

## MBA-Studenten behaupten sich in Kanada

Erstmals hat im Januar ein Team aus MBA-Studenten der TUM an der John Molson International Case Competition (JMSB-ICC) in Montreal, Kanada, teilgenommen. Aufmerksam geworden auf diesen Wettbewerb waren sie durch eine langjährige und intensive Zusammenarbeit der TUM mit Prof. Ron Ferguson von der Concordia University. Das Ergebnis des Debüts kann sich sehen lassen: Die fünf TUM-Vertreter stellten das beste von dem Beratungsunternehmen BearingPoint (vormals KPMG Consulting) gesponserte deutsche Team. Mit überzeugenden Lösungsvorschlägen für aktuelle, in Fallstudien skizzierte Probleme ließen die Jung-Führungskräfte der TUM deutsche und internationale Konkurrenz hinter sich. Besonders beeindruckend war ihr viel beachteter Sieg über die kanadische University of Alberta, als es um die strategische Ausrichtung einer US-amerikanischen Brauerei ging: Hier konnte die TUM ihren Leitspruch »At home in Bavaria - successful in the world« ausspielen und die weltweit anerkannte bayerische Kompetenz im Brauwesen beweisen.

Die JMSB-ICC, ein wirtschaftswissenschaftlicher Wettbewerb, wird seit 1981 von der Concordia University Montreal ausgerichtet und zählt international zu den bedeutendsten Veranstaltungen auf diesem Gebiet. Teams mehrerer Universitäten mit internationalem Renommee treten gegeneinander an, um Fallstudien aus allen Bereichen der Wirtschaft zu lösen. Verlangt werden sprachliche Fitness, Teamfähigkeit, selbstbewusstes Auftreten und Fachkenntnisse. Für die MBA-Studenten liegt das Besondere auf dem inter-



Sie vertraten die TUM beim JMSB-ICC in Montreal: Marion Rappl und Peter Weggel (vorn) sowie Oliver Hesselborn, Jens Peukert, Christof Stotko und Stephan Frhr. v. Erffa (hinten, v.l.). *Foto: privat*

nationalen Ideenaustausch und insbesondere im Kontakt zu potentiellen Arbeitgebern. Schlüssel zum Erfolg in dem anspruchsvollen Wettbewerb ist eine intensive Vorbereitung - das gute Abschneiden der Münchner bestätigt somit den praxisnahen und internationalen Charakter des MBA-Aufbaustudiengangs der TUM.

## CDTM-Projekterfolge mit »Robbie«

Hoch talentierte Studierende zu High-Tech-Spitzenmanagern trainieren - das ist Aufgabe des »Center for Digital Technology & Management« (CDTM), einer Gemeinschaftseinrichtung der TUM und der Ludwig-Maximilians-Universität (LMU) München. Das Studienmodell des CDTM verbindet den aktuellen Stand der Wissenschaft mit dem Praxisbedarf der High-Tech-Industrie. Partner sind Unternehmen wie Allianz, BMW, Infineon und Siemens. Mit dem Siemens-Bereich Information and Communication Networks (ICN) haben die Elitestudenten der Elektrotechnik, Informatik und Betriebswirtschaft Anfang 2003 den ersten Kurs »Managing Product Development« abgeschlossen. Auf einer hausinternen ICN-Ausstellung präsentierten sie ihre Ergebnisse auf einem eigenen Stand und in einer Veranstaltung für Siemens-Führungskräfte, darunter CDTM-Board-Mitglied Prof. Dietmar Harhoff (2.v.l.), Vorstand des Instituts für Innovationsforschung, Technologiemanagement und Entrepreneurship der LMU, sowie CDTM-Förderer Prof. Ernst J. Feicht (r.). Die vier Projekte befassten sich mit Qualitäts- und Prozessverbesserungen in der optischen Datenübertragung und der Spezifikation von Netzelementen sowie mit innovativen Anwendungen in Kommunikationsnetzen. Zum Publikumsstar entwickelte sich Robbie, ein über das Internet ferngesteuerter Roboter, der an jeden PC anschließbar ist und eine neue Dimension der Telekommunikation eröffnet.

*Foto: Andrea Weber*

