

**Schülerwettbewerb zum Thema „Land der Ideen“**

Die Denkfabrik Berlinpolis ruft Schüler von 12 bis 20 Jahren zum Ideenwettbewerb auf. Die Jugendlichen sollen in Text und Bild beschreiben, wie sie sich Deutschland in Zukunft vorstellen. Der Wettbewerb nimmt die Antrittsrede von Bundespräsident Köhler zum Anlass, in der er vom „Land der Ideen“ sprach. *kes*  
<http://ideen.berlinpolis.de>

**Weiterbildung zum Profi für digitale Kommunikation**

Das Institut für Electronic Business an der Universität der Künste in Berlin bietet berufsbegleitend den neuen Masterstudiengang zum „Leadership in Digitaler Kommunikation“ an. Er richtet sich an junge Führungskräfte und Hochschulabsolventen, die innovative Arbeitsmethoden im Bereich der digitalen Kommunikation kennen lernen wollen. 20 Studierende werden aufgenommen, die Bewerbungsfrist läuft bis 15. August. Schwerpunkte des internationalen Studiengangs sind die Themen Kommunikation, Leadership, Management und Gestaltung. *kes*  
 Informationen unter: [www.ieb.net](http://www.ieb.net)

**Studenten erhalten Preis in Businessplan-Wettbewerb**

Drei Studenten der FH Jena haben mit ihrem Firmenkonzept beim Thüringer Businessplan-Wettbewerb den zweiten Preis in der Sparte Produkt gewonnen. 28 Existenzgründer hatten sich beworben. Sieger in dieser Sparte wurde das Unternehmen PPA Technologies AG aus Jena. Katja Geller-Urban, Andreas Fiedler und Jörg Seilwinder vom Fachbereich Medizintechnik entwickelten in der Agi-Visio GmbH ein Diagnostiksystem zur Untersuchung von Darmkrankungen. *kes*  
 Infos: [www.fh-jena.de](http://www.fh-jena.de)

# Wirtschaftswissenschaften bieten nur wenig Geschlechterforschung

Summer School des Harriet Taylor Mill-Instituts bilanziert das Thema „Frauen und Ökonomie“

KERSTIN SCHNEIDER  
 HANDELSBLATT, 29.7.2005

Frauen bekommen weniger Gehalt, legen ihr Privatvermögen vorsichtiger an und verhalten sich in Gehaltsverhandlungen defensiver. Doch warum eigentlich? Seit 2001 erforschen Wissenschaftlerinnen am Harriet Taylor Mill-Institut der Fachhochschule für Wirtschaft (FHW) in Berlin, welchen Einfluss Geschlechterfragen auf ökonomische Prozesse haben.

In dieser Woche hatte das Institut zur ersten Summer School „Frauen in der Ökonomie - Wissenschaft trifft Praxis“ geladen. „Wir haben ein latentes Bedürfnis festgestellt, sich über diese Fragen zu informieren“, sagt Friederike Maier, Professorin für Volkswirtschaftslehre und Leiterin des Instituts.

30 Frauen sind in den Sitzungssaal der FHW gekommen: Wissenschaftlerinnen, Führungskräfte aus Unternehmen und der öffentlichen Verwaltung sowie Studentinnen. Doch nur ein Mann ist zu sehen. Es ist Rektor Franz Herbert Kieger, der eine der Eröffnungsreden halten hält. „Wir haben auch Männer eingeladen. Doch das Thema Frauen in der Ökonomie ist eine Frauendomäne“, sagt Friederike Maier.

In den Wirtschaftswissenschaften ist Genderforschung immer noch eine unterbelichtete Disziplin, stellt die Professorin fest. Auch die Unternehmen haben zwar erkannt, dass sich Frauenförderung auszahlt, doch in der Praxis gebe es viele Defizite. „Bei Tagungen muss man den Personalvorständen immer noch erklären, wie wichtig zum Beispiel die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist.“ Friederike Maier fügt hinzu: „Es fehlen Fachleute und personelles Know-how.“

Das Themenfeld der Summer



Konsumieren Frauen anders? In den Wirtschaftswissenschaften spielt Geschlechterforschung oft eine untergeordnete Rolle. Das Berliner Harriet Taylor Mill-Institut will das ändern.

School ist weit gefasst. Es reicht von Fragen wie „Konsumieren Frauen anders?“ über Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt, die Gerechtigkeit von Frauenförderung bis hin zur Work-Life-Balance. „Wir haben versucht einen Überblick über den Stand der Forschung zu geben“, sagt Andrea-Hilla Carl. Sie hat die Veranstaltung organisiert, die heute zu Ende geht.

Studentin Ulrike Marx will sich darüber informieren, wie Genderfragen in die Forschung eingebracht werden. Sie studiert Controlling und Rechnungswesen an der FHW und hat im Hauptstudium das The-

menfeld „Ökonomie und Geschlechterverhältnis“ gewählt, das die Studierenden seit 1997 mit 12 Semesterwochenstunden belegen können. Ihre Mitstudentin Nicole Krüger besucht die Summer School, weil sie eine Hausarbeit über „Frauenförderung in Unternehmen“ schreibt.

400 Absolventen verlassen jedes Jahr die FHW, etwa 30 von ihnen haben frauenspezifische Themen in ihrer Abschlussarbeit gewählt. „Es gibt einige Absolventinnen, die mit diesem Schwerpunkt einen Job bekommen haben - bei der Telekom oder bei der Bahn“, erklärt Friederike Maier. Die FHW Berlin ist nach

eigenen Angaben die einzige deutsche Hochschule, die ein wirtschaftswissenschaftliches Institut für Frauen und Geschlechterforschung unterhält. Einmal im Semester lädt das Institut zum Werkstattgespräch ein, und es kooperiert eng mit dem Fach Gender Studies an der Humboldt Uni.

An der Fachhochschule für Wirtschaft sind 4 500 Studierende eingeschrieben, es gibt 35 Studiengänge und 50 Partnerhochschulen in Westeuropa, Russland und China.

Weitere Informationen unter: [www.fhw-berlin.de](http://www.fhw-berlin.de)

# Jugendliche lieben Gewinnspiele per SMS

Mannheimer Studentin erforscht Handy-Marketing

ANDRÉ SCHMIDT-GARRÉ  
 HANDELSBLATT, 29.7.2005

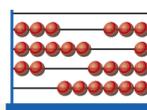
Rund 75 Millionen Deutsche haben ein Mobiltelefon. Vor allem bei Jugendlichen gehört das neueste Modell zur Grundausstattung. Wer etwas auf sich hält, bestellt Shakira oder den verrückten Frosch als Klingelton. Marketingstrategen sprechen die Zielgruppe der 14- bis 19-Jährigen deshalb verstärkt mit Werbung per SMS und MMS an. Das Problem der Mobil-Marketing-Kampagnen: Bisher wusste kein Unternehmen gen au, was die jugendliche Kundschaft wünscht.

Für Aufklärung sorgt die Diplomarbeit einer BWL-Studentin der Universität Mannheim. Tina Reichardt untersuchte in ihrer Abschlussarbeit die Vorlieben der mobilen Generation. Das wichtigste Ergebnis: „SMS-Gewinnspiele kommen bei Jugendlichen besonders gut an. Ähnlich beliebt sind Grußkarten und Display-schoner fürs Handy“, berichtet die 26-Jährige. Für Nachrichten per SMS können sich Jugendliche dagegen nicht begeistern: „Sportergebnisse per Kurzmitteilung gehören eher nicht zu den Favoriten.“

Ein weiteres Erfolgskriterium ist: „Unternehmen müssen in anderen Medien Werbung für ihre Handy-Kampagnen machen, damit sie erfolgreich werden“, berichtet die Diplomandin, die jetzt als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Allgemeine BWL und Marketing arbeitet. Ihr Thema schlug so ein, dass sie den mit 3000 Euro dotierten Preis des Deutschen Direktmarketing-Verbands erhielt.

Bisher geben im Mobile Marketing große Konsum-Marken den Ton an. Unternehmen wie McDonald's oder Ferrero gehören zu den Vorreitern. „Die Kampagnen haben an den Gesamt-Werbeausgaben noch einen relativ kleinen Anteil, aber die Budgets wachsen stark“, sagt Marcus Neumann, der die Diplomarbeit am

Lehrstuhl betreute. Im vergangenen Jahr investierten Unternehmen in Deutschland bereits über 50 Millionen Euro ins Handy-Marketing. Der Vorteil solcher Kampagnen: Gefallen die Gimmicks den Jugendlichen, schicken sie die Werbepostkarten an ihre Freunde weiter. Dadurch steigt die Reichweite ohne zusätzliche Kosten für die werbenden Unternehmen.



**SERIE: Wirtschaft im Labor**

Um herauszufinden, was Jugendliche wünschen, stellte Reichardt einen Online-Fragebogen ins Netz. Über 1000 Jugendliche beantworteten innerhalb von zwei Wochen die 50 Fragen - unter anderem weil der Internetprovider AOL in einer Bannerwerbung auf die Umfrage hinwies. Auch die Münchner Mindmatics AG wurde im Internet auf die Studie aufmerksam und bot eine Zusammenarbeit an. Der Spezialist für Handy-Marketing hatte bisher per Zufalls-Prinzip ausprobiert, welche Kampagnen funktionieren. Jetzt profitiert das Unternehmen von den Ergebnissen der Diplomandin.

Der Marketing-Lehrstuhl gehört zur Fakultät für Betriebswirtschaftslehre. In diesem Fachgebiet belegt die Universität Mannheim, an der rund 115 000 Studenten eingeschrieben sind, regelmäßig Spitzenplätze.

Weitere Informationen unter: [www.uni-mannheim.de](http://www.uni-mannheim.de)

**Nächsten Freitag lesen Sie:** Die Uni Nürnberg erforscht, wie sich Verkäufer anleiten lassen.

## Deutschlands größte Messe für Personalentscheider

**Zukunft Personal 2005**

6. Fachmesse für Personalwesen  
 6th Exhibition for Human Resource Management

**Personal-Software/Hardware • Personal-Dienstleistungen • Personal-Beratung • Weiterbildung und Training**

KoelnMesse, 13.-14. September 2005 9.00 - 17.30 Uhr [www.zukunft-personal.de](http://www.zukunft-personal.de)

„13. Deutscher Personalwirtschafts-Preis“ unter Schirmherrschaft von **Renate Schmidt**

**300 Aussteller** und über **70 Fachvorträge** zu aktuellen Themen des Human Resource Managements

**Boris Grundl** - Erfolgreich Führen mit System  
**Dr. Michael Spitzbart** - Power your life  
**Jürgen Goldfuß** - Führen in schwierigen Zeiten

Sponsoren: P&E, StepStone, GABAL, etc.

## FÜR ALLE, DIE GROSSES VORHABEN.

karriere, das junge Job- und Wirtschaftsmagazin, begleitet Sie vom Schulabschluss bis zur Führungsposition. Mit entscheidenden Informationen, Tipps und Hintergründen. Jetzt im Handel oder als Mini-Abo auf [www.karriere.de/abo](http://www.karriere.de/abo) oder unter 09 11/274 83 00.

Arbeitgeber Gott  
 Karriere in der Kirche  
 Die 176 Fair-Companies im Überblick.

Jetzt im Heft!

## Sicherheitshalber sollten Sie den Datenschutz-Berater lesen.

Jeden Monat die neuesten Informationen - kompakt und präzise - über Datenschutz und Datensicherheit.

- Praxisberichte und Organisationshilfen für den betrieblichen Datenschutzbeauftragten
- Erkenntnisse über Schadenspotenziale und Methoden zur Abwehr
- Neue Entwicklungen im Unternehmen wie CRM, Intranet, Chipkarten, Kryptographie, Fallbeispiele und aktuelle Warnungen
- Gesetzgebung und Rechtsprechung
- Marktübersichten zu IT-Security-Produkten

**Datenschutz-Berater**

Bestellen Sie unverbindlich ein kostenloses Probeheft unter:  
 Fax: 02 11 - 8 87-14 19  
 Info Hotline: 08 00 - 0 00 16 37  
[www.datenschutz-berater.de](http://www.datenschutz-berater.de)  
 E-Mail: [d.s.leserservice@vhb.de](mailto:d.s.leserservice@vhb.de)