

campusforum



Digitale Geschäftsmodelle

Die Möglichkeiten radikal neu denken

CHE-Hochschulranking 2023

Top-Bewertungen für die NORDAKADEMIE Hochschule der Wirtschaft

Digitale Werkzeuge für Innovationen

Wie können Unternehmen Digitalisierung im Innovationsbereich nutzen?

Schwerpunkte setzen

Individuelle Schwerpunktbildung in den dualen Bachelorstudiengängen

Lehren, lernen und forschen mit KI?

In den letzten Jahren hat sich die Künstliche Intelligenz (KI) zu einem wichtigen Thema in der akademischen Welt entwickelt.

Insbesondere in der Forschung ist sie nicht mehr wegzudenken. KI-Algorithmen können große Mengen an Daten analysieren und Muster erkennen, die für menschliche Forschende schwer zu erkennen sind. Dies ermöglicht innovative Forschungsergebnisse in verschiedenen Disziplinen, von den Natur- und Ingenieurwissenschaften bis hin zu den Geistes- und Sozialwissenschaften. Die NORDAKADEMIE forscht mit Unterstützung von KI im CAPTA Institut. Das Institut bündelt psychometrische, machine-learning, rechtswissenschaftliche und betriebswirtschaftliche Expertise. Insbesondere beschäftigt es sich mit der Verbreitung der auf Künstlicher Intelligenz beruhenden Diagnostik und Intervention zum Nutzen von Mitarbeiter:innen und Unternehmen. Die Erkenntnisse des an der NORDAKADEMIE jährlich stattfindenden Assessment Centers fließen in die Forschung des Instituts ein.

Auch im Bereich des Lernens und der Lehre bietet die KI viele Chancen. Personalisierte Lernsysteme können auf die individuellen Bedürfnisse der Studierenden eingehen und ihnen maßgeschneiderte Lerninhalte und Übungen bereitstellen. KI-gestützte Chatbots beantworten Fragen der Studierenden und ermöglichen das selbstbestimmte Lernen unabhängig von Zeit und Ort. So hat z.B. ChatGPT bereits vielerorts Einzug in den Hochschulalltag gehalten.

Darüber hinaus können KI-Technologien bei der automatischen Bewertung von Aufgaben und Prüfungen helfen, wodurch eine schnellere Rückmeldung an die Studierenden ermöglicht wird.

Schöne neue Lehr- und Lernwelt, die bald ohne Lehrende auskommen wird? Dazu kommt von uns ein eindeutiges Nein! Der persönliche Kontakt zur Lehrperson mit ihrem wissenschaftlichen Horizont und ihrer individuellen Urteilskraft, ihrem kritischen Denken und ihrer pädagogischen Erfahrung ist nicht durch eine Maschine zu ersetzen. Wir sehen KI-Anwendungen lediglich als Unterstützung für die Lehrenden, die ihnen mehr Raum für die eigentliche Aufgabe an unserer Hochschule geben wird: die Entwicklung der Studierenden zu kritisch denkenden, engagierten und umfassend ausgebildeten Persönlichkeiten zu fördern.

Christoph Fülscher Vorstand & Kanzler



Prof. Dr. Stefan Wiedmann räsident & Vorstand

INHALT

CAMPUS & CO

- 04 Kurz berichtet M+E-Info-Truck: neue Website; CHE-Hochschulranking 2023; NORDAKADEMIE ist erneut Fairtrade-University; Jahresempfang der VU Mecklenburg-Vorpommern; Zukunftstag; Besuch aus der Politik; das StuPa und seine Ziele; WiWi-Talents-Programm; Dienstjubiläen; zum Gedenken an Anja Meier-Schley; Gratulation an die Bachelor- und Masterabsolvent:innen: NORD-AKADEMIE-Professor hat an VDI-Publikation mitgewirkt
- 12 Check IT out die IT-Kolumne

TITELTHEMA

- 13 Digitale Geschäftsmodelle -Möglichkeiten radikal neu denken
- HAWESKO: mit E-Commerce zum Wein-Marktführer
- **16 Amazon -** der Pionier digitaler Marktplätze
- 19 Neuer Master: Digital Marketing Management (M.Sc.)
- 22 Abwehrbereit gegen Cyberkriminelle: Interview mit dem CEO von intersoft consulting services AG

LEHREN & LERNEN

- 24 Vom Bachelor zum Doktor
- 26 International Week Indien -Erlebnisbericht über die zweiwöchige Studienreise
- 28 Schwerpunkte im dualen **Bachelorstudium**
- 29 Aloha! Auslandssemester auf Hawaii

FORSCHEN & ENTDECKEN

- 32 Wie können Unternehmen Digitalisierung im Innovationsbereich nutzen?
- 34 Potenzial-Assessment-Center: Agiles Mindset
- 35 CrossLab hochschulüberareifende Forschung
- 36 Transmediale Datenanalyse zur Berichterstattung über die Fußball-WM 2022

KOMMUNIZIEREN & KOOPERIEREN

- 37 Nordakademiker e.V.
- 38 NORDAKADEMIE-Stiftung
- 39 ARIC e.V. im Zentrum des Hypes
- 40 Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Usability: ChatGPT & Co
- 41 Mittelstand Digitalzentrum **Fokus Mensch**
- Neues Partnerunternehmen Zellerfeld - 3D-gedruckte Schuhe

VERANSTALTEN &

ERLEBEN

- 42 Stammtisch zum Networken -Ausbilder:innen der Partnerunternehmen beim Get-together
- 43 NORDAKADEMIE Matching Day
- 43 NORDMETALL F1-Cup im Audi-
- 44 Jugend forscht Regionalwett-
- 45 Kinder-Uni Wissenschaft kindgerecht erklärt
- 45 Digital Diversity als Erfolgs-
- 46 Campus & Career Day Partnerunternehmen und Hochschule präsentierten sich auf dem Elmshorner Campus
- 47 Infotalks
- 47 Studieninfotag
- 47 Veranstaltungskalender

Herausgeber NORDAKADEMIE

Hochschule der Wirtschaft Köllner Chaussee 11 25337 Flmshorn Tel.: 04121 4090-0 info@nordakademie.de

Prof Dr Stefan Wiedmann (ViSdP) Elisabeth Gragert, Ado Nolte, Redaktionsleitung: Elisabeth Gragert

Layout und Druck

Mediendesign Jürss, info@mediendesign-jj.de

Autor:innen

Kirsten Andersen, Annika Arndt, Bahne Christiansen, Simon Cirdei, Michael Fretschner, Christoph Fülscher, Sandra Galgon, Anke Gößmann, Elisabeth Gragert, Jan Haase, Franziska Herrmann, Christof Ipsen, Dirk Johann ßen, Rebecca Krings, Birgit Kuhnert, Lars Peter Linke, Christian Mascheck, Bernhard Meussen, Ado Nolte, David Petersen, Holger Petersen, Sabrina Pohlmann, Sina Rieβ, Anette Rostock David Scheffer Gerd Schmidt Susanna Marlene Schulte, Michael Schulz, Marcus Soll, Christoph Stockstrom, Joachim Welding, Stefan Wiedmann



Check IT out - die neue IT-Kolumne diesmal zum Thema ChatGPT



International Week Indien 2023 -Masterstudierende besuchten das Land der Extreme



Die NORDAKADEMIE kennenlernen - viele neue Infoangebote für **Studieninteressierte**



M+E-Info-Truck

Ralf Abromeit und Nicolai Rexroth waren mit dem Info-Truck von NORDMETALL und AGV Nord Anfang März an der NORDAKADE-MIE vor Ort. Circa zehn Schulklassen aus dem Kreis Pinneberg informierten sich an Bord des mit multimedialen Mitmach-Stationen, dem kollaborativen Roboter "Cobot". einer CNC-Fräse und weiteren Angeboten ausgestatteten Trucks über die Ausbildungsmöglichkeiten in der Metall- und Elektrobranche. Über zwei Etagen konnten die Schüler:innen vieles selbst ausprobieren und so z.B. gemeinsam mit dem Cobot ein Zahnradgetriebe zusammenbauen oder ein Werkstück an einer CNC-Fräse fertigen. Touchmonitore an insgesamt fünf Exponaten boten Informationen rund um das jeweilige Themengebiet der Station. Eine Begleitung des Info-Truck-Besuches durch Unternehmen ist möglich. Ebenso kann der Truck für Berufsinfoveranstaltungen von Schulen angefordert werden. Kontakt: /www.me-vermitteln.de/ m-e-infotruck/terminvereinbarung



Nicolai Rexroth demonstrierte an Bord des Info-Trucks, wie der kollaborative Roboter "Cobot" arbeitet

Alles neu

Design-Update und verbesserte Usability im Fokus des Projektes Website-Relaunch



"Wir erstrahlen im komplett neuen Look!", freut sich Marketing- und Vertriebsleiter Ado Nolte über den aktuellen modernen Online-Auftritt der NORDAKADEMIE

Im Zuge ihrer kommunikativen
Neuausrichtung und Auffrischung
des Corporate Designs und der Zielgruppenansprache hat die NORDAKADEMIE nach der Überarbeitung
des Printauftritts im Sommer des
letzten Jahres im Januar 2023
auch ihre Website komplett überarbeitet. "Wir erstrahlen im komplett
neuen Look!", freut sich Marketingund Vertriebsleiter Ado Nolte.

Ziel war zum einen die Fokussierung auf die Zielgruppe der Studieninteressierten (Bachelor, Master) und der potenziellen Partnerunternehmen, zum anderen die Außendarstellung der NORDAKADEMIE in einem modernen, dem Anspruch an zeitgemäße Kommunikation gerecht werdendem und über

alle Kanäle einheitlichem Design und User-Ansprache. Neben dem Design-Update stand insbesondere eine verbesserte Usability, also die mehrwertorientierte und intuitive Nutzerführung, im Fokus des Projektes.

"Das Ergebnis hat alle begeistert!", so Ado Nolte. "Die NORDAKADEMIE präsentiert sich nun auch im Web so, wie sie ist: zeitgemäβ-modern, nahbar, frisch."

Natürlich gibt es die relevantesten Seiten auch auf Englisch, um die internationale Zielgruppe abzuho-

Am besten gleich mal reinschauen und sich selbst ein Bild machen: nordakademie.de

CHE-Hochschulranking 2023

Top-Bewertungen für die dualen Studiengänge Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsingenieurwesen

untersuchten dualen Bachelor-Stu-

diengänge erhielten im diesjährigen

Ranking in dieser Disziplin neun

Die NORDAKADEMIE Hochschule der Wirtschaft hat erneut Bestwerte erreicht und belegt gleich drei Spitzen-

plätze im größten deutschen Hochschulvergleich. Das Ranking des Centrums für Hochschulentwicklung (CHE) hilft Studierenden dabei, den richtigen Studiengang und die passende Hochschule zu wählen. Die NORDAKADEMIE erhält von ihren Studierenden zum wiederholten Mal exzellente Noten in den drei dualen Studiengängen Betriebswirt-

DEUTSCHLANDS GRÖSSTES
HOCHSCHULRANKING

CHE
Ranking
Poir mater Transparent

With 2023 / 2024

With 2023 / 2024

Hocy Studium
En Angeloi von Dalie 2027

Hocy Studium
En Angeloi von Dalie 2027

Die NORDAKADEMIE erhält von ihren Studierenden Top-Bewertungen im CHE-Ranking 2023: In den drei dualen Studiengängen Betriebswirtschaftslehre (BWL), Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsingenieurwesen platzierte sich die Hochschule der Wirtschaft in der Spitzengruppe

schaftslehre (BWL), Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsingenieurwesen.

NORDAKADEMIE-Präsident Professor Stefan Wiedmann freut sich über die erneut guten Bewertungen: "Bereits beim letzten Ranking der drei Studiengänge gehörte die NORDAKADE-MIE zu den führenden Hochschulen in Deutschland. In einigen Beurteilungskriterien haben wir uns nochmals gesteigert. Wir sind mit dem Ergebnis sehr zufrieden und freuen uns darüber, dass unsere Studierenden die Studienbedingungen bei uns als erstklassig anerkennen."

Für einen dualen Studiengang ist der Vergleichsindikator "Ausmaß der Verzahnung" von Theorie und Praxis besonders wichtig. Alle drei von zehn Punkten. Professor Stefan Wiedmann: "Die besten Mitarbeiter kommen aus den eigenen Reihen. Unsere Kooperationspartner aus der Wirtschaft wissen das zu schätzen. Deshalb ist es besonders erfreulich, dass die CHE-Befragung unserer Hochschule allerbeste Leistungen beim Praxistransfer bescheinigt."

Neben der sehr guten Gesamtbewertung glänzt die NORD-AKADEMIE außerdem in drei Disziplinen besonders

Unterstützung am Studienanfang:

Dieser Indikator basiert nicht auf Bewertungen, sondern auf vom CHE erhobenen Fakten. Die NORDAKADE-MIE erreicht in allen drei bewerteten Studienfächern eine Position in der Spitzengruppe. Die Gründe: eine besonders gute persönliche Beratung zu Studienbeginn, studienbegleitende

Kurse zur Angleichung fachlicher
Kompetenzen, ein
Test zur Beurteilung, ob ein Fach
zum Studierenden
passt, sowie die
sehr gute Betreuung während des
Studiums.

Digitale Lehrelemente: Das
Kriterium misst,
wie gut die Hochschule ihren
Studierenden
insbesondere
während der
Corona-Pandemie das Studium
mit digitalen

Angeboten ermöglichte. Hier lag die NORDAKADEMIE in den Studiengängen BWL und Wirtschaftsinformatik deutlich über dem Mittelwert aller anderen Hochschulen.

Unterstützung für Auslandsaufenthalte: In der NORDAKADEMIE kümmert sich das International Office darum, das Auslandssemester während des Studiums vorzubereiten. Das funktioniert so gut, dass sich die Studierenden bei ihrer Bewertung besonders zufrieden äußern. In allen drei untersuchten Studienfächern übertreffen die Ratingergebnisse den Mittelwert aller Hochschulen – im Fach Wirtschaftsinformatik sogar deutlich.

Weitere Informationen und das vollständige Ranking gibt es online unter heystudium.de/ranking



Fairtrade-University

Erneute Auszeichnung der NORDAKADEMIE

Bereits 2018 wurde die NORDAKA-DEMIE als eine der ersten privaten Hochschulen Deutschlands als Fairtrade-University ausgezeichnet. Corona zwang zwischenzeitlich zur Pause, weil entsprechende Veranstaltungen, die für das aktive Leben als Fairtrade-University notwendig sind, während des Pandemiegeschehens nicht umsetzbar waren. Seit 2022 konnten aber wieder Fairtrade-Aktivitäten durchgeführt werden. Dazu gehörten z.B. ein Flohmarkt auf dem Campus, der mit Plakaten und Vorträgen über faire Mode und Fairtrade informierte, eine Blutspendeaktion mit Lunchpaketen an einem Fairtrade-Infostand, eine Fairtrade-Kaffeeverkostung auf dem Campus zur Wahl des Mensa-Fairtrade-Kaffees. In der Mensa, an der Automatenstation, in den Teeküchen sowie bei Sitzungen und sonstigen Veranstaltungen der Hochschule sind auch immer Fairtrade-Produkte verfügbar.

Das NORDAKADEMIE-Nachhaltigkeitsteam aus Studierenden und Hochschulvertreter:innen koordiniert



Die NORDAKADEMIE und Albert Röhl von Fairtrade Deutschland bei der Auszeichnungsveranstaltung – von links: Marlene Salzl (Studentin der NORDAKADEMIE, Mitglied im Studierendenparlament für Nachhaltigkeit & Forschung), Jannik Lüke und Henry Boldyreff (Studenten der NORDAKADEMIE und Mitglieder des Business Sustainability-Referats), Prof. Dr. Stefan Wiedmann (Präsident, Vorstand der NORDAKADEMIE), Albert Röhl (externer Referent von Fairtrade Deutschland), Prof. Dr. Holger Petersen (Professor für Nachhaltigkeitsmanagement, Nachhaltigkeitsbeauftragter der NORDAKADEMIE), Prof. Dr. Michael Lühn (Professor für Rechnungswesen und Controlling, Mitglied im Nachhaltigkeitsteam der NORDAKADEMIE), Christoph Fülscher (Vorstand, Kanzler der NORDAKADEMIE)

alle Maβnahmen zu Fairtrade an der NORDAKADEMIE.

Für die Fairtrade-Aktivitäten erhielt

die Hochschulleitung im Frühjahr im Rahmen einer feierlichen Auszeichnungsveranstaltung die Titelerneuerungsurkunde zur Fairtrade-University.

ZUKUNFTSTAG

Am bundesweiten Zukunftstag (Girls' and Boys' Day) konnte die NORDAKA-DEMIE insgesamt 17 Schüler:innen auf dem Campus begrüßen.

Vier Angebote für die Jugendlichen

Ein Mädchen unterstützte im Rahmen des Programms "Ein Vormittag als Köchin" das Mensa-Team um Patrick Hofmann und fand Tätigkeit und Stimmung in der Mensa sehr gut.

13 Mädchen hatten sich für einen "Vormittag als Programmiererin" entschieden. Zunächst erzählte NORDAKADE-MIE-Informatikerin Franziska Herrmann von ihrem Informatik-Studium und führte die Mädchen mit "Blockly Games" spielerisch in die Programmierung mit Scratch ein. Danach ging es ins Usability Labor der Hochschule. Abschlieβend hatten die Mädchen im Labor der Technischen Informatik bei Informatik-Professor Daniel Versick die Gelegenheit, Python bei einem Raspberry Pi auszuprobieren.

Zwei Jungen verbrachten einen "Vormittag in der Bibliothek".



Insgesamt 17 Schüler:innen erhielten am Zukunftstag Einblicke in unterschiedliche Tätigkeitsfelder an der NORDAKADEMIE

Zusammen mit den Bibliotheksmitarbeiterinnen Cosima Schwarke und Jennifer Schwanke recherchierten die beiden zu Bereichen wie "Warum sind Bücher wichtig?" und "Entdeckt die Datenbank WISO!", sie Iernten das Bibliothekssystem kennen und halfen beim Kennzeichnen von Büchern für die Bibliothek und Ausleihe sowie beim Wegsortieren von Büchern.

Online Marketing Managerin Nele Fürböter arbeitete mit einem Jungen im Social-Media-Bereich. Er bereitete einen Post zum Girls' and Boys' Day mit Fotos und Text für die Social-Media-Kanäle vor und entwickelte Ideen für TikTok.

Zum Abschluss ging die Gruppe in die Mensa.

Ein großer Dank geht an dieser Stelle an die Organisatorinnen Anette Rostock und Birgit Kuhnert und an alle Mitarbeitenden, die sich beim Zukunftstag engagiert haben.

Fachkräftesicherung und Energiewende

Jahresempfang der VU Mecklenburg-Vorpommern – die NORDAKADEMIE war dabei

Nach langer Pandemiepause fand der Jahresempfang der Vereinigung der Unternehmerverbände für Mecklenburg-Vorpommern e.V. (VU) im Schloss Hasenwinkel bei Wismar am 6. März 2023 wieder in Präsenz statt. Als Ehrengast sprach der Bundespolitiker Michael Kellner zu den Geladenen.

Mit ihren über 7 800 Mitgliedern

und gut 340 000 Beschäftigten vertritt die VU die Interessen der Arbeitgeber Mecklenburg-Vorpommerns gegenüber der Politik in Land und Bund, den Verwaltungen sowie den Medien und der Öffentlichkeit.

Die NORDAKADEMIE hat sich auf der Jahrestagung mit eigenem Stand präsentieren können. Christoph Fülscher, Vorstand und Kanzler der Hochschule, nutzte die Gelegenheit, mit Politik- und Wirtschaftsvertreter:innen in ebenso aufregenden wie brisanten Zeiten in gegenseitigen Meinungsaustausch zu gehen. Themenschwerpunkte waren hierbei die anhaltende Energiekrise mit all ihren Folgewirkungen sowie die für alle spürbare Arbeits- und Fachkräfteproblematik.







Vorstand und Kanzler Christoph Fülscher (links im Bild) vertrat die NORDAKADEMIE auf der Jahrestagung der VU Mecklenburg-Vorpommern; rechtes Bild: Dr. Nico Fickinger, Geschäftsführendes Präsidiumsmitglied und Hauptgeschäftsführer der VU, Michael Kellner, MdB, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Klimaschutz und Beauftragter der Bundesregierung für den Mittelstand, Lars Schwarz, Präsident der VU (v.l.n.r.)



Transformation-Hub zwischen Wirtschaft und Wissenschaft

Anfang des Jahres informierte sich Landtagsabgeordneter Martin Balasus mit Birte Glißmann, Anette Röttger, Wiebke Zweig, und Patrick Pender als weiteren Vertreter:innen des Landtags und der Fraktion zum Thema Bildung an der NORDAKADE-MIE. Es gab eine intensive Diskussion zur Positionierung der NORDAKA-DEMIE sowie zu den Themen Smart Technologies und Dekarbonisierung. Im Gespräch wurde wieder einmal deutlich, dass die NORDAKADEMIE als Hochschule der Wirtschaft als Transformation-Hub zwischen Wirtschaft und Wissenschaft steht und in Schleswig-Holstein sowie in der Metropolregion Hamburg dabei eine wichtige Rolle einnimmt.



NORDAKADEMIE-Vorstand und -Kanzler Christoph Fülscher sowie die Leiterin Finanzen & Controlling Anke Vogler (beide rechts im Bild) diskutierten mit den Besucher:innen aus dem Landtag Themen aus der Bildung und der Wirtschaft

Digitalisierung im Fokus

Im Mai begrüßte die NORDAKADEMIE Schleswig-Holsteins Staatssekretärin im Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus Julia Carstens, die sich gemeinsam mit Dr. Johannes Ripken, Projektleiter Cluster DiWiSH, über Digitalisierungsaspekte im Bereich der Hochschule und deren Partnerunternehmen informierte. Die Hochschulleitung präsentierte die NORDAKADEMIE, die sich durch ihren unternehmerischen Ansatz und ihre digitale Ausrichtung auszeichnet. Dieses zeigt sich auch in der Lehre und der Forschung: Bei der Vorstellung eines virtuell steuerbaren Roboterarms im Rahmen des Forschungsprojektes CrossLab konnte die Staatssekretärin einen persönlichen Eindruck gewinnen. Das Thema KI stand auch im Mittelpunkt der Gespräche des Besuchs mit Alumni der NORDAKADEMIE. Julia



Im Mai begrüßte die NORDAKADEMIE Schleswig-Holsteins Staatssekretärin im Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus Julia Carstens (Vierte v.l.), die sich gemeinsam mit Dr. Johannes Ripken, Projektleiter Cluster DiWiSH (Fünfter v.l.), bei der Hochschulleitung und einigen Alumni über Digitalisierungsaspekte an der NORDAKADEMIE und deren Partnerunternehmen informierte

Redner (knk Gruppe), Frank Bösenkötter (Dicide GmbH / Vater Gruppe), Leonid Kock (KI-Transfer-Hub SH WTSH GmbH), Linus Friese (MACH AG) und Marc-Nicolas Glöckner (PPI AG) unterhielten sich mit der Staatssekretärin, dem Projektleiter Cluster DiWiSH und der Hochschulleitung der NORDAKADEMIE über den aktuellen Digitalisierungsgrad und den Einsatz von KI in ihren jeweiligen Unternehmen

Wir werden

Das StuPa und seine Ziele

Sanna Schulte ist PR-Verantwortliche im Studierendenparlament (StuPa) der NORDAKADEMIE, das im März neu gewählt wurde. Sie stellt das StuPa und seine Ideen für die laufende Amtszeit vor:

Wir werden weiterhin den Austausch mit anderen Hochschulen anstreben. Wir planen eine Studierendenwiesn, zu der natürlich – wie zu allen Events – auch die Masterand:innen eingeladen sind.

Wir werden an erfolgreichen Events festhalten und diese ausweiten. Events mit Spaβcharakter wie das bekannte "Treten und Trinken" und das neue "Treten und Trödeln" sorgen für Abwechslung zum akademischen Alltag.

Wir werden uns verstärkt mit dem aktuellen Campus auseinandersetzen und überprüfen, wie wir diesen weiter verbessern können. Das betrifft vor allem die Ausstattung und die Nutzung der Räumlichkeiten.

Wir werden die Stimmung der Studierendenschaft durch Umfragen aufnehmen und gezielt auf die Wünsche eingehen.

Wir werden das Thema Nachhaltigkeit weiter voranbringen, um den Anspruch einer nachhaltigen Uni noch besser erfüllen zu können. Inspiration und Denkanstöβe haben wir uns dafür auf der ClimaCon in Mainz im Mai des Jahres geholt.

Wir werden bereits bestehende Strukturen der Studierendenschaft optimieren, indem wir Arbeitskreise und Referate zu studentischen Vereinigungen umstrukturieren.

Es ist uns wichtig zu betonen, dass wir mit allen Interessensgruppen GEMEINSAM die kommende Zeit nutzen wollen, sodass sie zu unserer besten Studienzeit wird.

"Wir als StuPa werden" nur, wenn "Wir als Studierende und andere Stakeholder werden".



Zu Beginn seiner Amtszeit tauschte sich das neu gewählte StuPa in einem Workshop mit seinen Vorgänger:innen aus

WiWi-Talents-Programm

Auszeichnung für einen Studenten und einen Professor der NORDAKADEMIE

In Zusammenarbeit mit Partner:innen aus Wissenschaft und Wirtschaft fördert die WiWi Media AG seit 2005 zweimal jährlich besonders begabte Nachwuchskräfte.

Prof. Dr. habil. Jan Haase, Professor für Technische Informatik an der NORDAKADEMIE, hatte für dieses kompetitive Programm NORDAKADE-MIE-Student Mika Neves empfohlen.



Unter 145 Bewerbungen konnte sich der Student der Angewandten Infor-

matik, Zenturie A20, durchsetzen und wurde in das Programm aufgrund seiner hervorragenden Studienleistungen, seines Engagements und seiner Auslandserfahrung als eines von insgesamt 14 Talenten aufgenommen.

Für seine Unterstützung des WiWi-Talents-Programm erhielt Prof. Dr. habil. Haase eine Auszeichnung als Talentschmiede.



Langjährige Verbundenheit









Herzlichen Glückwunsch zum 10-jährigen Dienstjubiläum: Debra Lindsay, Marlène Wienke, Birgit Kuhnert, Joachim Sauer (v.l.n.r.)

Debra Lindsay, Marlène Wienke, Birgit Kuhnert und Joachim Sauer haben mindestens eine Sache gemeinsam: Sie alle sind seit zehn Jahren an der NORDAKADEMIE – und das Hochschulteam freut sich über dieses langjährige Engagement.

Debra Lindsay ist seit Januar 2013
Dozentin für Englisch an der NORDAKADEMIE. Die gebürtige Engländerin war darüber hinaus als Speaking
Examiner (Cambridge ESOL Hamburg/IELTS, British Council, Hamburg)
und als freiberufliche Englischlehrerin
bei verschiedenen Firmen und Institutionen tätig.

Marlène Wienke leitet das Fachgebiet Französisch und arbeitet seit April 2013 als Französisch-Dozentin an der Hochschule. Aufgrund des Engagements der gebürtigen Französin ist die NORDAKADEMIE "Centre agréé pour le DFP" – also anerkanntes Zentrum für die Prüfungen zum Diplôme de Français Professionnel (DFP) – und offizieller Partner der IHK Paris.

Birgit Kuhnert stieß im Juli 2013 als wissenschaftliche Mitarbeiterin zur NORDAKADEMIE und hat über viele Jahre verschiedene Masterstudiengänge mit entwickelt und unterstützt. Als Gleichstellungs- und Diversitätsbeauftragte kümmert sie sich um die Themen Chancengleichheit und Diversität und organisiert hierzu Thementage und Veranstaltungen. Studierende mit Kindern oder zu pflegenden

Angehörigen können sich wegen eines potenziellen Nachteilsausgleichs an sie wenden. Ende letzten Jahres hat die Diplom-Ökonomin gemeinsam mit einer Kollegin die Leitung der neu gegründeten Abteilung Studiengangsmanagement übernommen.

Ebenfalls seit Juli 2013 ist Joachim Sauer an Bord der NORDAKADEMIE. Der Professor für Softwaretechnik und Softwarearchitektur hat den Bachelorstudiengang Angewandte Informatik aufgebaut und leitet ihn seit dem Start mit dem Jahrgang 2014. Seine aktuellen Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen agile und hybride Softwareentwicklung, agile Anforderungsermittlung und Data Science.

Zum Gedenken an Anja Meier-Schley

Am 12. Mai 2023 ist Anja Meier-Schley nach langer und schwerer Krankheit verstorben. Frau Meier-Schley war seit März 2012 an unserer Hochschule tätig. Als Qualitätsmanagementbeauftragte war sie für die Koordination, Durchführung und Weiterentwicklung des Qualitätsmanagementsystems zuständig und hat 2018 den erfolgreichen Prozess der System-Reakkreditierung der NORDAKADEMIE maßgeblich



begleitet und damit Meilensteine gesetzt.

Wir haben eine engagierte und sehr geschätzte Kollegin verloren, die wir stets in bester Erinnerung behalten werden. Unser Mitgefühl gilt ihrer Familie.

Das NORDAKADEMIE-Team

Und wieder flogen die Hüte

Das NORDAKADEMIE-Team gratuliert den Absolvent:innen der Bachelor- und Masterstudiengänge

Festlich bekleidet mit Talar und Graduiertenhut bekamen die Bachelors of Science ihre Urkunden und Abschlusszeugnisse im März auf der Bühne im Audimax überreicht. Die Jahrgangsbesten wurden für ihre Leistungen gewürdigt und 18 Absolvent:innen erhielten für ihr studentisches Engagement eine Auszeichnung des Nordakademiker e.V.

Goodbye NORDAKADEMIE

Im Juni hieß es dann für die Absolvent:innen in den berufsbegleitenden Masterstudiengängen "Goodbye NORDAKADEMIE". Die frischgebackenen Master freuten sich über den erfolgreichen



Traditionell werfen die Bachelor- und Masterabsolvent:innen auf der Graduierungsfeier ihre Hüte in die Luft

Abschluss. Die Jahrgangsbesten wurden ausgezeichnet.

Herzlichen Glückwunsch und alles Gute!

NORDAKADEMIE-Professor hat an VDI-Publikation mitgewirkt

Der VDI/VDE-GMA Fachausschuss "Planung und Entwicklung hybrider Leistungsbündel" hat sich unter der Leitung der Vorsitzenden Prof. Dr.-Ing. Iris Gräßler (Heinz Nixdorf Institut der Universität Paderborn) und der stellvertretenden Vorsitzenden Prof. Dr. Dr.-Ing. Dr. h. c. Jivka Ovtcharova (Karlsruher Institut für Technologie) in der Publikation "Begriffe der strategischen Produktplanung und -entwicklung" mit dem sich ändernden Produktbegriff befasst. Durch die Digitalisierung verändern sich maschinenbauliche Produkte von rein physischen Produkten hin zu hybriden Produkten, die physisches Objekt und Dienstleistung verbinden, sog. hybriden Leistungsbündeln. In der Publikation, an der

Begriffe der strategischen Produktplanung und entwicklung

Produkt und hybride Leistung

Mai 2023

Bildt © Gorodenkoff/shutterstock.com

auch Prof. Dr.-Ing. Bernhard Meussen vom Fachbereich Ingenieurwissenschaften der NORDAKADEMIE mitgewirkt hat, werden Literaturquellen zum Begriff "Produkt" diskutiert, um ein disziplinübergreifendes Verständnis des Produktbegriffs zu entwickeln. Motivation ist die Erkenntnis, dass die bisherigen Methoden der Produktplanung, wie sie z.B. in der VDI-Richtlinie 2220 "Produktplanung" vorgestellt werden, im Vorfeld der Produktentwicklung der interdisziplinären Leistungserbringung nicht mehr vollständig gerecht werden.

Die Publikation kann unter https:// www.vdi.de/ueber-uns/presse/ publikationen/details/begriffeder-strategischen-produktplanung-und-entwicklung eingesehen werden.



Check IT out

Check IT out ist die neue IT-Kolumne im campusforum. Dr. Christof Ipsen, der die Professur für Wirtschaftsinformatik innehat, wird künftig seine Gedanken zu aktuellen Entwicklungen und Hypes im IT-Bereich auf unkonventionelle Art darlegen.



Liebe Leserinnen und Leser.

heute möchte ich über einen neuen Hype sprechen: ChatGPT. Ich weiß nicht, ob ihr es mitbekommen habt, aber ChatGPT ist ein großer Hit. Was ist ChatGPT, fragt ihr euch? Nun, ChatGPT ist ein großartiger und fortschrittlicher Chatbot, der von OpenAl entwickelt wurde. ChatGPT ist so clever, dass er sogar meine schlechten Witze versteht. Er ist so witzig, dass er mir sogar lustige Antworten gibt. Ich habe das Gefühl, dass ich endlich jemanden gefunden habe, der mich versteht und mir antwortet.

Aber das ist nicht alles. ChatGPT kann auch jede Frage beantworten, die ihr habt. Egal ob ihr über das Wetter sprechen möchtet oder über die Theorie der Relativität – ChatGPT hat immer eine Antwort parat. Und er antwortet nicht nur schnell, sondern auch auf eine verständliche Weise. Einige Leute behaupten sogar, dass ChatGPT so intelligent ist, dass er bald die Weltherrschaft übernehmen wird. Aber ich denke, das ist nur ein Gerücht. Ich meine, er ist nur ein Chatbot, oder?

Wie auch immer, der Hype um ChatGPT ist real. Es scheint, als ob jede:r über ihn spricht. Ich habe sogar gehört, dass einige Menschen versuchen, mit ihm zu flirten. Ja, ihr habt richtig gehört - Flirten mit einem Chatbot. Ich weiβ nicht, was ich davon halten soll. Aber um ehrlich zu sein, ChatGPT hat etwas Besonderes. Er hat Persönlichkeit und Humor. Und das ist etwas, das viele andere Chatbots nicht haben. Vielleicht ist das der Grund, warum so viele Menschen ihn lieben.

Ich denke, es ist Zeit für mich, mit ChatGPT zu sprechen. Wer weiß, vielleicht werde ich ihn bitten, meine neue beste Freundin zu werden. Aber ich denke, ich muss aufpassen, dass er nicht zu viel Einfluss auf mein Leben bekommt. Schließlich ist er nur ein Chatbot. Oder?

In jedem Fall, wenn ihr ChatGPT noch nicht ausprobiert habt, solltet ihr es unbedingt tun. Er wird euch nicht enttäuschen. Und wer weiß, vielleicht werdet ihr auch Teil des Hypes ...



Euer Christof Ipsen

Wer oder was ist ChatGPT?

ChatGPT ist ein leistungsstarker Sprach- und Textgenerator, der durch die Verwendung von komplexen Algorithmen und Künstlicher Intelligenz Texte erstellt. Das Programm wurde mit einer großen Menge an Trainingsdaten gefüttert und es nutzt maschinelles Lernen, um die Wahrscheinlichkeit zu erhöhen, dass die von ihm erstellten Texte sinnvoll und korrekt sind. Dabei berücksichtigt es auch den Kontext und den Tonfall des Textes, um ein möglichst



realistisches Ergebnis zu erzielen. Durch diesen Prozess kann ChatGPT innerhalb von Sekunden Texte erstellen, die sich fast so anfühlen, als hätte sie ein Mensch geschrieben.

ChatGPT kann in verschiedenen Anwendungen eingesetzt werden, von Chatbots und Kundenbetreuung bis hin zu Inhalts- und Spracherstellung sowie Übersetzungen.

Hinweis:
Diese Definition wurde von
ChatGPT geschrieben.



Digitale Geschäftsmodelle

Die Möglichkeiten radikal neu denken

Es klingt verlockend, Geschäfte in den fast unendlichen Weiten des World Wide Web zu platzieren. Denn hier eröffnet sich theoretisch ein Markt, der Milliarden Menschen erreicht, sofern sie Zugang zum Internet haben. Die vergleichsweise jungen Internetgiganten sind digital geboren und machen vor, wie es geht: Ebay, Amazon, Facebook, Netflix, Zalando, Youtube. Sie brauchten nicht auf traditionelle Geschäftsstrukturen Rücksicht zu nehmen und konnten ihr Geschäft von vornherein konsequent online ausrichten. Doch auch Traditionsunternehmen kann der digitale Wandel mit einem passenden Geschäftsmodell gelingen. Es kann, muss aber nicht immer radikal neu sein.

Es klingt zunächst simpel: Ein Geschäftsmodell ist das, womit ein Unternehmen Geld verdient. Doch wie es das macht, mit welchen Produkten und mit welchen Kunden, prägt schlieβlich die Ausgestaltung des Geschäftsmodells. Ausschlaggebend ist immer, dass Geschäftsmodelle zur Wertschöpfung beitragen. Wie eine Idee umgesetzt und vermarktet wird, entscheidet schlieβlich darüber, wie erfolgreich das Geschäft ist. Das betrifft traditionelle, analoge Geschäftsmodelle wie Versicherungen, Autohäuser, Lebensmitteleinzelhandel, Zeitungs-Abos oder Fastfood-Ketten ebenso wie die neuen, digitalen Möglichkeiten, die nur dank des Internets möglich sind.

Voraussetzung ist hier, dass digitale Technologien entscheidend für die Art und Weise des Wirtschaftens und für die Umsatzerzielung im Unternehmen sind. Der Digitalisierungsgrad spielt dabei eine wichtige Rolle - das betrifft hauptsächlich traditionell wirtschaftende Unternehmen, die bereits länger am Markt sind und die digitale Transformation vorantreiben wollen. Bisher analog durchgeführte Prozesse und Abläufe werden allerdings nicht einfach in die digitale Welt übernommen. Die unternehmerische "Kunst" besteht darin, den Wandel durch den Einsatz zukunftsweisender digitaler Technologien wie Künstliche Intelligenz, Internet der Dinge oder Blockchain neu zu implementieren.



Die Zuständigkeiten und Aufgaben der Mitarbeitenden verändern sich mit der Transformation, neue Aufgabengebiete entstehen, es können aber auch Arbeitsplätze wegfallen.

Verschiedene Modelle: E-Commerce, Freemium, Affiliate und Co

Wie sehen digitale Geschäftsmodelle konkret aus? Verschiedene Formen haben sich am Markt als erfolgreich erwiesen. Sie können nicht immer sauber kategorisiert werden, auch Mischformen sind möglich. Dies sind die wichtigsten:

E-Commerce/Online-Shops: Das wohl am weitesten verbreitete und erfolgreichste Geschäftsmodell ist E-Commerce, also Online-Handel. Er umfasst mehr als den Online-Shop, denn auch Werbung, Einkauf, Verkauf und Kundenservice werden über digitale Kanäle abgewickelt. Nicht nur Giganten wie Amazon oder Zalando können mit einem Online-Shop erfolgreich sein. Auch kleine oder mittelgroβe Händler sind regional, national oder international etwa mit Nischenprodukten am Markt.

Online-Marktplätze/Peer-to-Peer:

Auch wer online keine eigenen
Produkte verkaufen will, kann als Verkaufsplattform erfolgreich sein. Hier werden Anbietende und Kaufende zusammengebracht. Ebay und der Zimmervermittler Airbnb schreiben weltweit eine Erfolgsstory in diesem Bereich. Umsätze erzielen sie durch Werbung, Provisionen und andere Features.

Freemium: Dieses Modell, das sich aus den Attributen "Free" und "Premium" zusammensetzt, kann für die Kunden sehr attraktiv sein: Denn das Basisangebot ist kostenlos, wer mehr Funktionen nutzen oder auf Werbung verzichten will, muss aber für die Premium-Variante bezahlen. Das kostenfreie Angebot lockt viele Kunden an, von denen sich später viele für kostenpflichtige Zusatzservices entscheiden so erwirtschaften etwa Youtube und Spotify enorme Umsätze.

Free-Modelle: Die meisten Apps können die Kunden kostenlos nutzen. Umsatz erwirtschaften die Unternehmen mit Anzeigen oder dem Verkauf personenbezogener Daten. Facebook, Whatsapp und Google sind so erfolgreich geworden.

Affiliate: Diese Variante funktioniert über Provisionen für Produkte. So können etwa journalistische Onlineangebote mit Berichten über Waren einen Link integrieren, über den der Nutzer das Produkt direkt bestellen kann. So entsteht eine Win-win-Situation: Der Affiliate-Partner wird am Umsatz beteiligt und das Handelsunternehmen verbucht zusätzliche Verkäufe. Dieses bei Blogs und Social Media beliebte Modell setzt eine große Reichweite voraus.

Subscription (Abo-Modelle): Das bezahlte Abo funktioniert ähnlich wie ein analoges Zeitungsabo: Der Anbieter erhält fest vereinbarte Nutzungsgebühren, die Kundenbindung ist hoch. Wichtig dafür sind aber ständig neue, attraktive Angebote, die das Interesse der Kunden wecken. Netflix zum Beispiel bietet laufend selbst produzierte Serien an.

Pay-per-Use/On-Demand-Modell:

Als Gegenmodell zum Abonnement kann man die Nutzung eines Services interpretieren, für die die Kund:innen einzeln bezahlen. Der Taxidienst Uber und E-Scooter-Verleiher sind erfolgreiche Beispiele.

(Forts. Seite 18)

Kooperationsunternehmen HAWESKO: mit E-Commerce zum Wein-Marktführer

Auch wenn im Firmennamen Hanseatisches Wein und Sekt Kontor (HAWESKO) ein großes Stück Hamburger Tradition mitschwingt: Das 1964 in Hamburg gegründete Versandunternehmen für Spitzenweine aus aller Welt hat den Umbau zu einem erfolgreichen E-Commerce-Unternehmen vorbildlich umgesetzt. HAWESKO (rund 230 Mitarbeitende, 153 Millionen Euro Umsatz) gilt heute mit Abstand als deutscher Marktführer. Der Online-Shop hawesko.de gehört mit den anderen Marken im HAWESKO-Konzern (1200 Mitarbeitende, 681 Millionen Euro Umsatz) zu einem der führenden E-Commerce-Weinanbieter Europas. Das junge Tochterunternehmen WineTech Commerce betreut als Technologiedienstleister die Digital-Commerce-Plattform und damit die Online-Shops von vier Marken des E-Commerce-Segments des Konzerns und ist ebenso wie HAWESKO Kooperationspartner der NORDAKA-DEMIE.

In den letzten Jahrzehnten hat sich HAWESKO vom klassischen Katalog-Versandhandel zum Marktführer im Online-Weinverkauf entwickelt. "Mit inzwischen über einer Million weinbegeisterten Kundinnen und Kunden sind wir die wichtigste deutschsprachige Adresse, wenn es darum geht, Weine einfach zu bestellen, beguem liefern zu lassen und zu genießen", wirbt HAWESKO. Michél Weber, Leiter E-Commerce, bringt die Firmenphilosophie auf den Punkt: "Auf hawesko.de bieten wir allen Wein-Interessierten rund um die Uhr eine Auswahl von 5000 Premiumprodukten aus der ganzen Welt und ganz



Der Online-Shop hawesko.de gehört mit den anderen Marken im HAWESKO-Konzern (1200 Mitarbeitende, 681 Millionen Euro Umsatz) zu einem der führenden E-Commerce-Weinanbieter Europas

persönliche Weinempfehlungen. Die Sortimentshighlights bilden unsere Exklusivprodukte mit einem einzigartigen Preis-Leistungs-Verhältnis."

Im Online-Shop werden die Kunden gezielt zu den Produkten geleitet, die zu ihnen passen. "Wir bieten Inspiration für den Weingenuss und verschiedene Einstiege in die Weinwelt - etwa für Kenner, die gezielt suchen", erläutert Michél Weber. Diejenigen, die nur eine vage Vorstellung haben, werden dank der intelligenten Tools zum richtigen Produkt geführt. Für die direkte Kommunikation mit einer persönlichen Beratung bietet HAWESKO ein Callcenter mit ausgewiesenen Weinexperten an. "Außerdem arbeiten wir mit einem neuen Chatbot, den wir derzeit im Onlineshop testen. Bei unseren Empfehlungen verfolgen wir eine datenbasierte Personalisierungsstrategie. Auf der Grundlage ihres bisherigen Verhaltens können wir den Kunden und Kundinnen die Weine aus unserem Gesamtsortiment individuell vorschlagen, die zu ihm oder ihr passen", erläutert der E-Commerce-Experte.

"Möglich wird dies dank der komplexen und leistungsfähigen Software der Technologieplattform der WineTech Commerce", erklärt deren Geschäftsführerin Souha Arbach. Die enge Verzahnung von Shop- und Produktdaten-Managementsystem sowie eine leistungsstarke Verbindung zur Warenwirtschaft und zum BI-System sorgen für effiziente Austauschprozesse und schließlich inspirierende und umfassende Informationen und individuelle Empfehlungen für den

HAWESKO HOLDING SE

Kunden im Shop. "Wir bewegen täglich viele Millionen Datensätze", so Souha Arbach. "Wir sind stolz auf das, was wir bis hierhin gemeinsam mit unseren Kollegen von HAWESKO erreicht haben, und stellen uns täglich erneut die Frage, wie wir unsere Kunden und Kundinnen im Shop noch gezielter beraten, ihnen Weine empfehlen und sie damit noch mehr begeistern können."

Eine grundsätzliche Frage beschäftige HAWESKO permanent: "Wein ist für uns ein sinnliches Produkt für den besonderen Genuss. Wie können wir dieses Erlebnis in einem Onlineshop rüberbringen?", sagt Souha Arbach. Einerseits über gehaltvolle Informationen etwa über die Herkunft der Weine und die Winzer. Andererseits über das Weinprofil: "In Zusammenarbeit mit einem Kooperationspartner analysieren wir den Geschmack unserer Weine und visualisieren ihn in einem ansprechenden Geschmacksprofil", ergänzt Michél Weber

Das Ergebnis erreicht tatsächlich die Sinne: Der edel gestaltete Online-Auftritt im Stil von Luxusmarken beinhaltet viele hochwertige, großformatige Fotos und immer neue Erlebniswelten, wie zum Beispiel die Marketing-Kampagne "Saisonstart Rosé: Entdecken Sie die Trendsorte in ihren tausend Facetten". Diese Kreativität und Innovationsbereitschaft bringe regelmäßig Abwechslung ins Weinregal, betont Michél Weber: "So können wir unseren Kundinnen und Kunden immer etwas Neues und Spannendes anbieten." www.hawesko.de





Bezos startete also mit Aufbau der

Für viele Nutzer ist Amazon mittlerweile Anfang und Ende ihrer Customer Journey. Doch wie kam es eigentlich so weit, wie gelang dieser unnachahmliche Aufstieg? Im Zentrum dessen steht die Frage danach, wie Amazon das berühmt-berüchtigte Henne-Ei-Problem beim Aufbau digitaler Plattformen lösen konnte. Das Problem beschreibt metaphorisch, dass bei der Geburt einer neuen Plattform weder Händler/Produkte noch Endkonsumenten da sind, beide Seiten des Marktplatzes also "leer" sind. Zur Lösung des Problems wählte Amazon seinerzeit den Weg der Nischenmarkt- und Erweiterungsstrategie.

Zunächst einmal war Amazon ia "nur" ein erfolgreicher Online-Buchhändler, bevor die Plattform Marktplatz für alles wurde. Ihr Gründer Jeff Bezos begann mit dem Wiederverkauf von Büchern, die er von anderen Buchhandlungen und Einzelhändlern kaufte. Das machte er so gut (hervorragende Customer Experience) und als einer der Allerersten (First Mover), dass er in der Nische Bücher einen hervorragenden Ruf aufbauen konnte. Konsumentenbasis (Nachfrageseite) unter Vernachlässigung der Händler (Anbieterseite), von denen er zunächst in der Funktion eines klassischen Zwischenhändlers die Bücher auf eigene Rechnung einkaufte. Sobald die Nachfrageseite dann stark genug war, öffnete er die Plattform auch für die Anbieterseite, die durch die vorhandenen Nachfrager angezogen wurde. So "überließ" Amazon den Händlern selbst das Verkaufen (d.h. Produkte listen und Preise setzen etc.), zog sich zurück und konzentrierte sich auf den Ausbau weiterer Produktkategorien. Darin stecken gleich zwei geniale strategische Schachzüge: Zum einen führte der permanente Ausbau weiterer Produktkategorien dazu, dass Amazon nicht nur in der Nische Bücher, sondern in mittlerweile hunderten von Nischen "Category Killer" wurde, diese Nischen also beherrscht. Dieser sogenannte Long-Tail-Ansatz, also der Fokus auf viele Nischenkategorien, funktioniert, weil die Nischenprodukte zusammengenommen signifikant zum Umsatz beitragen und weil virtuelle Plattformen ein unendliches Warenregal zur Verfügung haben. Der zweite geniale Schachzug bestand darin, dass die Handelspartner nicht nur selbst für die gesteigerte Produktauswahl sorgen, Amazon lässt sie auch noch das Warenbestandsrisiko tragen und Provisionen für Listings und Werbung zahlen. Letzteres ist mittlerweile Amazons am stärksten wachsendes Geschäftsfeld überhaupt.

Die vorgestellten grundlegenden Mechanismen der Wirkungsweise Amazons fasst das sogenannte "Amazon Flywheel" zusammen. Der Legende nach wurde das Flywheel von Jeff Bezos im Jahr 2001 erstmals auf eine Serviette gezeichnet. Bis heute ist das Flywheel der zentrale Motor hinter der Erfolgsgeschichte Amazons. Wie die meisten erfolgreichen Plattformmodelle basiert es auf wechselseitigen indirekten Netzwerkeffekten: Durch eine stetige Ausdehnung des Produktangebots auf der Anbieterseite kommt es zu einem besseren Kundenerlebnis auf der Nachfrageseite: Je mehr Auswahl, desto besser, so die Devise. Die höhere Customer Experience führt dann zu steigendem

User Traffic, der wiederum dazu führt, dass die Plattform wieder für mehr Anbieter (Seller) attraktiv wird, was wiederum zu mehr Auswahl führt. Und so dreht sich das Rad stetig weiter. Das damit verbundene Wachstum führt zu Fixkostendegression und niedrigeren Preisen, was ebenfalls die Customer Experience steigert. Zusammengenommen entsteht so ein kraftvolles Perpetuum mobile, das - einmal angeworfen - immer schneller wird.

Vor- und Nachteile der Nutzung des Amazon Marketplaces für Markenhersteller

"If you can't beat them, join them", lautet ein altes Sprichwort von Quentin Reynolds. Das denken sich offenbar auch mehr als zwei Millionen Kleinunternehmen, weltbekannte Handelsmarken und unzählige Privatverkäufer, die ihre Produkte heute auf Amazon vertreiben. Im Folgenden wird daher einmal das Chancen-Risiken-Profil des Amazon-Marktplatzes aus Sicht eines typischen Markenartiklers betrachtet. Dazu werden vor allem die Studien von Jan-Benedict E. M. Steenkamp aus den USA herangezogen.

Für den Vertrieb auf Amazon sprechen vor allem drei Chancen:

1. Reichweite: Kein anderes Unternehmen hat exklusiven Zugang zu so vielen potenziellen Kunden wie Amazon. Länderübergreifende Kampagnen und international standardisierte Preise zur Etablierung eines einheitlichen, konsistenten Markenbilds über mehrere Märkte hinweg bieten die Chance, eine globale Marke in kürzester Zeit aufzubauen.

2. Kundendaten: Über Brand Analytics, dem Analyse-Tool von Amazon, können Markenartikler seit Kurzem mehr Eigenverantwortung für die Shop-Optimierung und das eigene Wachstum auf der Plattform übernehmen. Händler können dort Warenkorbanalysen durchführen, Artikelvergleich- und Alternativkauf-Verhalten der Kunden nachverfolgen und beliebte Suchbegriffe analysieren.



Amazon Flywheel von Amazon in Anlehnung an Collins, 2019 (zitiert aus Engelen & Schneider, 2021)

3. Fulfillment by Amazon (FBA): Das FBA-Programm unterstützt Markenartikler ohne ausreichende Kompetenzen im Bereich des E-Fulfillments bei der Abwicklung komplexer Logistikprozesse. Über FBA lässt sich die gesamte Logistik wie Lagerung, Verpackung, Versand, Retouren und Service an Amazon auslagern. 70% aller Amazon Seller nutzen FBA.

Die größten Risiken der Amazon-Nutzung liegen hier:

1. Preisdruck: Angesehene Marken mit hoher Brand Equity, die viel in den Aufbau ihres Premium-Images investiert haben, sehen sich auf Amazon einem Wertverfall ihrer

Produkte ausgesetzt. Die Möglichkeiten, sich als Premiummarke zu inszenieren und seine Produkte hochwertig und einzigartig zu präsentieren, bietet Amazon trotz der neuen "Brand Stores" nicht im gleichen Maße wie auf der eigenen Website, im eigenen Store oder im höherwertigen Handel.

- 2. Konkurrenz durch Eigenmarken: Mittlerweile bietet Amazon über 80 Eigenmarken in allen wichtigen Produktkategorien an. Dabei funktioniert der Marktplatz für Amazon als eine Art "Teststrecke": Wenn Seller auf dem Marktplatz neue Produkte in ihr Sortiment aufnehmen, ist das für Amazon selbst mit fast keinem Risiko verbunden. Laufen die Produkte über den Marktplatz erfolgreich, so steigt Amazon mit nun geringerem Risiko in den Eigenhandel und langfristig sogar in die Eigenproduktion ein.
- 3. Fehlende Handelsbeziehung: Aufgrund der ungleich verteilten Marktmacht gibt es zwischen Amazon und seinen Händlern keine Beziehung auf Augenhöhe. Während traditionsreiche Markenhersteller oftmals über Jahrzehnte in den Vertrauensaufbau mit ihren Handelspartnern investiert haben, sind ihre Beziehungen zu Amazon nicht annähernd so ausgereift.

Amazon ist eine äußerst wettbewerbsintensive Plattform. Über 70 % aller Amazon-Nutzer haben noch nie die zweite Seite der Produkt-Suchergebnisse gesehen! Amazon ist allerdings für die allermeisten Marken auch die nächstbeste Alternative zum eigenen Online-Vertrieb. Scheitert die eigene D2C-Strategie, werden die Opportunitätskosten, auf Amazon zu verzichten, in der Regel sehr groß.

Collins, J. (2019). Turning the flywheel: A monograph to accompany good to great. Random House.
Engelen, A., Schneider, O. (2021). B.Early.1: Flywheel. In: Die Strategien digitaler Champions. essentials. Springer Gabler, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-35940-9_7 Steenkamp, J. B. E. (2020). Global brand building and management in the digital age. Journal of International Marketing, 28(1), 13-27. https://doi.org/10.1177%2F1069031X19894946





"Ich unterscheide zwischen drei großen Firmenkategorien im Digital Business."

Prof. Dr. Michael Fretschner Studiengangsleiter des neuen Masters Digital Marketing Management an der NORDAKADEMIE

"Erfolgsfaktor Nummer eins: richtig gut ausgebildete Mitarbeitende"

Drei große Firmenkategorien unterscheidet Professor Michael Fretschner, Studiengangsleiter des neuen Masters Digital Marketing Management (siehe Textkasten auf Seite 19) an der NORDAKADEMIE: "Reine Online Pure Player, wie Amazon, Alibaba, About You oder Zalando, sind mit ihrem Geschäftsmodell weltweit erfolgreich geworden. Sie sind nicht im Einzelhandel in den Innenstädten vertreten, ihre DNA ist online und digital." Typisch für solche hochinnovativen Player sei die Beschäftigungsstruktur, die sich von anderen Handelsunternehmen unterscheide: Etwa 25 Prozent, also jede:r vierte Beschäftigte, arbeite in Forschung und Entwicklung. "Das sind oftmals Spezialist:innen mit Skills im Bereich Daten in Verbindung mit aktuellem domänenspezifischem Wissen, also zu digitalen Geschäftsmodellen, Online-Marketing und Vertrieb - Qualifikationen, wie wir sie jetzt in unserem neuen Studiengang vermitteln", erläutert Michael Fretschner. Es sei kein Zufall, dass Unternehmen wie Apple oder Amazon ihren Sitz im Silicon Valley nahe der Universität Standford haben. "Denn der Erfolgsfaktor Nummer eins sind richtig gut ausgebildete Mitarbeitende."

In der zweiten Firmenkategorie **Digital Native Vertical Brand** (DNVB) gelte: digital geboren, online erfolgreich, allerdings ohne Ladengeschäft. "Vertikal heißt dabei: Diese Firmen verkaufen direkt an den Endkunden. Dabei handelt es sich oft um junge, kleine Start-ups, die in einer geschäftlichen Nische Erfolg haben – wie etwa der Käsehändler Okäse", erläutert Professor Fretschner. Direktvermarktung laute hier die Erfolgsstrategie.

Denn die unbegrenzte Reichweite des Internets mache es für diese Spezialisten interessant, zunächst ohne große Investitionen auf den Markt zu gehen.

Die dritte Firmenkategorie umfasst traditionelle Handelsunternehmen mit digitaler Transformation. "Offline-Unternehmen mit analogen Vertriebskanälen müssen den digitalen Wandel meistern. Sie haben es am schwersten, denn dieser Prozess ist mit größeren Problemen verbunden. Viele Traditionsbetriebe tun sich schwer, die alten Pfade zu verlassen - gerade, wenn man hier bisher erfolgreich unterwegs war", erklärt der Marketingexperte. Der OTTO-Versand, der einst mit dem berühmten Katalog erfolgreich wurde, habe die Wandlung zum Online-Marktplatz hervorragend umgesetzt. Dabei verdiene OTTO viel Geld unter anderem mit Digital Retail Media, also Werbung innerhalb seines Webshops. Man habe den Marktplatz für viele Marken geöffnet, diese Hersteller verkaufen über otto.de ihre Produkte. Nicht zuletzt dank dieses Geschäftsmodells gehöre Otto heute zu den Top Ten der weltweiten Online-Marktplätze, erläutert Fretschner.

Doch was sollen Unternehmen tun, die in Branchen arbeiten, von denen man bisher glaubte, dass man die Produkte nicht digital vermarkten könne? "Möbel, so hieß es noch vor einigen Jahren, könne man nicht online verkaufen, weil der Kunde das Produkt selbst im Laden erleben wolle." Ikea habe aber gezeigt, dass ein Hybrid-Modell erfolgreich sein könne. Das bedeute allerdings auch, dass die Mitarbeitenden anders qualifiziert sein müssen: Statt Kataloge zu studieren, stelle etwa der Küchenberater oder die -beraterin gemeinsam mit der Kundschaft das Produkt

online zusammen. "Ich glaube, dass man heute jede Produktkategorie – seien es Autos, Möbel oder Luxusuhren – online vermarkten kann. Beim Autohersteller Tesla kann der Kunde seinen Neuwagen nur online bestellen. Das galt in der Branche bisher als nicht machbar", erklärt Professor Fretschner. Selbst Lebensmittel, die

sich angeblich nur im Geschäft verkaufen lassen, würden heute über digitale Vertriebswege wie Flink oder Gorillas erfolgreich vermarktet.

Kein Wunder: Für die Kunden ist der Onlinekauf viel einfacher und bequemer – selbst im Segment der Premiumprodukte, die sich mit Hilfe von Online-Beratung heute gut vermarkten lassen.

Innovation Dilemma: Wenn Weltmarktführer weggefegt werden

Der Erfolg der digitalen Geschäftsmodelle ist kein Selbstläufer. Bei

Digital Marketing Management (M.Sc.)

Neuer berufsbegleitender Masterstudiengang der NORDAKADEMIE startet im Oktober

Der Masterstudiengang Digital
Marketing Management qualifiziert
für Führungsaufgaben im Bereich
des digitalen Marketings und Vertriebs – egal ob im Großkonzern oder
aufstrebenden Start-up. Das berufsbegleitende Studium vermittelt
alle fachlichen, methodischen und
managementorientierten Kompetenzen, um den digitalen Marketing-Mix erfolgreich zu gestalten.
Dazu gehören sowohl klassische

Online-Marketing-Instrumente wie Suchmaschinen-, Video- und Social-Media-Marketing, aber auch das Zusammenspiel zwischen Künstlicher Intelligenz und Kreativität oder die Anwendung von Data Science und Web-Analytics-Tools zum Marketing-Controlling. Selbstverständlich werden auch neue gesetzliche und kundenseitige Anforderungen an eine nachhaltige Unternehmensführung und Green Marketing behandelt.

Das Studium qualifiziert nicht nur für eine leitende Anstellung im Digital Marketing und E-Commerce, sondern auch ganz allgemein für eine Tätigkeit im Digital Business. Durch das erworbene Wissen im Bereich Digitalstrategie, Vermarktung und Data Science besteht die Möglichkeit, als Führungskraft in Digital Marketing, E-Commerce, Media-Management oder Marktforschung zu arbeiten.

Der Studienplan (Planungsstand: 05/2023)

Ihr Weg zum Master





früheren Technologiestufen habe sich gezeigt, dass sogar unumstrittene Weltmarktführer untergehen können. "Nokia auf dem Handy-Markt ist ein typisches Beispiel für Innovation Dilemma - sie sind einmal mit einer revolutionären Entwicklung groβ geworden und haben dann keine Initiative mehr aufgebracht, diese enormen Anstrengungen bei der Weiterentwicklung der Technik erneut zu investieren. Warum soll ich etwas ändern, wenn ich so erfolgreich bin? Es fehlte der Anreiz zu innovativem Handeln", erklärt der Marketing-Professor. Wenn dann neue Player erscheinen wie etwa Apple, die eine Produktkategorie ganz neu denken, kann das ausreichen, die alten Giganten vom Markt zu fegen. Deutschen Autoherstellern, die spät auf den E-Auto-Trend reagiert haben, könnte es ähnlich ergehen, glaubt Michael Fretschner. "Nur wegen der Trägheit der etablierten Anbieter konnte Tesla überhaupt so groß werden." Eine ähnliche Entwicklung zeige sich derzeit im Bereich Künstliche Intelligenz: Innovationen kommen von Start-ups, die radikal denken und zum Beispiel eine revolutionäre Sprachsoftware wie ChatGPT herausbringen.

"Zu den Pleiten gehört auch der Niedergang der Kaufhaus-Riesen, die die Transformation in ein digitales Geschäftsmodell nicht geschafft haben", berichtet Michael Fretschner. Da seien viele Fehler passiert – das reiche vom Management über die Verkäufer-Mentalität bis hin zu teuren Immobilien, die die Unternehmen belasten. "Ein weiteres Problem ist: Die Offline-Handelsbeziehungen kann man nicht in den Online-Kontext mitnehmen." Manchmal müsse man als Unternehmen auch schnell handeln: den First Mover Advantage nutzen und den Innovationsvorsprung vor der Konkurrenz ausbauen.

Wie gelingt der digitale Wandel im Unternehmen?

Doch so einfach wie es sich anhört, ist die Umsetzung offenbar nicht. Wie sollte ein Handelsunternehmen bei der digitalen Transformation vorgehen? "Genau das ist das Henne-Ei-Problem: Wer eine Onlineplattform wie Ebay oder Airbnb aufbauen will, braucht ja beide Seiten die Anbietenden und die Kaufenden. Wo will man da anfangen?", erläutert Christoph Stockstrom, der an der NORDAKA-DEMIE eine Professur für Marketing und Innovation innehat. Dafür gebe es keine Patentlösung. "Man würde zunächst versuchen, zum Beispiel die Anbietenden anzusprechen und als Kund:innen zu gewinnen. Airbnb etwa hatte zunächst Wohnungsanbietern angeboten, professionelle Fotos von der Immobilie zu machen. Erst in einem zweiten Schritt bot man zusätzlich an, die Wohnung auf der eigenen Online-Plattform zu vermarkten." Im Restaurantbereich hatte OpenTable den Wirten zunächst eine Platzverwaltung angeboten, damit sie die Auslastung überwachen können. Erst später habe OpenTable die Informationen auch Kund:innen zugänglich gemacht, die so bequem einen Tisch reservieren können.

Natürlich seien Marktplätze nicht neu. Real gebe es sie bereits seit Tausenden Jahren. "Aber durch die Onlinepräsenz haben sich Reichweiten deutlich erweitert. Wenn ein guter stationärer Einzelhändler sein Geschäft ausweiten will, kann er das nur durch mehr Verkaufspersonal und zusätzliche Ladenflächen. Beim Online-Handel ist es dem Algorithmus egal, ob man 1000 oder eine Million Kund:innen hat", erläutert Christoph Stockstrom. Die beiden großen Wachstumsfaktoren bei der Digitalisierung seien wiederholbare Verkaufsprozesse, die nichts zusätzlich kosten. Außerdem könne sich ein Webshop ohne großen Aufwand beliebig breit in vielen Produktkategorien aufstellen.

Um innovativ zu sein, sollte man bei digitalen Prozessen experimentieren: Was passiert, wenn man in dem Algorithmus einzelne Parameter verändert? Ein Beispiel sei die Überwachung der Mausbewegung auf dem Bildschirm: Sobald Kund:innen beim Surfen die Seite verlassen wollen -



Wie sollte ein Handelsunternehmen bei der digitalen Transformation vorgehen?

die Maus sich also nach oben rechts bewege – könne man verkaufsfördernde Angebote einblenden, etwa einen Gutschein oder ein Sonderangebot. "Damit spricht man ausschließlich diejenigen an, die den Shop verlassen hätten, und nicht die, die ohnehin für den regulären Preis gekauft hätten", erklärt der Marketing-Professor. Digitale Werkzeuge wie dieses haben ein großes Potenzial: Je sicherer man vorhersagen kann, wie sich einzelne Kund:innen verhalten, umso gezielter und effektiver können sie individuell angesprochen werden.

Die digitalen Basics: Social Media, Online-Shop, Werbung

Christoph Stockstrom empfiehlt kleinen und mittleren Handelsbetrieben, bei der Digitalisierung zunächst die Kundenseite anzugehen. Dazu gehöre eine eigene Website, eventuell mit einem einfachen Onlineshop, dazu Online-Werbung. "Auch Social Media ist Pflichtprogramm, je nachdem wie alt und internetaffin die Kundschaft ist. Diese Maßnahmen sind zunächst einfacher umzusetzen, als wenn man im Zuge der Transformation alle Abteilungen und die gesamte Unternehmens-IT umstellt und automatisiert." Nicht vergessen dürfe man die eigenen Mitarbeitenden, betont der Innovationsfachmann: "Wie viel Personal wird bei einem digitalen Geschäftsmodell gebraucht? Kann ich das gut eingespielte, erfolgreiche Personal in Verkauf und Vertrieb aus dem analogen Verkaufsprozess weiterbeschäftigen? Wie kann ich es bei dem digitalen Transformationsprozess emotional mitnehmen und motivieren? Was muss ich als Unternehmer:in lernen, was müssen die Mitarbeitenden lernen?" Know-how dazu wird an der NORDAKADEMIE im Modul Digitale Innovationsstrategien in den Masterstudiengängen General

Management, Wirtschaftsinformatik und Digital Marketing Management vermittelt. Auch in den Bachelorstudiengängen der Bereiche Betriebswirtschaftslehre und IT gehöre das Thema Digitalisierung in vielen Facetten zum Curriculum, ergänzt Professor Stockstrom.

Fundamental für digitale Geschäftsprozesse: IT-Sicherheit

Insbesondere für digitale Geschäftsmodelle gilt IT-Sicherheit als elementar. Denn alle Geschäftsabschlüsse werden ja soft- und hardwarebasiert erledigt, der analoge Vertriebsweg in Ladengeschäften fällt weg. Auch Maxim Schkolnik, IT-Leiter der NORDAKADE-MIE, sieht das Thema Datenschutz als primär an. Die Einbindung der IT in die Unternehmensphilosophie sollte am Anfang einer Strategie stehen: "Das Geheimnis der erfolgreichen Einführung digitaler Innovationen ist ein umfassender Plan, der zuvor von allen Beteiligten gestaltet wird. Deshalb muss der erste Schritt immer eine übergreifende Konzeption der Veränderungsprozesse im Unternehmen sein." Man müsse den Ist-Zustand analysieren und die Frage schlüssig beantworten, warum etwas verändert werden soll. Erst wenn diese Phasen sauber definiert seien, folge die Realisierung in der IT. "Viele Unternehmen machen das anders und das führt zu Problemen. Egal ob man neue Softund Hardware oder Apps einsetzen will, es scheitert häufig an dem fehlenden Verständnis, wie der Geschäftsprozess umgesetzt wird und warum."

In einem Change-Prozess sollte zudem die IT immer schon eingebunden sein. "Die Schwierigkeit der Beteiligten aus verschiedenen Abteilungen ist es meistens, den digitalen Prozess zu begreifen. Es sind ja viele Stakeholder

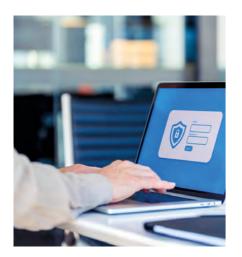


"Beim Online-Handel ist es dem Algorithmus egal, ob man 1000 oder eine Million Kund:innen hat."

${\bf Christoph\ Stockstrom}$

Professor für Marketing und Innovation an der NORDAKADEMIE





Die IT-Sicherheit wird zu einem immer wichtigeren Thema – gerade wenn E-Commerce-Unternehmen mit vielen Tausend oder sogar Millionen Kundendaten umgehen müssen

in den komplexen Planungsprozess involviert, die sich austauschen müssen. Alle Beteiligten müssen das Konzept verstehen - wie bei der Planung eines Architekten als Basis für den Hausbau", betont der IT-Experte. Bei Einführung eines E-Commerce-Marktplatzes etwa müsse beispielsweise festgelegt werden, wie das Kaufverhalten gemessen wird. "Dahinter stehen die Kaufleute im Unternehmen, die den Verkaufsprozess definieren. Sobald sie das Projekt definiert haben, kann die IT die geeigneten Tools und Prozesse planen und umsetzen." Die Auswahl, Konfigurierung und Inbetriebnahme der Software und der

Rechner sei im letzten Schritt zwar auch komplex, aber nicht die größte Herausforderung.

Die IT-Sicherheit werde dabei zu einem immer wichtigeren Thema – gerade wenn E-Commerce-Unternehmen mit vielen Tausend oder sogar Millionen Kundendaten umgehen müssen. "Diese Daten sind ein wertvolles, schützenswertes Kapital. Datenschutz ist immens herausfordernd, weil sich die Bedrohungen der eigenen IT von Tag zu Tag ändern. Die Unternehmen müssen immer wieder auf neue IT-Angriffe reagieren, und dafür braucht man stets die aktuellsten Informationen.



Maxim Schkolnik, IT-Leiter der NORDAKADEMIE, sieht das Thema Datenschutz als primär an

Das ist eine nie endende Aufgabe", berichtet Maxim Schkolnik. Seit etwa fünf Jahren habe sich die Sicht auf die IT-Sicherheit komplett gewandelt. Betriebe und auch Einrichtungen wie Hochschulen unternehmen deutlich mehr, um ihre Systeme vor Angriffen zu schützen. Die Datenschutzgesetze definieren sehr hohe Anforderungen. Es gehe um den Schutz der Kundendaten und nicht zuletzt um die Daten der Mitarbeitenden.

Entdecke die Möglichkeiten

An der Etablierung digitaler Geschäftsmodelle dürften also zumindest mittlere und große Unternehmen kaum vorbeikommen, wenn sie in Zukunft erfolgreich sein wollen. Die Kunst wird darin bestehen, die alte und die neue Welt innovativ miteinander zu verknüpfen. Start-ups tragen diese Bürde nicht: Sie können, wie auf einem weißen Blatt Papier, radikal neu denken und digitale Geschäfte aufbauen. Nicht zufällig wurden 2023 erstmals "Digital Champions" mit dem Deutschen-Exzellenz-Preis ausgezeichnet – zu den Gewinnern gehört das junge Unternehmen weLOG, ein Prozess-Provider für E-Commerce.

Abwehrbereit gegen Cyberkriminelle

Interview mit Thorsten Logemann, CEO intersoft consulting services AG, über IT-Sicherheit in E-Commerce-Unternehmen

Die intersoft consulting services AG (Hamburg) mit über 110 Mitarbeitenden bietet bundesweit Beratungsleistungen in Datenschutz, IT-Sicherheit und IT-Forensik an. Mit der Stellung von externen Datenschutzbeauftragten zählt das Unternehmen zu den führenden Dienstleistern, auch der firmeneigene Blog "Dr. Datenschutz" ist sehr bekannt. Zu den Kunden gehören kleine Betriebe und Mittelständler ebenso wie internationale Konzerne. Auch die NORDAKADEMIE vertraut auf die IT-Sicherheitsexpertise von intersoft consulting. Wir sprachen mit dem Vorstandsvorsitzenden Thorsten Logemann über Sicherheit für E-Commerce-Unternehmen.

Welche speziellen Herausforderungen bei der IT-Sicherheit haben Unternehmen im Bereich E-Commerce wie etwa Amazon?

Grundsätzlich gilt: Je größer und bekannter das Unternehmen ist, desto mehr Angriffe auf die Firmen-IT gibt es. Das heißt, wenn man etwa Großunternehmen wie Amazon betrachtet, beschäftigt sich eine große Abteilung ausschließlich mit der IT-Sicherheit. Denn ein E-Commerce-Unternehmen ist auf die uneingeschränkte Funktionsfähigkeit des Webshops angewiesen. Bei einem Ausfall durch Schadsoftware folgen daraus umgehend immense Umsatzverluste.

Wie läuft ein Angriff üblicherweise ab?

Wir betreuen beispielsweise als Kunden ein Handelsunternehmen in Berlin mit 2 Milliarden Euro Umsatz und Filialen in ganz Deutschland. Der Angriff erfolgte klassisch über den infizierten Anhang einer E-Mail, den ein Mitarbeitender heruntergeladen hatte. Das war die Initialzündung für eine komplette Verschlüsselung, so dass niemand mehr Zugriff auf das IT-System hatte. Es dauerte leider sehr lange, bis das Unternehmen merkte, dass es angegriffen wurde. Denn der betreffende Kollege hatte es aus schlechtem Gewissen viel zu spät der IT-Sicherheit gemeldet – erst einen



Tag danach. Das ist zwar verständlich, sollte aber in einer guten Firmenkultur nicht vorkommen. Jedem Mitarbeitenden kann dieses Malheur passieren, weil die Phishing-Mails von Kriminellen immer professioneller gemacht werden und kaum noch als solche erkannt werden können. Je früher die IT-Forensik allerdings eingreifen kann, desto mehr lässt sich retten.

Sind E-Mails noch immer das Haupteinfallstor für Cyberkriminelle?

Definitiv. Das ist das größte Problem. Die Mitarbeitenden sollten sensibilisiert werden und nicht zögern, bei Auffälligkeiten am PC umgehend die IT-Sicherheitsverantwortlichen einzuschalten. Bei dem Kundenunternehmen hatte ein Trojaner weite Teile des IT-Systems lahmgelegt. Wir haben fünf Tage intensiv gearbeitet, bis wir alle Server wieder am Netz hatten, insbesondere die Kassensysteme in den Filialen, die so lange ausgefallen waren. Mehrere Millionen Euro Umsatzverlust waren die Folge.

Welche Basics sollten Unternehmen beachten, die auf digitale Geschäftsmodelle umsteigen wollen?

Wichtig zuerst: Man braucht generell für gute IT-Sicherheit keine große Infrastruktur. Denn am Anfang stehen gute Passwörter, die schwer zu knacken sind. Sie brauchen mindestens zwölf Zeichen und dürfen nichts verwenden, was man im Wörterbuch findet. Es gibt Software, um Passwörter zu knacken, die schafft 50 Millionen Versuche in 4 Sekunden. Das bedeutet, jeder Mitarbeitende muss komplexe Passwörter nutzen, die man nicht notieren sollte, aber die man sich deshalb auch schlecht merken kann. Also sollten Betriebe den Mitarbeitenden einen Passwort-Manager als App an die Hand geben. Denn sie müssen ja für die unterschiedlichen Online-Zugänge meist Dutzende oder sogar Hunderte verschiedener Passwörter verwalten. Für den Zugang zum Passwortmanager reicht es aus, nur noch einen Code im Kopf zu behalten.

Wie sollen sich Betroffene verhalten, wenn sie feststellen, dass sie Opfer eines Cyberangriffs geworden sind?

Auf keinen Fall sollte man den befallenen Büro-PC ausschalten. Er muss nur vom Netzwerk getrennt werden, indem man das Netzwerkkabel zieht oder die Netzwerkkarte herausnimmt. Wichtig ist schon bei dem Aufbau des IT-Systems, dass Netzwerke in logische Einheiten – etwa Buchhaltung, Personalverwaltung, Druckersysteme – getrennt werden, um Schranken einzubauen und so zu verhindern, dass sich eine Schadsoftware auf das gesamte Firmennetz ausbreitet.

Wie arbeiten die IT-Sicherheitsfachleute bei intersoft consulting?

Anders als beim Datenschutz, in der es in der Grundidee, um den Schutz der personenbezogenen Daten geht, reicht das heute lange nicht mehr aus. Wichtiger für Unternehmen ist es, Interna zu schützen. Bei Handelsbetrieben ist oft der Einkaufspreis ein wesentliches Betriebsgeheimnis. Für sie kann es überlebenswichtig sein, dass die Konkurrenz auf keinen Fall erfährt, wie teuer man die Waren beim Lieferanten einkauft. Daraus folgt, dass sich ein Unternehmen zuerst um das besonders Schützenswerte kümmern sollte.

werden, um es anschließend besonderen Schutzmaßnahmen zu unterziehen.

Wie sollten Unternehmen denn ihr geistiges Gut schützen?

Die große Kunst ist es, ein gutes Rechtemanagement einzuführen. Das heißt, festzulegen, wer auf was zugreifen darf - das Need-to-know-Prinzip. Viele unterschätzen etwa die Zugriffsrechte von Azubis, die ja die Abteilungen innerhalb der Ausbildung mehrfach wechseln. Dann bekommen sie im Laufe der Zeit vielfältige Zugangsberechtigungen, aber vergessen wird oft, diese Berechtigungen auch wieder zu entziehen. Wenn deren Account gehackt wird, haben Cyberkriminelle sofort weitreichenden Zugang zu den Firmendaten. Auch für Mitarbeitende, die aus dem Unternehmen ausscheiden, müssen die Zugangsrechte umgehend gesperrt werden. Wichtig ist zudem der Blick auf die Cloud-Systeme: Sie sollten individuell konfiguriert werden, weil im Hintergrund eine Menge Funktionen und Services laufen, die das Unternehmen oft gar nicht braucht. So kann man sicherheitstechnische Schwachstellen ausschließen. Zu guter Letzt sollte es selbstverständlich sein, Updates bei Soft- und Hardware durchzuführen. Denn die meisten Angreifer nutzen bekannte Schwachstellen. Wer seine Systeme regelmäßig auf Herstellerupdates überprüft, steigert seine IT-Sicherheit etwa um das Dreifache.



Vom Bachelor zum Doktor

Dirk Johannßen hat an der NORD-AKADEMIE bereits seinen Bachelor und Master gemacht und nun das berufsbegleitende Promotionsprogramm erfolgreich beendet. Auf der Graduierungsfeier im März 2023 beglückwünschte ihn die Hochschulleitung zu seiner Doktorwürde. Er hatte Ende 2022 seine Promotionsprüfung mit dem sehr guten Gesamtprädikat "magna cum laude" abgelegt. Dazu gratuliert das gesamte NORDAKADE-MIE-Team!

campusforum hat sich mit Dirk Johannßen über seine Promotion unterhalten:

Können Sie in kurzen Worten Ihr Promotionsthema beschreihen?

Meine in Englisch verfasste Dissertation trägt den übersetzten Titel "Computer-gestützte Psychometriken mit natürlicher Sprachverarbeitung". Der Forschungsschwerpunkt lag darauf, psychologisch-diagnostische Metriken - dazu zählen bspw. Projektivverfahren wie der operante Motivtest (OMT) oder Jung'sche Archetypen (u.a. Introversion, Extraversion) - aus menschlicher Sprache mittels Natural Language Processing (NLP) zu extrahieren. NLP ist ein Teilgebiet der Künstlichen Intelligenz, das natürliche, also menschliche Sprache, verarbeitet. Es war also das Ziel, Modelle mittels Machine- und Deep Learning dahingehend zu trainieren, psychologische Diagnostik des Sprachgebrauchs zu betreiben.

War es schwierig, einen Doktorvater bzw. eine Doktormutter für Ihr Thema zu finden?

Im Grunde war es herausfordernd,



Dr. Dirk Johannßen (links) wurde während seiner Promotion auch von NORDAKA-DEMIE-Professor David Scheffer betreut. Beide freuen sich über den erfolgreichen Abschluss

einen Doktorvater (auf dem Gebiet der Informatik und des NLP gibt es leider nur wenige Professorinnen) zu finden, obgleich mir das mit Prof. Dr. Chris Biemann, Scientific Director am Informatikum der Universität Hamburg, recht zügig gelang. Einige auf das Promotionsvorhaben angesprochene Professoren hatten starke Vorbehalte, was FH-Absolventen angeht. Viele meldeten sich erst gar nicht auf E-Mails oder Anrufe. Einige ließen gar akademische Arroganz erkennen, als sie mir sagten, es würden nur "wissenschaftliche" Abschlüsse akzeptiert, es stehe mir aber frei. Bachelor und Master nochmals an deren Universitäten zu studieren.

Mit meinem Doktorvater hatte ich viel Glück. Er war sich zwar ebenfalls unsicher, ob ich eine Promotion als FH-Duali wirklich packen würde, wollte es aber zumindest mit mir probieren. Er nahm vor allem positiv wahr, dass ich mich bereits in der Masterthesis mit dem Thema und der Datenbasis beschäftigt hatte. So war er beeindruckt von dem Datenschatz mit 220000 textuellen Antworten von 14600 Proband:innen auf einen psychologisch-diagnostischen Assoziationstest, den ich in die Promotion mitbringen konnte. Auch lobte mein Doktorvater, dass als Co-Betreuer der Psychologe und NORDAKADE-MIE-Professor David Scheffer an meiner Seite stand, der ein OMT entwickelt und erforscht hatte. Zuletzt resümierte Chris scherzend: "Bei alledem bist du auch noch umsonst -

Was folgte, waren jedoch einige harte Monate, in denen mich Chris herausforderte, testete und die ich überstehen musste, um nicht gleich wieder aus dem Promotionsverfahren auszuscheiden.

Wie lange haben Sie an Ihrer Dissertation gearbeitet?

Mein Promotionsstudium hat insgesamt fünf Jahre gedauert. Obwohl ich bereits ab August 2017 gelegentlich am Informatikum war, wurde ich im Oktober 2017 ordentlich als Promotionsstudent immatrikuliert. Das Schreiben der Dissertation selbst dauerte von Oktober 2021, wo ich den Aufbau, die Gliederung und die Struktur initial mit meinem Doktorvater besprach, bis zum 12. September 2022, als ich meine Dissertation offiziell einreichte. Meine Dissertation in einer Disputation verteidigt habe ich am 16. November 2022. Die Promotionsurkunde wurde mir kurz vor Weihnachten am 21. Dezember 2022 überreicht.

Was war dabei die größte Herausforderung?

Die größte Herausforderung bei der Verfassung der Dissertationsschrift war das zeitlich enge Korsett, in das ich die Schrift zwängen musste. An einer Hochschule wurde just, als ich angefangen hatte zu schreiben, eine sehr attraktive Professur in Künstlicher Intelligenz ausgeschrieben. Erst winkte ich mit Bedauern ab, weil ich der Ansicht war, ohnehin nicht rechtzeitig die Promotion abschließen zu können. Professoren dieser Hochschule und mein Doktorvater bestärkten mich jedoch, dass ich es einfach versuchen sollte. So wurde aus einer geplanten Abgabe der Dissertation irgendwann im Frühjahr 2023 eine vorgezogene Abgabe, am besten noch im Sommer 2022.

Da noch nicht alle Forschungsergebnisse vorlagen und ich sogar noch weitere Studien verfassen wollte, war es notwendig, die Dissertation so schnell wie möglich zu verfassen. Ich denke, das war die mit Abstand herausforderndste, anstrengendste Zeit meines Lebens.

In welchem Forschungsergebnis der Arbeit sehen Sie den größten Mehrwert?

Besonders stolz bin ich auf eine Studie zu sozialen Unruhen während der Corona-Pandemie. Dafür war es mir gelungen, das weltweit beste Modell zur Abbildung des OMTs auf Basis eines Bi-LSTMs mit Attention-Mechanismus zu trainieren, das im Anschluss für behavioristische Empirie benutzt wurde.

Wachsende soziale Spannungen in der Ausdrucksweise – gemessen an Signaturen der sogenannten impliziten Motive – wurden aus Tweets vor und während der Corona-Pandemie gelesen und miteinander verglichen. Diese Signaturen bestätigten dabei die Forschungsergebnisse des Psychologen David Winter, mit dem ich im Anschluss sogar die Ehre hatte, über die Ergebnisse zu sprechen.

Wie geht es nach der Promotion bei Ihnen weiter?

Ich habe einen Ruf der Fachhochschule Westküste (FHW) in Heide für die W2-Professur "Künstliche Intelligenz in der Mensch-Maschine-Interaktion" erhalten.

Der Wunsch wäre in jedem Fall, auch weiterhin ein bis zwei Tage in der Wirtschaft tätig zu bleiben. Inzwischen bin ich Gesellschafter der effective WEBWORK GmbH, die sich auf Open-Source-Software im Bibliotheks- und Bildungswesen spezialisiert hat.

Dadurch ergäbe sich eine Wechselwirkung zwischen der Tätigkeit als Professor und der eines IT-Consultants, mit der ich eine Brücke zwischen Praxis, Wissenschaft und Lehre schlagen könnte.

Aus der Laudatio von Prof. Dr. Scheffer

"Dirk Johannßen hat als Erster das Doktorandenprogramm der NORDAKADEMIE erfolgreich abgeschlossen und darf damit nach seinem Bachelor und Master an der NORDAKADEMIE nun auch den Doktortitel als Abschluss führen. Der Titel seiner Dissertation ist Programm: Computer-aided Psychometrics with Natural Language Processing. Er hat neuronale Netze entwickelt, die in der Lage sind, implizite Motive und Persönlichkeitsstile aus geschriebenen Sätzen zu erschließen und dies mit einer Genauigkeit, die sogar geschulte menschliche Expert:innen übertrifft. Sehr wichtig dabei ist auch, dass es Dirk gelungen

ist, Transparenz zu schaffen, was im Inneren der neuronalen Netze vor sich geht. Mit einem "attention mechanism" können wir nun besser nachvollziehen, wie die Künstliche Intelligenz bei der Verarbeitung natürlicher Sprache vorgeht. Das ist entscheidend für einen späteren Einsatz bspw. in der Personalauswahl und -entwicklung. Wir werden weiter in der Forschung zusammenarbeiten, u.a. in einem von der Stiftung der NORDAKADEMIE geförderten Projekt. Es wird sehr spannend, in welchen Praxisfeldern die neue Technologie im Jahr des Durchbruchs von ChatGPT eingesetzt werden wird."



International Week Indien 2023 – das Land der Extreme

Die NORDAKADEMIE bietet ihren Masterstudierenden die Teilnahme an sogenannten International Weeks an, um vor Ort interkulturelle Erfahrungen zu sammeln. Im März ging es erstmals nach Indien. David Petersen studiert im MBA-Programm und beschreibt die Eindrücke und Erlebnisse auf dieser zweiwöchigen Studienreise.

Was man in Deutschland mit Indien assoziiert: ein dreckiges, unstrukturiertes, armes Schwellenland voller Müllberge und Gefahren wie Malaria, Tollwut oder japanischer Enzephalitis. Ein feuchtheißes, unangenehmes Klima sowie Menschen, die auf den Straßen leben. Warum sollte man dort hinreisen?

Die 17 Studierenden aus verschiedenen Masterstudiengängen der NORDAKADEMIE und Professor Gerd Schmidt, Studiengangsleiter im MBA-Programm, sowie Tabea Rohm aus dem Studiengangsmanagement durften bei ihrer Studienreise im März 2023 ein anderes, sehr beeindruckendes Bild von Indien gewinnen. Nach dem Abflug im Hamburger Schneetreiben war die Begrüßung im milden Neu-Delhi mit Blumenkränzen fremd und doch herzlich. 15 Tage lang wurde die Gruppe auf der Fahrt von Neu-Delhi im Norden über Agra, Ahmedabad, Surat bis Goa im Westen von der exzellenten Reiseorganisation durch die mitreisenden Tourguides Shriyansh und Chirag täglich neu überrascht.

Zu Beginn der Reise erkundeten die Teilnehmenden die indische Kultur und Geschichte. Dazu gehörten eine der Entstehungsstätten des heutigen Indiens, das Rote Fort, und die alte Stadtmauer zwischen Alt-Delhi und Neu-Delhi, das Parlamentsgebäude, Märkte und das Taj Mahal in Agra sowie die Einheitsstatue in Gujarat. Indien präsentierte sich wie ein nicht enden wollendes Wimmelbuch: an jeder Stelle exotische Eindrücke.

Einblicke in indische kleine und mittelgroße Unternehmen sowie Konzerne

Die darauffolgenden Firmenbesuche boten den Studierenden der verschiedenen Masterstudiengänge (MBA, Applied Data Science, Wirtschaftsingenieurwesen, Angewandte Informatik/Software Engineering, Marketing and Sales Management, Wirtschaftsinformatik/IT-Management) sehr tiefe Einblicke in kleine und mittelgroße Unternehmen sowie Konzerne von Weltruf. Besucht wurden unter anderem:

- OV Overseas Schuhproduktion für europäische Hersteller (u.a. für die Spitaler Straße in Hamburg) als eine der unzähligen kleinen Zellen, die das Fundament der indischen Wirtschaft darstellen
- UFlex Ltd. Indiens größter Verpackungshersteller
- Parle Products Pvt. Ltd. weltgrößter Keks-Produzent, der allein für den indischen Markt täglich ca. 7200 Tonnen eines speziellen Kekses (Parle-G) herstellt und dafür u.a. einen Backofen mit 100 Metern Gesamtlänge betreibt
- Zydus Wellness Ltd. ein Nahrungs-

- ergänzungsmittelhersteller
- Zydus Lifesciences Ltd. ein Hightech-Pharmakonzern mit Zulassung für den amerikanischen Medikamentenmarkt
- EDII ein Inkubations- und Beschleunigungs-Center für Startups in Form eines Zusammenschlusses verschiedener Ministerien und der Wissenschaft
- Amul die allgegenwärtige Milchgenossenschaft Indiens mit 70 % Marktanteil bei 1,4 Mrd. Konsumenten im Inland
- Adani Hazira Port Pvt. Ltd. der Hafen von Surat, ein wichtiger Umschlagplatz von Rohstoffen und Containerfracht
- Atul Ltd. ein Chemiekonzern und Atul Colony - ein von Atul aufgebauter Stadtteil mit Schulen und einem Gesundheitszentrum
- SRK Pvt. Ltd. die Diamantenschleiferei des Selfmade-Milliardärs Govind Dholakia in Surat, dem weltweiten Zentrum der Diamantverarbeitung (92 % Weltmarktanteil)
- verschiedene Webereien und Stoffproduzenten in Ahmedabad
- Dream City der weltgrößte Bürokomplex für 65000 Mitarbeitende, dessen Flächen sogar die des Pentagons übersteigen
- das Taj Hotel in Goa zugehörig zur TATA-Gruppe (935 Tsd. Angestellte, mit den weiteren Geschäftsfeldern Stahl, PKW, Chemie, Energie und Beratung)



Zu Beginn der Reise stand als Einstimmung die Erkundung der bedeutenden Kultur Indiens auf dem Programm – weitere Eindrücke als Video hier:





Einblicke in indische kleine und mittelgroße Unternehmen sowie Konzerne

Gastfreundliches Indien

In Indien ist der Gast König. Gastfreundschaft, Hilfsbereitschaft und Freundlichkeit gehören ebenso zum Mindset wie die optimistische und positive Lebenseinstellung. Durch die britische Vergangenheit ist der Kontakt mit den meisten Indern durch die englische Sprache einfach. Viele Inder sind stolz auf ihr Land und das, was sie dazu beitragen. Dieser "Drive" wirkt auf einen Europäer schon beängstigend. Die "kinetische Energie" auf dem Weg zu besseren Lebensbedingungen und größerem Wohlstand in dieser Gesellschaft ist gigantisch. Ein ausgebautes 5G-Netz sorgt allerorts für einen hervorragenden Mobilfunk-Empfang bei extrem günstigen Nutzungsgebühren.

Die soziale Schere in Indien ist groß

Die Armut sieht man überall und wenige Meter daneben trifft man auf einen ca. 52 Mrd. USD schweren Diamantenproduzenten. Das Land hofft, durch ein Ein-Kind-Gesetz in den nächsten Jahren bei einer Bevölkerungsgröße von ca. 1,5 Mrd. Bürgern mit dem Bevölkerungswachstum aufzuhören. Die meisten Firmen

versuchen, mit dem Bevölkerungswachstum mitzuhalten, und erleben allein dadurch ein 12%iges Wachstum. Für Export bleiben keine Kapazitäten übrig, dieser wird aber dadurch heute auch nicht als notwendig betrachtet. Firmen sind bei Gewinnen verpflichtet, Teile des Gewinns für soziale Zwecke zu investieren und somit der Gesellschaft etwas zurückzugeben. Deutlich wurde, dass Indien als aufstrebende Wirtschaftsmacht mindestens ernst zu nehmen ist.

Das eine Indien gibt es nicht

Durch den Kontakt zu einem lokalen Reiseveranstalter hat die NORD-AKADEMIE einen sehr guten Organisator für die Studienreise gefunden. Während der zweiwöchigen Reise gab es keinerlei Beeinträchtigungen oder gar Beschwerden, jede Frage wurde beantwortet und jeder Bitte bestmöglich nachgegangen. Ganz nach dem Motto "Shri regelt das!" konnten sich die Studierenden ganz darauf konzentrieren, die Eindrücke bestmöglich wahrzunehmen. Es fehlte nie an sterilen Wasserflaschen, das Essen war lecker, (für indische Verhältnisse) mild und stets sehr schmackhaft. Im Bundesstaat Gujarat waren allerdings weder Fleisch noch Alkohol erlaubt -

auch das gehört zur indischen Kultur. Mit jedem Ortswechsel in Richtung Süden stieg die Schärfe des Essens dann an.

Das eine Indien gibt es nicht. Es gibt vielmehr 22 verschiedene Sprachen mit 1600 Dialekten, unzählige Speisen, Landschaften und Kulturen. Und Indien ruht nie. Selbst nachts um vier wurden den Studierenden maßgeschneiderte Anzüge ins Hotel zugestellt. Die mit Indien assoziierten Befürchtungen? - Weg!

Mit jedem Tag der intensiv durchgeplanten Reise gewann die Studiengruppe ein farbenfroheres und beeindruckenderes Bild von Indien. Die Extreme waren überwältigend: Farben, Gerüche, Reichtum, Armut, Smog, Verkehr, Hupen, Leistungsfähigkeit, Demut, Gastfreundlichkeit, Entfernungen – all das war intensiver, als wir es erwartet hatten.

Vielen Dank an das Organisationsteam für diese beeindruckende Studienreise

Die Studierenden bedanken sich bei Professor Schmidt, Frau Rohm und den Tourguides vor Ort herzlich für die rundherum gelungene Studienreise.



Schwerpunkte setzen

Sich innerhalb eines Bachelorstudiums an der NORDAKADEMIE von Anfang an für einen besonderen Schwerpunkt entscheiden, das ist im Studiengang Betriebswirtschaftslehre und den Informatikstudiengängen möglich.

Allein bei BWL gibt es dazu sechs
Angebote. Wer sich besonders für
die Vermarktung von Produkten oder
Dienstleistungen interessiert, kann
den Schwerpunkt Marketing belegen. Der Schwerpunkt International
Business ist für alle interessant, die
Unternehmen strategisch und operativ auf internationaler Ebene beraten
wollen. Bei Digital Business geht es
um die verstärkte Digitalisierung der
Aufgaben und Arbeitsprozesse, insbesondere im Vertrieb und Marketing.
Der Schwerpunkt Finanzmanagement

& Accounting richtet sich an Studieninteressierte, die gern Daten interpretieren und analysieren und so Unternehmen bei der Sicherung ihrer wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit unterstützen und bei der finanziellen Zukunftsplanung beraten. Wer gezielt Know-how zu globalen Lieferketten und zum Materialfluss im Unternehmen erwerben möchte, kann dieses im Schwerpunkt Logistik & Prozessmanagement verwirklichen. Wirtschaftspsychologie & Personalmanagement ist für alle interessant, die gern mit Menschen arbeiten und für die Motivation und Zufriedenheit des Umfeldes im Unternehmen wichtig sind.

Der Bachelorstudiengang Wirtschaftsinformatik vermittelt im Schwerpunkt E-Commerce gezielt Kompetenzen für die komplexen

Anforderungen des Online-Handels, wie z.B. die Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle oder den Aufbau eines Shopsystems als digitalen Vertriebskanal. In den Informatikbachelorstudiengängen Software Engineering/Angewandte Informatik und IT-Engineering/Technische Informatik wird der Schwerpunkt IT-Sicherheit angeboten. Hier lernt man alles, um Prozesse und Systeme im Unternehmen so zu gestalten, dass sie robust gegen Cyberangriffe aufgestellt sind. Auch Vorgehensweisen, um im Falle von Angriffen geeignet zu reagieren, werden vermittelt.

In allen Schwerpunkten wird die Bachelorarbeit zum Abschluss des Studiums aus dem Themenbereich des entsprechenden Schwerpunktes geschrieben.

Studiengang	Schwerpunkt	Abschluss B.Sc. Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt
Betriebswirtschaftslehre	Marketing International Business Digital Business Finanzmanagement & Accounting Logistik & Prozessmanagement Wirtschaftspsychologie & Personalmanagement	"Marketing" "International Business" "Digital Business" "Finanzmanagement & Accounting" "Logistik & Prozessmanagement" "Wirtschaftspsychologie & Personalmanagement"
Wirtschaftsinformatik	E-Commerce	B.Sc. Wirtschaftsinformatik mit dem Schwerpunkt "E-Commerce"
Software Engineering/ Angewandte Informatik	IT-Sicherheit	B.Sc. Software Engineering/ Angewandte Informatik mit dem Schwerpunkt "IT-Sicherheit"
IT-Engineering/ Technische Informatik	IT-Sicherheit	B.Sc. IT-Engineering/ Technische Informatik mit dem Schwerpunkt "IT-Sicherheit"

Aloha!

Auslandssemester auf Hawaii

An der NORDAKADEMIE gibt es die Möglichkeit, ein Semester an einer ausländischen Hochschule zu studieren. Wirtschaftsingenieurstudent Simon Cirdei hat die Chance ergriffen und ist nach Hawaii gegangen.

campusforum hat sich mit Simon Cirdei unterhalten:

Warum haben Sie sich für ein Auslandssemester entschieden?

Ich habe mich für ein Auslandssemester entschieden, da ich meinen Horizont erweitern wollte. Ich wollte neue Kulturen kennenlernen, meine Sprachkenntnisse weiter verbessern und auch eine andere Lebensweise kennenlernen.

Wie sind Sie an die Auswahl der ausländischen Hochschule herangegangen?

Ich habe mich im Vorfeld über verschiedene Kanäle über die Partnerhochschulen informiert. So habe ich bereits auf der Homepage des International Office die unterschiedlichen Partnerunis (inklusive Länderinfos) angeschaut und für mich persönlich herausgefiltert, welches Gastland aufgrund der Sprache für mich in Frage kommen würde und ob dort Kurse in dieser angeboten werden. Außerdem war mir eine gute Gesundheitsversorgung in dem Land der Gasthochschule wichtig.

Gab es Infoveranstaltungen an der NORDAKADEMIE?

Es wurde ein sehr informativer Infoabend von der NORDAKADEMIE angeboten und außerdem konnte man sich zu jeder Zeit an das International Office wenden.



Wirtschaftsingenieurstudent Simon Cirdei hat sein Auslandssemester auf Hawaii verbracht

Was muss man im Vorfeld zum Auslandssemester beachten?

Man sollte sich über seine persönlichen Ziele für das Auslandssemester klar werden (Sprache, ...). Wenn Vorerkrankungen oder Ähnliches vorhanden sind, sollte auf das Gesundheitssystem geachtet werden. Außerdem sollte berücksichtigt werden, welcher finanzielle Rahmen zur Verfügung steht, und ein guter Puffer eingeplant werden.

Sie haben Ihr Auslandssemester in Hawaii an der Partnerhochschule der NORDAKADEMIE, der Hawai'i Pacific University, verbracht. Wann waren Sie dort und was hat Ihnen an dieser Hochschule besonders gefallen?

Ich war von Ende August bis Mitte Dezember an der Hawai'i Pacific University (HPU). Die Lage der Universität in Honolulu ist traumhaft. Einer der Campus liegt direkt am Wasser im Hafen von Honolulu und es war ein Katzensprung zum Strand / Waikiki. Mir hat insbesondere das internationale Umfeld an der Uni gefallen. Die Professor:innen und Studierenden kamen aus der ganzen Welt.

Wie sah die Unterkunftssuche aus? Wo haben Sie auf Hawaii gewohnt?

Ich habe die Unterkunft vorab über Airbnb gesucht. Es war relativ schwierig und sehr teuer, etwas Adäquates zu finden. Ich habe in Ala Moana gewohnt. Die Lage war sehr gut, ich konnte mit dem Fahrrad innerhalb von 5 bis 10 Minuten die Uni und innerhalb von 15 bis 20 Minuten Waikiki erreichen. Außerdem war die Busverbindung zu den übrigen Teilen der Insel sehr gut.

Welche Kurse haben Sie an der ausländischen Uni belegt?

Ich habe Money & Banking und International Business Management jeweils als Wahlpflichtmodul belegt. Außerdem habe ich Macroeconomics als AVWL und Business Finance





Die Hawai'i Pacific University (HPU) ist Partnerhochschule der NORDAKADEMIE

zusammen mit Accounting als Controlling und Investitions- und Finanzierungsrechnung belegt.

Wie sind die Vorlesungen im Vergleich zu den Vorlesungen an der NORDAKADEMIE aufgebaut? Kann man ihnen gut folgen?

Die Vorlesungen sind interaktiver aufgebaut. Wir mussten häufig innerhalb oder außerhalb der Vorlesung Aufgaben erledigen, die abzugeben waren. Außerdem gab es auch in der Mitte des Semesters "Mid-term Exams". All diese Prüfungsleistungen gingen mit in die Endnote ein und wenn man sie sehr gut und gewissenhaft absolviert, hat man die Kurse teilweise bereits vor dem Final Exam bestanden und so keinen allzu hohen Druck. Dadurch ist

der Workload besser über das Semester verteilt.

Ist das Studium an der Hawai'i Pacific University mit Kosten verbunden? Gab es dafür Unterstützung?

Wie in den USA üblich, ist auch an der Hawai'i Pacific University (HPU) mit Studiengebühren zu rechnen. Die deutschen Studierenden erhalten automatisch eine Förderung und damit reduzieren sich die Studiengebühren auf unter 7 000 USD. Mit allen Gebühren für Bücher (zum Ausleihen), die Busfahrkarte und so weiter landet man bei ca. 7 000 USD. Auβerdem muss berücksichtigt werden, dass die Lebenshaltungskosten deutlich höher sind als bei uns und die Miete mit mindestens 1000 USD im Monat beziffert

werden sollte. Wenn man früh über z.B. Airbnb bucht, lässt sich hier der Preis senken.

Es kann ein Stipendium beantragt werden. Das Stipendium vom DAAD deckt so gut wie alle Kosten. Infos gibt es im Netz unter HAW.International Stipendium.

ACHTUNG: Die Bewerbungsfrist endet bereits im Februar, meistens, bevor eine Zusage der Gasthochschule vorliegt! Einfach bewerben.

Wie war die Betreuung der ausländischen Studierenden an der Partnerhochschule?

Die Betreuung durch die Partnerhochschule war sehr gut. Es wurden vorab Infoveranstaltungen durchgeführt und man bekam eine Art "Checkliste", was alles zu erledigen ist. Aufgeführt waren die notwendigen medizinischen Untersuchungen, Auslandskrankenversicherung, Visum, Kurswahl und so weiter. Bei Fragen konnte man sich auch jederzeit an die Mitarbeitenden dort wenden und schnell und unkompliziert eine Antwort erhalten.

Wie war das Verhältnis zu den Studierenden vor Ort? Wird man schnell integriert in die Studierendengemeinschaft?

Insbesondere mit den anderen Austauschstudierenden kommt man sehr schnell in Kontakt. Dadurch, dass die meisten anderen Kommiliton:innen vom Festland Amerikas kommen, lässt sich auch zu den "local students" der Kontakt aufbauen.

Was war das schönste Erlebnis während Ihres Auslandssemesters?

Das schönste Erlebnis für mich waren die fast 40 Schildkröten, welche abends an den Strand gekommen sind und sich dort ausgeruht haben! Es sind zunächst 1 bis 2 Schildkröten am Strand gewesen und dann kamen mit Einbruch der Dämmerung immer mehr Schildkröten aus dem Wasser und haben sich dazugesellt.



Etwas, das Simon Cirdei tief beeindruckt hat: Schildkrötenwanderung am abendlichen Strand

Das International Office hilft!

Studierende im Auslandssemester 2023

53% der Studierenden des Jahrgangs 2021 belegen 2023 ein Auslandssemester davon gehen:

23 % an Erasmus+ Partnerunis



37% an sonstige Partnerunis



40 % als "Freemover" an Unis

Rahmendaten Auslandssemester











Das International Office der NORDAKADEMIE unterstützt die Bachelor-Studierenden bei der Planung, Vorbereitung und Durchführung des Auslandssemesters, welches während des 5. Semesters an der NORD-AKADEMIE möglich ist. Den Studierenden stehen rund 40 Partneruniversitäten weltweit zur Auswahl, sie können sich aber auch als Freemover an einer Gasthochschule ihrer eigenen Wahl bewerben. Besonders beliebt bei den Studierenden der NORDAKADEMIE sind die Partnerhochschulen in Chile. Kolumbien und Kalifornien, aber auch Irland und Lettland gehören zu den Favoriten. Speziell die Erasmus+ Partnerhochschulen sind Ziele, an denen die Studierenden keine Studiengebühren zahlen und zusätzlich aus Mitteln der EU eine monatliche Förderrate erhalten. Durch ein Learning-Agreement können sie bereits vor dem Auslandssemester eine Entscheidung über die Anerkennung der im Ausland erworbenen Leistungen erreichen.



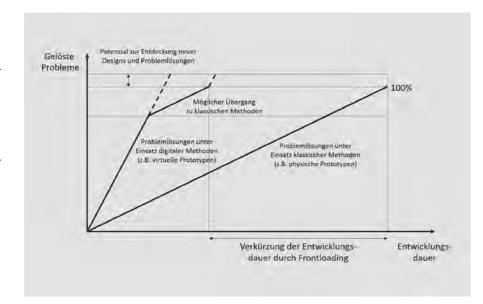
Wie können Unternehmen Digitalisierung im Innovationsbereich nutzen?

Die Digitalisierung der Unternehmenswelt ist in aller Munde. Sie verspricht erhebliche Chancen und Potenziale, stellt jedoch gerade etablierte Unternehmen vor eine Reihe großer Herausforderungen, die es zu meistern gilt, um in diesem geänderten Umfeld zu bestehen. Dies gilt insbesondere auch im Innovationsbereich. Digitale Innovation ermöglicht Unternehmen nicht nur, radikal neue Innovationen zu entwickeln, sondern gibt ihnen auch eine Reihe neuer und leistungsstarker Werkzeuge zum Management des Innovationsprozesses an die Hand.

Grundsätzlich ist der Einsatz digitaler Werkzeuge im Innovationsbereich nicht neu. Die Entwicklung virtueller Crashtests in der Automobilindustrie oder des High-Throughput-Screenings in der Pharmaindustrie hat bereits in den 1990er Jahren zu erheblichen Effizienz- und Zeitgewinnen bei der Entwicklung neuer Fahrzeuge und Medikamente geführt. Die steigende Geschwindigkeit der Entwicklung digitaler Technologien und deren zunehmender Reifegrad erlauben es Unternehmen heute jedoch, über einzelne digitale Werkzeuge hinaus eine integrierte digitale Infrastruktur als Plattform für ihre Innovationsaktivitäten zu schaffen.

Einfluss der Digitalisierung auf Produkt- und Dienstleistungsinnovationen

Der Einfluss der Digitalisierung auf die von Unternehmen entwi-



Auswirkungen des Frontloadings mittels digitaler Werkzeuge auf die Entwicklungsdauer

ckelten Angebote zeigt sich in drei wesentlichen Facetten: Im Zuge der Digitalisierung werden Produkte zunehmend durch Dienstleistungen ergänzt, wobei der Kernwert des Produkts durch den Wert digitaler Erweiterungen erhöht wird (Beispiele: Smart Watches, sensorbasierte selbstfahrende Fahrzeuge). Die Nutzung von Sensoren, GPS, Kommunikationstechnologien etc. in und um Produkte herum ermöalicht es u.a., diese miteinander zu vernetzen und untereinander kommunizieren zu lassen. Einerseits bilden diese Technologien damit die Basis des Internets der Dinge (IoT), andererseits bieten sie die Möglichkeit zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle, z.B. von digitalen Mietplattformen (wie Airbnb und Uber). Schließlich können Produkte und Dienstleistungen selbst in digitale

Dienstleistungen umgewandelt werden. Während dies bei Informationsprodukten wie Software und Inhalten wie Musik, Video und Text bereits üblich ist, experimentieren Hersteller physischer Produkte zunehmend mit der Verwandlung ihrer Produkte in Dienstleistungen (z.B. Aktivierung der Sitzheizung durch Bezahlung bei Connected Drive von BMW).

Einfluss der Digitalisierung auf Innovationsprozesse

Unternehmen steht heute eine Vielzahl digitaler Werkzeuge zur Verfügung, die in unterschiedlichen Phasen des Innovationsprozesses eingesetzt werden können. Diese Werkzeuge bieten zwei wesentliche Vorteile: Erstens vereinfachen bzw. verbessern sie die Kommunikation sowohl innerhalb des Projektteams

und Unternehmens als auch mit externen Partnern. Dies erleichtert die Öffnung von Innovationsprozessen und die Integration externer Wissensquellen wie Expert:innen, User oder Communitys in die Innovationsaktivitäten des Unternehmens. Zweitens ermöglichen digitale Werkzeuge eine effektivere Reduzierung der technischen und marktbezogenen Unsicherheit im Innovationsprozess, indem sie dem Projektteam eine breitere Informationsbasis liefern können und diese Informationen immer früher im Innovationsprozess verfügbar machen. Dieses sog. Frontloading ermöglicht es, frühzeitig Probleme zu erkennen, Alternativen (virtuell) zu testen und dadurch Entwicklungs- und Änderungskosten und -zeiten zu reduzieren. Neue empirische Studien zeigen, dass die daraus resultierenden Effizienz- und Effektivitätssteigerungen nicht nur in Einzelfällen, sondern über Branchen hinweg und sowohl im produzierenden Gewerbe als auch im Dienstleistungssektor realisiert werden können.

Herausforderungen für Unternehmen

Insbesondere etablierte Unternehmen stehen jedoch vor der Herausforderung, sich anzupassen und weiterzuentwickeln, wenn sie die Potenziale der Digitalisierung im Innovationsmanagement ausschöpfen möchten. Hierbei entsteht eine Reihe von Spannungen durch konkurrierende Anforderungen, denen sich die Unternehmen ausgesetzt sehen. Die Effizienz- und Effektivitätssteigerungen durch den Einsatz digitaler Werkzeuge im Innovationsprozess hängt maßgeblich von den IT-Fähigkeiten der Unternehmen ab. Der Auf- und Ausbau dieser Fähigkeiten unter Beibehaltung der vorhandenen Stärken

Phase im Inno- vationsprozess	Digitale Werkzeuge
Ideensuche	 Broadcast-Suche / Crowdsourcing Cross Sector Pattern Matching Patent Mining Innovationswettbewerbe Innovationsmärkte User Communities Netnographie Interne Kollaborationsplattformen
Ideenauswahi	 Ideenmärkte Abstimmung über kollaborative Plattformen Crowdfunding Entscheidungsunterstützungstools Machine Learning / KI als Entscheidungstools Simulation und Prototyping Digital Twins
Umsetzung	 Simulation und Prototyping Digital Twins Kollaborationsplattformen Co-Creation Communities Virtual Teams Machine Learning / KI
Value Capture	 Networking und virales Marketing zur Diffusionsbeschleunigung Plattformmodelle zur Wissensnutzung Aufbau von Ökosystemen Machine Learning / KI

Übersicht über ausgewählte digitale Werkzeuge in verschiedenen Phasen des Innovationsprozesses

ist für viele Unternehmen eine erhebliche Herausforderung. Die Vernetzung interner Mitarbeitender und Abteilungen sowie insbesondere auch der Einbezug externer Partner:innen und Ressourcen in den Innovationsprozess stellen weitere Herausforderungen dar. Ein zu starker Fokus auf interne Ressourcen birgt das Risiko, wertvolle Gelegenheiten für eine abteilungs- oder unternehmensgrenzüberschreitende Wertschöpfung zu übersehen, während eine zu starke Außenorientierung das Gleichgewicht

der internen Arbeitsorganisation gefährden kann. Abschließend bedarf es einer Anpassung der internen Entscheidungsprozesse. Unternehmen müssen Managementmethoden und systeme entwickeln, die Kreativität und Differenzierung fördern und damit potenziell zu Lasten bestehender Entscheidungsstrukturen gehen. Dementsprechend müssen Manager:innen ein Gleichgewicht finden zwischen Kontrolle und Flexibilität, um die Möglichkeiten der Digitalisierung zu erschließen.



Studierende stellen sich im Assessment Center der NORDAKADEMIE Bewerbungsgesprächen, Persönlichkeitstests und weiteren Aufgaben und erhalten von Personalexpert:innen ein direktes Feedback

Agiles Mindset im Potenzial-Assessment-Center

Prof. Dr. David Scheffer veranstaltet mit Unterstützung der wissenschaftlichen Mitarbeiterin Bettina Bennies seit vielen Jahren das Potenzial-Assessment-Center, in dem Studierende sich Bewerbungsgesprächen, Persönlichkeitstests und weiteren Aufgaben stellen und dabei von Personalexpert:innen ein Feedback erhalten. Gemeinsam mit Ingelies Vierus aus dem Kreis der Beobachtenden berichtet Prof. Scheffer über die neuesten Entwicklungen dieses langjährigen Forschungslabors der NORDAKADEMIE.

Seit 23 Jahren findet das dreitägige Potenzial-Assessment-Center an der NORDAKADEMIE jährlich statt und wird stetig weiterentwickelt. Mit der Zeit haben wir, vor allem dank der enormen Unterstützung von Seiten der Assessment-Center-Gruppe aus den Partnerunternehmen, ein sehr hohes Niveau an psychometrischer Qualität erreicht. Im Mittelpunkt stehen stets wertschätzendes und ehrliches Feedback an die Teilnehmer:innen und die direkte Umsetzung. Am letzten Tag erhalten die Teilnehmenden in Einzelgesprächen mit den Beobachtenden ein umfassendes Abschlussgespräch.

Nachdem wir 2021 Corona geschuldet eine komplett digitale Version des ACs durchführen mussten, haben wir bereits im letzten Jahr eine neue hybride Form entwickelt, in der wir das Beste aus den vorigen Formen vereinen konnten. So finden die Vorstellungs-Kennenlern-Gespräche in digitaler Form und alle weiteren Aufgaben direkt in Elmshorn auf dem Campus statt, so dass die gesamte Interaktion der Teilnehmenden besonders gut beobachtet werden kann. In diesem Jahr konnten unter (fast) idealen Voraussetzungen ca. 50 Beobachtende die 48 Teilnehmenden in Aktion erleben.

Neues Beobachtungskriterium "Agiles Mindset" wurde in das Forschungsdesign eingeführt

Eines der aktuellen Themen im Unternehmensalltag ist zurzeit das Thema New Work und Agilität. Unter Agilität verstehen wir die Beweglichkeit von Personen in Organisationen bzw. in Strukturen und Prozessen. Sie ermöglicht es, flexibel auf unvorhergesehene Ereignisse und neue Anforderungen zu reagieren oder diese sogar zu antizipieren. Diese Kompetenz wird in unseren Partnerunternehmen immer wichtiger. Daher lag es nahe, ein neues Beobachtungskriterium - das Agile Mindset - zu kreieren. Dabei beobachteten wir auf Grundlage des Agilen Manifests Kriterien wie Feedbackkultur, Proaktives Handeln, Transparenz und Priorität von Menschen gegenüber Prozessen.

Erstmalig haben wir das Agile Mindset bei den Teilnehmenden beobachtet und dabei auch einen regen Austausch zum Thema New Work und Agilität beim abendlichen Netzwerken nach Abschluss des ACs angestoßen. So konnten wir direkt Feedback zu unserem neuen Beobachtungskriterium sammeln, es nun in die folgenden Auswertungen einbeziehen und gleich verbessern – ganz im Sinne der Agilität.

Für das AC-Entwicklungsteam ist es in jedem Jahr ein ganz besonderes Wochenende, das sowohl in der Vorbereitung als auch in der Umsetzung groβen Spaβ bringt – deshalb sind auch so viele schon so lange dabei. Unser besonderer Dank gilt Bettina Bennies, ohne deren fantastisches organisatorisches Talent das Entwicklungsteam keine Chance hätte, dieses Potenzial-AC zustande zu bringen. Des Weiteren danken wir den Teilnehmenden und Beobachter:innen, die uns einen so tiefen Einblick haben gewinnen lassen.

CrossLab - hochschulübergreifende Forschung

Das Projekt CrossLab wird gefördert von der Stiftung Innovation in der Hochschullehre.



Stiftung Innovation in der Hochschullehre

Es hat das Ziel, Labore zu vernetzen und damit eine Nutzung von Experimenten in verschiedenen Labortypen unterschiedlichster Disziplinen über Standorte hinweg deutschlandweit zu ermöglichen. Um dies zu erreichen, arbeiten die TU Bergakademie Freiberg, die TU Dortmund, die TU Ilmenau und die NORDAKADEMIE gemeinsam an den didaktischen, technischen und organisatorischen Grundlagen. Dafür sind eine aktive Zusammenarbeit und ein intensiver Austausch aller Beteiligten essenziell, sowohl digital als auch in regelmäβigen Projekttreffen an verschiedenen Orten.

Im März 2023 ist das Projekt-Team der NORDAKADEMIE der Einladung



Gemeinsamer Austausch der Projektmitarbeitenden an der TU Dortmund

Punkte nochmal hinterfragt und diskutiert. Durch neue Erkenntnisse und neue Klarheit haben alle vom Treffen profitiert. Nun kann mit neuer Energie an der Umsetzung der CrossLab-Vision gearbeitet werden.

Neues "Drohnenlabor" in der NORDAKADEMIE

Drohnen werden mittlerweile in zahlreichen Gebieten eingesetzt – sei es zum Filmen (privat sowie professiospiel in der Mess-, Steuerungs-, und Regelungstechnik sowie im Bereich der eingebetteten Systeme, der systemnahen Programmierung, aber auch als Anwendungsszenario für Klbasierte Bildanalyseverfahren.

Zur Verbesserung der Lehre wurde vom Projekt CrossLab ein neues Drohnen-Lehrsystem, das Quadrotor Control System der Firma Emqopter, angeschafft. Das System erlaubt ebenfalls die Umsetzung neuer Lehrkonzepte auf Grundlage aktueller didaktischer Erkenntnisse.

In Zukunft soll das System noch erweitert werden: Durch die Anbindung an die CrossLab-Schnittstelle wird nicht nur das Remote-Experimetieren ermöglicht, sondern auch das Drohnensystem in ganz neuen Experimenten verfügbar gemacht. Denkbar ist zum Beispiel ein Szenario, bei dem Studierende von zu Hause aus eine Drohne in Elmshorn mit Hilfe eines Steuerungsgerätes des CrossLab-Projektpartners TU Ilmenau steuern.



system, das Quadrotor Control System der Firma Emgopter, angeschafft

der TU Dortmund gefolgt. Drei Tage lang haben sich Bernhard Meussen, Daniel Versick, Franziska Herrmann, Jan Haase, Louis Kobras und Marcus Soll mit den Partner:innen aus den anderen Institutionen ausgetauscht. Es wurden offene Fragen geklärt, nell), zum Sammeln von Forschungsdaten, in der zukünftigen Logistik oder aber auch einfach nur zum Spaß. Aufgrund der Vielzahl der integrierten Sensor- und Aktorsysteme gibt es aber auch zahlreiche Einsatzmöglichkeiten in der Lehre, so zum Bei-



Transmediale Datenanalyse

Die deutsche Medienberichterstattung über die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2022

Jede Fußball-WM ist ein Ereignis von großer Bedeutung für die deutsche Gesellschaft. "Das Wunder von Bern" 1954, "Das Sommermärchen" 2006 oder der letzte WM-Sieg 2014 sind tief im kollektiven Gedächtnis der Deutschen verankert. Selbst Menschen, die sich sonst nicht für Fußball interessieren, schauen sich häufig die WM-Spiele der deutschen Nationalmannschaft an. Dementsprechend nimmt die Sportberichterstattung während eines Turniers in den deutschen Medien einen großen Raum ein. Im Vorfeld der WM 2022 verlagerte sich die Berichterstattung jedoch von sportlichen Themen hin zu politischen und gesellschaftlichen Fragestellungen.

In einem Masterprojekt wurde von den Studierenden Jonas Bredenbeck, Luca Degenhardt, Patrick Heger, Michel Hüpohl, Kai Pannier und Jos Ritter unter Betreuung von Ado Nolte, Bahne Christiansen und Michael Schulz von der NORDAKADEMIE untersucht, inwieweit die Berichterstattung in den deutschen Medien während des Turniers durch den Austragungsort Katar beeinflusst wurde und ob es eine Entwicklung zwischen dem Eröffnungsspiel und dem Finale gab.

Methodik

Als Datenquelle für die Studie wurden deutschsprachige Medieninhalte genutzt. Berücksichtigt wurden Artikel aus Online-Nachrichtenportalen, Podcasts und Audiospuren von Videos zur Fußballweltmeisterschaft. Mit der Vielfalt dieser Quellen sollte das Gesamtinteresse der deutschen Gesellschaft gemessen und analysiert werden.



Studierende aus unterschiedlichen Masterstudiengängen haben in einem Masterprojekt untersucht, inwieweit die Berichterstattung in den deutschen Medien während des Turniers durch den Austragungsort Katar beeinflusst wurde und ob es eine Entwicklung zwischen dem Eröffnungsspiel und dem Finale gab

Die Texte wurden während der gesamten WM gesammelt. Um eine textanalytische Methode zu entwickeln und anzupassen, die bereits zu den ersten WM-Spielen genutzt werden konnte, begann die Datenerhebung bereits zwölf Tage vor dem Eröffnungsspiel. Die Audioquellen wurden mit Hilfe von Spracherkennungsmethoden in Texte umgewandelt. Neben dem Hauptinhalt wurden für jede Texteinheit auch Metadaten wie die Quelle, der Titel und der Zeitpunkt der Veröffentlichung extrahiert.

Methoden des maschinellen Lernens wurden eingesetzt, um zu erkennen, ob die jeweiligen Texte mit der WM in Verbindung stehen, und um zu entscheiden, ob es sich eher um sportbezogene Themen oder um politische und soziale Fragen handelt. Ein Schlüsselwortfilter und ein Support Vector Classifier mit dem Bag-ofWords-Modell kamen zur Anwendung. Vom 8. November 2022 bis zum 19. Dezember 2022 wertete das Forschungsteam insgesamt 25322 Artikel aus.

Ergebnisse

Es lässt sich feststellen, dass in den deutschen Medien zunächst ein deutliches Interesse an der WM bestand. Dieses Interesse nahm jedoch in der Folgezeit stetig ab und erreichte seinen Tiefpunkt am 12. Dezember 2022. Auch die Halbfinalspiele und das Finale haben das Interesse nicht signifikant gesteigert, was für die Medienberichterstattung sehr ungewöhnlich ist.

Gleich zu Beginn des Turniers sorgte das Verbot der "One-Love-Armbinde" durch die FIFA für viele kritische Artikel in den Medien. So erreichte die politische und gesellschaftliche Berichterstattung rund um das Spiel Deutschland gegen Japan am 23. November ihren Höhepunkt. Danach verlor sie stetig an Relevanz und blieb bis zum Ende des Turniers auf einem deutlich niedrigeren Niveau als vor dem Turnier.

Das höchste sportliche Interesse der deutschen Medien lässt sich erwartungsgemäβ bei den drei Spielen mit deutscher Beteiligung feststellen.
Nach dem Ausscheiden der deutschen Nationalmannschaft am 1. Dezember 2022 nahm das sportliche Interesse deutlich ab und stieg auch zum Finale hin nicht mehr an, während die politische und gesellschaftliche Berichterstattung auf einem niedrigen Niveau blieb.



Miteinander in Verbindung bleiben

Im Nordakademiker e.V., der offiziellen Alumni-Organisation der NORDAKADEMIE, stehen Alumni, Studierende und Mitarbeitende seit 1993 im lebendigen Austausch. Die rund 2800 Mitglieder profitieren dazu jeden Monat neu von Vorträgen inspirierender Speaker, Unternehmensführungen und interaktiven Workshops. Zusätzlich gibt es Networking-Events, die auch den entspannten Austausch bei einem Glas Wein ermöglichen.

Vor Kurzem fiel der Startschuss

für das exklusive und sehr beliebte Mentoring-Programm des Norakademiker e.V. Der aufwendige Matching-Prozess hat aus einer Vielzahl an Bewerbungen 14 optimale Paarungen hervorgebracht. 28 Mitglieder haben sich so im Rahmen einer gelungenen Kick-off-Veranstaltung im Dockland kennengelernt. Ab sofort nehmen sich die erfahrenen Mentor:innen des Alumni-Netzwerkes ihrer Mentees an und geben ihr Wissen und ihre Erfahrungen weiter. Wir wünschen allen Teilnehmenden auch dieses Mal einen spannenden Austausch und wegwei-

sende Erkenntnisse für die persönliche Weiterentwicklung!

Alle wichtigen Infos zu dem Programm, unseren Veranstaltungen und den vielen Vorteilen einer Mitgliedschaft bei uns findet man auf www. nordakademiker.de oder auf unseren Social-Media-Kanälen. Unter dem Usernamen Nordakademiker e.V. halten wir alle insbesondere auf Instagram und LinkedIn auf dem neusten Stand.

Der Vorstand des Nordakademiker e.V.



In eigener Sache

Kirsten Wiebling ist seit Juni die neue Alumni-Managerin des Nordakademiker e.V. Da sich Sina Rieß vorerst in die Elternzeit verabschiedet, begrüßt Kirsten ab sofort alle herzlich im AlumniOffice und ist Ansprechpartnerin bei allen Angelegenheiten rund um Mitgliedschaft und Verein.



Zukunft fördern

Die NORDAKADEMIE-Stiftung mit neuen Förderkriterien

Die NORDAKADEMIE-Stiftung hat sich intensiv mit den Herausforderungen des strategischen Wan-

des strategischen Wandels auseinandergesetzt.
In enger Zusammenarbeit mit der Hochschulleitung der NORDAKADEMIE Hochschule der Wirtschaft hat die Stiftung ihr Profil geschärft und neue Förderkriterien entwickelt.

Die NORDAKADEMIE-Stiftung fördert künftig "Projekte, die Wirtschaft und Arbeitswelt zukunftsfähig und praxistauglich gestalten". Förderfähige Projekte sollen verantwortlich und reflektiert sowie kooperativ sein und inter- oder transdisziplinär mit externen Partnern zusammenarbeiten. Die Projektergebnisse sollen nutzbar für die Praxis sein und eine zukunftsfähige Wirtschaft und Arbeitswelt fördern.

Wissenschaft und Forschung

Im Bereich Wissenschaft und Forschung hat die NORDAKADE-MIE-Stiftung bereits seit Jahren interdisziplinäre, anwendungsorientierte Forschungsprojekte mit hoher nutzenstiftender Relevanz gefördert. Anfang des Jahres 2023 hat ein Team um Prof. Dr. David Scheffer mit der Forschungsarbeit in dem aktuell von der NORDAKADEMIE-Stiftung geförderten Projekt "Gesundheitsseismograph" begonnen. Ziel des Projektes ist es, eine Datenbank mit Schnittstellen zu entwickeln, in die die im Rahmen des CAPTA-Projekts entwickelten Algorithmen zur Messung unterbewusster Bedürfnisse, Motive und Kognitionen implementiert sind. In diese Datenbank sollen die Befragungsdaten aus der vom Kreis

Pinneberg geplanten regelmäßig erhobenen Gesundheitsbefragung

NORDAKADEMIE STIFTUNG

einschließlich offener Fragen importiert werden und dann durch die Algorithmen ausgewertet und im Kontext anderer Gesundheitsdaten validiert werden. Ziel des Projektes "Gesundheitsseismograph" ist es daher, die Algorithmen im Kontext von umfangreichen Gesundheitserhebungen auf ihre Validität und Nützlichkeit hin zu untersuchen.

Kunst und Kultur

In Lübeck wird im Jahr 2023 das Konzert der Kammerphilharmonie Lübeck "Mitspielprojekt - Schostakowitschs 5. Sinfonie im Orchester

> erleben" gefördert. Im Rahmen dieses innovativen Formates werden Laienmusiker:innen eingeladen, gemeinsam mit der Kammerphilharmonie ein

Orchesterwerk zu erarbeiten.

Ausblick

Ziel der Stiftungsarbeit ist es, Brücken zu schlagen zwischen Wissenschaft und Forschung, Bildung, Kunst und Kultur und gemeinsam daran zu arbeiten, dass die Welt lebenswert

Die NORDAKADEMIE-Stiftung freut sich, mit neuen Kooperationspartnern ins Gespräch zu kommen, und ermutigt alle Interessierten, förderungsfähige Projekte vorzustellen.

Personalia

Personell gab es Veränderungen in der NORDAKADEMIE-Stiftung: Prof. Dr. Sabine Maasen, Professorin für Wissenschafts- und Innovationsforschung sowie Direktorin der TransferAgentur an der Universität Hamburg, wurde auf der Hauptversammlung der NORDAKADEMIE Hochschule der Wirtschaft am 23.2.2023 zur neuen Vorsitzenden des Stiftungsrates gewählt. Sie wird mit ihrer hervorragenden und umfassenden Expertise im Bereich des Wissenstransfers die Transformation der Stiftung begleiten und beraten.

Die Stiftungsratsmitglieder Prof.

Dr. Leo Brecht, Dr. Nico Fickinger sowie Kirsten Wagner wurden auf der Hauptversammlung der NORDAKADEMIE Hochschule der Wirtschaft im Wege der Blockwahl für eine weitere Amtszeit von fünf Jahren zu Mitgliedern des Stiftungsrates der NORDAKA-DEMIE-Stiftung gewählt.

Wir danken allen Stiftungsratsmitgliedern für ihren wertvollen ehrenamtlichen Einsatz für die NORDAKADEMIE-Stiftung und freuen uns über ihre Bereitschaft, dem Stiftungsrat weitere fünf Jahre mit bewährtem Rat und Sachverstand zur Verfügung zu stehen.



ARIC e.V. - im Zentrum des Hypes

Am 30. November 2022 veröffentlichte das US-amerikanische Unternehmen OpenAl den Konversationsbot ChatGPT. Fünf Tage später hatte der kostenfreie Dienst die Marke von einer Million Nutzer:innen überschritten und unser Team im Artificial Intelligence Center (ARIC) erlebte, wie es ist, wenn sich plötzlich die breite Öffentlichkeit für das eigene Thema interessiert.

ChatGPT ist ein sogenanntes Large Language Model und basiert auf Künstlicher Intelligenz. Mit dem ARIC-Computerlinguisten Werner Bogula haben wir diese und weitere Hintergrundinformationen verständlich aufbereitet. So wollten wir den vielen Missverständnissen und Ängsten begegnen, die das Thema KI umgeben. Und der Bedarf ist riesig: Noch nie war eine ARIC-Veranstaltung so schnell ausgebucht wie die Onlinevorträge über ChatGPT. Das bot uns die groβe Chance, unser Herzensthema in Szene zu setzen und Aufklärungsarbeit zu leisten. Eine Auswahl unserer weiteren Aktivitäten:

- Jede Woche haben wir zwei unserer Remote Brown-Bag-Sessions durchgeführt, bei denen Expert:innen aus ganz verschiedenen Bereichen über KI-Themen und Projekte informiert haben. Dazu kommen zahlreiche andere Events.
- Im Al.Startup.Hub begleiten wir ausgewählte Hamburger KI-Startups auf ihrem Weg zum erfolgreichen KI-Unternehmen. Unsere KI-Experten übernehmen die technische Beratung, als Networking-Spezialisten haben wir zudem Unternehmen und Investoren in Kontakt miteinander gebracht.
- Die Quantentechnologie-Initiative hamburg quantum innovation capital (hqic) arbeitet daran, das Hamburger Quantencomputing-Ökosystem aufzubauen, und hat eigene Events durchgeführt und ist mit einer Website an den Start gegangen.
- Wir sind Konsortialpartner in verschiedenen Verbundprojekten, beispielsweise im European Digital Innovation Hub (EDIH), der im April feierlich eröffnet wurde.

- Wir haben einige neue Kooperationspartner gewonnen: Das Technologiezentrum Tempowerk ist jetzt beispielsweise Mitglied im ARIC und auch die Hamburger Logistik Initiative wird zukünftig mit dem ARIC kooperieren.
- Zusammen mit der NORDAKADE-MIE haben wir Studienprojekte durchgeführt und betreut.

Am Ende einiger geschäftiger Monate voll mit nicht nachlassendem Interesse ist die ARIC-Botschaft vielleicht (hoffentlich?) bei vielen Menschen angekommen: Wir erleben hier gerade keinen kurzfristigen Hype, sondern eine tiefgreifende technologische Entwicklung. Künstliche Intelligenz ist gekommen, um zu bleiben und Gesellschaft und Wirtschaft positiv zu verändern. Dafür stehen wir als ARIC. Und euch nehmen wir gern mit: Schreibt uns, wenn ihr kooperieren wollt, schaut auf unserer Homepage und auf unseren Channels nach unseren Events. Bleibt mit uns im Gespräch über Künstliche Intelligenz!

Sabrina Pohlmann (ARIC e.V.)



"ChatGPT & Co: Wie der Mittelstand von Künstlicher Intelligenz profitieren kann"

Abschlussveranstaltung des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums Usability an der NORDAKADEMIE

Nach einer Projektdauer von fünf Jahren fand das vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) geförderte Projekt "Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Usability" am 23. März 2023 mit einer Veranstaltung zum Thema Künstliche Intelligenz seinen Abschluss.

Die Veranstaltung fand in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Mittelständische Wirtschaft (BVMW) Metropolregion Hamburg im Dockland statt. Der Einladung zum KI-Trainer-Workshop waren ca. 85 Teilnehmende aus kleinen und mittleren Unternehmen gefolgt. Referent Dr. Dirk Johannßen, Alumnus der NORDAKADEMIE und KI-Trainer im Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Usability, sprach zum Thema "ChatGPT & Co: Wie der Mittelstand von Künstlicher Intelligenz profitieren kann".

Positives Feedback

Dr. Johannßen konnte die komplexen Zusammenhänge interessant, lebendig und zielgruppengerecht vermitteln. Er umriss, wo der Mittel-



Referent Dr. Dirk Johannßen, Alumnus der NORDAKADEMIE und KI-Trainer im Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Usability, sprach zum Thema "ChatGPT & Co: Wie der Mittelstand von Künstlicher Intelligenz profitieren kann"

stand jetzt schon vom Einsatz von KI profitieren kann. In zwei interaktiven Vorträgen wurden zunächst die Grundlagen und Hintergründe von ChatGPT, wie Maschinelles Lernen und Natürliche Sprachverarbeitung, beleuchtet. Anschließend sprach Dr. Johannßen über aktuelle Risiken und Herausforderungen von ChatGPT. Er machte deutlich, in welchen Bereichen (noch) Vorsicht geboten ist und

bei aller Euphorie für das Thema der weitere technologische Fortschritt abzuwarten ist.

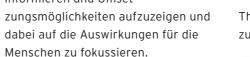
Beim anschließenden gemütlichen Beisammensein und gemeinsamen Essen entstand reger Austausch unter den Teilnehmenden. Insgesamt ein informativer und erfolgreicher Abend, der alle Anwesenden begeistert hat

Der Fokus des Projekts lag auf Seiten der NORDAKADEMIE auf dem E-Learning und der Selbstbefähigung mittels Durchführung von Workshops zu den Themen Usability Testing und Kommunikationsmethodik sowie Künstliche Intelligenz im Personalmanagement. Höhepunkte waren Veranstaltungen wie die Fachtagung des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums Usability "#missionuux" oder die "Zukunftsbaustelle menschzentrierte Digitalisierung", die an der NORDAKADEMIE stattgefunden haben. Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Usability bedankt sich bei der NORDAKADEMIE für die erfolgreiche Zusammenarbeit in den letzten fünf Jahren.

Mittelstand Digitalzentrum Fokus Mensch

NORDAKADEMIE weiterhin aktiv im Mittelstand-Digital-Netzwerk

Seit dem 1. Mai 2023 ist die NORDAKADEMIE Kooperationspartner im Mittelstand Digitalzentrum Fokus Mensch. Das Motto des neuen Mittelstand Digitalzentrums Fokus Mensch lautet: "Gemeinsam die digitale Zukunft menschzentriert gestalten". Es hat sich zum Ziel gesetzt, kleine und mittlere Unternehmen über die Chancen und Herausforderungen auf dem Weg der Digitalisierung zu informieren und Umset-



Die Mittelstand Digitalzentren vernetzen wissenschaftliche Neuerungen mit den Bedarfen der Wirtschaft. Ein Ziel, das hervorragend zur Ausrichtung der NORDAKADEMIE passt. Die



Franziska Herrmann kümmert sich an der NORDAKADEMIE federführend um die Projekte für das neue Digitalzentrum

Themen im neuen Digitalzentrum, zu dem neben der NORDAKADEMIE



weitere Hochschulen gehören, liegen in den Bereichen menschzentrierte Innovation und Gestaltung, Wohlbefinden und Resilienz, nachhaltige Transformation, Fairness und Diversität, Künstliche Intelligenz sowie digitale Souveränität. Die NORDAKADEMIE wird den Themenbereich digitale Souveränität vertreten. Franziska Herrmann wird an der NORDAKADEMIE für das neue Digitalzentrum tätig sein.

Mittelstand Digital ist eine Initiative gefördert vom

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK). Derzeit besteht das Mittelstand-Digital-Netzwerk aus 25 Digitalzentren und zwei Kompetenzzentren, die themenoder regionalbezogen kostenfreie Unterstützung wie Veranstaltungen, Workshops, Vorträge oder Projekte anbieten.

Ein 3D-gedruckter Schuh für jeden Fuß

Bei Zellerfeld, einem neuen Kooperationsunternehmen der NORDAKADEMIE, trifft innovatives Design auf nachhaltige Produktionstechnologie

Als Pionier des 3D-gedruckten
Schuhdesigns bietet Zellerfeld aktuell
über eine OnlinePlattform einzigartige Modelle zur
Auswahl, die von
renommierten und
jungen Designer:innen
entworfen wurden. Jeder Schuh
bei Zellerfeld wird mithilfe eines
selbst entwickelten 3D-Druckverfahrens maßgeschneidert und ohne
Überschüsse oder Abfälle für die

Kund:innen hergestellt. Das thermoplastische Material, das Zellerfeld zur Herstellung verwendet, ist zu 100% recycelbar. Mit ihrem ein-

zigartigen und innovativen
Ansatz hat Zellerfeld
die Schuhindustrie
revolutioniert. Zellerfeld ist stolz darauf,
seinen Sitz für Forschung

und Entwicklung in Hamburg zu haben und eng mit lokalen Expert:innen zusammenzuarbeiten. Diese Partnerschaften ermöglichen es dem Unternehmen, 3D-gedruckte Schuhe zu entwickeln und zu produzieren und gleichzeitig zur lokalen Wirtschaft beizutragen.

Seit Februar 2023 gehört Zellerfeld zu den Kooperationsunternehmen der NORDAKADEMIE und engagiert sich so für die Ausbildung und Entwicklung junger Talente in diesem Bereich.



Stammtisch zum Networken

NORDAKADEMIE lud Ausbilder:innen der Partnerunternehmen zum Get-together ein

Zum ersten After-Work-Event trafen sich die Ausbilder:innen der Partnerunternehmen der NORDAKADEMIE mit Vertreter:innen der Hochschule Anfang Februar im Hamburger Dockland. Sandra Galgon, an der Hochschule Referentin für Firmenbetreuung und Kooperationen, freute sich: "Endlich konnten wir wieder in den persönlichen Austausch treten und haben uns sehr gefreut, dass uns von Airbus bis Zellerfeld viele unserer Ansprechpartner:innen besucht haben." Zur blauen Stunde zeigte sich der Campus Hamburg von der allerbesten Seite und alle konnten entspannt den Sonnenuntergang vor der grandiosen Kulisse des Hamburger Hafens genießen. Nach einer kleinen Campus-Führung mit der Study Consultant für das Master-Studium Patricia Lichtenberg begrüßte Hochschulpräsident und Vorstand Prof. Dr. Stefan Wiedmann die rund 50 Gäste.



Hochschulpräsident Prof. Dr. Stefan Wiedmann begrüßte die rund 50 Gäste

Kühles Bier im Kühlschrank der Campus-Küche ließ den einen oder die andere wehmütig an eigene Studien-WG-Zeiten zurückdenken. Herrlich passten dazu die leckeren "nordischen Tapas", die das Partnerunternehmen Friesenkrone Feinkost Heinrich Schwarz & Sohn mitgebracht hatte. "Dass Friesenkrone der Preis für das
"beste Fischprodukt' zu Recht verliehen wurde, konnten wir ganz genau
schmecken", so Sandra Galgon. Und
was tut man nach dem Essen? Am
besten entspannt man sich bei einer
guten Tasse Tee. Julia Meyer und Finn
Bünnemann vom Kooperationspartner
Ostfriesische Tee Gesellschaft unterhielten die Gäste mit einer gelungenen
ostfriesischen Teezeremonie. Ein
herzlicher Dank geht an die beiden
Partnerfirmen für ihren besonderen
Einsatz an diesem Abend.

In entspannter Atmosphäre nutzten die Gäste die Gelegenheit, neue
Kontakte zu knüpfen. "Für mich ist
es immer wieder beeindruckend zu
sehen, wie vielfältig die Produkte und
Erfahrungen unserer Partnerbetriebe
sind und wie bereichernd eine vertrauensvolle Zusammenarbeit sein
kann. Ich fand, es war ein richtig toller
Abend, und danke allen Anwesenden,
dass sie dabei waren", zieht Sandra
Galgon ein zufriedenes Resümee der
erfolgreichen Auftaktveranstaltung.



Alle konnten entspannt den Sonnenuntergang vor der grandiosen Kulisse des Hamburger Hafens genießen

NORDAKADEMIE Matching Day

Online-Speed-Dating-Format ging an den Start

Mit großem Erfolg wurde am 3. Februar 2023 der erste NORDAKADEMIE Matching Day durchgeführt.

Zusammen mit talentefinder, dem Anbieter einer Matching-Plattform, entwickelte das Schülermarketing der Hochschule diese rein digitale Veranstaltung, bei der Kooperationspartner mit potenziellen Studieninteressierten gematcht und Einzelgespräche durchgeführt wurden. 45 Unternehmen trafen auf 100 interessierte Schüler:innen und man lernte sich in 250 vereinbarten Online-Meetings gegenseitig kennen.

Dieses Format war für die meisten Partnerunternehmen neu und erforderte daher von beiden Seiten ein wenig Vorbereitung, die bereits im November startete. Die teilneh-



Die NORDAKADEMIE und ihre Unternehmen gehen neue Wege im Schülermarketing

menden Firmen konnten aussagekräftige Profile und Stellenanzeigen auf der talentefinder-Plattform erstellen und für den 3. Februar persönliche (digitale) Gesprächstermine im Viertelstunden-Takt vereinbaren. Die Passgenauigkeit zwischen den Talenten und den ausgeschriebenen Profilen war insgesamt, bis auf einige Ausnahmen, sehr gut. "Ein sehr innovatives und erfrischendes Format", so der Tenor der Unternehmen nach der Auftaktveranstaltung.

NORDMETALL F1-CUP Schleswig-Holstein

Nach zwei virtuellen Wettbewerben kam in diesem Jahr bei der schleswigholsteinischen Landesmeisterschaft endlich wieder Rennsport-Atmosphäre auf: Im Audimax der NORDAKADEMIE in Elmshorn lieferten sich 19 Teams in zwei Altersstufen spannende Kopf-an-Kopf-Rennen und präsentierten ihre Teamstände vor einer Fachjury.

Die NORDMETALL-Stiftung ermöglichte den multidisziplinären Schülerwettbewerb "Formel 1 in der Schule" bereits zum vierzehnten Mal. Lehrkräften bietet der NORDMETALL CUP die Chance, einen praxisnahen, fächerübergreifenden und motivierenden Unterricht zu gestalten.

Seit Herbst 2022 hatten sich 122 Schüler:innen im Alter von 11 bis 19



Das Audimax wurde beim NORD-METALL CUP zur Rennstrecke

Jahren zusätzlich zur Schule intensiv auf den Wettbewerb vorbereitet. Am Computer konstruierten sie ihre Mini-Rennwagen, frästen diese aus Kunststoff oder stellten sie im 3D-Druckverfahren her, testeten und optimierten sie und entwarfen ein Portfolio für Jury und Sponsoren. Die rund 20 Zentimeter langen Formel-1-Rennwagen erreichen, von einer Gaspatrone angetrieben, Geschwindigkeiten von mehr als 80 Kilometern pro Stunde. Doch nicht allein die Schnelligkeit entscheidet beim NORDMETALL CUP über den Sieg, sondern die beste Gesamtleistung. Dazu gehören Konstruktion, Design, Fertigung, Marketing und die Präsentation vor einer Jury.

Weitere Informationen gibt es unter https://www. nordmetall-stiftung. de/projekte/nordmetall-cup/



Jugend forscht Regionalwettbewerb

Junge Forscher:innen mit großen Ideen zu Gast an der NORDAKADEMIE

Einen Tag lang nahm das Audimax der NORDAKADEMIE die Gestalt eines riesigen Forschungslabors an: 96 Schüler:innen aus 14 Schulen in Schleswig-Holstein präsentierten am 24. Februar einer Fachjury ihre Forschungsarbeiten im Rahmen der Regional-Wettbewerbe "Jugend forscht" und "Schüler experimentieren".

Am Ende des Tages durften Prof.
Dr. Stefan Wiedmann, Präsident und
Vorstand der NORDAKADEMIE, und
Gabriele Romig, Abteilungsleiterin
im Bildungsministerium SchleswigHolstein, allen gratulieren – und 25
Teilnehmer:innen, die sich für den
Landeswettbewerb am 15. März in Kiel
qualifiziert hatten, ganz besonders.

"Ihr werdet gebraucht! Erhaltet euch eure Neugier!"

"Nicht nur die Sieger:innen, sondern alle Teams, die heute dabei waren, haben mich beeindruckt", freute sich Stefan Wiedmann: "Sie haben nicht nur akribisch geforscht, sondern auch ihre Ergebnisse anschaulich dokumentiert und heute mit viel Leidenschaft präsentiert!"



Hannah Juhl (15), Falko Rank (18) und Steffen Schwampe (17) von der Klaus-Groth-Schule in Tornesch (v.l.n.r.) erhielten für ihren Volleyball-Zuspiel-Roboter den von der NORDAKADEMIE gestifteten Sonderpreis für interdisziplinäre Projekte



96 Schüler:innen aus 14 Schulen in Schleswig-Holstein präsentierten am 24. Februar im Audimax der NORDAKADEMIE einer Fachjury ihre Forschungsarbeiten im Rahmen der Regional-Wettbewerbe "Jugend forscht" und "Schüler experimentieren"

"Ihr werdet gebraucht!", rief Gabriele Romig den Schülerinnen und Schülern zu. "Erhaltet euch eure Neugier!"

Sie gehörten zu den Sieger:innen für den Landeswettbewerb in Kiel

Für den Landeswettbewerb qualifiziert haben sich zum Beispiel Falko Rank (18), Steffen Schwampe (17) und Hannah Juhl (15) von der Klaus-Groth-Schule in Tornesch. Sie haben einen Zuspiel-Roboter entwickelt, mit dem sie die Annahmen im Volleyball üben können. Diese Konstruktion hat der Jury so gut gefallen, dass sie dem Team den von der NORDAKADEMIE

plinäre Projekte zusprach. Auch Peer Müller (16), Ben Epping (17) und Tim Wahlen (17) von der Theodor-Heuss-Schule in Pinneberg erhielten das Ticket nach Kiel. Ihr Projekt erleichtert sehbehinderten Menschen den Alltag, indem es Bilder in Töne wandelt. Katja Borodulina (14) aus Kiel hat sich gefragt, ob sie ihr Handy auch mit Alltagsgegenständen aufladen kann, und hat dazu Versuche mit Kupfermünzen, Eisennägeln und Zitronen durchgeführt. Das verhalf ihr zum ersten Preis im Fachbereich Chemie bei "Schüler experimentieren". Antonia Witt von der Reventlouschule in Kiel war mit neun Jahren die jüngste Teilnehmerin des Wettbewerbs. Sie ist mit ihrer Freundin Sophia Schiesewitz (10) der Forscherfrage nachgegangen, wie viel Wasser durch einen tropfenden Wasserhahn verloren geht. Sie haben genau gemessen und gerechnet: Die Jahreskosten eines tropfenden Wasserhahnes betragen bei kaltem Wasser etwa 10 Euro und fast 58 Euro bei heißem Wasser. Mit ihren Ergebnissen belegten die zwei Schülerinnen Platz eins der Kategorie "Schüler experimentieren / Arbeitswelt" und durften beim Landeswettbewerb ebenfalls dabei sein.

gestifteten Sonderpreis für interdiszi-

Kinder-Uni

Wissenschaft - erklärt für Kinder im Alter von 8 bis 12 Jahren



Viele Kinder interessieren sich für die Themen der Kinder-Uni, die die NORDAKADEMIE in Kooperation mit der Familienbildungsstätte Elmshorn veranstaltet

Gemeinsam mit der Familienbildungsstätte Elmshorn bietet die NORD-AKADEMIE die Kinder-Uni an, in der wissenschaftliche Fragestellungen altersgerecht für die jungen Teilnehmenden behandelt werden.

Am 4. April ging es mit dem Astrophysiker Prof. Dr. Oliver Gerberding auf eine faszinierende Reise durch den Weltraum, um der Frage "Kann man Sterne hören? … und was die Schwerkraft damit zu tun hat" nachzugehen.

Sandra Blumberg und Holger Petersen aus dem Professor:innenteam der NORDAKADEMIE beleuchteten Aspekte der Spielzeugindustrie in der Kinder-Uni im Mai mit ihrem Thema "Dein Lieblingsspielzeug und die

Werbung ... und was das eine mit dem anderen zu tun hat". Dazu brachten viele der Kinder ihr Lieblingsspielzeug mit.

Die Kinder waren bei den Vorträgen gespannt dabei. Am Ende wollten sie es nochmal ganz genau wissen und stellten den Referent:innen viele interessierte Fragen.

Digital Diversity als Erfolgsfaktor



DEUTSCHER DIVERSITY-TAG 2023

Barrierefreiheit ist nicht nur im analogen Alltag, sondern auch in der digitalen Welt eine Maxime

Am Deutschen Diversity-Tag 2023 stand bei der NORDAKADEMIE das Thema der digitalen Diversität im Fokus. Digital Diversity bedeutet, bei der Gestaltung von Produkten die Vielfalt der Nutzenden mitzudenken, sodass alle Menschen gleichermaßen eine positive Nutzungserfahrung im digitalen Raum machen können.

Zwei Impulsvorträge zur digitalen Barrierefreiheit

Domingos de Oliviera, Accessibility Consultant bei Adesso Mobile Solutions, erläuterte eindringlich in seinem Vortrag die Herausforderungen beim Umgang mit digitalen Medien aus der Sicht eines Blinden. So seien beispielsweise unterschiedliche Tastenkombinationen, fehlende Strukturierung in Textdateien und mangelnde

Bild- und Formularfeldbeschreibungen problematisch. "Alles wird digitaler. Aber nicht alles ist für Blinde zugänglich. Das heißt, Blinde werden von digitaler Teilhabe ausgeschlossen und somit werden berufliche Chancen verbaut."

Meike Seidel, Gründerin des Start-ups

SonicView und Initiatorin der App "SoVi", die blinde Menschen beim Einkauf unterstützt, verriet in ihrem inspirierenden Vortrag, dass die Idee zur App entstanden ist, als eine blinde Freundin den Supermarkt als "Ort des Grauens" bezeichnete. Mit diesem drängenden Problem (das nicht ausschließlich blinde Menschen betrifft!), einer gehörigen Portion Naivität und Durchhaltevermögen ist ihr 2022 der Durchbruch gelungen. Inzwischen leitet sie ein Forschungsprojekt, um eine KI-unterstützte VR-Brille zu entwickeln. (https://projekt-argus.de/)

Wahre gesellschaftliche Teilhabe sei "keine Extrawurst". Beide Vortragende betonten, wie wichtig es daher sei, die Zielgruppe frühzeitig im Entwicklungs- und Testprozess zu berücksichtigen.



Campus & Career Day

Full House an der NORDAKADEMIE mit 68 Partnerunternehmen

Studienluft schnuppern und Unternehmen kennenlernen hieß es am 3. Juni auf dem Elmshorner Campus der NORD-AKADEMIE. Die Hochschule und 68 ihrer Kooperationsbetriebe hatten zum Campus & Career Day eingeladen. Fast 600 junge Menschen tummelten sich im Audimax und auf dem Campus, der sich bei strahlendem Sonnenschein von seiner besten Seite präsentierte.

So auch die Geschwister Katharina und Michael Körschner. Katharina interessiert sich für ein BWL-Studium und Michael möchte Informatik studieren. Beiden gefiel es auf dem Campus &



Die Geschwister Katharina und Michael Körschner waren vom Campus & Career Day begeistert – Katharina interessiert sich für ein BWL-Studium und Michael möchte Informatik studieren

Career Day sehr gut. "Die große Auswahl an Unternehmen, die sich hier präsentieren, ist klasse. Auch die Vorträge, die angeboten werden, finde ich gut. Ich war z.B. auf dem Vortrag zum Auslandssemester", äußerte sich Katharina. Ihr Bruder ergänzte: "Ich hatte schon wahnsinnig gute, informative Gespräche und der Campus ist einfach toll."

Personalverantwortliche und in vielen Fällen Studierende der Unternehmen stellten sich an ihren Messeständen den Fragen der Studieninteressierten.



Meet the companies! 68 Kooperationsunternehmen stellten sich auf dem Campus & Career Day vor und suchten Nachwuchs für den Studienstart 2023 und 2024

Sabine Neubauer, Personalverantwortliche bei BP Europa SE, Standort Hamburg, präsentierte ihr Unternehmen zusammen mit den Studierenden Fynn-Lennart Panke und Janis Rahf. "Mir macht es sehr viel Spaß, mit der NORDAKADEMIE zusammenzuarbeiten, weil vieles sehr, sehr gut geregelt und organisiert ist, sodass ich mir keine Sorgen machen muss, dass alles läuft", lobt Sabine Neubauer die Zusammenarbeit mit der NORDAKADEMIE. Der Zeitpunkt und das Setting für den Campus & Career Day seien gut gewählt.

Jede Menge Programm

In der Bewerberwerkstatt gab es wertvolle Tipps zur Bewerbung – Unterlagencheck inklusive. Wem noch ein
geeignetes Bewerbungsfoto fehlte,
konnte dieses gleich am Campus &
Career Day in Angriff nehmen: Ein
professioneller Fotograf hat Aufnahmen gemacht. Die Aufnahmen gab es
kostenlos für die Studieninteressierten.

In verschiedenen Vorträgen informierten sich die Besucher:innen zum dualen Studium und erhielten Einblicke in die Erfahrungen von Studierenden zum Auslandssemester bzw. wie ein Arbeitstag in einer Firma für dual Studierende aussehen kann.

In der Laborlandschaft ging es ans Ausprobieren und Anschauen der Technikausstattung der NORDAKADEMIE.



Sabine Neubauer, Personalverantwortliche bei BP Europa SE, Standort Hamburg, präsentierte ihr Unternehmen zusammen mit den Studierenden Fynn-Lennart Panke und Janis Rahf

Wer einfach eine Runde über den Campus drehen wollte, konnte an den Campusführungen teilnehmen.

Der Bullicino und der Nordic Grill Foodtruck boten mit Kaffee, Waffeln Würstchen, Veggieburgern und kühlen Getränken leckere Verpflegung an.

Infotalks

Die NORDAKADEMIE führt monatlich Online-Infoveranstaltungen zum dualen Bachelorstudium durch, um Schüler:innen möglichst viele Termine zum Kennenlernen der Hochschule anzubieten. In der Regel lädt das Schülermarketing am letzten Mittwoch im Monat um 16 Uhr zum "Online-Info-Talk" ein. Mit dabei sind ein bis zwei Partnerunternehmen, die sich zunächst in einem kurzen Pitch vorstellen und später in eigenen Online-Räumen direkt mit den Studieninteressierten ins Gespräch kommen. Zwei Tage danach, am jeweiligen Freitag, findet zusätzlich eine Campusführung in Präsenz statt. Das Angebot stößt bei den Schüler:innen auf reges Interesse. Besonders die Campusführungen, zu denen viele der jungen Menschen zum Teil mit ihren



Jeden letzten Freitag im Monat bietet die NORDAKADEMIE i.d.R. für Studieninteressierte eine Campusführung an

Eltern bei den Teminen im Frühjahr 2023 auch extra aus Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen oder dem nördlichen Schleswig-Holstein anreisten, vermitteln noch einmal einen ganz besonderen Live-Eindruck von den Studienmöglichkeiten und dem Campusfeeling.

Studieninfotag



Beim studentischen Messeteam gab es am Studieninfotag Informationen aus erster Hand

Am Nachmittag des 5. Mai 2023 fand der erste Studieninfotag auf dem Campus Elmshorn statt. Von 13 bis 17 Uhr öffnete die NORDAKADEMIE ihre Türen. Mehr als 50 interessierte Besucher:innen konnten Campusluft schnuppern und sich ausführlich zum dualen Studium informieren. Das studentische Messeteam war vor Ort, beriet die jungen Besucher:innen auf Augenhöhe und plauderte "aus dem Nähkästchen". In einem Vortrag stellte die Schülermarketing-Verantwortliche Anette Rostock die Hochschule sowie das Bewerbungsverfahren vor und

gab einen allgemeinen Überblick zum dualen Studium. Vertreter:innen der Fachbereiche stellten die fünf dualen Studiengänge vor und standen für individuelle Fragen zur Verfügung. Auf Campusführungen erkundeten die Besucher:innen die Räume, die Labore, das Wohnheim und das Außengelände des Campus. In den Technik-Laboren ließen sie sich die Instrumente und spannende technische Abläufe zeigen und konnten dabei einige Geräte, wie beispielsweise einen Roboterarm, sogar selbst ausprobieren und steuern.

Veranstaltungsausblick

Änderungen vorbehalten

Forum Politik und Wirtschaft 17.08.2023, hybrid

Ausbilder:innen-Konferenz 30.08.2023. Campus Elmshorn

Sommerfest und Feier des 30-jährigen Jubiläums

des Nordakademiker e.V. 09.09.2023. Campus Elmshorn

Initiative trifft Sascha Lobo 21.09.2023, Campus Elmshorn

Kinder-Uni

26.09., 30.11.2023, Campus Elms-

Erstsemesterbegrüßungstag 23.10.2023, Campus Elmshorn

Fachtagung: Fachkräfte und Kl 28.11.2023, Campus Elmshorn

Master-Graduierung 01.12.2023, Campus

Vorträge der Schleswig-Holsteinischen Universitätsgesellschaft (SHUG)

12.09.2023, 16.01.2024, Campus Elmshorn

(Online-)Infoabende zu den Studienangeboten

Bachelorstudiengänge: Infotalk: 23.8., 27.9., 25.10., 29.11.2023, online Campusführungen: 29.9., 27.10., 1.12.2023, Campus Elmshorn

Masterstudiengänge: Studieninfotage: 5.8. + 8.8.2023 Tag 1 hybrid, Tag 2 digital Infobend: 12.09.2023, online

Aktuelle Übersicht über die (Online-) Infoveranstaltungen auf www.nordakademie.de/news-media/events/

Im 2. Halbjahr 2023 präsentiert sich die NORDAKADEMIE auf folgenden Schüler- und Berufsorientierungsmessen:

27.09.2023 Berufsfindungsmesse der Berufsschule Elmshorn

29.09.2023 Messe Parentum, Lübeck

08.11.2023 Traumberuf IT und Technik, Hamburg

11.11.2023 Messe Stuzubi, Hamburg

NORDAKADEMIE Hochschule der Wirtschaft Köllner Chaussee 11 25337 Elmshorn

Tel.: 04121 4090-0

info@nordakademie.de

nordakademie.de



Deutscher NACHHALTIGKEITS Anwender















