auf die GGS aufmerksam.

## Hier konnten hungrige Studenten das MVT treffen:

Mittwoch, 01.07.2009  
Duale Hochschule Baden-Württemberg Mannheim,  
Hochschule Mannheim

Donnerstag, 02.07.2009  
Hochschule Karlsruhe, Hochschule Pforzheim

Freitag, 03.07.2009  
Duale Hochschule Baden-Württemberg Stuttgart,  
Hochschule für Technik Stuttgart  
abends: Szene-Locations Frankfurt

Samstag, 04.07.2009  
Szene-Locations Stuttgart

Dienstag, 07.07.2009  
Hochschule Heilbronn



## Kinospot / Virales Marketing

Viral-Marketing ist eine Untergruppe des Guerilla-Marketing. Dabei handelt es sich um innovative Alternativen zu klassischen Marketingmaßnahmen, die mit einem Minimum an Kosten und einem Maximum an Raffinesse viel Aufmerksamkeit erzielen sollen. Kennzeichen dieser Art des Marketing ist eine ungewöhnliche, kuriose Ansprache der Zielgruppe. Das soll zunächst hohe Aufmerksamkeit erregen. Sodann geht es darum, die Botschaft so zu gestalten, dass sie von der Zielgruppe selbstständig an Freunde und Bekannte weitervermittelt oder empfohlen wird. Durch die selbstständige Verbreitung der kommunizierten Botschaft kann mit einfachen Mitteln eine relativ hohe Aufmerksamkeit bei verhältnismäßig geringen Kosten erreicht werden.



Ideen zum viralen Spot wurden durch einen internen Wettbewerb an der GGS gesammelt. Die Kreativität und das Engagement der Mitarbeiter war dabei ein lobenswerter Nebeneffekt und wurde in dem Spot aufgegriffen.



Zwei Zwecke wurden mit dem Spot verfolgt: Zum einen galt dieser im September/Oktober als Werbespot für Kinowerbung in Heilbronn, Neckarsulm und Stuttgart. Zum anderen war dies der Start von Postings im Internet.

## Sport an der GGS

Mit dem Trollinger Marathon in Heilbronn am 19.05.2009 fiel der Startschuss für den Hochschulsport der GGS. Das elfköpfige Team setzte sich aus Studenten, Alumni und Mitarbeitern der Hochschule zusammen.



Alle Läufer kamen gut durchs Ziel. Die GGS-Bestzeit erreichte der MBA-Absolvent Alexander Berger mit einer Laufzeit von 1:53 h (Halbmarathon). Die Bestzeit der Frauen erzielte Heike Schmidl (2:06 h, ebenfalls Halbmarathon).

Mit einem Hochschulsportbeauftragten geht es auch in ein sportliches 2010. Trainingseinheiten werden bereits für den Trollinger Marathon am 16. Juni 2010 angeboten. Zudem wird die GGS mit einer Mannschaft von Studierenden, Professoren und Mitarbeitern beim Drachenbootcup am 19. Juni 2010 an den Start gehen.



Mit einem neuen Spot präsentierte sich die GGS im Kino und im Internet.

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit „Mehrwert für die tägliche Arbeit bieten“ ...

... das ist das Motto der German Graduate School of Management and Law (GGS) für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Wirtschafts- und Rechtsthemen werden so aufbereitet, dass sie für Mediennutzer einen Mehrwert bei der täglichen Arbeit bieten. Aus unserer Sicht besteht Kompetenz nicht nur darin, hochwertige wissenschaftliche Forschungsergebnisse zu generieren, sondern diese auch so auszuwerten und zu vermitteln, dass Menschen und Unternehmen einen Nutzen aus dieser Forschung ziehen können.

### 1. Pressearbeit

Mit dieser Strategie konnte die GGS im Jahr 2009 sowohl regionalen als auch überregionalen Medien entsprechende Informationen erfolgreich anbieten. Neben diversen Artikeln über die Hochschule erschienen beispielsweise Interviews, Gastbeiträge und Statements von oder mit folgenden Professoren bzw. wissenschaftlichen Mitarbeitern:

- Dirk Zupancic, Interview „Coach statt Chef“, in: Heilbronner Stimme (05.05.2009)
- Tomás Bayón / Jochen Becker: „Strategische Optionen“, in: Pro Magazin, 6/2009
- Regina-Viola Frey, in: „Modernes Personalmarketing“, Pro Magazin 6/2009
- Dirk Zupancic: „Mehrwert für Führungskräfte schaffen“, in: Pro Magazin 8/2009
- Dirk Zupancic, in: „Private Hochschulen nahe an der Wirtschaft“, Stuttgarter Zeitung (15.08.2009)
- Dirk Zupancic: „Think Tank für Wissen“, in: Pro Magazin 10/2009
- Jochen Becker: „Verantwortungsvolle Führung schafft Werte“, in: FAZ-Beilage „Nachhaltigkeit“ (06.11.2009)
- Jochen Becker: „Erfolgreich durch die Wirtschaftskrise“, in: Heilbronner Stimme (24.11.2009)
- Jochen Deister: „Die größten Fehler beim Verhandeln“, in: Handelsblatt (26.11.2009)

- Tomás Bayón, in: „Bildung als Denkmal“, managerSeminare 12/2009
- Michael Brück, in: „Letzter Retter Staat“, Die ZEIT (03.12.2009)
- Heinz-Theo Wagner, in: „Die Suche nach der richtigen Frage“, Heilbronner Stimme (07.12.2009)

### 2. Pressekonferenzen

Zum Thema „Neuer Name, neue Strategie, neue Führungsstruktur“ luden die GGS – damals noch als heilbronn business school – und die Dieter Schwarz Stiftung am 16. Juni 2009 zu einer Pressekonferenz in den Neckarturm ein.

#### Neuer Name

„Mit dem neuen Namen sollen unsere bestehenden nationalen und internationalen Aktivitäten in Forschung und Lehre bundesweit besser sichtbar werden“, erläuterte Prof. Dirk Zupancic, Managing Dean und CEO der GGS, im Rahmen dieser Pressekonferenz die Notwendigkeit eines Renaming. Ziel sei es, mittelfristig eine der führenden deutschen Hochschulen für berufsbegleitende Aus- und Weiterbildung von Führungskräften im Bereich Management und Recht zu werden, so Zupancic weiter.

#### Regionaler Mehrwert, nationale Sichtbarkeit, internationale Präsenz

Um dem angestrebten Wachstum gerecht zu werden, wurde ein neuer Name gewählt, der auch den nationalen und internationalen Forschungsaktivitäten Rechnung trägt. Die Verwurzelung der Hochschule in der Region und das Ziel, Mehrwert für die Unternehmen in der Region zu schaffen, sollen allerdings auch weiterhin Ausdruck finden. „Wir leisten regionale Mehrwerte, sind national sichtbar und anerkannt sowie international präsent“, fasste CEO Zupancic zusammen. Deshalb der neue Name: German Graduate School of Management and Law, Heilbronn (GGS).

#### Neue Führungsstruktur

Mit dem neuen Namen wird auch die Geschäftsführung der Hochschule neu aufgestellt. Künftig wird die GGS von einem dreiköpfigen Management Board geleitet. Neu geschaffen wurden die Positionen „Managing Dean / Chief Executive Officer (CEO)“, „Chief Financial Officer (CFO)“ und „Academic Dean“. Die genannten Aufgaben werden von Prof. Dr. Dirk Zupancic (Managing Dean/CEO), Peter Hochlehnert (CFO) und Prof. Dr. Tomás Bayón (Academic Dean) wahr genommen. Damit ist die GGS für die kommenden nationalen und internationalen Aufgaben bestmöglich aufgestellt.



CEO Dirk Zupancic stellt sich im Interview den Fragen der Journalisten und vermittelt die strategischen Ansätze der GGS.

### 3. Sonderbeilagen

Um die nationalen Medien und die Unternehmen der Region auf die Hochschule allgemein, aber auch die Forschungsschwerpunkte der einzelnen Professoren aufmerksam zu machen, erstellte die Hochschule 2009 ein Themenheft und ein GGS Special.

Das Themenheft wurde im Juli 2009 der Zeitschrift „journalist“ beigelegt, die vor allem die Mitglieder des Deutschen Journalisten-Verbandes erreicht. Die Auflage beträgt rund 50.000 Exemplare. Im Schnitt lesen jedes Exemplar 1,67 Medienschaffende. Das ergibt rund 79.000 Leser pro Ausgabe.

Das GGS Special erschien im September 2009 in der w.news, dem Wirtschaftsmagazin der IHK Heilbronn-Franken. Leser sind bei einer Auflage von rund 25.000 Exemplaren die Entscheider und Führungskräfte der Region.

### Der neue Name

Eine »deutsche« Hochschule, die international ausgerichtet ist.

# GGGS

Eine Hochschule, die sich vor allem an Personen mit einem akademischen Erstabschluss richtet.

Ein klares Bekenntnis zur Region, seinen Unternehmen und den Menschen.

GERMAN GRADUATE SCHOOL  
OF MANAGEMENT & LAW  
HEILBRONN

Eine Hochschule für Unternehmensführung mit den Schwerpunkten Management und Recht.

### Warum ein neuer Name ?

Vorteile des neuen Namens GGS:

- Der neue Name kennzeichnet bestens, wer wir sind und was wir heute tun bzw. zukünftig tun werden.
- Gesteigerte Attraktivität für die Fakultät, Gastfakultät, Mitarbeiter, Studierende, andere Hochschulen und Unternehmen durch überregionale hochwertige Kennzeichnung.
- Markenrechtliche Schutzfähigkeit.



Das Themenheft als Beilage in der Zeitschrift »journalist« ...

#### 4. GGS Quarterly

„Keine heiße Luft, sondern echter Mehrwert“, so lautet auch das Motto des GGS Quarterly. Im Zentrum des Magazins steht jeweils ein Themenschwerpunkt, der aktuellen Fragestellungen der Unternehmenspraxis nachgeht. In 2009 wurde der GGS Quarterly zunächst als hbs Newsletter eingeführt und später im Zuge des Renaming im Layout angepasst. Die Themen des GGS Quarterly waren 2009:

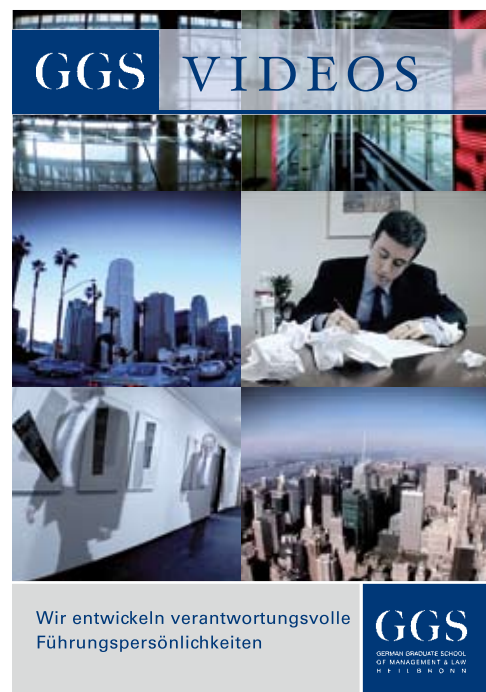
- 01/09: Spitzenleistungen in Verkauf und Vertriebsmanagement
- 02/09: Die Wirtschaftskrise – Welche Möglichkeiten ergeben sich für Unternehmen?
- 03/09: Vertrauen und Führung



... und der neue GGS Quarterly bieten »keine heiße Luft«, sondern echten Mehrwert.

#### 5. Imagefilm

Um die Hochschule künftig auch optisch positiv darstellen zu können, wurde 2009 in Ergänzung zu Kino- und Viralspot ein Imagefilm gedreht. Er soll unsere Werte und das Motto „Wir entwickeln verantwortungsvolle Führungspersönlichkeiten“ in bewegten Bildern darstellen. Der Film kommt auf der Homepage unter [www.ggs.de](http://www.ggs.de), bei Messen und Vorträgen sowie als DVD zum Einsatz.



Zusätzlich zu Kino- und Viralspot wirbt die GGS künftig mit einem Imagefilm.

**Herausgeber:**

German Graduate School of Management and Law gGmbH  
Bahnhofstraße 1 · D-74072 Heilbronn  
Phone: +49 (0) 71 31 - 64 56 36 - 0  
Fax: +49 (0) 71 31 - 64 56 36 - 27

**Geschäftsführer:**

Prof. Dr. Dirk Zupancic, Prof. Dr. Tomás Bayón

**Redaktion und V.i.S.d.P.:**

Dr. Markus Schwarzer, Leiter Public Relations der  
German Graduate School of Management & Law  
Bahnhofstraße 1, D-74072 Heilbronn  
Phone: +49 (0) 71 31 - 64 56 36 - 45

**Auflage:**

500 Exemplare

**Gestaltung:**

[www.spezial-kommunikation.de](http://www.spezial-kommunikation.de)

**Druck:**

Druckerei Grunenberg, Schöppenstedt

**Fotomaterial:**

Fotolia.de (S. 10, 11, 20, 22, 40, 42, 48, 49, 50)  
Wolfram Reiff (S. 1, 6, 10, 44)  
Alex Colle (S. 3, 28)  
GGS (S. 1, 2, 9, 11, 13, 14, 19, 21, 25, 27, 31, 33, 35, 38,  
41, 46, 53, 56)

**Stand:**

März 2010

Über uns | Tätige | Kontakt | News | English | Kontakt | de

**GGS**  
GEMER UNIVERSITY SCHOOL  
OF MANAGEMENT & LAW

HOME | STUDIUM | FORSCHUNG | FAKULTÄT | WEITERBILDUNG & PRAXIS | PRESSE

## Berufsbegleitend studieren - für mich das Richtige.

Die Inhalte aus dem LL.M. Business Law kann ich direkt in meinem Job umsetzen.  
 (Leticia Weizenegger, LL.M. Business Law) 

**NEWS**

- Neue Vertikale "Regelkette"  
18.03.2010 | Veröffentlichungen  
beginnen uns aber an Geschäftstagen  
Dienstag in Österreich schließt... 
- Infotag an der GGS
- Veranstaltungreihe „Junior Capital Management“
- Auftaktveranstaltung Alumni-Verein der GGS

[alle anzeigen >](#)

**Berufsbegleitend: MBA - LL.M. - MSc**



Die GGS bietet für Hochschulabsolventen berufsbegleitende  
Master-Studiengänge an.

[alle Master-Studiengänge >](#)

24 | 5 | 2010  
Freitag, 19. Juni 2010

16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

• [März, 2010 >](#)

**VERANSTALTUNGEN**

- 24.03.2010 17:00 | 24.03.2010 18:30  
Infotag für Unternehmen

**Verantwortungsvoll Führen**

**Nächster Studienstart:**  
19.06.2010  
MSc Programm [>](#)

Weitere Informationen unter [www.ggs.de](http://www.ggs.de)



# GGS

GERMAN GRADUATE SCHOOL  
OF MANAGEMENT & LAW  
HEILBRONN

---

German Graduate School  
of Management and Law gGmbH  
Bahnhofstraße 1 · D-74072 Heilbronn

[www.ggs.de](http://www.ggs.de)