

A nighttime photograph of the Hochschule Amberg-Weiden building. The building is illuminated from within, and its glass facade reflects the surrounding environment. The sky is dark, and the building's lights create a warm glow. In the foreground, there are some outdoor furniture pieces, possibly chairs or tables, which are also illuminated.

Newsletter

1|2008

Editorial

Liebe Freunde, Partner und Förderer
unserer Hochschule,

der Newsletter 1|2008 hat im Vergleich zu den vorherigen Ausgaben ein neues Layout, denn: Das aktuelle Sommersemester 2008 ist der Startpunkt für die Einführung einer neuen Außendarstellung der Hochschule für angewandte Wissenschaften Amberg-Weiden, kurz Hochschule Amberg-Weiden oder HAW. Besonderen Charme hat, dass HAW auch eine überaus prägnante Abkürzung für Hochschule Amberg-Weiden ist, eine Einmaligkeit in der deutschen Hochschullandschaft. Unser Ausgangspunkt war zudem, dass die Kommunikationspolitik ein entscheidender Faktor für eine Hochschule ist, die sich als Dienstleistungsunternehmen versteht.

Unsere Hochschullandschaft befindet sich in einem Reformprozess, der bedeutend mehr ist als ein klassischer Strukturwandel. So wichtig wie die Fakten, abzulesen an verschiedenen, für uns sehr positiven Rankings, ist die überzeugende Außenwirkung einer Hochschule: Das Image. Hier haben wir

angesetzt und festgestellt, wie wir wahrgenommen werden: Weltoffen, selbstbewusst, bekannt, innovativ, vernetzt mit der Wirtschaft, dynamisch, klein – aber fein, und zukunftsgerichtet.

So führten wir zunächst eine fundierte Markenkernanalyse durch. Daran schloss sich eine Kurationsphase an. Nach den nötigen Abstimmungen wurden das neue Logo und Erscheinungsbild der Hochschule Amberg-Weiden eingeführt – für den Einsatz nach innen und nach außen. Corporate Design und Corporate Identity bedeuten für uns eine unverwechselbare Darstellung der Hochschule in Form einer Marke und ein klares Konzept ihrer Umsetzung, um eindeutig identifiziert zu werden. Nur so kann die Hochschule ihre »Kunden« – Studierende, Unternehmen, Förderer – überzeugen. Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen unseres Newsletters in neuem Design!

Prof. Dr. Erich Bauer
Präsident der HAW

Inhalt

- 2 **HAW intern**
Die Einführungskampagne des neuen HAW-Designauftrittes
- 3 **Kompetenz & Innovation**
Happy Birthday HAW: Festakt zur Präsentation des neuen Erscheinungsbildes
- 4 **HAW weltweit**
Management und Europäische Sprachen: Interkulturelle Kompetenz
- 5 **Firmenportrait**
KRONES AG
- 6 **HAW extern**
Amberger Patenttag
- 7 **Wirtschaftsstandort Oberpfalz**
Automations Institut Amberg GmbH
- 8 **Events & Termine**



HAW: Hochschule Amberg-Weiden

»Fördern, führen, inspirieren: ein anspruchsvoller Claim mit dem Ziel, unsere Studierenden fachlich auszubilden, ihnen zu helfen, Neugierde und schöpferischen Elan zu entwickeln.«

Prof. Dr. Wolfram von Rhein/
Prof. Ralph E. Hartleben

Die Einführungskampagne des neuen HAW-Designauftrittes

Von entscheidender Bedeutung für den Erfolg einer Corporate Design-Umstellung ist die konsequente und wirkungsvolle Kommunikation der relevanten Veränderungen nach innen und außen. Voraussetzung ist ein schlüssiger, widerspruchsfreier integrierter Auftritt, der Image und Wahrnehmung der Hochschule wesentlich beeinflusst.

Eine besondere Herausforderung ist es, den neuen Auftritt zu einem bestimmten Stichtag zu realisieren und zu kommunizieren. Viele CD-Bausteine waren an der Hochschule zu ändern, von der Pylone bis zur Visitenkarte, d. h. aber auch, viele Beteiligte mussten zusammenwirken, damit das neue Erscheinungsbild überall korrekt realisiert wird. Das erforderte oft Zeitdruck und vielköpfiges, aussergewöhnliches persönliches Engagement. Gerade bei einem für die Hochschule so herausragenden und seltenen Ereignis wie der Einführung eines neuen Erscheinungsbildes zeigt sich eine gute Unternehmenskultur.

Auch die externen Partner, die Agenturen, Druckereien, Handwerker, spielten eine große Rolle, um den Zieltermin 15. März 2008 und damit den Beginn des Sommersemesters zu gewährleisten. Aus diesem Grund haben die CD-Verantwortlichen Professor Ralph E. Hartleben und Professor Dr. Wolfram von Rhein (Foto links) mit Hilfe der professionellen Designunterstützung der Kommuni-

kations-Agentur Publicis (Erlangen) nicht nur die notwendigen Inhalte erarbeitet und mit allen Beteiligten gründlich abgestimmt, sondern auch versucht, mit einer kreativen Einführungskampagne für Aufmerksamkeit zu sorgen.

Mit dem Namen HAW erhält die Hochschule Amberg-Weiden auch eine neue Corporate Identity. Signalisiert wird Verantwortung und Engagement.

In einer Teaserkampagne (sie sollte neugierig auf das Ereignis machen) dominierten überdimensionale Puzzles im Eingangsbereich der Hochschule in Amberg und Weiden mit dem Wortspiel »orangewärts«. Diese Puzzles signalisierten auch als Mensa-Tablettaufleger der Zielgruppe, dass hier etwas Größeres geschieht. Auf den Informationsbildschirmen der Hochschule lief eine CD-Animation, die schon ein Markenkern-element der HAW spielerisch demonstrierte: Geometrische Elemente im Goldenen-Schnitt-Raster.





Empfang vor dem Siemens Innovatorium

Happy Birthday HAW: Festakt zur Präsentation des neuen Erscheinungsbildes



»Corporate Design und Corporate Identity – eine unverwechselbare Darstellung mit ihrer Umsetzung gehören zu einer strategischen Positionierung, um im Markt der Hochschulen eindeutig identifiziert zu werden. Nur so können wir unsere Kunden – Studierende, Unternehmen, Förderer – überzeugen.«

Prof. Dr. Erich Bauer
Präsident der HAW

Mit 120 Gästen aus Wirtschaft, Politik und dem öffentlichen Leben beging die Hochschule für angewandte Wissenschaften Amberg-Weiden (HAW) am 31. März 2008 einen großen und überaus gelungenen Festakt anlässlich der Vorstellung und offiziellen Einführung ihres neuen Erscheinungsbildes. In einem stimmungsvollen Rahmen, der das neue Corporate Design der HAW widerspiegelte, zeigte Präsident Prof. Dr. Erich Bauer in seiner Begrüßung im Foyer des Siemens Innovatoriums die Zielrichtung und Wertegrundlagen der vollkommenen Neugestaltung des Erscheinungsbildes auf. Als einzige Hochschule in Deutschland könne die Hochschule das Akronym HAW auf sich beziehen: Hochschule Amberg-Weiden neben dem offiziellen Titel Hochschule für angewandte Wissenschaften. Die Hochschule habe einiges zu bieten, was andere nicht haben. Und dies müsse auch in Zukunft durch eine präzise Positionierung und ein sympathisches Erscheinungsbild nach innen und außen verdeutlicht werden, so Präsident Prof. Dr. Erich Bauer.

Als Referenten für den Festvortrag hatte die Hochschule den renommierten Markenspezialisten Karl Georg Musiol (Musiol Munzinger Sasserath, Berlin) eingeladen. Musiol zeigte den Teilnehmern die Erfolgsparameter der Markenführung auf und stellte eindrucksvoll dar, dass ohne konsequente und nachhaltige Markensteuerung des Topmanagements sowie Leidenschaft

bei der Umsetzung keine starke Marke entstehen kann. Außerdem ist es nach seinen Worten unerlässlich, nach der Formel Markenerfolg = Strategie × Um-

HAW: Diese einzigartige Doppeldeutigkeit für Amberg und Weiden zu nutzen, ist eine Traumvorlage für den Doppelstandort in der Oberpfalz.

setzung auf den multiplikativen Faktor zu achten. Nur wenn Markenstrategie und Umsetzung professionell umgesetzt werden, wirkt die Marke im angestrebten Sinne. Musiol machte in seinem spannenden Vortrag auch deutlich, dass diese Voraussetzungen für den Markenerfolg auch für Non-Profit-Unternehmen gelten. Der Claim »fördern – führen – inspirieren« ist mit einem hohen Anspruch verbunden, so der Referent, denn: Nachhaltig und regelmäßig im Dialog Netzwerke zu verstärken, ist eine zentrale Herausforderung.



Internationales Profil

Management und Europäische Sprachen: Interkulturelle Kompetenz ist Programm

An der Hochschule Amberg-Weiden wurde im Wintersemester 2004/2005 in der Fakultät Wirtschaftsingenieurwesen der Studiengang »European Business and Language Studies/ Management und Europäische Sprachen« eröffnet. Die Inhalte des siebensemestrigen Bachelor-Studiums setzen den Schwerpunkt auf die Vermittlung von Sprachkenntnissen in mindestens einer mittelosteuropäischen Sprache, in Business sowie Technical English und weiteren, sprachenbezogenen Wahlfächern. In diesem Angebot wird damit die Fremdsprachenausbildung nicht auf das klassische Übersetzen und Dolmetschen begrenzt. Vielmehr werden im Sinne moderner, querschnittsbezogener Studiengänge auch Inhalte aus Technik und Betriebswirtschaft sowie der interkulturellen Kompetenz vermittelt. Entsprechende Fächer sind etwa Konstruktion, Werkstofftechnik, Elektrotechnik, Fertigungstechnologien, Projekt- und Qualitätsmanagement, Technologie- und Innovationsmanagement, Betriebsorganisation, Logistik, Absatz- und Beschaffungsmarketing, Personal- und Unternehmensführung, Finanz- und Investitionswirtschaft bis hin zu IT-Skills oder der Regionalökonomie Mitteleuropas. Sprachqualifikationen gehen auf diesem Weg mit Fach- und Landeskenntnissen einher, verbunden mit Studienzeiten (z.B. in Form eines Praktikums oder eines Studiensemesters an einer Partnerhochschule) im Ausland.

Mit Blick auf die beruflichen Anforderungen an Fremdsprachen-Kompetenzen gerade im Zuge der EU-Erweiterung um mittelosteuropäische Staaten in den Jahren 2004 und 2007 ist der Studiengang ausgesprochen praxisbezogen konzipiert: Das Studium umfasst 7 Semester mit einem 20-wöchigen Praktikum, das in der Regel im

Management und
Europäische Sprachen:
Vorbereitung auf eine
internationale Karriere.

fünften Studiensemester in einem Unternehmen durchgeführt wird. Studienabschnitte an einer ausländischen Hochschule oder in einem Unternehmen mit Standort etwa in Großbritannien, der Tschechischen Republik oder in Polen sind die Regel.

Nähere Informationen zum Studiengang

Prof. Dr. Franz Magerl
Dekan der Fakultät
Wirtschaftsingenieurwesen
Tel. (09 61) 382-181
f.magerl@haw-aw.de

Dr. Wolfgang Weber
Leiter Zentrale Studienberatung
Tel. (0 96 21) 482-197
w.weber@haw-aw.de



Mitarbeiter der KRONES AG

KRONES AG – mit uns die Zukunft gestalten



Jede vierte Flasche weltweit und jede zweite in Deutschland ist auf einer Krones Anlage befüllt, etikettiert und verpackt. Von den Fidschi-Inseln über Grönland bis auf 5.000 Metern Höhe im Himalaya – Krones Maschinen gibt es überall auf der Welt. Neumaschinen werden ausschließlich in Deutschland gebaut – Ersatzteile und Garnituren jedoch auch kundennah auf allen Kontinenten. Über 1.300 Patente und Patentanmeldungen belegen das Innovationspotential des Unternehmens – mehr als zwei Milliarden Euro Umsatz 2007 stehen für das achte Rekordjahr in Folge.

Beim Umgang mit neuen Technologien und bei der Suche nach Problemlösungen setzt Krones auf die hohe fachliche Qualifikation seiner Mitarbeiter und ist stets in Kontakt mit wissenschaftlichen

Unternehmen

KRONES AG
Böhmerwaldstr. 5, 93073 Neutraubling

Branche

Getränkeabfüll- und Verpackungsanlagen, Prozesstechnik und Intralogistik

Mitarbeiterzahl

ca. 10.000 weltweit
davon ca. 8.000 in Deutschland

Kontakt

Daniela Eck (Leiterin Personalmarketing)
Tel. (0 94 01) 702-660

bewerbung@krones.com
daniela.eck@krones.com
www.krones.com

KRONES AG:
Sitz in Neutraubling
Niederlassungen auf der
ganzen Welt.

Der Konzernsitz des weltweit in der Getränkeabfüll- und Verpackungsbranche führenden Unternehmens befindet sich nach wie vor an dem Ort, an dem es 1951 gegründet wurde: in Neutraubling bei Regensburg. Doch aus dem einstigen klassischen Maschinen- und Anlagenbauer entwickelte sich über all die Jahre hinweg durch eine harmonische Verbindung von Maschinenbau, Anlagen-Know-how, Verfahrenstechnik, Mikrobiologie und Informationstechnik der Systemlieferant und Generalunternehmer. Krones ist heute das Synonym für »Systemtechnik«. Seine Produkte finden ihren Einsatz in Brauereien, der Soft-Drink-Branche, bei Wein-, Sekt- und Spirituosenherstellern, aber auch in der Nahrungs- und Genussmittelindustrie sowie der chemischen, pharmazeutischen und kosmetischen Industrie.

Partnern, so mit der Hochschule Amberg-Weiden im Partner Circle (Paten: Prof. Dr. Matthias Mändl und Prof. Dr. Christopher Dietmaier). Anhand von Praktika und Abschlussarbeiten bietet das Unternehmen der Wissenschaft die notwendige Nähe zur Industrie. Im Gegenzug erhält es einen ersten Eindruck über all die Talente, die es für seine Zukunftssicherung benötigt.





Der Amberger Patenttag:
Raum für neue Ideen

Amberger Patenttag: Arbeitnehmererfinderrecht in der Unternehmenspraxis

Unter dem Markenzeichen »Amberger Patenttag« ist an der Hochschule Amberg-Weiden (HAW), verankert im bundesweit einmaligen Studiengang Patentingenieurwesen, im Jahr 2004 eine Tagungsreihe zu aktuellen Fragen des Patentwesens ins Leben gerufen worden. Organisiert unter Federführung von Vizepräsidentin Prof. Dr. Andrea Klug (Lehrgebiet Gewerblicher Rechtsschutz und Wirtschaftsprivatrecht), der Geschäftsstelle der Industrie- und Handelskammer (IHK) Regensburg in Amberg, der Landesgewerbeanstalt/TÜV Rheinland und dem Zentrum für Weiterbildung Amberg-Weiden (ZfW) stand die diesjährige Veranstaltung unter dem Motto »Arbeitnehmer-Erfinderrecht in der Unternehmenspraxis – Anforderungen und Umsetzung«.

Hochkarätige Vertreter vom Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA, München), aus Patentanwaltskanzleien und von internationalen Unternehmen wie der BMW AG (München), der Schaeffler Gruppe (Herzogenaurach), der Festo AG (Esslingen) oder der Temic-Gruppe (Nürnberg) haben an der Hochschule in Amberg das Arbeitnehmererfinderrecht in der Unternehmenspraxis im Detail beleuchtet.

Die Bandbreite der Themen reichte im Anschluß an die Begrüßung durch den Präsidenten der Hochschule Amberg-Weiden, Prof. Dr. Erich Bauer, und einen Auftaktvor-

trag von Dr. Jürgen Schade (Präsident des Deutschen Patent- und Markenamtes, München) von den Grundlagen des Arbeitnehmererfindergesetzes über die Fragenkreise Rechte und Pflichten des Arbeitnehmers und Arbeitgebers, die Erfindervergütung: Grundlagen des Vergütungsrechts, praxisrelevante Einzelfragen, Incentive-, Abkauf-

Der Studiengang
Patentingenieurwesen
ist an der Hochschule
Amberg-Weiden bun-
desweit einmalig.

und Pauschalvergütungssysteme bis zu den Aspekten Schiedsstellenverfahren, internationales Arbeitnehmererfinderrecht, Arbeitnehmererfindergesetz bei Forschungs- und Entwicklungsverträgen und einem Praxisbericht zur Umsetzung im Unternehmen.

Nähere Informationen

Prof. Dr. Ursula Versch
Studiengangsleiterin
Patentingenieurwesen
Tel. (0 96 21) 482-214
u.versch@haw-aw.de

www.patentingenieurwesen.de





»High-Tech pur« bei der Automations
Institut Amberg GmbH

Automations Institut Amberg GmbH an der Fakultät Elektro- und Informationstechnik

In der Fakultät Elektro- und Informationstechnik ist unter Federführung von Prof. Dr.-Ing. Hans-Peter Schmidt das Automations Institut Amberg GmbH (aia) als erstes An-Institut der Fakultät gegründet worden. Ziel ist es, das themenbezogene Wissen und die Forschungsergebnisse der Hochschule Amberg-Weiden einzubringen, und für die Studierenden die Möglichkeit zu bieten, an praxisnahen Innovationen mitzuwirken.

Als Schwerpunkte des Instituts sind Automation und Industrial Information Technology definiert. Neben Dienstleistungen und Produkten für kleine und mittelständische Unternehmen werden auch Lösungen für die Industrie entwickelt. Dies beginnt bei Vorfelduntersuchungen und Machbarkeitsstudien für neue Produkte und erstreckt sich bis hin zu kompletten Soft- und Hardwareentwicklungen.

Das Institut wird von Prof. Dr.-Ing. Hans-Peter Schmidt geleitet, Prodekan der Fakultät Elektro- und Informationstechnik und seit 10 Jahren an der Hochschule in Amberg in Lehre und Forschung tätig. Prof. Dr.-Ing. Schmidt: »Für mich ist die Gründung von aia sowohl eine Herausforderung als auch eine Perspektive für die Studierenden. Das Institut entwickelt bereits heute neuartige Software und Hardware für namhafte Hersteller. Davon profitieren auch die Studierenden!«.

Denn: Die Ausrichtung des aia ist Forschung und Entwicklung in enger Kopplung an die Lehre. Hier kommt auch das mit neuester Technik ausgestattete Labor

Zukunftsträchtige Entwicklungen aus der Automation sind die Themen des neuen Automations Institut Amberg, aufbauend auf vielen erfolgreichen Kooperationen mit der Praxis.

von Prof. Dr.-Ing. Schmidt zum Tragen. So wurde etwa mit »NetCALC« ein Programm zur Elektroprojektierung von Anlagen entwickelt, bis hin zu internetfähigen Spezialsteuerungen mit Funkansteuerung oder Industrial Ethernet. Die Weichen in den nächsten Jahren, so Prof. Dr.-Ing. Schmidt, sind daher im aia auf Wachstum gestellt.



Kontakt

Automations Institut Amberg GmbH (aia)
Fakultät Elektro- und Informationstechnik
Prof. Dr.-Ing. Hans-Peter Schmidt
Kaiser-Wilhelm-Ring 23
92224 Amberg

Tel. (0 96 21) 482-138
h.schmidt@haw-aw.de

Events & Termine

Studierende: Teamwork



5. Juni 2008

Brunnenfest/Weinfest der Hochschule
(Hochschule in Weiden, ab 19.00 Uhr)

6. Juni 2008

Verabschiedung der Absolventinnen und Absolventen der
Fakultät Elektro- und Informationstechnik
(Hochschule in Amberg, Siemens Innovatorium, 15.00 Uhr)

20. Juni 2008

Verabschiedung der Absolventinnen und Absolventen der
Fakultäten Wirtschaftsingenieurwesen und Betriebswirtschaft
(Hochschule in Weiden, Hörsaal 018/019, 14.00 Uhr)

Verabschiedung der Absolventinnen und Absolventen der
Fakultät Maschinenbau/Umwelttechnik
(Hochschule in Amberg, Siemens Innovatorium, 15.00 Uhr)

23. Juli 2008

Akademische Feier mit Auszeichnung der besten
Absolventinnen und Absolventen der Hochschule
(Hochschule in Amberg, Siemens Innovatorium, 17.00 Uhr)

28. bis 31. Juli 2008

Sommerakademie für Kunst und Kulturmanagement
Leitung: Prof. Dr. Bärbel Stein
(Hochschule in Amberg)

Impressum

Herausgeber

Prof. Dr. Erich Bauer
Präsident
Hochschule Amberg-Weiden
Kaiser-Wilhelm-Ring 23, 92224 Amberg
www.haw-aw.de

Redaktion

Dr. Wolfgang Weber/Carolin Birner
Referat Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
w.weber@haw-aw.de
c.birner@haw-aw.de

Layout und Bild

Mirela Altumbabic
Bernhard Eckl
Andreas Kutscher
Anna Rieder
Studierende des Studiengangs
Medienproduktion und Medientechnik
layoutteam@haw-aw.de

Druck

Druckhaus Oberpfalz, Amberg
Auflage 1000 Exemplare
Im Mai 2008
Produziert im Medienlabor der
Hochschule Amberg-Weiden

Die
GRAMMER AG (Amberg) ist
als Partner der Fahrzeugindustrie spe-
zialisiert auf die innovative Entwicklung und
Herstellung von Fahrer- und Passagiersitzen sowie
von Komponenten und Systemen für die Pkw-
Innenausstattung. Mit über
9.000 Mitarbeitern in 21
konsolidierten Gesell-
schaften ist das Unter-
nehmen in 17 Ländern
weltweit vertreten.
In der kommen-
den Ausgabe
werden wir die
GRAMMER AG im
Firmenportrait
vorstellen.

