



«Was erwartet uns an der HSG?»: Studienanfänger(innen) mit Mentor



*Peter Hogenkamp,  
Geschäftsführer Alumni-Büro*

**N**ach gut zwei Jahren als Geschäftsführer des Alumni-Büros übergebe ich den Stab in einigen Wochen an eine Nachfolgerin oder einen Nachfolger (die oder der leider namentlich noch nicht bekannt ist, vgl. das Stelleninserat auf S. 16).

**A**m Anfang, ich gebe es zu, stand etwas Naivität: «Eine Adressdatenbank aufbauen, das kann doch nicht so schwierig sein. Alle Ehemaligen haben eine Privat- und eine Geschäftsadresse und sie können sagen, ob sie im Who's Who verzeichnet sein wollen. Dann stellt man das Ganze noch ins Internet, natürlich passwortgeschützt, und fertig. Dauert ein halbes Jahr, danach können wir weitere Projekte angehen.»

**L**eider hielt diese Illusion nicht lange; die kleinen Gemeinheiten des Datenbankalltags holten uns schnell ein: Ehemalige wollen Mitglieder sein oder nicht (aber die Nicht-Mitglieder wollen wir nicht ausschliessen), sie wollen die Korrespondenz an die Privat- oder an die Geschäftsadresse, per Post oder per E-Mail, wollen im Who's Who verzeichnet sein, aber nicht im Internet (oder umgekehrt), wollen die alma nicht, weil der Ehemann oder die Ehefrau schon eine bekommt, aber doch gern zwei Exemplare des Who's Who - die Liste liesse sich fortsetzen, entsprechend erweiterten wir unsere Datenbank, und die Anzahl Felder wuchs auf über 70.

**Z**u viele Umtriebe für ein paar Adressen? Das mag sein, aber solange die Informatik uns mit vertretbarem Aufwand helfen kann, es (fast) jedem recht

zu machen: wieso soll man es nicht versuchen? Denn sobald eine kritische Masse erreicht ist, spielt ein hochwillkommener Schneeballeffekt, bei dem die Mitglieder sich gegenseitig auffordern, ihre Daten zu aktualisieren. Im Vergleich mit anderen Alumni-Organisationen konnten wir beobachten, dass dies an der HSG besonders gut funktioniert. Mit dem zweimal veröffentlichten Who's Who, den neu lancierten alma (1998) und Who's New (1999) und den in aller Welt entstandenen Alumni-Clubs konnten wir das Zusammengehörigkeitsgefühl noch verstärken.

**I**n den letzten beiden Jahren ist es uns wohl gelungen, unseren Verein aus seinem Dornröschenschlaf zu wecken und ihn in die europäische Spitzengruppe zu führen, zumindest was die Infrastruktur angeht. Sehr gefreut hat uns dabei Ihr grosser Zuspruch, liebe Ehemalige, und damit meine ich nicht nur die Hunderte von Zuschriften, Mails und Anrufen, sondern auch den schweigenden Zuspruch Tausender, die ihre Fragebögen retourniert, sich ins AlumniWeb eingeloggt und nicht zuletzt ihren Mitgliedsbeitrag bezahlt haben. Vielen Dank!

**W**ir haben gemeinsam ein gutes Stück zurückgelegt, aber eigentlich sollte es jetzt erst richtig losgehen. Es bleibt viel zu tun. Ich wünsche meinen Nachfolgern alles Gute!

*Peter Hogenkamp*

# alma

2/2000

|   |           |   |           |
|---|-----------|---|-----------|
| <b>Hochschulverein sucht neuen Namen</b>  | <b>4</b>  | <b>Originalton</b>  | <b>29</b> |
| <b>UniReport</b>  | <b>5</b>  | Florian Schweitzer  |           |
| Wintersemester 1999/2000  |           | <b>Start-Up</b>   | <b>30</b> |
| <b>Impressum</b>  | <b>9</b>  | mythos.de   |           |
| <b>Würdigung</b>  | <b>11</b> | <b>NDU</b>  | <b>33</b> |
| Rolf Dubs   |           | <b>Publikationen</b>  | <b>35</b> |
| <b>Würdigung</b>  | <b>12</b> | Direkte Demokratie und Ökonomie   |           |
| Theodor Leuenberger   |           | <b>AC-Ball</b>  | <b>36</b> |
| <b>Nachhaltige Blasen an der Börse</b>  | <b>13</b> |  |           |
| <b>Jahrgangssponsoring</b>  | <b>18</b> | <b>HSG-Alumni Boston</b>  | <b>37</b> |
| <b>Institute im Porträt</b>   | <b>20</b> | <b>HSG-Alumni Paris</b>   | <b>38</b> |
| Forschungsinstitut für Absatz<br>und Handel                                       |           | <b>Aus dem Alumni-Büro</b>  | <b>39</b> |
| <b>Vereine im Porträt</b>   | <b>22</b> |   |           |
| START   |           | <b>Ehemalige im Porträt</b>   | <b>25</b> |
|  |           | Walter Kielholz   |           |

# St. Galler Hochschulverein sucht neuen Namen

*Von Wolfram Martel*

**Vorgeschichte:** Unsere Alma Mater wurde Universität – aber wir haben noch an der letzten Hauptversammlung 1999 mit den neuen Statuten beschlossen, beim konservativen Namen «St. Galler Hochschulverein» zu bleiben. Selbst die Ehemaligen der Universität Zürich sind noch in ihrem «Hochschulverein» zusammengeschlossen!

Nun hat sich aber unsere Universität nicht nur einen neuen Namen gegeben. Auch Vision und Leitbild wurden angepasst, die Lehre wird grundlegend neu ausgerichtet. Und uns betrifft jetzt, dass am Dies 2000 der Rektor zudem ein völlig neues Erscheinungsbild vorstellen wird, obligatorisch für alle Institutionen.

Fest steht: Alle Namen werden zusammen mit einem neuen, noch vertraulichen Logo und dem Oberbegriff Universität St.Gallen dargestellt. Aber dazu passt unser Name nicht mehr – meint der Vorstand des HSV:



**St. Galler Hochschulverein**

**Universität St. Gallen**

Wir bitten sehr prompt um eure Vorschläge. Bereits gefallen sind zum Beispiel:

*Alumni Association*

*Alumni HSG* (so «retten» wir das HSG noch ein wenig in die Zukunft)

*Hochschulverein* (ohne «St. Galler»)

... gesucht sind also weitere Ideen!

Der Vorstand wird an seiner Sitzung vom **11. April 2000** eure Ideen sichten und an der Hauptversammlung Antrag stellen. Herzlichen Dank für all eure Anregungen, die bitte ans Alumni-Büro direkt einzureichen sind, per E-Mail an **alumni@unisg.ch** oder per Fax an **+41 71 2243011**

# Unireport Wintersemester 1999/2000

**Das Wintersemester 1999/2000 war an der Universität St. Gallen von wichtigen strategischen Entscheiden von Senat und Universitätsrat geprägt: Verabschiedung von Vision 2005 und Leitbild sowie grundsätzliche Zustimmung zur «Neukonzeption Lehre» (vgl. Bericht in der Nummer 1/2000 von «alma»).**

*Von Roger Tinner*

Rund 140 Personen – so viele wie noch nie – nahmen am diesjährigen Dozierendenseminar der Universität St. Gallen zum Thema «Neukonzeption der Lehre» in Wildhaus teil. Dabei ging es darum, ein gemeinsames Problemverständnis für die Neukonzeption zu entwickeln und erste inhaltliche Skizzen für deren einzelne Gefässe zu entwerfen. «Wir haben die Ziele dieses Seminars erreicht, in unserem gemeinsamen Verständnis der Neukonzeption einen grossen Schritt vorwärts zu kommen und gleichzeitig durch geselliges Zusammensein den HSG-Geist zu stärken», fasste Rektor Professor Dr. Peter Gomez am Sonntagmittag das andert-halbtägige Seminar zusammen.

Als «Marktplatz der Möglichkeiten» war das Seminar angekündigt: Am gewohnten Ort (Hotel Acker in Wildhaus) und zur gewohnten Zeit (zweites Januar-Wochenende) traf sich eine ungewöhnlich grosse Zahl von Dozierenden, ergänzt um Vertreter des Universitätsrats und der Studentenschaft, zur Diskussion der Neukonzeption. Trotz Freiwilligkeit des Besuchs orientierten sich die HSG-Dozentinnen und -Dozenten an der Leitlinie des Reformprozesses: «Alle tragen Verantwortung,

alle gestalten mit, alle finden ihren Platz.» In seiner Einleitung strukturierte der Rektor das Seminar anhand von fünf Fragen: Warum wollen wir die HSG-Lehre grundlegend neu gestalten? Wohin wollen wir – wie schaffen wir uns ein eigenständiges Profil? Wie gestalten wir iterativ Struktur und Inhalt der neuen Lehre? Wie bleiben wir zielstrebig und doch lernfähig? Wie verankern wir das Erreichte?

Die Wichtigkeit des Prozesses unterstrich in Wildhaus die Anwesenheit eines externen Coaches. Professor Dr. Paul Innerhofer, nach einer Universitätslaufbahn heute als selbständiger Prozessberater tätig, übernahm diese Aufgabe und stellte der Dozentenschaft in seinem Fazit ein sehr gutes Zeugnis aus: «Es zeigt sich der Wille für eine Weiterentwicklung.» Gleichzeitig mache die sorgfältige Führung des Entwicklungsprozesses aber auch wachsender für damit verbundene Risiken: «Mit der Reform bekommen wir ein innovatives Ausbildungskonzept, wir bezahlen dafür aber auch mit einigem,

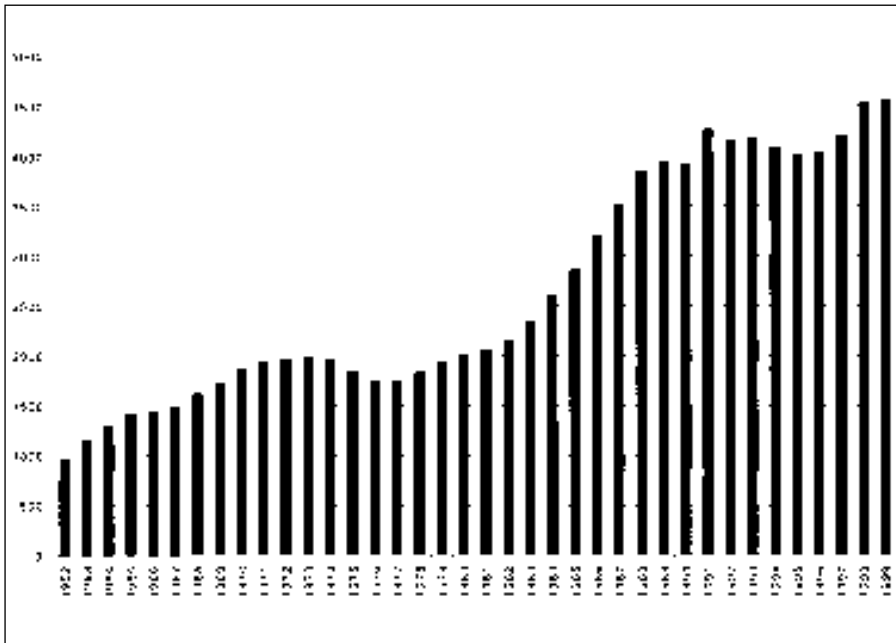
*Gruppendiskussion zur «Neukonzeption Lehre» am Dozierendenseminar*



was uns lieb geworden ist.» Ein attraktives Programm für die Begleitpersonen, die gemeinsame Besinnung mit den Universitätsseelsorgern Pater Walther Gaemperle und Dr. Frank Jehle (musikalisch umrahmt von drei Mitgliedern des Universitätsorchesters) sowie das lockere Ambiente eines Hotels im Wintersport-Ort Wildhaus sorgten für eine ausserordentlich kollegiale Stimmung.

## **Wichtige Grundsatz-Entscheide zur Neukonzeption der Lehre**

Die Resultate des Seminars – die von grundsätzlichen Stellungnahmen und Anregungen bis hin zu schon relativ konkreten Skizzen von einzelne Masterprogrammen reichten – flossen in die Beratungen des Senats ein, der an zwei Sitzungen folgende Grundsatzentscheide fällte, an denen sich die weiteren Arbeiten orientieren: Das Studium an der HSG gliedert sich in drei Stufen und drei Säulen. Die erste Stufe dauert zwei Semester (Assessment-Stufe). Für alle Studierenden gelten einheitliche Regeln für das Bestehen dieser Stufe. Wer sie bestanden hat, ist zu jedem weiteren Studiengang an der HSG zugelassen. Für die zweite Stufe gilt eine Regelstudienzeit von vier Semestern. Sie wird mit einem Bachelor abgeschlossen. Die dritte Stufe hat eine Regelstudienzeit von drei Semestern. Besondere Masterprogramme, z.B. solche, die zu zwei Abschlüssen führen, können eine längere Studienzeit (vier Semester) vorsehen. Sie wird mit einem Master abgeschlossen, der dem Li-



Das Wintersemester 1999/2000 ist das bisherige Rekordsemester, was die Zahl der immatrikulierten Studierenden betrifft.

zentiat entspricht. Die für die Stufen zwei und drei vorgesehene Regelstudienzeit ist nicht die für entsprechende Prüfungen vorausgesetzte minimale Studienzeit. Das Studium gliedert sich in die drei Säulen Kontaktstudium, Selbststudium sowie «Reflexion und Training». In der nächsten «alma»-Ausgabe werden wir noch ausführlicher über diese Entscheide informieren.

### Höchste Studierendenzahl, rund 1100 Frauen an der HSG

Im Wintersemester 1999/2000 waren an der Universität St. Gallen 4553 Studierende immatrikuliert: Das sind 8 mehr als im Vorjahr (4545), womit sich die Zahl nach dem starken Zuwachs im Vorjahr (über 300 Immatrikulierte mehr als 1998) auf dem hohen Niveau zumindest für diesmal stabilisiert hat. Die Zahl der Erstsemestrigen beträgt 788 (Vorjahr 893), der Frauenanteil insgesamt rund 24,1 Prozent (Vorjahr 23 Prozent).

Die neue Zahl bedeutet wiederum einen Höchstwert von Immatrikulierten, der in der Grundstufe weiterhin Video-Übertragungen von Vorlesungen in andere Hörsäle nötig macht. In der Grundstufe (1. bis 4. Semester) sind nun 1957 Studentinnen und Studenten eingeschrieben (Vorjahr 2044), auf der Lizentiatsstufe (5. bis 8. Semester) sind

es 1772 (Vorjahr 1661). Auf der Doktorandenstufe sind 824 Studierende (Vorjahr 840) zu verzeichnen.

Die kontinuierliche Zunahme des Frauenanteils während der letzten Jahre hat sich erneut fortgesetzt: Von den derzeit eingeschriebenen 4553 Personen sind 1097 (Vorjahr 1047) oder 24 Prozent Frauen (Vorjahr: 23 Prozent). Auf der Grundstufe (bis zur zweiten Vordiplom-Prüfung) beträgt der Anteil 27,3 Prozent (vorher 25,2), auf der Lizentiatsstufe rund 23,9 Prozent (Vorjahr 23,7) und in der Doktorandenstufe rund 16,9 Prozent (Vorjahr 16,4 Prozent). Am höchsten ist der Frauenanteil bei den Jus-Studierenden auf der Lizentiatsstufe, wo er 33,9 Prozent beträgt. Bei den Erstsemestrigen liegt der Anteil an Frauen bei 28,3 Prozent. In der Statistik der Herkunftskantone der Studierenden liegt Zürich (553) knapp vor dem Standort- und Trägerschaftskanton St. Gallen (552). Ebenfalls jeweils über 100 Studierende stammen aus den Kantonen Bern (394), Aargau (258), Luzern (229), Thurgau (168), Graubünden (147), Basel-Stadt (120) und Solothurn (114). Die grössten Gruppen bei den ausländischen Studierenden, deren Anteil gesetzlich auf 25 Prozent aller Immatrikulierten beschränkt ist, stellen weiterhin die deutschsprachigen Nachbarländer der Schweiz (Deutschland 744, Österreich 75, Fürstentum Liechtenstein 36); insgesamt sind Studentinnen und Studenten aus 56 Nationen an der HSG immatrikuliert.

Nur marginale Verschiebungen sind gegenüber den Vorjahren in den Anteilen der Lehrgänge und Studienrichtungen zu verzeichnen: Von den insgesamt 4553 HSG-Studierenden befinden sich 43 Prozent in der Grundstufe, 38,9 Prozent in der Lizentiatsstufe und 18,1 Prozent sind Doktorandinnen und Doktoranden. Von den Studierenden der Lizentiatsstufe haben über 67 Prozent den wirtschaftswissenschaftlichen Lehrgang gewählt. Innerhalb des Lehrgangs Wirtschaftswissenschaften belegen zwei Drittel der Student(inn)en Betriebswirtschaft, rund 17 Prozent Volkswirtschaft und gut 14 Prozent Informations- und Technologiemanagement. Rund 20 Prozent der Studierenden auf der Lizentiatsstufe streben den juristischen Abschluss an; die Lehrgänge Wirtschaftspädagogik und Staatswissenschaften belegen 2 bzw. gut 5 Prozent der Studierenden.

### Promotionsfeier: «Abschied von der Loyalität?»

67 Doktor(inn)en und 263 Diplomand(inn)en erhielten zum Semesterauftakt an der Promotionsfeier ihre Urkunden. Rektor Professor Dr. Peter Gomez sprach in seiner Promotionsrede zum Thema «Abschied von der Loyalität?». Er fragte die Absolvent(inn)en zu Beginn seiner Ansprache, wie oft sie wohl in den ersten zehn Jahren nach ihrem Abschluss die Stelle wechseln würden. «Job Hopping» gelte heute als Nachweis eigener Dynamik und Flexibilität. Welchen Platz hat da noch die Loyalität zum Arbeitgeber? Ausgehend von einer Begriffsdefinition («Achtung vor den Interessen anderer, Vertragstreue», aber auch «Anständigkeit und Redlichkeit»), ging er auf verschiedene Arten von Loyalität ein und zeigte an aktuellen Beispielen neue Formen auf: die Loyalität zu einer Berufsgruppe oder gegenüber sich selber als «Professional»: «So versteht sich mancher Investmentbanker der «Champions League» seinem Berufsstande zugehörig, und es spielt ihm keine Rolle, ob er bei der Credit Suisse oder bei Goldman Sachs arbeitet.»

Zwar schein es, dass im Zeitalter

eines ausgeprägten Shareholder-Value-Denkens Loyalität nicht mehr gefragt sei. Für Unternehmen sind Mitarbeiter oft «Manövriermasse», diese wiederum setzen sich ab, sobald sie etwas Attraktiveres in Aussicht haben. Es gebe aber auch ermutigende Entwicklungen, hielt Professor Gomez vor den HSG-Abgängerinnen und -Abgängern fest: «Verschiedenste Untersuchungen beweisen, dass diejenigen Unternehmen den höchsten Shareholder Value erzielen, die sich nicht nur am Aktionär, sondern an allen Anspruchsgruppen und besonders an den Mitarbeitern orientieren.» Natürlich könne heute keine Garantie mehr für eine lebenslange Anstellung abgegeben werden, aber: «Die erfolgreichsten Unternehmen demonstrieren ihre Loyalität durch eine konsequente Förderung ihrer Mitarbeiter. Dann sind diese auch bereit», so der HSG-Rektor, «selber Risiken einzugehen, und dies ist eine unabdingbare Voraussetzung für Innovation und Weiterentwicklung des Unternehmens.»

Die Loyalität des Mitarbeiters – der in Anlehnung an Kennedy nicht nur fragen sollte, was das Unternehmen für ihn tue, sondern was er für sein Unternehmen tun könne – bedeute Verantwortung zu suchen, zu antizipieren, eigene Ideen zu entwickeln, Verbesserungsvorschläge einzubringen, lernen zu wollen und sich als Teammitglied zu verstehen. Diese Loyalität habe aber dort ihre Grenzen, wo sich Geben und Nehmen nicht mehr entsprächen. Bleibe die Gegenleistung des Unternehmens aus, so sei es durchaus nicht illoyal, die Konsequenzen zu ziehen und die Firma zu wechseln. Der Rektor, der die Absolvent(inn)en als loyale Alumni auch in Zukunft mit der Universität verbunden sieht, gab abschliessend zu bedenken: «Häufiger Stellenwechsel ist nicht nur ein Zeichen von Dynamik, sondern auch dafür, dass man eigentlich nie richtig beweisen muss, dass man eine Aufgabe auch wirklich zu Ende führen kann.»

### Abschlüsse in Zahlen

An der von der HSG-Big Band musikalisch umrahmten Promotionsfeier wurden 58 Lizentiat(inn)en zu Dok-



*Professor Dr. Peter Glotz, ständiger Gastprofessor für Medien und Gesellschaft*

tor(inn)en der Wirtschaftswissenschaften (Dr.oec.), 3 Lizentiat(inn)en zu Doktor(inn)en der Staatswissenschaften (Dr.rer.publ.) und 6 Lizentiaten zu Doktoren der Rechtswissenschaft (Dr.iur.) promoviert. Den Peter-Werhahn Preis erhielt Dr. Christoph Lechner, den Walther-Hug-Preis erhielten Dr. Maja Domenica Jösler und Dr. Daniel Schär.

Von den insgesamt 263 Lizentiaten sind 202 wirtschaftswissenschaftliche Diplome (158 Betriebswirtschaft, 20 Volkswirtschaft, 24 Informations- und Technologiemanagement), 11 staatswissenschaftliche Diplome, 9 Handelslehrer-Diplome und 41 juristische Diplome.

### Peter Glotz ständiger Gastprofessor

Professor Dr. Peter Glotz, vorher Rektor der Universität Erfurt, übernimmt an der Universität St. Gallen als ständiger Gastprofessor den neuen Lehrstuhl für Medien- und Kommunikationsmanagement (MCM-HSG). Der Senat hat ihn auf den 1. Januar 2000 in diese Funktion gewählt. Professor Peter Glotz, geboren in Eger, studierte Zeitungswissenschaften, Philosophie, Germanistik und Soziologie in München und Wien und promovierte 1968 an der Universität München zum Dr.phil. Zwischen 1964 und 1970 arbeitete er als wissenschaftlicher Assistent am Institut für Zeitungswissenschaft an der Universität München, von 1970 bis

1972 als Geschäftsführer der Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung in München. Gleichzeitig war er Mitglied des Bayerischen Landtages. Von 1972 bis 1977 und von 1983 bis 1996 war er Mitglied des Deutschen Bundestags, von 1974 bis 1977 zudem Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Bildung und Wissenschaft. Von 1977 bis 1981 war er Senator für Wissenschaft und Forschung in Berlin, von 1981 bis 1987 Bundesgeschäftsführer der SPD und ab 1995 bildungs- und forschungspolitischer Sprecher der SPD: 1996 schied er aus allen politischen Ämtern aus und nahm die Berufung zum Rektor und Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Erfurt an.

Bereits 1991 hatte er eine Gastprofessur an der Marquette University in Milwaukee (Wisconsin, USA) inne, 1993 wurde er Honorarprofessor für Medienökologie und Kommunikationskultur an der Universität München.

Professor Glotz war während seiner Laufbahn in massgeblichen Funktionen in der Medienbranche tätig, unter anderem als Mitglied der Rundfunkräte des Bayerischen Rundfunks und des Deutschlandfunks, Vorsitzender der Medienkommission der SPD, Mitherausgeber des Mediendienstes Funkreport, Kommentator des Südwestfunks Baden Baden und Chefredaktor der Zeitschrift Neue Gesellschaft (seit 1983). Seine Publikationsliste umfasst über 150 Titel, er ist Mitglied zahlreicher renommierter Gesellschaften und Kommissionen.

An der Universität St. Gallen betreut Professor Glotz innerhalb des 1998 neu gegründeten Instituts für Medien- und Kommunikationsmanagement (MCM-HSG) den Lehrstuhlbereich Medien und Gesellschaft, der unter anderem einen englischsprachigen Nachdiplom-Studiengang in Kommunikationsmanagement (voraussichtlich ab dem Jahr 2001) anbieten wird. Mit der Wahl des hervorragend qualifizierten Medienfachmanns Professor Glotz hat die HSG die Direktion des MCM-Instituts nun vervollständigt und die Fachkompetenz dieses bedeutenden Kompetenzzentrums im Bereich Medien- und Kommunikationsmanagement nochmals verstärkt.

## Neuer Titularprofessor

Der Senat hat Dr. Peter H. Athanas auf den 1. März 2000 zum Titularprofessor ernannt. Peter H. Athanas, neuer Titularprofessor für Steuerrecht, schloss sein wirtschaftsjuristisches Studium an der HSG 1979 mit dem Lizentiat ab und promovierte 1988 mit der Arbeit «Die Steuerauscheidung bei interkantonalen Fabrikationsunternehmungen» zum Doktor der Wirtschaftswissenschaften. Neben seiner Haupttätigkeit im Beratungsunternehmen Arthur Andersen, wo er heute Partner und Mitglied des Verwaltungsrates ist, ist er immer wissenschaftlich tätig geblieben. So ist er Autor zahlreicher Publikationen und unter anderem Mitherausgeber des Kommentars zum Schweizerischen Steuerrecht. Er erfüllt Lehraufträge an der Universität Zürich und an der Universität St. Gallen (seit 1990), wo er auch dem Geschäftsleitenden Ausschuss des Instituts für Finanzwirtschaft und Finanzrecht (IFF-HSG) angehört.

## Drei neue Privatdozenten

Aufgrund ihrer Habilitationen wurden ebenfalls auf diesen Zeitpunkt vom Senat der Universität St. Gallen Dr. Andreas Grüner, Dr. Norbert Klingebiel und Dr. Steffen Spies zu Privatdozenten für Betriebswirtschaftslehre ernannt.

Dr. Andreas Grüner, an der HSG tätig als ständiger Dozent, wurde vom Senat der Universität St. Gallen zum Privatdozenten für Betriebswirtschaftslehre mit besonderer Berücksichtigung des Finanz- und Rechnungswesens ernannt. Seine Habilitationsschrift trägt den Titel «Zur Theorie der Unternehmenssteuerung – Die Entwicklung eines prozessorientierten Controlling-Konzeptes zur Steuerung von Unternehmen der auftragsbezogenen Einzelherstellung, dargestellt am Beispiel der Schiffbauindustrie».

Dr. Norbert Klingebiel, tätig als Professor an der Fachhochschule Gelsenkirchen, wurde zum Privatdozenten für Betriebswirtschaftslehre mit besonderer Berücksichtigung des Controlling/Rechnungswesens ernannt. Er widmete seine Habilitationsschrift dem



*Professor Dr. Peter Athanas, Titularprofessor für Steuerrecht*

Thema «Integriertes Performance Measurement».

Dr. Steffen Spies, beruflich tätig in der Automobilindustrie, wurde zum Privatdozenten für Betriebswirtschaftslehre mit besonderer Berücksichtigung des Marketing ernannt. Seine Habilitationsschrift trägt den Titel «Variantenoptimale Gestaltung des Leistungsangebots – Differenziertes Leistungsmanagement am Beispiel der Automobilindustrie».

*Der Preisträger, Professor Dr. Karlheinz Küting (links), zusammen mit Professor Dr. Carl Helbling (rechts), Präsident der Jury und HSG-Rektor Professor Dr. Peter Gomez (Mitte).*



## Dr.-Kausch-Preis verliehen

«Für seine Verdienste um die Verbesserung der Rechnungslegung, besonders der Konzernrechnungslegung, und die Kommentierung des Bilanzrechtes» erhielt am Dienstag, 11. Januar 2000, Professor Dr. Karlheinz Küting, Saarbrücken, den Dr.-Kausch-Preis 1999 an der Universität St. Gallen. Zweck des mit 75 000 Franken dotierten Preises ist die Förderung der Forschung und Praxis auf dem Gebiet des finanziellen und betrieblichen Rechnungswesens der Unternehmungen. «Karlheinz Küting hat sich grosse Verdienste um die sachgemässe Einführung der Bilanzreform in Deutschland und die Umsetzung der EU-Richtlinien erworben», erklärte Professor Dr. Carl Helbling, Präsident der Jury und des Kuratoriums, in seiner Laudatio.

Karlheinz Küting, 1944 geboren, absolvierte zunächst eine Ausbildung zum Industriekaufmann, bevor er die Höhere Wirtschaftsfachschule in Dortmund und anschliessend das Studium der Wirtschaftswissenschaften in Bochum 1970 mit dem Titel eines Diplom-Ökonomen abschloss. 1973 promovierte er zum Dr.rer.oec. an der Ruhr-Universität Bochum. Von 1973 bis 1981 war er wissenschaftlicher Assistent in Duisburg, wo er sich 1979 habilitierte. 1981 übernahm er eine Professur in Kaiserslautern und 1983 wurde er zum Professor für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Wirtschaftsprüfung, an der Universität des Saarlandes, ernannt.



Seit 1992 leitet er das Institut für Wirtschaftsprüfung an derselben Universität. Karlheinz Küttings wissenschaftliches Werk umfasst gegen 400 Publikationen, davon 33 selbständige Titel, in denen er sich insbesondere mit folgenden Themen befasst: Konzernrechnungslegung, Einzelabschluss, Bilanz- und Erfolgsanalyse, internationale Rechnungslegung, Bilanzreform und Bilanzpolitik. Hervorzuheben sind insbesondere die umfangreichen Werke «Handbuch der Rechnungslegung» und das «Handbuch der Konzernrechnungslegung» (beide gemeinsam mit Claus-Peter Weber), die in kurzer Zeit zu Standardwerken in Deutschland geworden sind.

In seiner Festrede sprach Professor Kütting zum Thema «Perspektiven der externen Rechnungslegung – auf dem Wege zu einem umfassenden Business-Reporting» und er vertrat die Ansicht, dass sich bis zum Jahr 2010 – neben weiteren Einzelprognosen (etwa jener, dass die finanzielle Berichterstattung zulasten einer nicht finanziellen Berichterstattung an Bedeutung verlieren werde) folgende Haupttrends im Rechnungswesen zeigen werden:

1. Der Bedeutungsverlust nationaler Normengeber zur Rechnungslegung wird sich fortsetzen.
2. Die international anerkannten Normensysteme zur Rechnungslegung werden mittelfristig das Erscheinungsbild der externen Rechnungslegung prägen. Einzelabschluss und Steuerbilanz werden vom Gesetzgeber nicht dauerhaft immunisiert werden können.
3. Die externe Rechnungslegung wird zukünftig verstärkt auch im Internet bzw. in digitalisierter Form stattfinden.
4. Das externe Rechnungswesen wird vollständig in ein umfassendes Management-Informationen-System integriert sein und hierin eine bedeutende Rolle, insbesondere auch für interne Zwecke, spielen.
5. Die Erkenntnis, dass den Möglichkeiten zu einer Konvergenz von internem und externem Rechnungswesen enge Grenzen gesetzt sind, wird Bestand haben.
6. Der «Konzerngedanke» und der Konzernabschluss haben bereits in

den vergangenen Jahren den Einzelabschluss in den Hintergrund gedrängt. Diese Entwicklung wird sich fortsetzen und vielleicht auch die Besteuerung erfassen.

7. Es wird zu einer Annäherung des Rechnungswesens von öffentlichen und privaten Unternehmen kommen.

### Nobelpreisträger an der HSG

Mehrere Wochen weilte Professor James M. Buchanan, Nobelpreisträger für Wirtschaftswissenschaften, an der Universität St. Gallen und er nahm den Friedrich-August-von-Hayek-Gastlehrstuhl ein, den die St. Galler Stiftung für Internationale Studien, Trägerin des ISC-Management-Symposiums, gestiftet hatte. Er hielt Seminare und auch zwei öffentliche Vorträge. James M. Buchanan ist seit 1969 Direktor des von ihm gegründeten Center for Study of Public Choice, zuerst am Virginia Polytechnic Institute und seit 1983 an der George Mason University. James M. Buchanan hat eine grosse Zahl von Ehrungen erhalten. Im Vordergrund steht der Nobelpreis für Wirtschaftswissenschaften, den er 1986 erhielt. Professor James M. Buchanan ist der wichtigste Vertreter der ökonomischen Theorie der Verfassung (Constitutional Economics) und Mitbegründer der Public-Choice-Theorie. Mit seinen Arbeiten hat er wesentlich zur Fundierung einer liberalen marktwirtschaftlichen Ordnungstheorie beigetragen.

Ebenfalls im Wintersemester weilten der deutsche Bundespräsident Johannes Rau (im Rahmen von «Start», vgl. separaten Bericht) und Dr. Hans Meyer, Präsident des Direktoriums der Schweizerischen Nationalbank, für Vorträge an der HSG.

Ihre Antrittsvorlesungen hielten PD Dr. Mathias Binswanger, PD Dr. Dirk Solte und PD Dr. Bernhard Katzy, ihre Abschiedsvorlesungen Professor Dr. Dres h.c. Rolf Dubs und Professor Dr. Theodor Leuenberger (vgl. Würdigungen).

# alma

Das Alumni-Magazin der Universität St. Gallen (bis 1997: «St. Galler Hochschulnachrichten»)

ISSN 1422-5980

3. Jahrgang, Nr. 2/2000

Auflage: 15 000 Exemplare

Erscheinungsweise: alle 3 Monate

Herausgeber: St. Galler Hochschulverein und Rektorat der Universität St. Gallen

Verlagsleitung: Peter Hogenkamp

Chefredaktion: Roger Tinner

Beiträge in dieser Ausgabe:

Markus Felber, Philipp Hagen, Peter Hogenkamp, Pascal Koller, Nicole Schiessl, Heidi Steiger, Roger Tinner

Titelbild: Regina Kühne

Fotos: Regina Kühne

Gestaltung: Norbert Völkle

Druck: Zollikofer AG, St. Gallen

Redaktion:

alma, c/o Universität St. Gallen

Dufourstrasse 50

9000 St. Gallen

Telefon +41 71 224 22 26

Telefax +4171 224 28 15

e-mail: alma@alumni.unisg.ch

Vertrieb/Anzeigen/Adressänderungen:

Alumni-Büro HSG

Dufourstrasse 50

9000 St. Gallen

Telefon +41 71 224 30 10

Telefax +41 71 224 30 11

E-Mail: alumni@unisg.ch

Anzeigenpreise: auf Anfrage

Nachdruck, auch auszugsweise, ist nur mit Genehmigung der Herausgeber bzw. der Redaktion gestattet. Für unverlangt zugestellte Manuskripte wird keine Gewähr übernommen.

# Professor Dr. Dres. h.c. Rolf Dubs tritt in den Ruhestand

*Die HSG 30 Jahre mitgeprägt*

Professor Dr. Dres. h.c. Rolf Dubs, alt Rektor und Ordinarius für Wirtschaftspädagogik, trat nach 30-jähriger Tätigkeit an der HSG in den Ruhestand. Rektor Professor Dr. Peter Gomez würdigt sein Werk und Wirken.

Rolf Dubs, am 2. Februar 1935 als Bürger von Affoltern am Albis geboren, absolvierte nach der Maturität ab 1954 das Studium an der damaligen Handelshochschule St. Gallen, das er 1960 als diplomierter Handelslehrer (mag. oec.) abschloss. Zwischen 1962 und 1972 unterrichtete er als Hauptlehrer für Wirtschaftsfächer an der Kanttonsschule St. Gallen und er widmete sich gleichzeitig der Forschung: 1965 doktorierte er an der HSG, 1967 habilitierte er sich für das Fach Wirtschaftspädagogik mit einer Arbeit zum Thema «Das Wirtschaftsgymnasium». Ab 1969 wirkte er als Professor für Wirtschaftspädagogik an der HSG, zunächst als Extraordinarius, ab 1971 als Ordinarius. Seit 1972 ist er Direktor des von ihm gegründeten Instituts für Wirtschaftspädagogik (IWP-HSG), von 1980 bis 1982 führte er als Vorstand die Betriebswirtschaftliche Abteilung; 1986 gründete er das Nachdiplom-Studium für Unternehmensführung (NDU-HSG), dem er bis 1990 – und später noch einmal interimistisch – als Direktor vorstand. Ebenfalls zwischen 1986 und 1990 war er Prorektor der HSG, ehe er von 1990 bis 1993 das Amt des Rektors ausübte. Bis heute präsidiert er mehrere Geschäftsleitende Ausschüsse von HSG-Instituten. In der schweizerischen Hochschulpolitik nahm er ebenfalls wichtige Funktionen wahr, etwa als Präsident der Weiterbildungskommission der Schweizerischen Hochschulkonferenz oder als Delegierter des Bundesrates für die neu geschaffenen Fachhochschulen. Überhaupt war sein Rat in bildungspolitischen Fragen im In- und Ausland sehr gefragt, sodass ihm zahlreiche Beratungsmandate übertragen wurden. Als Wis-



*Professor Dr. Dres. h.c. Rolf Dubs*

senchafter entwickelte er eine überaus rege Publikationstätigkeit, deren Bogen von der Pädagogik über Betriebswirtschaft bis hin zu allgemeinen politischen und gesellschaftlichen Themen reicht. Mit zahlreichen Lehrbüchern hat er die inhaltliche Ausbildung an Mittel- und Hochschulen mitgeprägt und die Lehrerinnen und Lehrer nahmen seine breite Vortrags- und Weiterbildungstätigkeit dankbar in Anspruch. Seine Verdienste als Wissenschaftler fanden ihre verdiente Ehrung in zwei Ehrendoktoraten der Wirtschaftsuniversität Wien (1992) und Wirtschaftsuniversität Budapest (1993).

Rolf Dubs ist aber trotz seiner wissenschaftlichen Reputation kein Pädagogik-Theoretiker, sondern ein Hochschullehrer und Pädagoge, wie es ihn – jedenfalls an Universitäten – viel zu selten gibt: Aus einer breiten praktischen Erfahrung schöpfend, wissenschaftlich fundiert und dennoch in verständlicher Sprache hat er unzähligen Generationen von Studierenden der HSG, Seminarteilnehmern und Nachdiplom-Absolvent(inn)en die verschiedensten betriebswirtschaftlichen Themen nahe gebracht. Dass er auch als bestandener und international anerkannter Professor immer in den unteren Semestern unterrichtete, war für

die Universität St. Gallen und ihre Studierenden ein Glücksfall.

Auch als Rektor hat er seine Lehrtätigkeit nie unterbrochen, obwohl er wichtige Vorhaben wie die Studienreform zu Beginn der 90er-Jahre mit viel Elan umsetzte, eine Reform des Doktorandenstudiums einleitete und die Einbindung der Universität in internationale Programme – insbesondere die Community of European Management Schools (CEMS) – vorantrieb. Im Mittelpunkt seines Rektorats aber standen die Studierenden, denen er mit einer «Politik der offenen Tür» immer zugänglich war und deren Ausbildung sein ganzes Engagement galt. Als ihr unermüdlicher «erster Botschafter» hat er die HSG in der Region wie im In- und Ausland aktiv und wirkungsvoll vertreten. «Sein» Institut für Wirtschaftspädagogik machte er gemeinsam mit einem treuen Mitarbeiterstab zu einer ersten Adresse (wirtschafts-)pädagogischer Forschung und Bildung.

Trotz dieser zahlreichen verantwortungsvollen Funktionen übernahm Rolf Dubs immer auch in der Wirtschaftspraxis, in Politik und Militär wichtige Aufgaben: als Mitglied und Präsident zahlreicher Verwaltungsräte, als Mitglied des st. gallischen Grossen Rates (1972 bis 1988) und als Offizier der Schweizer Armee, zuletzt im höchsten «Miliz»-Grad eines Brigadiers und Kommandanten einer Festungsbrigade.

Rolf Dubs war – und ist! – eine aussergewöhnliche Führungspersönlichkeit, die weit über die HSG hinaus Spuren hinterlassen und in allen seinen Ämtern und Funktionen prägend gewirkt hat. Seine natürliche Autorität und seine fachliche wie menschliche Kompetenz liessen (und lassen) ihn dabei dem «Normalbürger» genauso gerecht werden wie Führungskräften in Politik oder Wirtschaft. Die Universität St. Gallen verdankt Rolf Dubs ausserordentlich viel und lässt ihn nur ungern in den Ruhestand «ziehen».

# Professor Dr. Theodor Leuenberger tritt in den Ruhestand

*Blick für Ostasien geöffnet*

Auf Ende des Wintersemesters 1999/2000 tritt Professor Dr. Theodor Leuenberger, Ordinarius für Wirtschaftsgeschichte und Technologiepolitik, nach dreissigjähriger Tätigkeit an der HSG in den Ruhestand. Im Folgenden würdigt Professor Dr. Gebhard Kirchgässner, Vorstand der Volkswirtschaftlichen Abteilung, sein Werk und Wirken an der Universität St. Gallen.

Theodor Leuenberger wurde am 22. Januar 1935 geboren und studierte ab 1954 an der Universität Basel Geschichte, Philosophie und Ökonomie. Er schloss diese Studien im Jahr 1960 mit dem Doktorat ab. Thema seiner Dissertation war «Johannes von Müller und das Christentum». Ab 1962 arbeitete er an der Evangelischen Akademie Bad Boll, bevor er 1965 ein Jahr als Visiting Scholar am Ostasien-Institut der Harvard Universität verbrachte. Von 1966 bis 1969 war er Assistenzprofessor an der Internationalen Universität in Tokio und anschliessend Gastprofessor an der ETH Zürich. Er erhielt dann den Ruf an die HSG, wo er im Jahr 1970 seine Lehrtätigkeit aufnahm und der er bis heute treu blieb. Hier war er unter anderem von 1991 bis 1993 Vorstand der Volkswirtschaftlichen Abteilung.

Neben seiner Lehrtätigkeit an der HSG hatte Theodor Leuenberger von 1972 bis 1975 einen Lehrauftrag an der Universität Zürich und er war im Jahr 1977 Gastprofessor an der Universität Bochum. Seit einiger Zeit lehrt er auch an der Stockholm School of Economics. Diese Tätigkeit wird er auch nach seiner Emeritierung an der HSG weiterführen und er wird zudem ab dem Jahr 2001 eine längerfristige Gastprofessur an der Universität in Tokio wahrnehmen.

Die Forschungs- und Lehrinteressen von Theodor Leuenberger gingen schon bald über den Bereich einer eng verstandenen und vor allem zurückblickenden Wirtschaftsgeschichte hin-



*Professor Dr. Theodor Leuenberger*

aus. Es war ihm immer ein Anliegen, sein historisches Wissen für heutige Probleme und für die Gestaltung der Zukunft nutzbar zu machen. Dementsprechend schliesst die Denomination seines Lehrstuhls auch die Technologiepolitik ein. So war es nur konsequent, dass er von 1979 bis 1982 ein Forschungsprojekt des Club of Rome zum Thema «World Disorder and the Future of Enterprise» leitete, dass er von 1989 bis 1991 Direktor des Instituts für Technologiemanagement unserer Universität war und dass er eine gemeinsame Vorlesung über «Innovation, Venture Capital und Arbeitsplätze» an der ETH Zürich und der Universität St. Gallen initiierte. Vor allem aber faszinierte ihn schon sehr früh Ostasien mit seinem enormen wirtschaftlichen und technologischen Potenzial. Dies zeigt sich zum einen im Aufbau eines eigenen Kulturfachs «Ostasienkunde» an unserer Universität, welches bei den Studierenden grossen Anklang fand. Zum anderen hat er in den Jahren 1984 bis 1989 mehrere China-Missionen für das Entwicklungs-Programm der Vereinten Nationen (UNDP) durchgeführt, war er von 1986 bis 1989 Chief Consultant am Asia Pacific Center in Köln und wirkte an der Gründung der Swiss Asia Foundation mit.

Durch seine Engagements erschloss er sich ein Netz internationaler Beziehungen. So war er im Auftrag der Evangelischen Kirche Deutschland Mitglied des Weltkirchenrats und er nahm im Herbst 1999 in Tokio gemeinsam mit dem deutschen Altbundeskanzler Helmut Schmidt an einem Symposium zum Thema «The New Global Financial Challenge: Euro, Yen and Dollar» teil. Diese Beziehungen machte er auch für die HSG nutzbar, indem er nicht nur viele Asienexperten regelmässig nach St. Gallen zum Vortrag einlud, sondern durch seinen Kontakt zu Professor Yawata z.B. auch die Zusammenarbeit unserer Universität mit der Sophia-Universität in Tokio förderte.

Die drei wesentlichen Säulen seines wissenschaftlichen Wirkens, die Berücksichtigung der historischen Perspektive, in die Zukunft weisende technologische Entwicklungen sowie die Dynamik des ostasiatischen Raumes schlagen sich auch in seinem Schrifttum nieder. So schrieb er nicht nur über «Chinas Durchbruch in das zwanzigste Jahrhundert» (1971), sondern zum Beispiel auch über «Bürokratisierung und Modernisierung der Gesellschaft» (1975), den «Innovationswettbewerb zwischen Europa, den USA und Japan, dargestellt am Beispiel der Halbleiter- und Pharmaindustrie» (1985) und er verfasste ein «Plädoyer für ein grösseres Europa: Perspektiven für eine wirtschaftliche und politische Integration von Ost- und Westeuropa» (1992).

Professor Theodor Leuenberger darf in der Gewissheit in den Ruhestand treten, der HSG den Blick für Ostasien geöffnet zu haben. Damit hat er Wesentliches für sie geleistet. Er hat unserer Universität ein Feld erschlossen, dessen Bedeutung in Zukunft noch zunehmen wird. Die Universität St. Gallen dankt ihm dafür von Herzen und wünscht ihm weiterhin eine erfolgreiche Lehr- und Forschungstätigkeit.

# Nachhaltige Blasen an der Börse?

Seit Beginn der 80er-Jahre boomen die Börsen in den USA, aber auch in den meisten westeuropäischen Ländern. Kurzzeitige Kurseinbrüche wie der Mini-Crash 1987 oder der als dramatisch empfundene Rückgang im Herbst 1998 haben diesem schon mehr als 15 Jahre dauernden Trend bis heute keinen Abbruch getan. Trotzdem taucht immer wieder die bange Frage auf, ob die Börsenkurse eigentlich noch etwas mit der realen Wirtschaft zu tun haben. Einer, der regelmässig in der Öffentlichkeit über dieses Thema nachdenkt, ist der amerikanische Notenbankchef Alan Greenspan. Letztmals tat er das am 14. Januar dieses Jahres und er kam dabei zu folgender Schlussfolgerung: Die gegenwärtige Situation ist vielleicht nur eine der vielen euphorischen Spekulationsblasen in der Menschheitsgeschichte. Und die endeten bekanntlich alle mit einem Crash. Müssen wir also bald mit dem Platzen einer Blase an den Börsen rechnen und werden sich die mit harter Spekulationsarbeit verdienten Vermögen wieder in nichts auflösen?

Zunächst gilt es einmal abzuklären, ob die heutigen Börsenkurse tatsächlich durch spekulative Blasen in die Höhe katapultiert wurden. Von einer spekulativen Blase spricht man, wenn sich die Höhe des Börsenkurses nicht mehr mit Gewinnerwartungen in den Unternehmen begründen lässt. In diesem Fall lassen sich die Börsenkurse gedanklich in zwei Komponenten zergliedern: erstens den Fundamentalwert und zweitens die spekulative Blase. Im Gegensatz zum Fundamentalwert ist die Entwicklung der spekulativen Blase nicht von den Gewinnerwartungen und damit der realwirtschaftlichen Entwicklung abhängig. Die Blase lebt einzig und allein vom Glauben der Investoren, die Aktien stets zu einem noch höheren Kurs wieder verkaufen zu können. Und wenn alle das glauben, dann finden sich auch stets neue Investoren, welche bereit sind, die Aktien zu einem noch höheren Kurs zu erwerben, was der Blase ein stetiges Wachstum beschert. Verlieren die Investoren allerdings ihren Glauben, dann kommt es zum Crash und die Börsenkurse schrumpfen wieder auf

ihre Fundamentalwerte.

In der Praxis ist es allerdings nicht leicht zu entscheiden, ob die heute beobachteten Börsenkurse tatsächlich eine Blase enthalten. Betrachten wir einmal die amerikanische Börse, wo fast die Hälfte des gesamten Aktienkapitals der Welt investiert ist, dann stellen sich etwa folgende Fragen: Haben sich die Gewinnaussichten der grossen Konzerne in den 90er-Jahren dermassen verbessert, dass sich damit eine Vervierfachung des Dow Jones Industrial Index seit 1989 begründen lässt? Hat die technologische Entwicklung so rasante Fortschritte gemacht, dass damit die Verzehnfachung des technologielastigen Nasdaq Composite Index im gleichen Zeitraum erklärt werden kann? Und befinden sich traditionelle Börsenkennziffern wie Kurs-/Gewinn-Verhältnisse und Kurs-/Dividenden-Verhältnisse auf historischen Höchstständen, weil die zukünftigen Gewinne, die sich im gegenwärtigen Kurs widerspiegeln, viel höher sein werden als die gegenwärtigen Gewinne? Wenn solche Fragen vorbehaltlos mit Ja beantwortet werden könnten, dann gäbe es zurzeit keine spekulative Blase und die Börsenkurse wären fundamental gerechtfertigt.

Insbesondere bei Banken und anderen Finanzdienstleistern finden sich optimistische Finanzexperten, welche davon ausgehen, dass die heutigen Kurse tatsächlich fundamental gerechtfertigt sind. Das erstaunt nicht weiter, denn ein erwarteter zukünftiger Kursanstieg aufgrund wirtschaftlicher Stärke kommt als Verkaufsargument für Aktienfonds einfach besser an als eine spekulative Blase. Denn die könnte ja platzen, und das wirkt sich auf potenzielle Anleger abschreckend aus. Im Wesentlichen führen die Optimisten drei Argumente ins Feld, weshalb die heutigen Kurse nicht überhöht seien: Erstens, und das ist das wichtigste Argument, zeichne sich der Übergang zu ei-

ner «New Economy» ab, in der die Produktivität der Wirtschaft in bisher nie gekanntem Mass zunehme. Ursache seien die neuen Informationstechnologien und das Internet, die uns Dinge wie E-Commerce, E-Banking, E-Books und zuletzt auch virtuelle Unternehmen bescherten. Der Anstieg der Börsenkurse seit den 80er-Jahren, insbesondere bei den Technologiewerten, wäre dann nur eine Vorwegnahme der grossartigen wirtschaftlichen Zukunft, die uns erwartet.

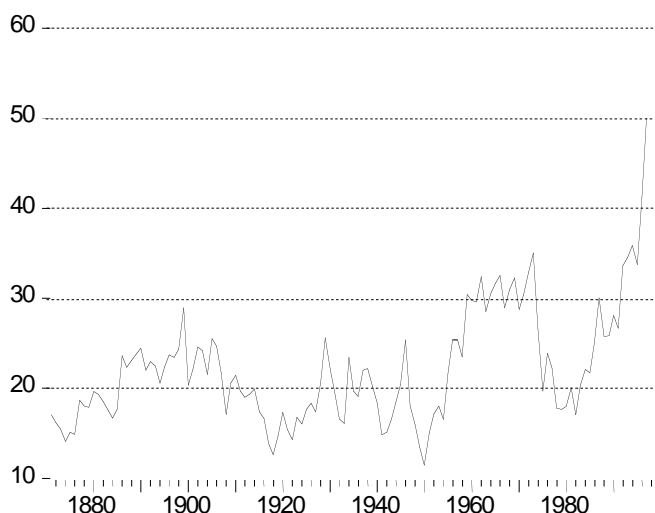
Als Zweites argumentieren die Blasenverneiner auch mit den Risikoprämien an der Börse. Anleger erkennen zunehmend, so lautet die Argumentation, dass bei langfristiger Betrachtung Aktienanlagen gar nicht viel riskanter sind als Anlagen in staatliche Obligationen (in den USA: Treasury Bonds). Die Anleger hätten demnach bisher das Risiko an der Börse «irrational» überschätzt, was dazu führte, dass die Kurse in der Vergangenheit zu tief waren. Denn die Höhe der Risikoprämie entscheidet, wie stark die zukünftigen erwarteten Gewinne abdiskontiert werden, und damit über die Höhe des Börsenkurses. So erzielte man in den USA im Zeitraum von 1946 bis 1997 an der Börse im Durchschnitt eine reale Rendite von 7.5 Prozent während Bonds lächerliche 1.1 Prozent abwarfen, obwohl sich die Risiken der Anlagen kaum unterschieden. Seit den 80er-Jahren seien die Anleger jedoch zunehmend vernünftiger geworden und sie hätten die Risikoprämien der Realität angepasst, so dass die Börsenkurse jetzt endlich den «richtigen» Fundamentalwerten entsprächen.

Und schliesslich gibt es noch ein drittes Argument, welches insbesondere die Rekordhöhe des Kurs-/Dividenden-Verhältnisses erklären soll. Unternehmen würden es vermehrt vorziehen, so heisst es, die Aktionäre nicht über die Auszahlung von Dividenden, sondern durch den Rückkauf eigener

Aktien am erwirtschafteten Gewinn partizipieren zu lassen. Der Grund dafür sei in erster Linie bei der relativ starken Besteuerung von Dividenden zu suchen, was Aktienrückkäufe vorteilhafter machte. Und als angenehmer Nebeneffekt würden die Börsenkurse durch Aktienrückkäufe noch zusätzlich in die Höhe getrieben.

Was ist von diesen Argumenten zu halten? Das zuletzt erwähnte Argument reicht als Erklärung sicher nicht aus, denn selbst wenn man die veränderte Auszahlungspolitik der Unternehmen mit einbezieht, bleibt das Kurs-/Dividenden-Verhältnis auf Rekordhöhe. Das erste und das zweite Argument hingegen lassen sich unmittelbar weder beweisen noch widerlegen. Fundamentalwerte lassen sich nicht beobachten, sondern hängen von den Erwartungen der Investoren über die wirtschaftliche Zukunft ab. Für Technofreaks, die an ein zukünftiges Informationstechnologie-Paradies glauben, sind die gegenwärtigen Aktienkurse keineswegs überhöht, während kritischere Geister diese Meinung als eine reine Illusion abtun. Die gegenwärtig zur Verfügung stehenden Informationen über die zukünftige Wirtschaftsentwicklung lassen sich eben ganz unterschiedlich interpretieren und so ergeben sich für «Bullen» andere Fundamentalwerte als für «Bären». Das gilt auch für die Risikoprämien, da das zukünftige Risiko von Aktienanlagen nicht von allen Anlegern gleich eingeschätzt wird, obwohl sie alle dieselben Informationen zur Verfügung haben.

#### Preis-/Dividenden-Verhältnis in den USA



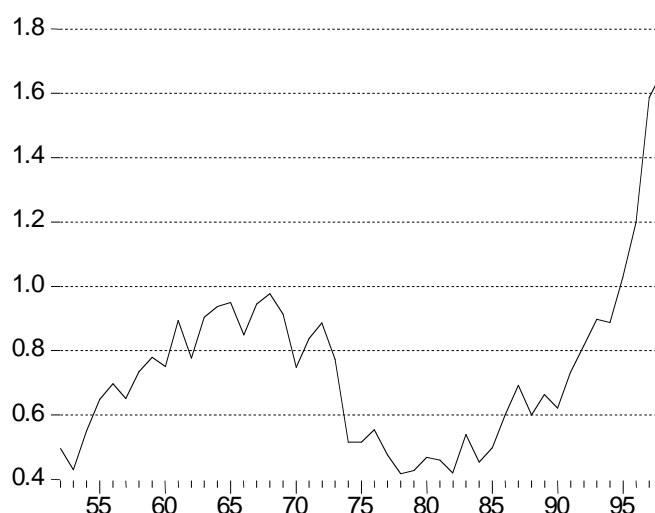
Müssen wir also die Frage, ob wir es gegenwärtig mit einer spekulativen Blase zu tun haben, offen lassen? Nicht ganz. Denn wenn ein Aktienkurs seinem Fundamentalwert entspricht, müsste er in einem bestimmten Zusammenhang zur realwirtschaftlichen Entwicklung stehen, der sich empirisch überprüfen lässt. Das lässt sich an folgendem Beispiel verdeutlichen: Wird bekannt, dass Novartis (es könnte auch Roche sein) die Entwicklung eines neuen, erfolgversprechenden Medikaments plant und dass die bisherigen Tests zu Optimismus Anlass geben, dann wirkt sich das unmittelbar nach Bekanntwerden der Nachricht positiv auf den Aktienkurs der Novartis AG aus. Es wird aber ziemlich Zeit vergehen, bis das Medikament tatsächlich produziert, auf den Markt gebracht und verkauft worden ist – so wie die Produktions- und Verkaufszahlen bzw. die Gewinne bei Novartis effektiv steigen. Der sofort gestiegene Aktienkurs von Novartis läuft dann der «realwirtschaftlichen Entwicklung» des Novartis-Konzerns voraus. Das gilt aber nicht nur für Novartis, sondern für alle Aktiengesellschaften eines Landes, weshalb auf gesamtwirtschaftlicher Ebene die Börsenkurse (ausgedrückt durch einen Aktienindex) ein der realwirtschaftlichen Entwicklung vorauslaufender Indikator sein sollten, solange die Börsenkurse durch die Fundamentalwerte der Aktiengesellschaften bestimmt sind. Oder genauer ausgedrückt: Schwankungen der Wachstumsraten des Bruttoinlandsprodukts oder der industriellen Produktion müssen mit vergangenen

Schwankungen der Aktienrenditen korrelieren.

Und tatsächlich haben sie das bis vor kurzem auch getan. So haben langfristige Analysen bestätigt, dass die Börse in den USA im Zeitraum von 1889 bis 1980 der realwirtschaftlichen Entwicklung stets vorausgelaufen ist. Wie eigene Untersuchungen zu diesem Thema vermuten lassen, ist damit aber seit den frühen 80er-Jahren Schluss.\* Seither können weder die Schwankungen der Wachstumsrate des Bruttoinlandsprodukts noch die Schwankungen der Wachstumsrate der industriellen Produktion mit der Börsenentwicklung in Zusammenhang gebracht werden. Dieses Ergebnis gibt uns einen Hinweis darauf, dass die heutigen Börsenkurse wohl von spekulativen Blasen dominiert werden und tatsächlich ihren Fundamentalwert übersteigen.

Was bedeutet das nun für die Zukunft der Börse? Schauen wir zunächst einmal, ob wir etwas aus der Geschichte lernen können, und werfen wir einen Blick zurück auf einige historische Blasenepisoden. Und tatsächlich lässt sich eine grosse Gemeinsamkeit erkennen: Alle früheren Blasen sind spätestens nach einigen Jahren geplatzt. Eine bittere Erfahrung, die viele Spekulanten über mehrere Jahrhunderte hinweg machen mussten. Pioniere auf diesem Gebiet waren die Holländer im Amsterdam der 40er-Jahre des 17. Jahrhunderts. Dort entzündete sich das Speku-

*Verhältnis des Werts der an den amerikanischen Börsen kotierten Aktien zum BIP der USA*



lationsfieber an einigen neu aus dem Vorderen Orient importierten seltenen Tulpenzwiebeln, die innerhalb kurzer Zeit zu reinen Spekulationsobjekten wurden. Zwiebeln, die bis anhin kaum einen Wert besaßen, waren im Jahre 1636 plötzlich so viel wert wie «ein neuer Wagen, zwei Pferde und noch das Geschirr dazu». Bereits ein Jahr später endete die «Tulpenmanie» in einem Crash, denn die Tulpenzwiebelinvestoren hatten ihren Glauben an stets steigende Tulpenzwiebelpreise verloren. Die Blase war geplatzt und der Preis der Tulpenzwiebeln entsprach wieder ihrem Fundamentalwert, der bekanntlich nicht allzu hoch ist. An der holländischen Wirtschaft ging der Crash auch nicht spurlos vorbei, denn viele Spekulanten hatten die Zwiebeln auf Kredit gekauft und konnten diesen anschließend nicht mehr zurückzahlen, da sie bankrott waren. Alles Phänomene, wie man sie auch aus späteren Blasenepisoden kennt. Erwähnt seien hier nur die berühmtesten Beispiele: das Platzen des Mississippi-Bubble in Paris im Jahre 1720, das Auffliegen des «Südseeschwindels» in London im Jahre 1720, bei dem Sir Isaac Newton den grössten Teil seines Vermögens verlor, der Börsencrash in New York im Jahre 1929, der Zusammenbruch der japanischen Börsenkurse im Jahre 1990 and last, but not least der Einbruch der Börsenkurse in den südostasiatischen Ländern Ende 1997.

Im Vergleich zu den erwähnten Blasen ist die heutige Blase in den USA und in Westeuropa jedoch auffällig langlebig. Aufgrund der historischen Erfahrung müsste sie nämlich längst geplatzt sein. Doch darauf haben wir bis jetzt (zum Glück) vergeblich gewartet. Die gegenwärtige Blase entwickelte sich Mitte der 80er-Jahre, als einige amerikanische Firmen darauf kamen, dass es profitabler sei, bereits bestehende Firmen aufzukaufen, statt in neue Anlagen und Maschinen zu investieren. Das führte zu der grossen «Mergers & Acquisitions-Welle» der 80er-Jahre, welche die Börsenkurse zu neuen Höhenflügen veranlasste. Bereits im Oktober 1987 schien jedoch alles vorbei zu sein. Ein Mini-Crash erschütterte das Vertrauen der Anleger, doch nicht für lange. Seit den 90er-Jahren geht der

Börsenboom mit noch grösserer Dynamik weiter und die Aktienkurse eilen von Rekord zu Rekord. Wir erleben zurzeit eine «nachhaltige Blase» – die erste der Wirtschaftsgeschichte –, die in Bezug auf ihre Dauer längst alle historischen Blasen in den Schatten gestellt hat.

Was unterscheidet aber die nachhaltige Blase von heute von den kurzlebigen Blasen von früher? Eine genauere Analyse der verschiedenen Blasenepisoden führt zu folgenden Schlussfolgerungen: Erstens platzen alle Blasen, die zu schnell wachsen. Börsenkurse, die sich in nur einem Jahr vervielfachen, wirken schnell unglaublich, wie etwa die Entwicklung der Börse Ende der 20er-Jahre in New York und in Japan Ende der 80er-Jahre aufzeigte. Verglichen damit wächst die heutige Blase langsam und ohne allzu grosse Aufmerksamkeit zu erregen. Zweitens darf die Höhe des Fundamentalwerts eines Spekulationsobjekts nicht zu offensichtlich sein. So ist der Fundamentalwert von Tulpenzwiebeln leicht abschätzbar, was dazu führte, dass die Preise im Jahre 1637 relativ rasch als «überhöht» erkannt wurden. In solchen Situationen verlieren die Investoren ihr Vertrauen und die Blasen platzen nach relativ kurzer Zeit. Ganz anders ist das bei den heutigen Börsenkursen. Wie schon erwähnt, gibt es genügend Experten, welche die Existenz einer Blase bezweifeln, und niemand weiss, wie hoch der Fundamentalwert der Aktien tatsächlich ist. Und Blasen, die nicht unmittelbar als solche erkennbar sind, gedeihen immer besonders gut.

Drittens tragen die Unternehmen selbst zum Platzen der Blase bei, wenn sie versuchen, von den hohen Aktienpreisen zu profitieren, indem sie sich durch die Herausgabe zusätzlicher Aktien billig Kapital beschaffen. Die Preise eines Gutes (in diesem Fall Aktien), dessen Angebot ständig erhöht wird, beginnen nämlich schnell zu sinken und das verkraftet selbst die stärkste Blase nicht. Sowohl amerikanische Unternehmen Ende der 20er-Jahre als auch japanische Unternehmen Ende der 80er-Jahre begingen diese «Sünde» und leisteten damit ihren eigenen Beitrag zum Börsencrash. Während des gegenwärtigen Aktienbooms verhielten sich die amerikanischen Unternehmen

hingegen bis jetzt sehr blasenfreundlich, indem sie tendenziell sogar das Angebot an Aktien durch Aktienrückkäufe verringerten. Viertens führen mangelndes Risikomanagement bei den Banken, Vetternwirtschaft und Korruption zum schnellen Tod einer Blase, wie die südostasiatischen Länder Ende 1997 schmerzlich erfahren mussten. Blasen können nur in hoch entwickelten Finanzsystemen überleben, in denen das Vertrauen in die Banken gross ist, bzw. die Märkte liquid und Risikodiversifikationsmöglichkeiten zahlreich sind.

Fünftens können Blasen nicht nachhaltig gedeihen, wenn im Hintergrund kein potenter «Lender of last Resort» das Vertrauen in das Finanzsystem eines Landes stützt. Als Lender of last Resort agiert die Zentralbank eines Landes, wenn sie bereit ist, den Banken notfalls unbeschränkt zusätzliches Geld zur Verfügung zu stellen, sobald der Zusammenbruch des Finanzsystems droht. Im Jahre 1987 hat die amerikanische Zentralbank erfolgreich demonstriert, wie schnell das Vertrauen durch eine solche Massnahme wieder hergestellt werden kann. Im Jahr 1929 hatte sie sich hingegen geweigert, ihre Lender-of-last-Resort-Funktion wahrzunehmen und damit der Blase jede weitere Lebenschance genommen. Einen potenten Lender of last Resort besitzen allerdings nur Industrieländer, denn eine Zentralbank, die notfalls zusätzliche Baht oder Ringgit drucken kann, nützt überhaupt nichts. In solchen Situationen sind harte Devisen gefragt, die ausschliesslich die Zentralbanken in den Industrieländern schaffen können.

Seien sie also beruhigt! Obwohl wir es gegenwärtig mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit mit einer spekulativen Blase zu tun haben, muss diese in nächster Zeit nicht platzen. Zwar kann es immer wieder mal abwärts gehen wie etwa 1987 oder Ende 1998, aber der grosse Crash wird nicht kommen, solange die skizzierten Grundlagen für ein «nachhaltiges Blasenmanagement» von Politik und Wirtschaft weiterhin beachtet werden.

\* *Stock Markets, Speculative Bubbles and Economic Growth*, erschienen 1999 bei Edward Elgar

# Jahrgangssponsoring – made by Studentenschaft

**Hochschulpolitik und Dienstleistungen sind die zentralen Säulen der Vorkursarbeit. Das Jahrgangssponsoring ist als besonderer Service für die Studierenden ein wichtiger Teil davon. Nur ganz wenige von Ihnen sind zu Ihrer Studienzeit hier an der HSG in den Genuss des Jahrgangssponsoring gekommen, denn gerade erst letztes Jahr schloss der von PricewaterhouseCoopers gesponserte Jahrgang der «Class of 1998» ab. Was haben Sie verpasst?**

Das Sponsoring eines gesamten Studienjahrgangs, welches seit fünf Jahren praktiziert wird, hat sich zu einer Partnerschaft zwischen Studentenschaft und den Unternehmungen entwickelt. Gegenwärtig werden die Studierenden durch Swiss Re, PricewaterhouseCoopers, Novartis, Merrill Lynch und Roland Berger unterstützt. Das Konzept «Jahrgangssponsoring» basiert auf dem Gedanken, dass eine Unternehmung die Studierenden eines Jahrgangs durch ihr gesamtes Studium begleitet, d.h. jeder Jahrgang steht vom ersten Semester bis zum Studienabschluss nach vier Jahren unter dem Patronat derselben Unternehmung. Die Unternehmung tritt nicht nur als Sponsorin mit materiellen Dingen auf, sondern auch als persönliche Partnerin der Studierenden.

Gerade diese «persönliche Partnerschaft» wird gegenwärtig ausgebaut und der Vorstand der Studentenschaft arbeitet gemeinsam mit den Firmen an einem Mentorenprogramm, in dem

Mitarbeiter aus der Praxis als Coaches von Studierenden auftreten werden

Grundsätzlich durchläuft das Jahrgangssponsoring immer wieder bestimmte Phasen. Es beginnt im ersten Jahr mit einer Förderung des «Socialising» der neuen Studierenden und des gegenseitigen Sich-kennen-Lernens. Im zweiten Jahr beginnt dann eine verstärkte inhaltliche Zusammenarbeit. Es finden Gastvorträge statt oder es wird eine Unterstützung bei der Auswahl von Praktikumsstellen angeboten. Im Hauptstudium schliesslich wird diese intensiviert, kann man doch bei den anstehenden Diplomarbeiten, Workshops oder «case studies» gemeinsam an Problemstellungen arbeiten.

Im letzten Jahr, in der Endphase des Sponsorship, findet zu Beginn eine «Woche des Jahrgangssponsors» statt. Hier beginnt für die Studierenden der eigentliche Recruiting-Prozess. Geplant ist eine Woche, während der sich das Unternehmen in Plenarveranstaltungen präsentiert und den Studierenden die Möglichkeit gibt, zu diskutieren und Probleme zu bearbeiten, um dabei Arbeit und Mitarbeiter der Unternehmung kennen zu lernen.

Damit Sie einen Eindruck von den zahlreichen Aktivitäten bekommen, zeichnen wir ein Bild der aktuellen Tätigkeiten. Beginnen wir mit dem jetzigen ersten Semester, der

## «Class of 2003»

Was haben heute die Studierenden von diesem Projekt? Schon im Sommer hatten wir unsere zukünftigen Kommilitonen angeschrieben und sie mit ersten Informationen versorgt. Dieses Mailing wurde begleitet von einem Brief des Alumnus Walter B. Kielholz, CEO Swiss Re. Dann, am ersten Tag des neuen Semesters, startete das Mentorenprogramm. Dieses sechs Jahre alte Programm wird durch den Jahrgangssponsor finanziell und ideell un-

terstützt. Sechs Studierende werden von einem Studierenden aus den oberen Semestern betreut. Er führt in die Infra- sowie die informelle Struktur der HSG ein, zeigt seinen Mentees St. Gallen und zusammen geht man beispielsweise auf Beizentour oder man geniesst gemeinsam ein selbst zubereitetes Dinner. Darüber hinaus ist der Mentor ein ständiger Ansprechpartner, auf den die Studierenden auch noch einmal zur Prüfungszeit zukommen können. Zum ersten Mal wurde dieses Jahr das Mentorenprogramm mit einem besonderen Abend für die Mentorinnen und Mentoren abgerundet: Alle Mentoren wurden zu einer Theateraufführung und einem anschliessenden Essen eingeladen. Noch bevor man seine Mentoren findet, hat man gewöhnlich sein Erstsemesterpackage abgeholt. Dieser Rucksack, der ebenfalls vom Jahrgangssponsor gestellt wird, ist gefüllt mit vielem Nützlichem – Prüfungsadäquatem Taschenrechner, T-Shirt, Schreibutensilien, Fertigmahlzeiten...

28. Oktober 1999, Vereinsinformationsbörse. Seit einigen Jahren organisiert der Vorstand im Foyer des Bibliotheksgebäudes eine Messe, an der sich die Initiativen und Vereine den neuen Studierenden vorstellen und um neue Mitglieder werben, teilweise konkurrieren. Dieses Jahr präsentierten sich über 40 Vereine der Universität und erstmals auch der Jahrgangssponsor des ersten Semesters.

Sie fand in der Diskothek Palace in St. Gallen statt. Sie war stimmungsvoll und gefüllt mit Erstsemestrigen und Mentoren, die ausgelassen feierten. Es war die Party der «Class of 2003», organisiert von der Studentenschaft und dem Jahrgangssponsor.

Der CEO dieses Jahrgangssponsors, Walter B. Kielholz, kam im November persönlich an die Universität, um «seinen» Jahrgang zu begrüssen und Einblicke in das Rückversicherungsge-

schäft zu geben. Aber er vermittelte noch viel mehr: Walter B. Kielholz demonstrierte in persona, dass man als HSG-Absolvent in verantwortungsvolle Positionen kommen und, das vor allem, menschlich bleiben kann.

Im Anschluss an die Rede verlor Swiss Re noch eine Aktie der Unternehmung; gefragt war der Aktienkurs vom 11.11.1999 um 11.00 Uhr, die Kursschätzung musste spätestens sieben Tage zuvor abgegeben worden sein. Zwei Studierende schätzten den richtigen Kurs; Stichentscheid. Ein Gewinner und doch zwei Sieger: Swiss Re vergab spontan zwei Aktien.

### «Class of 2002»

Zum ersten Mal im vergangenen Sommer hat die «Class of 2002» erlebt, was es heisst, in St. Gallen für ein Vordiplom zu lernen. Um die zehnwöchige Bewährungsprobe mit Optimismus in Angriff zu nehmen, schenkte der Jahrgangssponsor PricewaterhouseCoopers (PwC) seiner «Class of 2002» zum Durchhalten je eine Kaffeetasche und den dazugehörenden Kaffee. Kurz vor den Prüfungen bekamen die Studierenden eine Ermutigungskarte zugesandt. An diesem Beispiel wird die Idee des Jahrgangssponsoring deutlich: Zum einen werden die Studierenden materiell unterstützt - viel wichtiger aber ist der Aufbau einer persönlichen Beziehung zwischen dem Jahrgang und seinem Jahrgangssponsor. Begünstigt wird diese persönliche Beziehung durch HSG-Alumni, die «ihrer» Universität etwas von dem zurückgeben wollen, was sie bekommen haben. So ist das persönliche Engagement von Urs Landolf, Partner von PwC in Zürich, ein wesentlicher Motor des ganzen Projektes «Jahrgangssponsoring». Durch ihn ermöglicht worden sind Social Events wie beispielsweise die PwC-Party oder zahlreiche Formen der inhaltlichen Zusammenarbeit in den verschiedensten Projekten der Studentenschaft. Neben START, dem Buddy System, ist dieser Jahrgangssponsor bei der «EduAction - team challenge 2000» Corporate Partner. Im Laufe der Partnerschaft hat sich Urs Landolf nie gescheut, neue Wege gemeinsam mit der Studentenschaft ein-

zuschlagen, um an der Qualität und dem Renommee unserer Universität zu arbeiten. Für ein solches Engagement sind wir Studierenden, Ihnen, den HSG-Alumni und unseren Jahrgangssponsoren in Dank verbunden.

### «Class of 2001»

Am 18. November 1999 lud der Jahrgangssponsor der «Class of 2001» rund 50 Studierende nach Basel zum Novartis Day ein. Die neugierigen Teilnehmenden erhielten die Gelegenheit, Fakten über das Umfeld von Novartis und die Tätigkeitsbereiche dieses global tätigen Konzerns kennen zu lernen. Wie wichtig es ist, Einblicke in ein Unternehmen zu ermöglichen, zeigte sich in der Diskussion über den Wandel von der chemischen Industrie zu Life Sciences und zur Spezialitätenchemie, der sich in der Realität schneller vollzog, als sich das Bild änderte, das die Studierenden von Novartis haben. Doch auch die Teilnehmenden wurden an diesem Tag gefordert. In mehreren Gruppenarbeiten, unter anderem zusammen mit Spitzenmanagern der Unternehmung, wurden Fragen zur Positionierung von Novartis, zu deren Stärken und Schwächen sowie zu den aktuellen Herausforderungen diskutiert.

Dass die Neugier der Studierenden noch nicht gestillt ist, zeigten die vielen offen gebliebenen Fragen am Ende der Entdeckungsreise in die Praxis. Aus den Ergebnissen des Workshop wurden die «key topics» abgeleitet, welche im sechsten Semester an einem zweiten Novartis Day weiterverfolgt werden. Ein Life-Sciences-Konzept, der Zusammenhang zwischen Produktnamen und Firmennamen, die externe Kommunikation, Customer Focus und Synergien sind Themen, welche Novartis auch in der Zukunft mit neugierigen Studierenden der «Class of 2001» bearbeiten wird.

### «Class of 2000»

Die «Class of 2000» wird im Herbst 2000 zur Lic.-Prüfung antreten. In dieser letzten Phase des Studiums geniesst gegenwärtig der Jahrgangssponsor Merrill Lynch Privilegien im Campus-Recruiting. Die Studentenschaft koor-

dinierte hierfür exklusive Firmenpräsentationen, Möglichkeiten zur Durchführung von Interviews und Social Events im Vorfeld der breit angelegten Recruiting-Messe Forum-HSG, welche alljährlich professionell von AIES-EC St. Gallen organisiert wird. Im Verlauf der Partnerschaft hat Merrill Lynch mehrfach gezeigt, dass nicht nur das «return on investment» die Idee des Jahrgangssponsoring vorantreibt. So hat Merrill Lynch beispielsweise sein damaliges drittes und viertes Semester direkt in der Qualität der Lehre unterstützt. Aufgrund der steigenden Studierendenzahlen werden insbesondere Übungsgruppen zu gross, um eine angemessene Interaktion unter den vielen Studierenden zu ermöglichen. Aus diesem Grund hat Merrill Lynch seinem Jahrgang Dozenten und zusätzliche Englischkurse finanziert, sodass in kleinen Gruppen auf dieses Pflichtfach hin gelernt werden konnte. Dies macht mehrfach Sinn: Die Studierenden geniessen eine bessere Ausbildung, die angespannte Finanzsituation der Universität wird ansatzweise entschärft und «English as corporate language at Merrill Lynch» ist das verbindende Element zwischen Jahrgangssponsor und Studierenden.

Wir hoffen, Sie haben uns gerne auf dieser Tour d'Horizon durch das Projekt «Jahrgangssponsoring» begleitet. Es ist gegenwärtig vieles an unserer Universität in Bewegung geraten. Wir leisten unseren Beitrag zur Neuorientierung der Universität St. Gallen und werden Sie als Alumni unserer Universität demnächst ebenfalls hierzu einladen. Jahrgangssponsoring, Coachingprogramme und der intensive Einbezug der HSG-Alumni sind Bausteine einer neuen Universität St. Gallen.

*Martin Karou,  
VP Sozial des Vorstandes 99/00  
Florian Schweitzer,  
Präsident des Vorstandes 99/00*



# FAH-HSG: Immer aus der Sicht des Kunden



*Professoren Dr. Christian Belz (links) und Dr. Torsten Tomczak (Mitte) am letzten Fachdialog für Marketing, an welchem die Institutsmitarbeiter jährlich mit Führungskräften die neuen Herausforderungen der Marketingpraxis und Forschungsergebnisse diskutieren.*

**Ob Höchsttechnologien oder Konsumgüter – das Forschungsinstitut für Absatz und Handel (FAH) stellt marktbezogene Fragen und sucht die Antworten darauf.**

*Von Heidi Steiger*

Wer glaubt, an einem alteingesessenen Institut der HSG, welches 1967 von Prof. Dr. Heinz Weinhold-Stünzi gegründet wurde, könne man sich auf

seinen Pfründen ausruhen, wird am FAH jäh eines Besseren belehrt. Das Forschungsinstitut für Absatz und Handel finanziert sich zum allergrössten Teil selber, und dies mit rund 45 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Das Geld fliesst via Seminare für Führungskräfte und Kooperationsprojekte mit Unternehmungen herein. Und aus der gleichen Quelle holt man sich gleich auch Inputs für die Forschung. Den Umsatz will man dort erzielen, wo die inhaltliche Arbeit geleistet wird. Und diese wiederum findet in den fünf Kompetenzzentren des Instituts statt: Industriegütermarketing, Nanomarketing, Internationale Handelsdynamik, Distribution und Kooperation, Marketingplanung und -controlling.

Die zwei bestehenden Lehrstühle am FAH von Prof. Dr. Christian Belz und Prof. Dr. Torsten Tomczak werden auf Anfang April ergänzt durch den von der Migros gestifteten Gottlieb-Duttweiler-Lehrstuhl für Internationales

Handelsmanagement (s. alma 2/1999) unter Prof. Dr. Thomas Rudolph.

## **Marketing für Kleinststrukturen**

Das neueste Forschungsfeld des FAH lässt sich im Bereich «Höchsttechnologie-Marketing» ansiedeln. Die sogenannte Nanotechnologie befasst sich mit Kleinststrukturen, welche tausendfach kleiner sind als die heute bereits beherrschten Mikrostrukturen. Mit solchen nanoskaligen Strukturen im Grössenbereich von Molekülen und Atomen schätzt man irgendwann in der Lage zu sein, ganz neue Produkteigenschaften und Fertigungsqualitäten zu erschliessen. Man stelle sich beispielsweise Oberflächen vor, welche nicht mehr gereinigt werden müssen, weil aufgrund der Oberflächenbeschaffenheit kein Schmutz darauf haften bleibt. Das FAH leistet im Bereich dieser neuen Schrittmachertechnologie einen Beitrag für deren marktbezogene

Beurteilung. Unter der Leitung von Dr. Michael Reinhold wird ein neues Kompetenzzentrum Nanomarketing aufgebaut. Die Zusammenarbeit mit Forschern der ETH und dem KTI des Bundes spielt dabei eine wichtige Rolle.

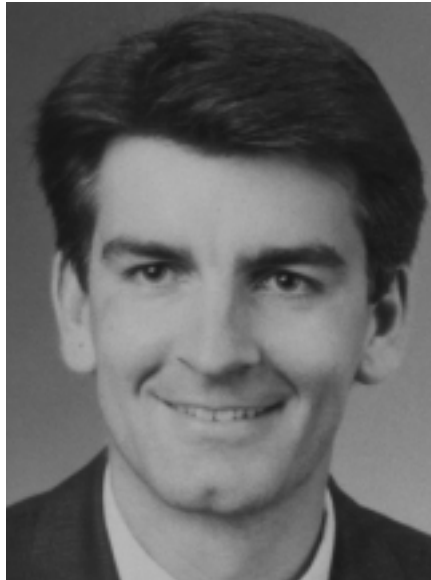
Ein weiterer Schwerpunkt der aktuellen Forschungstätigkeit des FAH fällt unter das Stichwort Globalisierung. Das «Global Account Management» befasst sich damit, wie globale Anbieter mit globalen Kunden zusammenarbeiten. Interessant sind beispielweise Fragen zur internationalen Preisharmonisierung, denn globale Kunden orientieren sich oft an den international günstigsten Angeboten. Für Anbieter schlagen preisliche Anpassungen sehr rasch auf Erträge und Umsätze durch.

Natürlich gehört ein wesentliches Augenmerk der Marketing-Forschung auch dem E-Commerce. Man beschäftigt sich hier weniger mit der technologischen als vielmehr mit der Kundensichtweise. Im E-Commerce bestimmt das Kundenverhalten die Geschwindigkeit. Nur was die Kundin oder der Kunde auch wirklich annimmt, kann sich durchsetzen. Für das Unternehmen selber stellt sich die Frage, wie diese neue Vertriebsform optimal in das bestehende Distributionssystem integriert werden kann. Es besteht die Gefahr von Abgrenzungsproblemen und Konflikten aufgrund von Sortimentsunterschieden.

### Partnerschaftskonzept für Studierende

Im Bereich der Lehre ist das Fach Marketing in alle Stufen integriert. Auf der Lizentiatsstufe wird eine Vertiefungsrichtung Marketing angeboten, welche derzeit von ungefähr 55 Studierenden belegt wird. Auf Praxisbezug wird dabei grosses Gewicht gelegt. Es hat sich gezeigt, dass von bisherigen Absolventinnen und Absolventen der grösste Teil nach dem Studium dem marktbezogenen Bereich treu geblieben ist.

Seit zwei Jahren besteht ein Partnerschaftskonzept zwischen Studierenden und Unternehmen: Teams aus jeweils drei bis fünf Studierenden werden während des zwei Jahre dauernden Lizentiatsstudiums von einem Partnerunternehmen begleitet. Zu diesen Part-



*Prof. Dr. Thomas Rudolph, Inhaber des neuen Gottlieb-Duttweiler-Lehrstuhls für Internationales Handelsmanagement*

nern gehören unter anderen Compaq, Zürich, Unilever und Swisscom. Mit diesem Konzept können verschiedene Ziele gemeinsam verfolgt werden: Erstens ergibt sich die dauernde Verknüpfung zwischen der Theorie und ihrer Anwendung in einem konkreten Fall und die Studierenden haben die Möglichkeit, über längere Zeit mit Führungskräften zusammenzuarbeiten. Zweitens soll Sozialkompetenz gefördert werden durch die Verpflichtung und Verantwortlichkeit der Studierenden gegenüber einem dauernden Partner.

Für Praxisleute bietet das FAH ein reichhaltiges Weiterbildungsangebot. Dieses ist eher an längerfristigen und ausführlicheren Seminaren orientiert und richtet sich an marktbezogene Führungskräfte. Inhaltliche Themen sind Verkaufsmanagement, Kommunikationsmanagement, Einkaufsmanagement, System-Marketing oder E-Commerce. In den Seminaren wird ein dreiphasiges Lernkonzept verfolgt. Jede Teilnehmerin und jeder Teilnehmer initiiert auch in der eigenen Unternehmung ein Projekt, welches während des ganzen Seminars betreut wird. Die erste Phase, die Vorbereitung, dient der Einstimmung auf die jeweilige Seminarwoche. Vorbereitungsunterlagen helfen, sich auf den Stoff einzustellen und eigene Interessen zu definieren. In der Seminarphase steht die Vermittlung des

Stoffes im Vordergrund. Dazu werden überwiegend Referate mit Fallstudien und begleitenden Workshops eingesetzt. Ergänzend werden Diskussionsabende und Kamingsgespräche angeboten. In der letzten Phase, der Nachbereitung, wird der Stoff anhand eines Fachkompendiums mit Vortragsunterlagen vertieft und gezielt für das eigene Unternehmen umgesetzt.

### Publikationstätigkeit

Ungewöhnlich ist der hohe Stellenwert der Publikationstätigkeit des FAH. Mit dem Verlag THEXIS verfügt das Institut über einen eigenen Verlag für Fachpublikationen im Marketing. Dazu gehört insbesondere die gleichnamige Fachzeitschrift, welche bereits im 17. Jahrgang erscheint. Die THEXIS widmet sich in jeder Ausgabe einem bestimmten Thema aus dem Bereich des Marketing; die neuesten beiden Hefte tragen die Titel «Direct Marketing im Handel» und «Product Life Cycle Management». Weiter werden im Verlag Fachbücher und Fachberichte herausgegeben. Diese Publikationen sollen den Transfer von Ergebnissen in Forschung und Anwendung fördern, um Herausforderungen in Marketing- und Handelsmanagement erfolgreich zu bewältigen. Das gesamte Publikationsangebot des FAH kann über verschiedene Leistungspakete abonniert werden.

**S**teckbrief des Forschungsinstituts für Absatz und Handel (FAH-HSG)

*Tätigkeit / Kompetenzzentren:*

Industriegütermarketing, Nanomarketing, Internationale Handelsdynamik, Distribution und Kooperation, Marketingplanung und -controlling

*Gründungsjahr:* 1967

*Präsident:* Prof. Dr. Heinz Hauser

*Direktion:* Prof. Dr. Christian Belz, Prof. Dr. Torsten Tomczak

*MitarbeiterInnen:* 45

*Adresse:* Bodanstrasse 8, 9000 St. Gallen,

Telefon 072 224 28 20,

Fax 071 224 28 57,

*Internet:* www.fah.unisg.ch

# START – the spirit of venture

**START – das Wort steht für studentischen Unternehmergeist an der HSG. Am jährlich stattfindenden Forum treffen sich jeweils rund 100 studentische Teilnehmer und ebenso viele erfolgreiche Unternehmer zum Gedankenaustausch, wobei START die Aktivitäten im letzten Jahr darüber hinaus ausgebaut hat.**

*Von Nicole Schiessl*

An dieser Stelle sind in den vorangegangenen alma-Ausgaben jeweils Vereine an der HSG vorgestellt worden.

*Teilnehmerinnen und Teilnehmer beim abendlichen «STARTgeflüster»*

START gehört streng genommen nicht dazu, da es sich um ein Projekt von Studentenschaft und AIESEC St. Gallen handelt. START ist seit der Gründung im Sommer 1996 aber so eigenständig und erfolgreich geworden, dass es innerhalb der Studentenschaft vereinsähnliche Strukturen angenommen hat und daher auch wie ein Verein vorgestellt werden soll.

START – das ist zum einen das jährlich stattfindende Unternehmensgründungsforum. Rund 100 studentische Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Universitäten der Schweiz, Deutschlands und Österreichs versammeln sich auf Schloss Wolfsberg in Ermatingen am Bodensee, um Vorträge zu hören, an Workshops mitzuarbeiten und das Gespräch mit anderen Unternehmergeistern zu pflegen. Gelehrt und gelernt wird an diesen Tagen das Unternehmertum, ein Thema, das im klassischen BWL-Lehrplan der Schweizer Universitäten (noch) kaum Platz findet.

Dass die Herausforderung «Selbstständigkeit» offenbar reizt, zeigen die stets zahlreichen Bewerbungen für eine Teilnahme am START-Forum. Erfolgreiche und prominente Referenten bürgen um qualitativ hoch stehendes Wissen, welches an die Teilnehmer weitergegeben wird. Der ehemalige Geschäftsführer von RTL, Helmut Thoma, der Gründer und Inhaber von «Otto's Warenposten», Otto Ineichen, Ulrich Geilinger von der Bank Vontobel, der ehemalige baden-württembergische Ministerpräsident Lothar Späth und Helmut Haussmann, Bundeswirtschaftsminister a.D., das sind nur einige der prominenten Namen auf den Referentenlisten der bisherigen vier START-Foren. Gekrönt wird diese Liste der prominenten START-Redner vom amtierenden deutschen Bundespräsidenten Johannes Rau, der dem diesjährigen Forum einen Besuch abstattete und sich vor rund 1000 anwesenden Studierenden mit dem Fern-

sehjournalisten Otto C. Honegger über das Unternehmertum unterhielt. Rau bestärkte die jungen Zuhörer, sich auf ihrem Lebensweg für die unternehmerische Selbstständigkeit zu entscheiden.

Die spezielle Atmosphäre der START-Foren macht indes bei weitem nicht nur die Liste der Prominenten aus, sondern vor allem auch diejenige der vielen erfolgreichen Unternehmer, welche den Forumsteilnehmern von ihren Anfängen und Erfahrungen erzählen und so für viele ein Vorbild darstellen.

### Ein Jahr intensive Vorbereitung

Die Vorbereitung des Forums läuft mittlerweile über das ganze Jahr. Rund 20 Studierende der HSG und der ETH in Zürich, mit welcher eine immer enger werdende Zusammenarbeit gepflegt wird, kümmern sich darum, dass die Veranstaltungen erfolgreich ablaufen. Alles ehrenamtlich, versteht sich. Was motiviert einen HSG-Studierenden, sich derart intensiv um ein Projekt zu kümmern? Mit Worten ist dies wohl kaum zu erklären, und man versteht es eigentlich nur, wenn man im Büro der STARTler weilt und miterlebt, wie da in einem Team gearbeitet wird. Hermann Arnold, Mitbegründer von START, erklärt sich die Motivation vor allem durch die sehr spannende und abwechslungsreiche Arbeit, welche bei START geleistet werde. Man lerne interessante Leute kennen und könne aufgrund der flachen «Hierarchie» im START-Team viele eigene Ideen einbringen und so selber den Unternehmmergeist pflegen.

### START breitet sich aus

Zahlreiche namhafte Sponsoren haben sich in den vergangenen Jahren bereit erklärt, die Idee des Gründungsforums zu unterstützen. So kommt es, dass das Non-Profit-Unternehmen jedes Jahr einen Gewinn verzeichnen kann, der in neue Projekte reinvestiert wird. So wurde beispielsweise anlässlich des Forums 2000 zum ersten Mal die Messe DYNAMICventures durchgeführt. Zahlreiche junge Unternehmen nutzten den Anlass, sich zu präsentieren und wichtige Kontakte zu knüpfen; die

**D**as START-Team erreicht man unter folgender Adresse:

Studentenschaft St. Gallen  
Varnbühlstrasse 19  
9000 St. Gallen  
Tel. 071 224 21 95  
Fax 071 224 25 13  
E-Mail [START@unisg.ch](mailto:START@unisg.ch)  
Weitere Informationen finden Sie unter [www.start.ch](http://www.start.ch) oder auch unter [www.dynamicventures.ch](http://www.dynamicventures.ch)

Forumsteilnehmer und weitere interessierte Studierende hatten Gelegenheit, sich bei den Unternehmen um ein Praktikum oder einen Job zu bewerben.

START breitet sich aber auch mehr und mehr in der Lehre an der HSG aus. Mittlerweile gibt es an der HSG einen eigenen Wahlblock «Unternehmertum», in den START Ideen einbringt. «STARTkick» sorgt dafür, dass die Unternehmer-Idee immer wieder in den Alltag der Studierenden eingebracht wird. Kreative Köpfe sollen begeistert werden für die Idee der Selbstständigkeit und von Vorbildern lernen können. Im November letzten Jahres haben beispielsweise bereits Erstsemestrigere Businesspläne erstellt, welche von professionellen Venture-Capital-Experten beurteilt worden sind. Ausserdem finden Vorträge und Workshops zu Themen statt, die für potenzielle studentische Gründer relevant sind.

Wer ein Unternehmen gründet, bekommt von START zahlreiche Hilfestellungen. Mit «STARTkit» kann sich der Jungunternehmer beispielsweise bei der Gründungsfinanzierung, beim Aufbau der betriebswirtschaftlichen Software oder beim Lösen der Kommunikationsprobleme helfen lassen.

Ziel von START sei es, dass an der HSG und auch an anderen Universitäten Unternehmer ausgebildet würden, erklärt Hermann Arnold. Er betont aber, dass dann nicht unbedingt jeder Unternehmer auch ein eigenes Unternehmen gründen solle und wolle, denn auch Grossunternehmen bräuchten Unternehmmergeist.

### START – an der HSG, an der ETH und bald an jeder Universität?

Die immer enger werdende Zusammenarbeit zwischen der HSG und der ETH Zürich hat in diesem Jahr dazu geführt, dass unmittelbar im Anschluss an das HSG-Forum in Zürich die Tagung STARTbiotech stattgefunden hat, an der sich die Teilnehmer über die Unternehmensgründung im biologisch-technologischen Bereich Gedanken gemacht haben. Demnächst sollen Veranstaltungen unter dem Dach von START St. Gallen auch an der EPFL in Lausanne und an der Universität in München durchgeführt werden. Das nächste HSG-START-Forum findet vom 14. bis 16. Januar 2001 wieder auf Schloss Wolfsberg in Ermatingen am Bodensee statt.

## Wissensmanagement

Am Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement (mcm institute) betreibt das Kompetenzzentrum Enterprise Knowledge Medium (EKM) seit fünf Jahren Forschung im Bereich Wissensmanagement. Als kostenfreier Dienst für die Knowledge Management Community und für interessierte HSG-Absolventen bietet es nun auf der NetAcademy ([www.netacademy.org](http://www.netacademy.org) oder direkt unter [www.knowledgemedium.org](http://www.knowledgemedium.org)) ein Expertenverzeichnis für diesen Bereich an.

Das EKM hat ausserdem vor kurzem die führenden Software-Lösungen für den Bereich Knowledge Management evaluiert und stellt die Resultate dieser Vergleichstests nun in einer Studie zur Verfügung

#### Kontakt:

Dr. Martin J. Eppler  
Leiter des Kompetenzzentrums  
Enterprise Knowledge Medium  
(CC EKM), mcm institute,  
Müller-Friedberg-Strasse 8  
9000 St. Gallen  
[Martin.Eppler@unisg.ch](mailto:Martin.Eppler@unisg.ch)