

Studenten sollen Kunden werden

Wissenschaftsministerium wird umstrukturiert

Stuttgart. (lsw/mün) Der baden-württembergische Wissenschaftsminister Peter Frankenberg (CDU) strukturiert sein Ministerium neu. Anlass ist die vom kommenden Jahr an deutlich größere Eigenständigkeit der Hochschulen. In einem Zeitungsinterview sagte Frankenberg: „Wir haben zahlreiche Reformen im Hochschulbereich gemacht und sehr viele Zuständigkeiten an die Hochschulen abgegeben. Damit ändern sich die Aufgaben fundamental.“ Das Wissenschaftsministerium mit seinen 240 Mitarbeitern müsse künftig als Hauptaufgabe Serviceleistungen erbringen. Die Behörde müsse Finanzfragen regeln und sei für die Qualitätssicherung der Hochschulen verantwortlich. „Für Steuergeld müssen wir Qualität einfordern“, sagte Frankenberg. Im Ministerium soll es künftig unter anderem ein Referat namens „Hochschulübergreifende Studieninformation“ geben, an das sich zum Beispiel Abiturienten bei der Wahl eines Studienplatzes wenden können. Durch die Studiengebühren würden die Studenten zu Kunden, betonte Frankenberg. „Weil sie zahlen, können sie mehr Ansprüche an die Hochschulen, aber auch an das Land stellen“, so der Minister, „wir wollen als zentrale Serviceeinrichtung für die Studierenden da sein und landesweite Studieninformationen geben.“ Was (Ex-)Studenten so alles in Sachen Kundenfreundlichkeit unternehmen, zeigt die heutige Campus-Seite: Studenten, die Firmenkunden beraten, und Ex-Studenten, die Kunden für ihre Selbstständigkeit suchen.

Studieren mit Kind: Ein Ding der Unmöglichkeit?



Wie kann das Studium so organisiert werden, dass es für Eltern keine unzumutbaren Nachteile mit sich bringt? Darüber diskutieren Fachleute bei einem Workshop der Gleichstellungsbeauftragten der Uni Heidelberg am kommenden Montag (von 10 bis 17 Uhr in der Alten Universität). Erstmals werden Forscher und Mitarbeiter aus dem Deutschen Jugendinstitut (DJI), dem Hochschulinformationssystem (HIS), dem Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) und den Universitäten sich mit dem Thema gemeinsam beschäftigen. Einerseits geht es um die praktischen Probleme von studierenden El-

tern, andererseits aber auch um den aktuellen Forschungsstand, beispielsweise welches Rollenverständnis Hochschulanfänger im Vergleich zu Gleichaltrigen haben. Mit Berichten studierender Mütter sollen die Erfahrungen von Betroffenen direkt in den Blickwinkel genommen werden. Ziel des Workshops, an dem jeder Interessierte teilnehmen kann, ist, den weiteren Handlungs- und Forschungsbedarf zu eruieren. Interessierte können sich unter Telefon 06221 / 547697 oder Email gleichstellungsbuero@urz.uni-heidelberg.de anmelden. mün/Foto: dpa

JOB BÖRSE

mün. Dienstags veröffentlicht die RNZ die neuesten Studi-Jobs von Studentenwerk und Arbeitsagentur. Bei Interesse: Nummer notieren und hingehen. Arbeitgeberdaten werden nur gegen Studentenausweis und nie telefonisch weitergegeben.

Studentenwerk Heidelberg

(InfoCenter Triplex Mensa, Mo-Do: 9-16 Uhr, Fr: 9-14 Uhr; InfoCenter Zentralsmensa Neuenheimer Feld, Mo-Do: 11-18 Uhr, Fr: 11-15 Uhr)

> **Weihnachtsmarktverkäufer** in Mannheim, ab 29.11. bis 23.12., drei bis vier Tage die Woche von 11-21 Uhr, Lohn nach Vereinbarung, Stellenangebot: 61657.

> **Personalberatung**, Unterstützung für Büro (Erfahrung in Telefonakquise), in HD-Bergheim ab 20.11., Arbeitszeit flexibel zwischen 9 und 17 Uhr, Lohn nach Vereinbarung, Stellenangebot: 61658.

> **Fahrer für Apothekendienste**, in HD, ab 20.11.2006, montags und donnerstags von 14.30 bis 19 Uhr, Stundenlohn: 8 Euro, Stellenangebot: 61662.

Studentenservice Heidelberg

(Arbeitsagentur, Kaiserstr. 69-71, Mo-Fr: ab 7.30 Uhr, Mo bis 16, Di/Mi/Do bis 12.30 Uhr, Do bis 18 Uhr)

> **Hilfskraft für PC-Betreuung** in HD, 25 Arbeitsplatzrechner und 15 Drucker betreuen, 17 Stunden im Monat, Stundenlohn: 7,53 Euro, Stellenangebot: 10000-1005087131-S.

> **Student für Personalentwicklung** in Walldorf, Bewerberdatenbankpflege und Schulungsorganisation, flexible Arbeitszeiten, Bezahlung nach Vereinbarung, Stellenangebot: 10000-1005058889-S.

> **Kinderbetreuung** in Heidelberg, ab sofort zwei Kinder zwei- bis dreimal pro Woche von 14.30 bis 18 Uhr, eventuell auch Hausaufgabenhilfe, Bezahlung nach Vereinbarung, Stellenangebot: 10000-1005050690-S.

Eigener Herr, egal wie

Der Versuch der Selbständigkeit

Von Andreas Spreier

Heidelberg. Im August sollte der erste Chinesisch-Sprachkurs der neu gegründeten Sprachschule „Asia Link“ in Heidelberg über die Bühne gehen. Doch Firmengründer Andreas Bippes musste seine Pläne vorerst auf Eis legen. Sein Partner hatte eine Festanstellung angenommen und zog sich daher aus dem Projekt zurück. Gleichwohl ist Bippes fest entschlossen, seinen Weg von der Hochschule in die Selbständigkeit zu meistern.

Die Idee für die Sprachschule hatte im Juli vergangenen Jahres Form angenommen. Zu diesem Zeitpunkt stand Bippes kurz vor seinem Magister-Abschluss in Politik und Politik Südostasiens. „Ich hatte nebenbei als Französischsprachlehrer gejobbt und wusste daher, dass keine der zig Sprachschulen in Heidelberg chinesisch anbot“, erklärt Bippes. Aber: „Chinesisch boomt. Wir wollten in diese Nische rein!“

Gesagt, getan – man machte sich an die Arbeit. Mit Hilfe eines Studienfreundes, der inzwischen als Rechtsanwalt arbeitet, gründeten sie „Asia Link“. Über den Vater einer WG-Mitbewohnerin knüpften sie Kontakte nach Peking, um Sprachreisen anbieten zu können. Als die Grundrisse der Sprachschule standen, veranstalteten die mittlerweile Ex-Studenten ein „Casting“ für Chinesisch-Lehrer in einem Heidelberger Cafe. Die Sprachschule war damit komplett. Fehlten nur noch die Kunden. Als sie Werbezettel an der Uni verteilten, war die Resonanz verschwindend gering. „Deshalb will ich mich in Zukunft auf Firmen konzentrieren, die ihre Mitarbeiter nach China schicken“, erklärt der 29-Jährige. Auch wenn sein Partner sich zurückgezogen hat, steht für ihn fest, sein Glück in der Selbständigkeit zu suchen. „Jetzt wohne ich noch in einer WG, habe noch keine Familie – jetzt kann ich das Wagnis eingehen!“, sagt der junge Unternehmer. In seinem Lebenslauf tauchen viele Praktika auf: vom Europäischen Parlament, dem Sat1-Automagazin, über die ZDF-Online-Redaktion, bis zu RPRI. „Es hat riesigen Spaß gemacht, doch eins fehlte immer: die Selbstständigkeit“, gesteht Bippes. Falls es mit der Chinesisch-Sprachschule nicht klappen sollte, kann er immer noch auf ein zweites Standbein zurückgreifen. Seit sechs Jahren betreibt er ein Online-Portal für Porsche-Fans, www.944er.de, das zum größten europäischen Porsche-Forum herangewachsen ist. Aber was Bippes auch immer auf die Beine stellen wird, er will flexibel bleiben. „Solange man selbständig ist kann man auch mal eine Nacht durcharbeiten, da man weiß, es ist für einen selbst!“



Andreas Bippes. F.: zg

Von Timo Teufert

Heidelberg/Mannheim. Viele Studenten müssen neben dem Studium arbeiten, um sich den Hochschulbesuch leisten zu können. Praktika und möglichst viel Erfahrung wird von immer mehr Unternehmen bei einer Einstellung erwartet. Wie man das eine mit dem anderen verbinden kann, zeigen die beiden studentischen Unternehmensberatungen GalileiConsult in Heidelberg und Integra in Mannheim.

Wer mitarbeiten möchte, muss sich allerdings zunächst mit einem Motivations schreiben bewerben. Nach einer dreimonatigen Vorbereitungszeit und verschiedenen Schulungen zu Themen wie Projektmanagement und Präsentation, sowie einem vereinsinternen Projekt, dürfen die Anwärter, wie man die zukünftigen studentischen Berater intern nennt, ihr erstes professionelles Projekt annehmen. „Wichtig ist, dass unsere Mitglieder logisch und strukturiert denken können, selbstständig arbeiten und die richtigen Fragen stellen“, berichtet die Vorsitzende

Arbeiten wie die Profis

Wie studentische Unternehmensberatungen zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen: Geld verdienen und Praxiserfahrung sammeln

von Galilei Consult, Daniela Walz. Anbieten können die Studenten fast alles, was auch die „großen“ Unternehmensberatungen anbieten: im Bereich Finanzen und Controlling zum Beispiel eine Finanzplanung, im Bereich Informationstechnologie Konzepte für Internetauftritte und im Bereich Marketing Markt- und Kundenzufriedenheitsanalysen sowie Marketingkonzepte. Kunden von GalileiConsult sind unter anderem die BASF, für deren Hochschulmarketing man ein Marketingkonzept für eine Internetseite entwickelt hat, und der Bauträger Epple und Kalkmann, für den man eine Kundenzufriedenheitsanalyse gemacht hat.

„Firmen buchen uns, weil wir mit unserem Blick als Studenten die Dinge aus einem anderen Winkel betrachten, als professionelle Unternehmensberatungen. So können wir neue Ideen einbringen“, sagt Niklas Hofferbert, der als Vorstand bei GalileiConsult für die Neukundengewinnung zuständig ist. Neue Kunden werden vor allem in der Region ge-

sucht. Aber auch auf der Computermesse CeBIT in Hannover war man schon auf Kundenfang. Oft sind es kleine und mittelständische Betriebe mit 30 bis 40 Mitarbeitern, die sich studentische Unterstützung ins Haus holen.

Im Schnitt arbeiten die Studenten aller Fachrichtungen zwischen 40 und 60 Stunden an einem Projekt. „Der Rahmen wird natürlich vorher abgesteckt und den Mitgliedern mitgeteilt, damit jeder weiß, auf was er sich einlässt“, so Hofferbert. Wer Zeit und Interesse an einem Projekt hat, kann sich auf die Ausschreibung des Ver-

eins bewerben und bildet dann meist mit vier oder fünf Kollegen ein Projektteam. Für jedes Projekt bilden sie Teams, dann eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR), die dann auch mit dem Kunden abrechnet. Die Aufgabe des Vereins beschränkt sich so auf die Neukundengewinnung, die Auswahl der richtigen Mitglieder für ein Projekt und die Qualitätssicherung während des Projekts. So verfahren auch die Mannheimer Kollegen

Der Verein sorgt für neue Kunden

Von der Uni in die Selbständigkeit: Für „Athena“ ein logischer Schritt

Wie drei Ex-Studenten mit Wissenschaftsmarketing Geld verdienen

Von Reinhard Lask

Heidelberg. Die akademische Welt ist im Wandel: Durch den Bologna-Prozess, der allgemeinen Internationalisierung und die Einführung von Studiengebühren entsteht in Deutschland ein Bildungsmarkt, der neue Anforderungen mit sich bringt. Diesen Anforderungen stellen sich seit Oktober die ehemaligen Heidelberger Studenten Christiane Rösch, Daniel Sommer und Dr. Alexander Emmerich als Agentur „Athena Wissenschaftsmarketing“.

„Athena“ soll den deutschen Universitäten helfen, auf dem entstehenden Bildungsmarkt zu bestehen. „Niemand kann zugleich forschen, lehren, publizieren und sich auf der anderen Seite um die Außendarstellung, Anwerbung von Studierenden und den Aufbau eines Ehemaligen-Netzwerks kümmern“, so Sommer. Kurz: „Athena“ will, dass Wissenschaftler sich in Zukunft auf ihre Kernaufgaben, nämlich Forschung und Lehre, konzentrieren können.

„Unser Kerngeschäft ist zwar das Marketing für Studiengänge und Institute, aber wir sehen uns auch als Mittler zwischen Wissenschaft und Wirtschaft“, erzählt Emmerich. Das werde immer wichtiger, denn die prekäre Finanzlage der Hochschulen sei vielen Unternehmen bekannt und auch das Interesse in der akademischen Welt zu investieren wach-

se. Meist aber kämen potentielle Partner nicht zusammen, weil sich kein Investor im akademischen Dschungel wirklich auskennt: „In den Unternehmen herrscht große Unsicherheit, wo sie sinnvoll investieren könnten“, zuckt Sommer mit den Schultern.

Die Umstellung der Studiengänge auf Bachelor und Master mache Studiengänge untereinander vergleichbar. Daher werden die Hochschulen bald ihre individuellen Stärken immer stärker nach außen präsentieren, Studenten zukünftig um- und anwerben müssen. „Natürlich will jedes Institut nicht nur zahlende Studenten haben, sondern auch die klügsten Köpfe“, so Rösch. Diese kämen aber nicht von allein, sondern müssten angesprochen werden. „Wenn man sich dem Markt stellt, findet man sehr schnell heraus, dass ausländische Studenten gerne nach Deutschland kommen“, meint Emmerich. Dabei reizen nicht nur die international relativ geringen Studiengebühren: „Der Ruf deutscher Universitäten im Ausland ist oft besser als im Inland. Dass viele nicht kommen, basiert häufig auf Kommunikationsproblemen“, resümiert Emmerich. Was für angelsächsische Universitäten bereits Normalität ist, steckt in Deutschland noch in den Kinderschuhen: „Das Bewusstsein über die Bedeutung von Corporate Design, Alumni-Arbeit und den



Dr. Alexander Emmerich, Christiane Rösch und Daniel Sommer sind sich sicher, dass sie eine lukrative Marktnische in Deutschland erschließen werden. Foto: Hentschel

Möglichkeiten des Internet entsteht hier erst“, berichtet Sommer.

Rösch, Sommer und Emmerich haben diese praktische Erfahrung bereits gemacht, als sie noch Mitarbeiter des Heidelberg Center for American Studies (HCA) an der Uni waren. Dort haben sie in den vergangenen vier Jahren gelernt, wie der internationale Bildungsmarkt funktioniert. Mit Marktanalysen und speziellen Kommunikations-Modulen wurden Studierende aus der ganzen Welt auf das HCA aufmerksam gemacht. Der Aufwand lohnte sich: Waren es 2004 gerade mal 20 potentielle Studenten, die sich für die hiesigen „American Studies“ interessiert hatten, flatterten für den jetzigen

von Integra. Im Gegensatz zu den Heidelbergern, die im Jahr 2004 gegründet wurden, sind sie aber schon deutlich länger im Geschäft. Seit 15 Jahren sind hauptsächlich Studenten der Betriebswirtschaftslehre bei Integra aktiv. „Man kann bei Integra viel machen und bekommt viele Kontakte“, berichtet Julia Hirschle, die im Vorstand für die Pressearbeit zuständig ist. Das verdiente Geld sei ein guter Nebeneffekt, meint sie. Integra arbeitet für kleine wie für große Unternehmen: Für BMW hat man eine Online-Recruiting-Plattform getestet, für die Mannheimer Volksbank ein Konzept für das Hochschulmarketing erstellt.

Konkurrenz mit der jeweils anderen studentischen Unternehmensberatung gebe es nicht, beteuern Hofferbert und Walz einmütig. „Wir haben ein gutes Verhältnis zu den Kollegen in Heidelberg, Karlsruhe und Stuttgart. Wir geben uns gegenseitig Hilfestellung und tauschen uns regelmäßig bei Treffen aus“, bestätigt auch Hirschle die gute Zusammenarbeit.

Info: www.galileiconsult.de, www.integra-ev.de

Info: www.athena-markting.de