

Number 89 / 2016

## Working Paper Series

by the University of Applied Sciences BFI Vienna



# Gelebtes Corporate Social Responsibility in der Lehre

August 2016

**Roman Anlanger**

Fachhochschule des BFI Wien

**Wolfgang A. Engel**

Selbständiger Unternehmensberater

Wirtschaftstrainer und Coach

Lektor an der Fachhochschule des BFI Wien

**Roland J. Schuster**

Fachhochschule des BFI Wien

**Hinweis des Herausgebers:** Die in der Working Paper Serie der Fachhochschule des BFI Wien veröffentlichten Beiträge enthalten die persönlichen Ansichten der AutorInnen und reflektieren nicht notwendigerweise den Standpunkt der Fachhochschule des BFI Wien.

## Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) stellt sowohl auf europäischer als auch auf nationaler Ebene ein komplexes Themengebiet dar, welches in vielfältiger Weise zum Ausdruck kommt. Speziell im Kontext dieser Arbeit und des Bachelorstudiengangs Technisches Vertriebsmanagement (BTVM) werden Möglichkeiten betrachtet, CSR in Bezug zur Lehre zu setzen. Dies insbesondere deshalb, weil Vertrieb und, auf einer allgemeineren Ebene, Marketing die zentralen Aspekte des BTVM darstellen. Anhand des konkreten Praxisbeispiels Teambildung am Studiengang BTVM, wo die Studierenden angehalten sind, ein soziales und nachhaltiges Projekt für eine karitative Organisation durchzuführen, wird gezeigt, wie CSR erfolgreich in die Lehre integriert werden kann.

*Corporate social responsibility (CSR) represents a complex topic both at European and at national level, which is expressed in manifold ways. Specifically, in the contexts of this paper and the bachelor's degree programme Technical Sales and Distribution Management (Technisches Vertriebsmanagement - BTVM), options are considered to put CSR in relation to practical teaching. This in particular, since sales and - on a more general level - marketing constitute the central aspects of this study programme. The representative practical example of the course "Team Building" in the bachelor's degree programme BTVM, where students are encouraged to carry out a social and sustainable project for a charitable organization, shows how CSR can be successfully integrated into teaching.*

## Inhalt

1	Corporate Social Responsibility (CSR).....	5
2	Die Lehrveranstaltung Teambildung am Studiengang Technisches Vertriebsmanagement .....	7
2.1	Die theoretischen Prämissen der Lehrveranstaltung .....	7
2.2	Der Ablauf der Lehrveranstaltung.....	7
2.3	Das didaktische Konzept der Lehrveranstaltung .....	8
2.4	Interventionsforschung für das Fach Teambildung .....	9
2.5	Experiment zur Lehrveranstaltung.....	10
3	Der Kooperationspartner der LV Teambildung: Das „neunerhaus“ .....	12
3.1	Allgemeines zum „neunerhaus“ .....	12
3.2	Die Finanzen des „neunerhaus“es .....	13
4	Schlussbemerkungen .....	13
5	Literaturverzeichnis.....	14
	Anhang.....	16

## Abkürzungsverzeichnis

BTVM	Bachelorstudiengang Technisches Vertriebsmanagement
ca.	zirka
CSR	Corporate Social Responsibility
LV	Lehrveranstaltung
Mio.	Million

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Geschenk an die Passanten beim BTVM-Punschstand .....	11
Abbildung 2: Modullandkarte BTVM, Vernetzung der Lehrveranstaltung .....	16
Abbildung 3: Reinerlöse aus Dem BTVM-Punschstand 2007 - 2015 .....	17
Abbildung 4: Erster BTVM-Punschstand im Jahr 2007 .....	17
Abbildung 5: BTVM Punschstand im Jahr 2008 mit Barbara Stöckl .....	18
Abbildung 6: BTVM Punschstand im Jahr 2015.....	18

## 1 Corporate Social Responsibility (CSR)

Bei den Überlegungen in Bezug zum Begriff *Corporate Social Responsibility (CSR)* sind wir hin und her gerissen zwischen Misstrauen und Hoffnung. Misstrauen in Bezug darauf, dass es sich dabei um ein Manipulationsinstrument marktwirtschaftlicher Prägung handelt. Hoffnung in Bezug darauf, dass – egal warum es auch immer passiert – wesentliche, oft schmerzhaft soziale Themen mittels CSR sichtbar gemacht und bearbeitet werden.

So bemerkt z. B. Burckhardt in ihrem Vorwort folgendes: „In Pakistan brannte im September 2012 die Fabrik Ali Enterprises mit rund 300 Toten ab. In Bangladesch hatte im November 2012 der Brand in der Fabrik Tazreen 112 Tote zur Folge, und durch den Einsturz im April 2013 des Rana Plaza Hochhauses, in dem fünf Textilfabriken untergebracht waren, sind 1127 Menschen ums Leben gekommen. [...] Einerseits wird immer mehr über unternehmerische Sozialverantwortung oder >Corporate Social Responsibility< (CSR) gesprochen, andererseits nimmt die Verlogenheit zu: viele CSR-Maßnahmen sind reines Marketing und dienen nur dazu, den Umsatz zu steigern.“

Burckhard kommt zum Schluss, dass „[e]ine Kombination von freiwilligen CSR-Maßnahmen von Unternehmen und gesetzlichen Vorschriften, die zu einer stärkeren Regulierung bis hin zu einer Unternehmenshaftung führen, [nötig ist]“ (Burckhardt 2013: S. V). In weiterer Folge setzten sich die Beiträge im Sammelwerk intensiv mit der komplexen Problematik von CSR auseinander und zeigen die Schwierigkeiten einer praktischen Umsetzung an Beispielen deutlich auf.

In gebotener Kürze werden unter diesem Punkt lediglich zwei Aspekte bezüglich CSR beleuchtet, nämlich aktuelles Begriffsverständnis in Österreich und CSR in Bezug zur Lehre im Bachelorstudiengang Technisches Vertriebsmanagement (BTVM).

Auf der Homepage des BMLFUW<sup>1</sup>, (o.V. 2016c, online) wird auf die Definition der Europäischen Kommission verwiesen, „[...] wonach CSR >die Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft< ist“ (o.V. 2015, online). Auf dieser Homepage wird darauf aufmerksam gemacht, dass „[d]as Thema Corporate Social Responsibility (CSR) [...] in der öffentlichen Wahrnehmung noch allzu oft mit >Tue Gutes und rede darüber< gleichgesetzt [wird]“. Es folgt der Hinweis: „Was unter CSR wirklich zu verstehen ist, welche Rahmenbedingungen für die Akteure in diesem Bereich maßgeblich sind, welche Maßnahmen die österreichische Bundesregierung setzt und was in Sachen CSR aktuell läuft, erfahren Sie auf den folgenden Seiten“ (o.V. 2016c, online).

Hier wird deutlich, dass CSR sowohl auf europäischer als auch auf nationaler (z. B.: österreichischer) Ebene ein komplexes Themengebiet darstellt, das in unterschiedlichsten Ausprägungen in Erscheinung tritt. Speziell im Kontext dieser Arbeit und des Bachelorstudiengangs Technisches Vertriebsmanagement (BTVM) werden Möglichkeiten betrachtet CSR, in Bezug zur Lehre zu setzen. Dies insbesondere deshalb weil Vertrieb und, auf einer allgemeineren Ebene, Marketing die zentralen Aspekte des BTVM darstellen.

---

<sup>1</sup> Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft Stubenbastei 5, 1010 Wien, Österreich; (Datenverarbeitungsregister-Nummer): 0000183

Allgemein betrachtet, muss die Lehre folgende paradoxe Situation meistern. Um über etwas sprechen, schreiben, diskutieren zu können, braucht es Definitionen, Erklärungen und Bezeichnungen. Die so erreichte Darstellung ist aber immer eine Idealisierung, die im nächsten Schritt aufzuklären wäre (vgl. Schuster 2016: 55). Bleibt die Lehre z. B. in Bezug auf Vertrieb und Marketing in der Idealisierung stecken, ohne dabei auf grundlegende prinzipiell unlösbare Widersprüche zu verweisen, so wird Verdrängung, Schuldverschiebung usw. Tür und Tor geöffnet (vgl. Krainer/Heintel 2010: 165).

Die geforderte Aufklärung ist sowohl für die Lehrenden als auch für die Studierenden schmerzhaft, denn sie bedeutet ein Eingeständnis, dass es keine dauernden Lösungen gibt. Was Lehrenden bleibt, ist Studierende möglichst gut darauf vorzubereiten, mit unbekanntem Herausforderungen umzugehen (Schuster/Lobnig 2016, online). In diesem Spannungsfeld von Idealisierung und Aufklärung bewegt sich auch der vorliegende Aufsatz, der einerseits konkrete Fallstudien aufzeigt und andererseits darauf hinweist, diese auch kritisch zu hinterfragen, um- bzw. neu zu denken.

## 2 Die Lehrveranstaltung Teambildung am Studiengang Technisches Vertriebsmanagement

### 2.1 Die theoretischen Prämissen der Lehrveranstaltung

In der Tageszeitung „Die Welt“ schrieb Andreas Thieme schon 2011: „Mit Fachwissen allein kommt man im Berufsleben nicht weit. Gefragt sind auch Soft Skills.“ (Thieme 2011, online). Seit Beginn des Studiengangs Technisches Vertriebsmanagement (TVM) war klar, dass in diesem berufsbegleitenden Studium neben einer Mischung aus technischen und wirtschaftlichen Fächern auch die Soft Skills eine wichtige Rolle spielen müssen. Denn: „Ein guter Ingenieur besitzt T-Skills.“ (Sattler 2015, online)<sup>2</sup>.

Als ideales Einstiegsfach hat sich die Lehrveranstaltung (LV) Teambildung angeboten. Hier wurde bewusst ein innovatives Konzept entwickelt und implementiert, dessen Quintessenz ein ausgefeiltes *Learning by Doing* ist. Das Konzept beruht auf folgenden theoretischen Prämissen:

„Von besonderer Bedeutung für das Lernen Erwachsener ist zweifellos die Erfahrung.“ (Nolda 2015: 89). Dabei geht es um den „Übergang vom inhaltlichen Wissen zum Umgang mit Wissen“ (Nolda 2015: 99). Wie Nolda (neben anderen AutorInnen) konstatiert, wird in der Erwachsenenbildung zunehmend „von der Orientierung an festem Wissen Abstand genommen und für einen Wandel vom ‚Know how‘ zum ‚Know how to know‘ plädiert“ (Nolda 2015: 99). Denn bekanntlich ist „Information als Verstandenes und Erzeugendes ohne kommunikatives Handeln nicht denkbar“ (Macke/Hanke/Viehmann 2012: 31).

Brauer gibt dazu die Empfehlung: „Unterricht ist dann besonders effizient, wenn die Studierenden außerhalb der Lehrveranstaltung selbst mitarbeiten müssen.“ (Brauer 2014: 12). Nach dieser Maxime wurde das Konzept der LV Teambildung im berufsbegleitenden Studium aufgesetzt, deren Ablauf hier kurz skizziert wird.

### 2.2 Der Ablauf der Lehrveranstaltung

Nach einer ausführlichen Einführung in das Lehr- und Lernkonzept der LV werden die Studierenden informiert, dass sie ein Projekt zu bewältigen haben werden, das von ihnen verlangt, in der belebtesten Wiener Einkaufsstraße (Mariahilfer Straße) an einem Samstag vor Weihnachten einen Punschstand zu errichten und zu betreiben, und zwar mit dem Ziel, für eine karitative Organisation (hier: das „neunerhaus“ (o.V. 2016a, online))<sup>3</sup> einen möglichst hohen Spendenbetrag zu lukrieren. Insgesamt wurde über die neun Jahre ein Reinerlös von € 33.070 gesammelt.

Bei der Planung und Umsetzung wurden die Studierenden bewusst erst einmal „ins kalte Wasser gestoßen“, d.h. weitgehend sich selbst überlassen. Nur gelegentlich griffen die Lehrpersonen (Anlanger / Engel) im Sin-

---

<sup>2</sup> „Man spricht im angelsächsischen Raum von sogenannten T-Skills. Die Breite des T gibt dabei die fachübergreifenden Kompetenzen wie etwa Soft Skills an, seine Höhe steht für die fachliche, technische Kompetenz.“, a.a.O.

<sup>3</sup> Das ist ein weiterer Effekt der Veranstaltung: Die Studierenden erfahren frühzeitig, sich nachhaltig sozial zu engagieren. Das ist aus Sicht der Lehrpersonen gelebte Corporate Social Responsibility.

ne eines *Management by Exception* ein, wenn es im Hinblick auf das Ziel notwendig wurde, essentielle Korrekturen vorzunehmen. Bei allen Zwischenzielen der Projektrealisation gab es Präsentations- und Reflexionsrunden, teilweise von den Lehrpersonen moderiert. Dabei wurde ausführlich auf die Teamrollen nach Belbin (vgl. Schiersmann/Thiel 2010: 246f) eingegangen. Mit Hilfe von Testverfahren wurden für alle StudentInnen deren Rollenpräferenzen ermittelt und so ein Team-Profil für jede der gebildeten Zweck-Arbeitsgruppen abgebildet.

Der durch das Projekt angestoßene Selbstorganisationsprozess war stets für alle Beteiligten lehrreich (das Projekt wird seit neun Jahren jährlich im ersten Semester durchgeführt). Insbesondere ist festzuhalten, dass damit die hier beschriebene LV Teambildung stilbildend und prägend für fast alle weiteren Vorlesungen und Seminare genutzt werden konnte (Vernetzung; vgl. Angang 1: Modullandkarte TVM).

Im Projekt wurde praktisch geübt, was im späteren Verlauf des Studiums vertieft zu lernen ist. Aufgrund des im Projekt von jedem einzelnen Studenten bzw. jeder einzelnen Studentin Erlebten basieren die Lehrinhalte fast aller späteren Lernfächer auf diesem gemeinsamen Erfahrungsschatz. Das betrifft zB die Gegenstände Betriebswirtschaftslehre (Kostenrechnung, Kalkulation), Marketing und Vertrieb (Maßnahmen, Psychologie), Führung und Konfliktmanagement (um exemplarisch nur die wichtigsten zu nennen).

### **2.3 Das didaktische Konzept der Lehrveranstaltung**

In diesem Lehr-/Lernprozess gibt es nach Macke et al. zwei Phasen des Wissenserwerbs: „eine subjektive Phase und eine sozial-kommunikative Phase.“ (Macke/Hanke/Viehmann 2012: 37). Der Erwerb konkreter Fähigkeiten (zielgerichtet planen, organisieren, umsetzen) geht zwangsläufig mit sozial-kommunikativen Anforderungen einher, die mit denen im realen Berufsleben weitestgehend identisch sind. Dann sind „Wissen und Information ein Produkt unseres Handelns und wie diese unauflösbar mit uns als Person verbunden.“ (Macke/Hanke/Viehmann 2012: 35).

Das didaktische Konzept der LV erfüllt damit zahlreiche Voraussetzungen für erfolgreiches, nachhaltiges Lernen, und zwar eindeutig „*non scholae, sed vitae*“<sup>4</sup>. Dabei kommen auch Gender- und Diversitätsaspekte nicht zu kurz, da diese Thematiken zwangsläufig aus der stets großen Heterogenität (Alter, Herkunft, Ausbildung, Berufserfahrung etc.) der jeweiligen Gruppe resultieren.

In einem solchen Setting ist klar, dass es nicht möglich ist, eine Beurteilung der Studierenden durch eine konventionelle Prüfung durchzuführen. Vielmehr wurde ein Ansatz gewählt, der im angelsächsischen Raum mit *Peer Evaluation* beschrieben wird (vgl. Fellenz 2006, online). Im konkreten Projektfall wurden die Studierenden gegen Projektende aufgefordert, einen Reflexionsbogen auszufüllen, in dem die subjektiven Eindrü-

---

<sup>4</sup> Der altrömische Autor Seneca kritisierte das damalige Schulwesen mit dem Satz: „Non vitae, sed scholae discimus.“ (Nicht für das Leben, sondern für die Schule lernen wir.) Daraus wurde in späterer Umkehr-Formulierung die Forderung „Non scholae, sed vitae discimus“.



cke von Ablauf und Ergebnissen des Projektes abgefragt wurden. Dabei wurden vorwiegend quantitative Methoden verwendet (z.B. Skala 1 – 10 zur Bewertung bestimmter Parameter).

Ein zweiter Feedback-Teil betraf die gegenseitige Beurteilung (*Peer Evaluation*) der StudienkollegInnen untereinander. Dabei war für jede Kommilitonin / jeden Kommilitonen von jedem/jeder Studierenden ein Punktwert zu vergeben, der das Maß des Engagements im Projekt darstellt. Um die Anonymität sicherzustellen und damit reliable Bewertungen zu erhalten, sollte jede Person auch sich selbst in die Punktwertung einbeziehen.

Die Ergebnisse der inzwischen bereits neun durchgeführten Teambildungsprojekte sind in jeder Hinsicht erfreulich. Das betrifft nicht nur das finanzielle Spendenaufkommen, das mit den Jahren beinahe kontinuierlich gewachsen ist (s. Anlage 2), sondern vor allem auch, dass die didaktischen als auch die sozialen Benefits beachtlich sind (wenn auch bisher nicht quantitativ gemessen/dokumentiert). In der bisherigen Wahrnehmung der Lehrenden äußert sich das u.a. in einem ausgesprochen kooperativen Klassenklima, einer unterdurchschnittlichen Drop-out-Rate sowie in überdurchschnittlichen Prüfungsergebnissen über alle Semester und Fächer hinweg. Diesen Hinweisen auf eine mögliche Kausalität wird in weiteren Forschungsprojekten nachgegangen werden.

Aus Sicht des Lehrenden-Teams Anlanger / Engel ist Brauer Recht zu geben, wenn er dazu auffordert, „aktives Lernen“ zu fördern: „Machen Sie die Studierenden zu Akteuren statt zu passiven Konsumenten.“ (Brauer 2014: 60).

## **2.4 Interventionsforschung für das Fach Teambildung**

Die Lehrveranstaltung Teambildung im berufsbegleitenden Bachelorstudiengang „Technisches Vertriebsmanagement“ wurde und wird mittels Interventionsforschung beforscht (Schuster 2016: 75-84) (Schuster/Lobnig 2016, online). Die Interventionsforschung dient dazu, das Lehrkonzept in Hinblick auf Innovation und theoretische Fundierung zu optimieren. Konkret vermerkt Schuster, dass „[...] sich das Design der Lehrveranstaltung ‚Teambildung‘ ausgezeichnet zur Vermittlung eines tiefgreifenden Verständnisses zum *Prozess von Teambildung* [eignet]“ (Schuster 2016: 84).

Der Autor hebt hervor, dass die Vermittlung auf parallel miteinander verknüpften Ebenen, nämlich

- (1) der Ebene der Teambildung an sich,
- (2) der Ebene der Vermittlung von theoretischen Aspekten von Teambildung und
- (3) der Ebene der Reflexion des Prozesses, der durch ein vom Lehrenden-Paar beauftragtes Projekt stattfindet,

beruht (vgl. Schuster 2016: 84).

Vor allem die Komplexität des Designs, aber auch die Vernetzung sowohl innerhalb des Bachelorstudiengangs selbst – mittels korrespondierender Lehrveranstaltungen<sup>5</sup> – als auch innerhalb der Gesamtorganisation der FH des BFI Wien – wo mit der Abteilung Public Relations bezüglich Bewerbungsaktivitäten zusammengearbeitet wird – wird als besonders wichtig und wertvoll angesehen. Außerdem wird der institutionsübergreifende kollegiale wissenschaftliche Austausch aktiv angestrebt. So konnte z.B. konkret mittels des Panels 131<sup>6</sup> eine Plattform geschaffen werden, wo Lehrende aktiv Praxiserfahrungen aus Lehrveranstaltungen in Diskussionen einbringen können.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass der hier angewendete Methodenmix innovativ, nachhaltig, die Sozialkompetenz und das soziale Engagement fördernd sowie die didaktischen Ziele erreichend anzusehen ist. Aufgrund bisheriger Forschung zeichnet sich ab, dass die strategische Positionierung zu Beginn des Studiums sehr vielversprechend ist. Dies deshalb, weil damit ein Komplexitätsgrad erreicht ist, der Studierende optimal auf Herausforderungen in Studium und Beruf vorbereitet.

## 2.5 Experiment zur Lehrveranstaltung

Anlanger und Engel versuchen den Studierenden jedes Jahr kreative Inputs zur Gewinnmaximierung zu geben. Im Jahr 2012 wurde erstmals das Konzept „Prinzip der sozialen Bewährtheit“ angewendet. (vgl. Anlanger/Engel 2013: 235).

Beim Prinzip der sozialen Bewährtheit geht es vor allem darum, bei der Entscheidung etwas zu tun, sich dabei an anderen zu orientieren (vgl. Cialdini 2013: 165). „Wir betrachten ein Verhalten in einer gegebenen Situation in dem Maß als richtig, in dem wir dieses Verhalten bei anderen beobachten“ (Cialdini 2013: 165).

Ziel war es, aktiv PassantInnen durch die Studierenden anzusprechen und so auf den Punschstand aufmerksam zu machen. Nach dem Prinzip der sozialen Bewährtheit wurde den PassantInnen ein kleines Geschenk mit dem Text „9 von 10 Personen haben schon darüber nachgedacht: Ihnen ist heute am Abend wieder wohlig warm. In Ihrem eigenen Zuhause. Den obdach- und wohnungslosen Menschen nicht.“ (Anlanger/Engel 2013: 154). Diese Vorgehensweise hat perfekt funktioniert und dadurch kamen auch wesentlich mehr Personen zum Punschstand, was sich wiederum auf den Reinerlös auswirkte. Das Geschenk, welches nach dem Prinzip der sozialen Bewährtheit konzipiert wurde, ist in der nachfolgenden Abbildung ersichtlich.

---

<sup>5</sup> LV „Zeitmanagement, Lerntechniken“, LV „Präsentation“, LV „Grundlagen ABWL“

<sup>6</sup> Social Competence in Action: Inter- und transdisziplinäre Erkundungen im Dreieck Praxis-Lehre-Forschung. Panel 131 im Rahmen des 10. Forschungsforums der Österreichischen Fachhochschulen Ende März 2016.

**Abbildung 1:** Geschenk an die PassantInnen beim BTVM-Punschstand



### 3 Der Kooperationspartner der LV Teambildung: Das „neunerhaus“

#### 3.1 Allgemeines zum „neunerhaus“

„Das „neunerhaus“ ist eine Wiener Hilfsorganisation, die obdachlosen Menschen ein selbstbestimmtes und menschenwürdiges Leben ermöglicht.

Ziel ist es, Betroffenen Hilfe zur Selbsthilfe zu geben, um ihre Lebenssituation nachhaltig zu verbessern. In drei Wohnhäusern und rund 80 durch Housing First betreuten Wohnungen wohnen rund 500 Menschen jährlich. Etwa 3.500 obdachlose Menschen jährlich versorgt das „neunerhaus“ in der Arztpraxis, der Zahnarztpraxis und mit dem Team „neunerhaus“-Arzt - Tendenz steigend.

Hilfe für obdachlose Menschen heißt für das „neunerhaus“ auch, dass Tiere von obdach- und wohnungslosen Menschen von ehrenamtlichen Tierärztinnen kostenlos behandelt werden.“ (o.V. 2016b, online).

In der Vision des „neunerhauses“ spielen Kooperationen eine zentrale Rolle, da gesellschaftliche Veränderungen von möglichst vielen Personen getragen werden müssen. Diese Kooperationen werden vom „neunerhaus“ in vier Punkten thematisiert: (vgl. Reiter 2014: 21)

- Bei der täglichen Betreuung der sog. KundInnen des „neunerhauses“ wird eine Zusammenarbeit mit anderen Organisationen zielgruppenspezifisch gestaltet.
- Ab 2014 wurde ein neues Netzwerk mit FachärztInnen aufgebaut, um auch nichtversicherte PatientInnen versorgen zu können.
- Mit 18 PartnerInnen aus der Wohnungswirtschaft wurde eine Plattform etabliert, um leistbare Wohnungen für ehemals wohnungslose Menschen vermitteln zu können.
- U.a. ist die Mietervereinigung ein wichtiger Partner, diese steht mit kostenloser Beratung zur Seite. (vgl. Reiter 2014: 21)

„Wohnungslosigkeit ist keine Reise, sondern eine der schlimmsten Formen der Armut. Die Fallzahlen in Wien steigen an. Über 10.000 Menschen benötigen jährlich Unterstützung der Wohnungslosenhilfe, bis 2006 waren es noch weniger als 5.000.“ (Reiter 2014: aus dem Vorwort).

Das „neunerhaus“ betreibt drei Wohnhäuser (Hagenmüllergasse, Billrothstraße und Kudlichgasse) sowie seit 2012 das Pilotprojekt „Housing First“, welches ein eigenständiges Wohnen ermöglicht. Dieses Innovationsprojekt wird durch SozialarbeiterInnen begleitet (vgl. Reiter 2014: 8-9).

### **3.2 Die Finanzen des „neunerhauses“**

Bei der Mittelherkunft betragen die gesamten Einnahmen rund 4,4 Mio. Euro, wovon ca. 55% aus dem Fördertopf des Fonds Soziales Wien stammen. Die Wiener Gebietskrankenkasse trägt rund 500.000 Euro bei und aus den Nutzungsbeiträgen der BewohnerInnen der „neunerhaus“-Standorte kommen knapp 620.000 Euro. Durch Spenden, Kunstprojekte und Stiftungsgelder kommen rund 18% der Gesamteinnahmen, welche sich auf 800.000 Euro belaufen (vgl. Reiter 2014: 42).

Was die Mittelverwendung betrifft, so werden beim „neunerhaus“ 3,5 Mio. Euro, das sind 82%, in die Hilfsarbeit investiert, wovon fast 75% in die Betreuung und Unterbringung der hilfsbedürftigen Personen geht. Für die medizinischen Angebote des „neunerhauses“ werden knapp eine Mio. Euro ausgegeben. Die tierärztliche Versorgung schlägt sich mit knapp 200.000 Euro zu Buche (vgl. Reiter 2014: 42).

„Der Jahresabschluss wird gemäß § Vereinsgesetz erstellt und durch die CONSULTATIO Wirtschaftsprüfung GmbH & Co. KG geprüft. Dieser obliegt auch die Prüfung für das Österreichische Spendengütesiegel laut Kriterienkatalog der Standards für spendensammelnde Organisationen sowie die Prüfung für die Spendenbegünstigung gemäß § 4a Abs. 8 Z 1 EstG.“ (Reiter 2014: 42).

## **4 Schlussbemerkungen**

Der durch das Projekt angestoßene Selbstorganisationsprozess, gepaart mit einem sozial orientierten und aktiven Wirken, ist stets für alle Beteiligten lehrreich. Insbesondere ist festzuhalten, dass damit die hier beschriebene LV Teambildung genutzt werden konnte, um für fast alle weiteren Vorlesungen und Seminare stilbildend und prägend zu sein (Vernetzung; vgl. Angang 1: Modullandkarte TVM).

Abschließend kann festgehalten werden, dass der in der beschriebenen LV angewendete Methodenmix innovativ, nachhaltig, die Sozialkompetenz und das soziale Engagement fördernd sowie die didaktischen Ziele erreichend, anzusehen ist. Das ist gelebte CSR, welche seit neun Jahren zu Gunsten der karitativen Einrichtung „neunerhaus“, durchgeführt wird.

## Literaturverzeichnis

- Anlanger, R. / Engel, W. (2013): Trojanisches Marketing II. Freiburg, München : Haufe Gruppe.
- Brauer, M. (2014): An der Hochschule lehren - Praktische Ratschläge, Tricks und Lehrmethoden. (Ahrens, R. Übers.) Berlin, Heidelberg: Springer.
- Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, U. u.. <https://www.nachhaltigkeit.at/home/impressum> (23.06.2016)
- Burckhardt, G. (2013): Vorwort zur Neuauflage. In: Burckhardt, G.: Corporate Social Responsibility - Mythen und Maßnahmen. Wiesbaden: Springer, 227.
- Cialdini, R. B. (2013): Die Psychologie des Überzeugens. Bern: Hans Gruber.
- Fellenz, M. R. (2006): Toward fairness in assessing student groupwork. A protocol for peer evaluation of individual contributions. In: Journal of Management of Education, 30 (4), 570-591.
- Krainer, L. / Heintel, P. (2010): Prozessethik. Zur Organisation ethischer Entscheidungsprozesse. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Krainz, E. E. (2005): Lehren, Lernen und Prüfen von sozialer Kompetenz für Mediation und Konfliktmanagement. In: Falk, G. / Heintel, P. / Krainz, E.E. (Hrsg.): Handbuch Mediation und Konfliktmanagement (Schriften zur Gruppen- und Organisationsdynamik 3). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 349-363.
- Lesjak, B. / Lobnig, H. (2014): The Organization Laboratory: An Experimental Training Setting for Learning the Process of Organizing. In: Scala K. / Grossmann, R. / Lenglachner, M. / Mayer, K. (Hrsg.): Leadership Learning for the Future. USA: IAP - Information Age Publishing, 55-69.
- Macke, G. / Hanke, U. / Viehmann, P. (2012): Hochschuldidaktik - Lehren - vortragen - prüfen - beraten. Weinheim, Basel: Beltz.
- Nolda, S. (2015): Einführung in die Theorie der Erwachsenenbildung (3. Aufl.). Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- o.V. (27. 03 2015): Nationaler Aktionsplan zu CSR (NAP CSR). (BMLFUW, Hrsg.), <https://www.nachhaltigkeit.at/thema/corporate-social-responsibility/csr-auf-nationaler-ebene/nationaler-aktionsplan-zu-csr-nap-csr> (23.06.2016).
- o.V. (06. 03 2016a): „neunerhaus“ Obdach. Und mehr. <http://www.„neunerhaus“.at>.
- o.V. (28. Mai 2016b): Wer wir sind. <http://www.„neunerhaus“.at/wer-sind-wir/wer-sind-wir> (28.05.2016).
- o.V. (23. 06 2016c). *Corporate Social Responsibility*. (BMLFUW, Hrsg.). <https://www.nachhaltigkeit.at/thema/corporate-social-responsibility> (23.06.2016)
- Reiter, M. (2014): „neunerhaus“ Jahresbericht 2014. Wien: „neunerhaus“ - Hilfe für abdachlose Menschen.
- Sattler, A. (14.04.2015): Soft Skills im Studium erlernen - Ein guter Ingenieur besitzt T-Skills. <http://www.cio.de/a/ein-guter-ingenieur-besitzt-t-skills,3106348> (04.03.2016).
- Schiersmann, C. / Thiel, H.-U. (2010): Organisationsentwicklung. Prinzipien und Strategien von Veränderungsprozessen (2. Aufl.). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Schuster, R. J. (2016): Einführung in die Didaktik der Selbstorganisation (Bd. 13). (Arnold, R. Hrsg.)  
Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren.

Schuster, R. J. / Lobnig, H. (2016): Lehren und Lernen aus Erfahrung. Falldarstellung aus dem  
Bachelorstudiengang Technisches Vertriebsmanagement der FH des BFI Wien. Beitrag zum 10.  
Forschungsforum der Österreichischen Fachhochschulen, 30./31. März 2016, Wien.

Thieme, A. (06.09.2011): Teamfähigkeit & Co. schon im Studium trainieren:

<http://www.welt.de/wirtschaft/karriere/bildung/article13585390/Teamfaehigkeit-amp-Co-schon-im-Studium-trainieren.html> (05.03.2016)

# Anhang

Abbildung 2: Modullandkarte BTVM, Vernetzung der Lehrveranstaltung

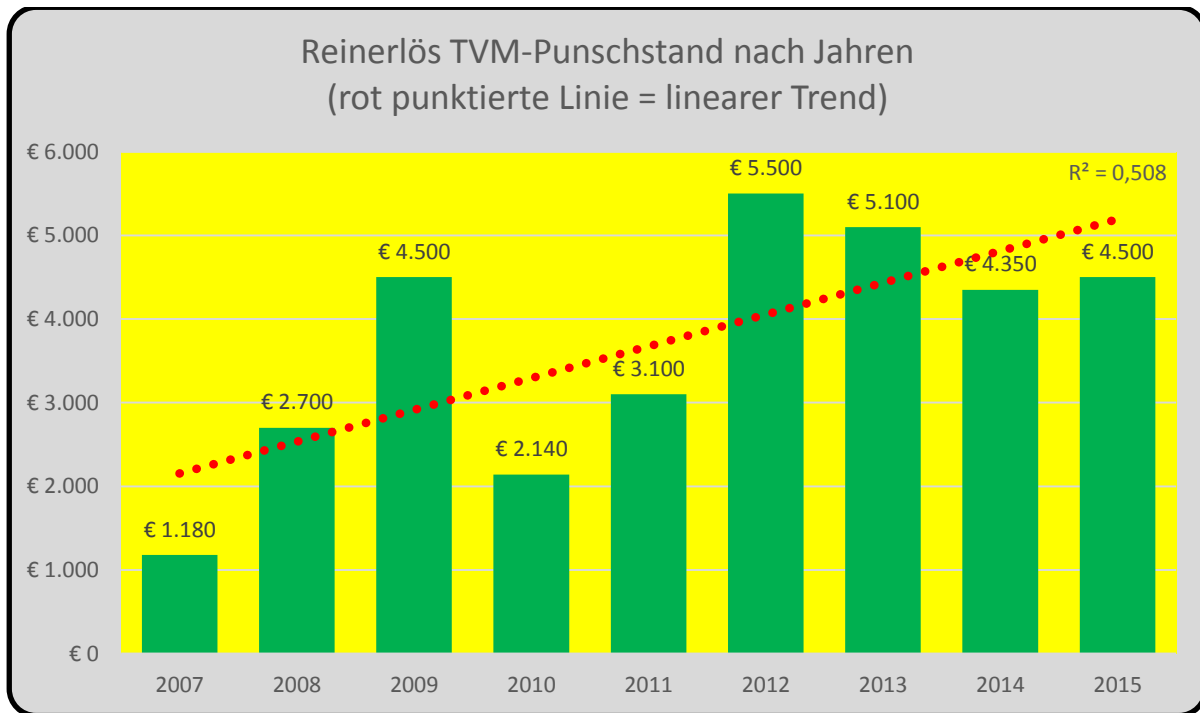
## FH-Bachelorstudiengang: Technisches Vertriebsmanagement (Modullandkarte)

ECTS	30 1. Sem.		30 2. Sem.		30 3. Sem.		30 4. Sem.		30 5. Sem.		30 6. Sem.	
Spezialisierung Elektronik, Elektrotechnik / Maschinen-/Anlagenbau							techn. Anwendungen im Vertrieb 6	Bachelorarbeit 1: M&A / E&E 3 Bachelorarbeit 1		Bachelorarbeit 2: M&A / E&E 3 Bachelorarbeit 2		
							Technologiebezogene Aspekte im Vertrieb: M&A / E&E Technische Dokumentation: M&A / E&E					
BWL allg.	Grundlagen ABWL 3 ABWL 3		Kostenrechnung 3 Bilanzierung 3		BWL 1 6 Prozess-, Qualitätsmgt. Projektmgt.		BWL 2 6 Wissensmgt. Finanzierung		BWL 3 6 Innovationsmgt. Technologiemgt.		BWL 4 6 Interkulturelles Mgt. Außenhandel Praktikums WS Konvers. BA-Prüf.	
Vertrieb, Marketing			GL Marketing, Vertrieb 6 GL Marketing GL Vertrieb social Media		Vertriebsmgt. 1 6 Moderne Vertriebsformen Vertriebscontrolling		Vertriebsmgt. 2 6 Vertriebsorganisation Verkaufspsychologie Verkaufsstrategien		Bachelorarbeit 2: Vertrieb 3 Bachelorarbeit 2		Bachelorarbeit 2: Vertrieb 3 Bachelorarbeit 2	
Recht					Privatrecht 6 GL bürgerl. Recht Unternehmensrecht				Recht 2 6 Haftung, SchadensersatzR Vergabe, Vertragsgestaltung			
Englisch	Englisch 1 6 Business English basics Business English		Englisch 2 6 Techn. English 1 Techn. English 2		Englisch 3 6 Vorbereitung Zertifikat Englisch							
Social Skills	Social Skills 1 6 Teambildung Zeitmgt., LernTechn Präsentation						Social Skills 2 6 Moderation Verhandlungsführung GL wiss. Arbeiten		Social Skills 3 6 Konfliktmgt. CSR Führung im Vertrieb			
"Methoden" Mathe...; IT	Mathe, Stat. 6 Mathematik Statistik						IT-gestützter Vertrieb 6 CRM-Projekte CRM-Systeme u. -prozesse Vertriebs-Software					
Technik allg.	Basis Technik 6 GL Maschinenbau GL Elektrotechnik GL technische Physik		Basis Elektr.&Elektro- technik 6 spez. Anwendungen E&E Labor E&E		Vertieftg Technik 6 Mechatronik Technische Systeme Antriebstechn.				Integr. Anwend. Techn.&Vertr. 6 Projektarbeit M&A / E&E Projektarbeit Techn. Vertr.			
			Basis Maschinen-& Anlagenbau 6 spez. Anwendungen M&A Labor M&A									
											Praktikum 12	
											Bachelorprüfung 6	

einheitliches Basismodul in allen FH-Studiengängen der FH des bfi Wien  
 technische Inhalte



**Abbildung 3:** Reinerlöse aus dem BTVM-Punschstand 2007 - 2015



**Abbildung 4:** Erster BTVM-Punschstand im Jahr 2007



**Abbildung 5:** BTVM Punschstand im Jahr 2008 mit Barbara Stöckl



**Abbildung 6:** BTVM Punschstand im Jahr 2015



## **Die Autoren:**

### **Prof. (FH) Mag. (FH) Roman Anlanger**

Roman Anlanger hatte verschiedene Managementfunktionen im Bereich Marketing und Vertrieb inne, holte die Externistenmatura nach und absolvierte anschließend das berufsbegleitende Studium „Europäische Wirtschafts- und Unternehmensführung“ an der Fachhochschule des BFI Wien sowie den „Universitätslehrgang für Werbung und Verkauf“ an der Wirtschaftsuniversität Wien.

2007 fing er als Studiengangsleiter für das berufsbegleitende Fachhochschulstudium „Technisches Vertriebsmanagement“ an der Fachhochschule des BFI Wien an. Das Studium zeichnet sich durch seine Modularisierung sowie durch innovative Lehr- u. Lernmethoden aus. Zusätzlich leitet Anlanger die „International Marketing Week“ an der Fachhochschule des BFI Wien. Er engagiert sich für eine institutionelle Verbesserung der Lehre, vor allem im Bereich neuer Medien.

Neben seiner Dozententätigkeit an der Fachhochschule des BFI Wien hält er auch Vorlesungen an anderen wissenschaftlichen Instituten. Anlanger hat mehrere Bücher publiziert, u.a. Trojanisches Marketing I und II (beide zusammen mit Wolfgang A. Engel), sowie zahlreiche Studien zum Thema Technischer Vertrieb herausgegeben.

2014 wurde Anlanger in den Vorstand der AASE (Academic Association of Sales Engineering) gewählt. Die AASE ist eine europäische Vereinigung von StudiengangsleiterInnen im Bereich „Technischer Vertrieb“. Ziel der AASE ist, in den Bereichen Lehre, Forschung und Öffentlichkeitsarbeit enger zusammenzuarbeiten, um den Beruf des „Vertriebsingenieurs“ weiter zu entwickeln. Anlanger ist auch Mitglied in der Werbewissenschaftlichen Gesellschaft und in der AfM (Arbeitskreis für Marketing). Die AfM ist eine deutsche Vereinigung von HochschulprofessorInnen im Bereich Marketing. Seit 2011 ist er Mitglied in der weltumspannenden akademischen Vereinigung GSSI (Global Sales and Science Institute), wo er aktiv am internationalen Austausch der Lehre und in der Forschung teilnimmt.

[[www.fh-vie.ac.at](http://www.fh-vie.ac.at)] [[www.trojanischesmarketing.com](http://www.trojanischesmarketing.com)]

### **Dipl. Vw. Mag. Wolfgang A. Engel**

Dipl.-Volkswirt (Universität Karlsruhe) und Magister (Universität Wien) Wolfgang A. Engel ist seit über zehn Jahren selbständiger Unternehmensberater, Wirtschaftstrainer, Coach und Hochschullektor – natürlich auch Bestseller-Autor („Trojanisches Marketing“). Er war lange Jahre in Managementfunktionen in der Wirtschaft tätig, vor allem in der internationalen pharmazeutischen Industrie (Marktforscher, Projektmanager, Produktmanager, Marketingdirektor). Engel ist Inhaber zahlreicher Lehraufträge, unter anderem an zwei österreichischen Fachhochschulen und am WIFI (Wirtschaftsförderungsinstitut). Zu seinen Beratungskunden zählen vor allem mittelständische Unternehmen im Handel. Coaching-Schwerpunkte sind Führungs- und Team-Coaching. Außerdem ist Engel gefragter Speaker bei Kongressen, Konferenzen und Tagungen. Privat ist er seit 38 Jahren verheiratet, hat 2 Kinder und 5 Enkel.

[[www.engel-austria.at](http://www.engel-austria.at)] [[www.trojanischesmarketing.com](http://www.trojanischesmarketing.com)]

**DI Dr. Roland Schuster**

DI Dr. Roland Schuster ist stellvertretender Leiter des Studiengangs „Technisches Vertriebsmanagement“ an der FH des bfi Wien und Lehrender in verschiedenen akademischen Lehrgängen. Weiters ist er Gründer eines Unternehmens zur Optimierung von Kommunikation im Kontext von Organisationen. Zudem ist er Gruppendynamiker, Interventionswissenschaftler und Kommunikationsexperte.

[[www.fh-vie.ac.at](http://www.fh-vie.ac.at)] [[www.corefco.at](http://www.corefco.at)]

## **Working Papers und Studien der Fachhochschule des BFI Wien**

### **2016 erschienene Titel**

#### **Working Paper Series No 88**

Roland Schuster: Essentials of the course „Organisational and Group Dynamics“, Writings on intervention science, (Degree Program SHRM, 3rd Semester). Wien Mai 2016

### **2015 erschienene Titel**

#### **Working Paper Series No 85**

Andreas Nachbagauer: Charakterisierung eines Begriffes der sozioökonomischen Nachhaltigkeit für Headquarterstandorte. Wien April 2015

#### **Working Paper Series No 86**

Andreas Nachbagauer: Internationalisierungstheorien und sozioökonomische nachhaltige Entwicklung von Headquartern. Wien April 2015

#### **Working Paper Series No 87**

Johannes Jäger / Elisabeth Springler: Eigentumsstrukturen, grenzüberschreitende Investitionen und Entwicklungsdynamiken. Wien August 2015

### **Studien 2015**

Roman Anlanger / Wolfgang A. Engel / Roland J. Schuster: Technischer Vertrieb. Panelstudie 2015. Status quo des technischen Vertriebs. Wien Juni 2015

### **2014 erschienene Titel**

#### **Working Paper Series No 83**

Johannes Jäger / Katharina Mader / Elisabeth Springler: Zur Verknüpfung von postkeynesianischen und kritischen politökonomischen Perspektiven zur Analyse von Krisen. Wien Dezember 2014

#### **Working Paper Series No 84**

Johannes Jäger / Elisabeth Springler: Räumliche Rekonfiguration in Europa und Implikationen für Entwicklungsstrategien. Wien Dezember 2014

### **Studien 2014**

Roman Anlanger / Luis Barrantes / Wolfgang A. Engel / Roland J. Schuster / Gregor Weiche: Technischer Vertrieb. Panelstudie 2014. Status quo des technischen Vertriebs. Wien Mai 2014

### **2013 erschienene Titel**

#### **Working Paper Series No 79**

Karin Brünneemann: The strategic importance of intercultural competency for project managers in the 21st century. Wien Jänner 2013

#### **Working Paper Series No 80**

Marcus Kiliaras / Matthias Maurer: Spread Risk und Solvency II. Vergleich internes Modell vs. Standardansatz. Wien März 2013

#### **Working Paper Series No 81**

Patrick Burger / Marcus Kiliaras: Jump Diffusion Models for Option Pricing vs. the Black Scholes Model. Wien Mai 2013

#### **Working Paper Series No 82**

Peter Sturm: Modelle, Normen und Methoden des Qualitätsmanagements und ihre Praktikabilität für die hochschulische Qualitätssicherung. Wien November 2013

### **2012 erschienene Titel**

#### **Working Paper Series No 68**

Wolfgang Aussenegg / Christian Cech: A new copula approach for high-dimensional real world portfolios. Wien Jänner 2012

#### **Working Paper Series No 69**

Roland J. Schuster: Aus der Praxis für die Praxis: Didaktik Best Practice aus dem Studiengang TVM. Praxisbeispiele zum LV-Typ Projekt(arbeit). Wien März 2012

#### **Working Paper Series No 70**

Björn Weindorfer: QIS5: A review of the results for EEA Member States, Austria and Germany. Wien Mai 2012

#### **Working Paper Series No 71**

Björn Weindorfer: Governance under Solvency II. A description of the regulatory approach and an introduction to a governance system checklist for the use of small insurance undertakings. Wien August 2012

### **Working Paper Series No 72**

Johannes Jäger: Solvency II. Eine politökonomische Perspektive auf die europäischen Regulierungen im Versicherungssektor. Wien Juli 2012

### **Working Paper Series No 73**

Silvia Helmreich: Solvency II. Derzeitige und künftige Anforderungen an das Meldewesen der Versicherungen. Wien August 2012

### **Working Paper Series No 74**

Christian Cech: Die Eigenmittelanforderungen an Versicherungen im Standardansatz von Solvency II. Wien September 2012

### **Working Paper Series No 75**

Christian Steinlechner: Konzept zur Datenhaltung für Forschungszwecke. Wien Oktober 2012

### **Working Paper Series No 76**

Alois Strobl: Immobilienindizes als Zeitreihe und als Funktion makroökonomischer Variablen. Wien Oktober 2012

### **Working Paper Series No 77**

Björn Weindorfer: A practical guide to the use of the chain-ladder method for determining technical provisions for outstanding reported claims in non-life insurance. Wien Oktober 2012

### **Working Paper Series No 78**

Axel Zugschwert: Avatare und soziale Kompetenz von ProjektleiterInnen in globalen virtuellen Projektteams. Wien November 2012

### **Studien 2012**

Roman Anlanger / Luis Barrantes / Gerhard Karner: Vertriebscontrolling. Wissenschaftliche Studie 2012. Status quo des Vertriebscontrolling. Wien April 2012

Roland J. Schuster: Schriften zur Interventionswissenschaft. Wien April 2012

Elisabeth Kreindl / Gerhard Ortner / Iris Schirl: Outsourcing von Projektmanagement-Aktivitäten. Wien März 2012

### **2011 erschienene Titel**

#### **Working Paper Series No 63**

Roland J. Schuster: Zur Methode der psychoanalytischen Organisationsbeobachtung. Wien Juli 2011

#### **Working Paper Series No 64**

Björn Weindorfer: Solvency II. Eine Übersicht. Wien August 2011

#### **Working Paper Series No 65**

Elisabeth Brunner-Sobanski: Internationalisierung und berufsbegleitendes Studieren. Wien August 2011

#### **Working Paper Series No 66**

Roland J. Schuster / Anton Holik / Edgar Weiss: Aus der Praxis für die Praxis – Didaktik Best Practice aus dem Studiengang TVM – Teamteaching. Wien Dezember 2011

#### **Working Paper Series No 67**

Grigori Feiguine: Versicherungswirtschaft in Russland. Chancen und Risiken der ausländischen Unternehmen auf dem russischen Versicherungsmarkt. Wien Dezember 2011

### **Studien 2011**

Elke Holzer / Rudolf Stickler: Die österreichische Versicherungswirtschaft. Struktur, Wirtschaftlichkeit und Entwicklung. Wien April 2011

Elisabeth Kreindl / Ina Pircher / Roland J. Schuster: Ein kritischer Blick auf die (Un)Tiefen des Begriffs *Kultur* im Projektmanagement. Wien Dezember 2011

### **2010 erschienene Titel**

#### **Working Paper Series No 58**

Grigori Feiguine: Einflüsse der internationalen Finanzkrise auf den Finanzsektor Russlands. St. Petersburg 2010

#### **Working Paper Series No 59**

Johannes Jäger: Bankenregulierung in der Krise. Wien April 2010

#### **Working Paper Series No 60**

Günter Strauch: Gibt es Zwillingskompetenzen? Untersuchung 2010 mit dem KODE® System. Wien September 2010

#### **Working Paper Series No 61**

Elisabeth Kreindl: Virtuelle Arbeitsumgebungen. Zukünftige Arbeitswelten von geographisch verteilten Projektteams?. Wien Dezember 2010

#### **Working Paper Series No 62**

Ina Pircher: Motivationsfördernde Maßnahmen und Anreizsysteme für Projektpersonal an Hochschulen am Beispiel der Fachhochschule des bfi Wien. Wien Dezember 2010

## **Studien 2010**

Wolfgang A. Engel / Roman Anlanger / Thomas Benesch: Technischer Vertrieb. Panelstudie 2010. Status quo des technischen Vertriebs. Wien Mai 2010

Fachhochschule des BFI Wien Gesellschaft m.b.H.  
A-1020 Wien, Wohlmutstraße 22  
Tel.: +43/1/720 12 86  
Fax.: +43/1/720 12 86-19  
E-Mail: [info@fh-vie.ac.at](mailto:info@fh-vie.ac.at)  
[www.fh-vie.ac.at](http://www.fh-vie.ac.at)

