
Strategie 2025

Fachhochschule des BFI Wien

September 2018

Hochschule für Wirtschaft, Management
und Finance

Strategie der Fachhochschule des BFI Wien
Beschlossen durch den Aufsichtsrat der FH im September 2018

Fachhochschule des BFI Wien
Hochschule für Wirtschaft, Management und Finance
Wohlmuthstraße 22, 1020 Wien
www.fh-vie.ac.at

1 Einleitung / Management Summary

Die vorliegende Strategie der FH des BFI Wien, Hochschule für Wirtschaft, Management und Finance, gibt die Leitlinien im Rahmen des bestehenden „Fachhochschul Entwicklungs- und Finanzierungsplans 018/19 – 2022/23“ unter dem Gesichtspunkt der Weiterentwicklung der Hochschule im digitalen Zeitalter am Standort Wien vor.

Die Säulen der Hochschule Forschung & Entwicklung, Lehre & Didaktik, Hochschulentwicklung & Studienprogramme unter Berücksichtigung der Handlungs-Felder Struktur & Prozesse, Kommunikation & Hochschulmarketing sowie Ressourcen & Finanzen, bilden hierfür das Fundament:

Die „Strategie der Fachhochschule des BFI Wien 2025“ wurde von der Geschäftsführung, der Leitung des Kollegiums gemeinsam mit dem Management-Team der Hochschule unter Einbindung der MitarbeiterInnen sowie weiterer StakeholderInnengruppen erarbeitet und im September 2018 durch den Aufsichtsrat verabschiedet. Damit ist sie Leitlinie für die daraus abzuleitenden Teilstrategien und anstehenden operativen Entscheidungen der Hochschule.

2 Mission und Positionierung

Wir, die FH des BFI Wien, Hochschule für Wirtschaft, Management & Finance, bieten eine **angewandte wirtschaftswissenschaftliche** und **berufsermöglichende** Aus- und Weiterbildung für Studierende in ihrer Vielfalt, die ihnen attraktive **Zukunftsperspektiven eröffnet**.

Unsere **Forschungsleistungen sind Treiber für Innovationen**. Sie sind auf studiengangübergreifende Schwerpunkte fokussiert, interdisziplinär und auf aktuelle sowie künftige Herausforderungen in Wirtschaft und Gesellschaft konzentriert.

Wir stehen für ein **kompetenz- und leistungsorientiertes** Umfeld und unterstützen soziales Engagement.

Durch **forschungsgeleitete und innovative Lehre** und eine enge **Anbindung an die Praxis** garantieren wir einen **lebenslang begleitenden Kompetenzerwerb** für engagierte Studierende.

Wir bekennen uns zu **Durchlässigkeit** und **Chancengleichheit**.

Wir sind **weltoffener**, aktiver Teil der Gesellschaft, in der Wirtschaft und der Scientific Community mit **regionaler Verankerung, globaler und nachhaltiger** Perspektive und **europäischer** Ausrichtung, mit dem Anspruch, verantwortungsvolle Fach- und Führungskräfte auszubilden.

Wir schaffen Zukunftsperspektiven.

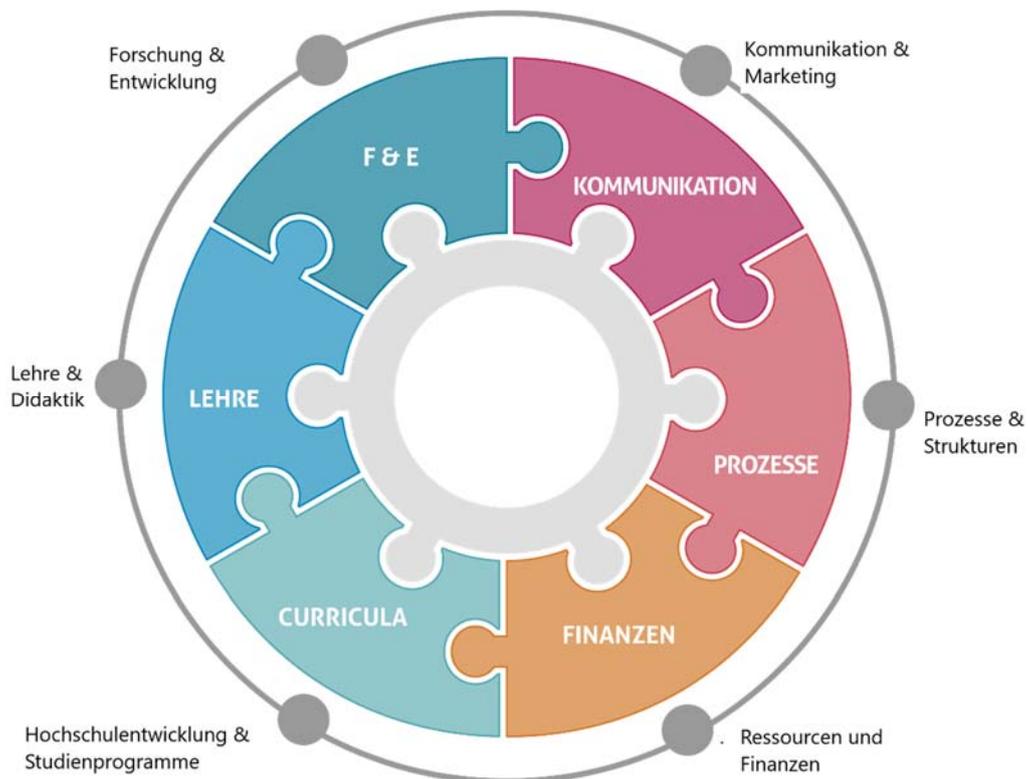
3 Vision 2025

2025 ...

- ... ist die Fachhochschule des BFI Wien als **DIE Fachhochschule für Wirtschaft, Management und Finance** mit Standort Wien etabliert.
- ... sind wir mit einem zusätzlichen **Kompetenzfeld „New Work-New Business“** an der Schnittstelle Management, Wirtschaft und Digitalisierung positioniert.
- ... adressieren wir durch ein optimales Angebot aus realem und virtuellem Lernen die unterschiedlichen Studierenden in **unterschiedlichen Lebensphasen der Aus- und Weiterbildung**.
- ... steuern wir über Prozesse, die schlank und vereinheitlicht sind.
- ... sind wir organisch gewachsen und haben unsere Einnahmen stärker diversifiziert.
- ... sind wir durch gestiegene Bekanntheit und einem positiven Imagegewinn in angewandten wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen die **erste Wahl bei BewerberInnen** in Wien.

... ist die hohe **internationale Ausrichtung** unserer Hochschule gestärkt und um Aspekte des **nachhaltigen Wirtschaftens** ergänzt. Wir bekennen uns zu den Nachhaltigkeitszielen der UN durch die Unterstützung des Global Compact.

4 Strategische Handlungsfelder



5 Ziele 2025 in den Handlungsfeldern

Forschung & Entwicklung

- ❖ **Unsere Forschungsleistungen sind Treiber für Innovation und erhöhen sowohl die Relevanz als auch die Sichtbarkeit unserer F&E Aktivitäten.**

Forschung an der Fachhochschule des BFI Wien ist:

- **praxisorientiert** durch Fokussierung auf anwendungsbezogene Forschung im Auftrag oder in Kooperation mit Unternehmen und Institutionen,
- **innovativ** durch Erarbeitung neuer Kenntnisse und Lösungsansätze,
- **interdisziplinär** durch studiengangs- und fachbereichsübergreifende Forschung,
- **international** durch aktive Beteiligung an internationalen Forschungsnetzwerken.

Bis 2025 haben wir ...

- ... die Bedeutung und Sichtbarkeit (intern & extern) der Forschung in den Forschungsfeldern bei Stakeholdern wesentlich erhöht
- ... die Forschung gestärkt und auf Kontinuität ausgerichtet:
- ... ForscherInnen finden sich in Forschungsfeldern & -teams wieder
- ... Rahmenbedingungen (Benefits, Ressourcen etc.) sind verbessert
- ... Vollzeitäquivalente für F&E sind durch mehr Drittmittel deutlich erhöht
- ... Kooperationen intensiviert mit
- ... Unis & FH (Forschungsvorhaben, Doktorate, etc.)
- ... ForschungspartnerInnen (Unternehmen, Institutionen, etc.)
- ... die Verankerung in der nationalen/internationalen Scientific Community gestärkt.
- ... die Attraktivität der Hochschule bei der Stadt Wien, Trägerorganisationen sowie z.B. InteressentInnen, Studierenden, Unternehmen, MitarbeiterInnen als F&E-Partnerin erhöht.

Lehre & Didaktik

❖ Die FH des BFI Wien ist für StudienplatzbewerberInnen die Hochschule erster Wahl

Das Weiterentwickeln von Lehre, Didaktik, Lehrqualität und Inhalten ist Voraussetzung für die qualitativ hochwertige Ausbildung. Alle Lehrenden erbringen einen hohen Standard an Lehr- und Fachkompetenz und entwickeln diese kontinuierlich weiter. Der hohe Qualitätsanspruch zeigt sich an steigenden StudienplatzbewerberInnen- und sinkenden Drop-Out-Zahlen.

Bis 2025 ...

- ... steht unsere Hochschule für eine **qualitativ hochwertige Lehre**:
 - Wir haben die Themenführerschaft in der forschungsgeliteten Lehre (z.B. New Work – New Business) und die daraus abgeleiteten, attraktiven Themen sind in den Studienprogrammen implementiert.
 - Eine „digitale Kultur“ ist etabliert.
 - Wir stehen für eine spannende und innovative Lehre.
 - Haupt- und nebenberuflich Lehrende haben das „Professional Teaching Certificate“ erworben.
- ... haben wir eine **hohe BewerberInnenzahl** für die jeweiligen Studiengänge und bekommen **engagierte Studierende**, die ein kompetenz- und leistungsorientiertes Umfeld schätzen.
- ... haben wir durch studiengangsspezifische didaktische Maßnahmen die **Drop-outs gesenkt**.
- ... sind in den Studiengängen **gemeinsame Basismodule** didaktisch umgesetzt. Dies wirkt sich effizienzsteigernd auf die organisatorische Umsetzung der zugehörigen Lehrveranstaltungen aus und fördert die Durchlässigkeit zwischen den Studiengängen.
- ... haben wir gesteigerte bzw. **intensivierte Unternehmenskontakte** bei Lehr- und Forschungsprojekten.
- ... haben wir unsere **Attraktivität als Arbeitgeberin und Hochschule** für hauptberuflich und nebenberuflich Lehrende weiter erhöht.
- ... sind die **Lehrveranstaltungen aus den Kernbereichen** der Studiengänge durch einen höheren Anteil an hauptberuflich Lehrenden abgedeckt.
- ... sind **studiengangsspezifische Internationalisierungsstrategien** unter Berücksichtigung der didaktischen Anforderungen implementiert.

- ... haben wir in drei Studiengängen die internationale **Zertifizierung CEQUINT** erreicht.
- ... haben wir Nachhaltigkeitsziele in Lehre und Forschung integriert und sind PRIME Hochschule.

Hochschulentwicklung & Studienprogramme

- ❖ **Mit einem Forschungs- und Lehrschwerpunkt NEW WORK-NEW BUSINESS sind wir an der Schnittstelle Management, Wirtschaft und Digitalisierung positioniert. Neue Studiengänge ergänzen die bestehenden Angebote.**

Im Vordergrund der Hochschulentwicklung stehen klar die Lernenden und ihre Erwartungen und Bedürfnisse, gefolgt von jenen der Unternehmen und der Organisation. An der Hochschule der Zukunft sind virtuelles und reales Lernen untrennbar miteinander verbunden.

Bis 2025 ...

- ... werden drei neue wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge an der Schnittstelle wie z.B. Digitalisierung/MINT/Arbeit 4.0 am Puls der Zeit angeboten.
- ... stehen bestehende Studiengangs-Curricula im Einklang mit der FH-Strategie, sind attraktiv und haben steigende BewerberInnenzahlen.
- ... gibt es klar definierte und einheitliche Grundkompetenzen (z.B. ABWL Basics, Englisch, Recht), die in den Curricula der Bachelor-Programme verankert sind, zum Teil durch gemeinsame Basismodule.
- ... sind Zukunftskompetenzen (z.B. Digital Skills, Reflexions- und Analysefähigkeit, Innovationsfähigkeit, virtuelle Kollaboration, etc.) in Studiengangs-Curricula verankert und sichtbar.
- ... haben wir Weiterbildungsangebote, die durch Online-Lehrgänge und Unternehmens-(Zertifikats-)Lehrgänge ergänzt werden, fünf Top nachgefragte akademische Lehrgänge, die den Anforderungen der Praxis entsprechen, zwei davon sind extern akkreditiert.
- ... sind im Sinne von lebensbegleitendem Lernen die Durchlässigkeitsmöglichkeiten beim Zugang zu sowie beim Wechsel zwischen Programmen weiter erhöht.
- ... sind nationale/internationale Doktoratskooperationen für Studierende und MitarbeiterInnen ausgebaut.
- ... ist die hohe internationale Ausrichtung der FH gestärkt und durch Zertifikate belegt sowie die Aktivitäten auf strategische Partnerschaften fokussiert.

... sind wir als Hochschule unter den TOP hochschulischen ArbeitgeberInnen und verbessern uns weiter, auch in Fragen der Vereinbarkeit von Studium und Familie.

Struktur- & Prozesse

❖ **Wir steuern über gelebte Prozesse, die schlank und vereinheitlicht sind.**

Prozesse insbesondere in den Kernbereichen Lehre, Forschung & Entwicklung sowie Weiterbildungslehrgänge sind FH-übergreifend einheitlich zu gestalten und dienen der Qualitätssicherung sowie Effektivität und Effizienz.

Bis 2025 ...

- ... haben wir eine logische und zweckmäßig strukturierte Aufbauorganisation und Ablauforganisation etabliert. Das bedeutet u.a.:
- ... Rechte/Befugnisse/Vertretung/Verantwortungen sind klar definiert und es wird ein System der Dezentralisierung & Verantwortungsübernahme gelebt.
- ... Die Personalverwaltung ist in der HR-Abteilung gebündelt und digitalisiert.
- ... Juristische Expertise ist in der Verwaltung verankert.
- ... unterstützen unsere IT/Support-Systeme die Organisation optimal.
- ... eine konstruktive Feedbackkultur trägt zu einer offenen und auf Lernen ausgerichteten Unternehmenskultur positiv bei.
- ... haben unsere MitarbeiterInnen durch effiziente und effektive Strukturen und Abläufe neue Freiräume. Diese ermöglichen mehr Zeit für Innovation und steigern die Attraktivität der FH als Arbeitgeberin.
- ... werden die Wechselwirkungen zwischen Management-, Kern- und Supportprozessen nachhaltig gesteuert.
- ... ist die Attraktivität der Standorte erhöht, die Infrastruktur verbessert und entspricht den Bedürfnissen von Studierenden und MitarbeiterInnen.
- ... ist ein nachhaltiges Kosten-/Nutzendenken in die Organisation umfassend integriert.

Kommunikation & Hochschulmarketing

- ❖ **Ziel der Hochschulkommunikation ist eine gesteigerte Bekanntheit sowie ein positiver Imagegewinn durch ein klares Kommunikations-/Marketingkonzept, eine Stärkung des Online-Marketings und eine Modernisierung des Corporate Design inklusive Wort-Bild-Marke.**

Die FH erreicht ihre Zielgruppen und ist den jeweiligen Zielgruppen positiv präsent – mit einem Slogan, der nachweisbar erlebt werden kann. Sie ist eindeutig erkennbar und wird im Vergleich zu anderen Hochschulen positiv differenziert wahrgenommen.

Ein starkes Branding und damit Positionierung ist für eine Differenzierung innerhalb des Hochschulmarktes, vor allem in Wien, essentiell.

Bis 2025 ...

- ... haben wir ein klares Kommunikations-/Marketingkonzept.
- ... sind ein zielgruppenadäquates Marketing sowie eine Stärkung im Online Marketing umgesetzt.
- ... besteht ein Commitment auf kommunikativen Eckpfeilern basierend auf Strategie; klares Werteversprechen in der Kommunikation.
- ... ist eine dezentralere Kommunikation der Forschungsergebnisse auf Studiengangsebene forschlerInnenzentriert umgesetzt.
- ... erfolgt eine regelmäßige und gezielte Managementkommunikation unserer Leistungsergebnisse (intern/extern).
- ... sind für die neue Webseite ein Content Management System und Content Manager (Redakteure) etabliert.
- ... verstehen sich alle MitarbeiterInnen, nebenberuflich Lehrende, Studierende, etc. als MarkenbotschafterInnen „ihrer“ FH.
- ... haben wir eine stringente Corporate Identity, sichtbar in Artefakten und im Handeln.

Ressourcen & Finanzen

- ❖ **Finanzielle Herausforderung: 2025 sind wir organisch gewachsen und haben unsere Erlöse stärker diversifiziert. Die finanzielle Gebarung ist ausgeglichen.**

Die finanzielle Herausforderung der kommenden Jahre wird darin liegen, die durch steigende Qualitätsanforderungen, Forschungsvorhaben, Marketing, Hochschulkommunikation und rechtliche wie datenschutzrechtliche Erfordernisse steigenden Personalkosten, die nicht über die direkte Studienplatzfinanzierung gedeckt werden können, durch Drittmittel abzudecken, um im hochschulischen Umfeld kompetitiv zu bleiben. Bei einer Personaltangente von 74%

(interne wie nebenberuflich Lehrende) ist dies die stärkste Ressource und Hebel für Veränderung.

Drittmittelakquisition (Unternehmenskooperationen, Sponsoring, Forschungsmittel aus EU/Stadt Wien Projekten) und nationale wie internationale Forschungsprojekte werden als Finanzierungsquelle für die Fachhochschule immer wichtiger, aber auch für Studierende, die diese Kooperationen und Netzwerke als Teil ihrer hochschulischen Ausbildung betrachten.

Durch einen Ausbau der Weiterbildungsangebote und stärkeren Fokus auf Drittmittelfinanzierung bei Forschungsvorhaben sowie durch die aktive Kooperation mit Unternehmen wird die Erlösseite gestärkt und diversifiziert.

Kostenseitig müssen gleichzeitig durch Effizienzsteigerungen und Prozessüberarbeitungen sowie Forcierung von konzerninternen Lösungen (z.B. in der Verwaltung) Optimierungen umgesetzt werden. Durch Kostenbeiträge für zusätzliche Leistungen (z.B. Teilnahmebeiträge bei Symposien, etc.) im FH-Sektor üblichen Rahmen wird der Deckungsbeitrag entsprechend erhöht.