

Wie alles begann...

*Ein Rückblick des ersten Chefredakteurs
auf die Entstehungsgeschichte des Karlsruher Transfer*

VON
DR. DIPL.-WI.-ING. THOMAS MOCHEL¹
¹ Geschäftsführer, C-sion Consulting GmbH

Seit nunmehr 20 Jahren ist der Karlsruher Transfer eine bei wissenschaftlichen Mitarbeitern und Studenten der Universität Karlsruhe, ebenso wie bei Ehemaligen und nicht zuletzt bei Unternehmen gleichermaßen anerkannte Zeitschrift. Mit dem jetzt aktuellen 20. Jahrestag der ersten Ausgabe ergibt sich eine gute Gelegenheit auf die Anfänge zurückzublicken und die Entstehungsgeschichte nochmals Revue passieren zu lassen.

Wir schreiben das Jahr 1987, in diesem Jahr werden viele der heutigen Studienanfänger geboren. Die ersten Computer haben auch im privaten Bereich Einzug gehalten. Das Wort ‚online‘ ist noch unbekannt. Daten werden über Disketten des Formats 5,25 Zoll transportiert. Aber über PR und Imagepflege wird bereits aktiv nachgedacht. Seit gut einem Jahr schickt sich der Verein Karlsruher Wirtschaftswissenschaftler an, sich im Umfeld der Universität und insbesondere in der Außenwirkung gegenüber den Studenten ein neues Bild zu geben. Bislang war der Verein den meisten Studenten nur als Skripten-Verein bekannt. Manch' einer dachte sicher auch, dass der Verein ein Anhängsel der Fachschaft sei.

Der Ausgangspunkt: Steigerung der Attraktivität des Vereins

Die meisten Aktivitäten des Vereins konzentrierten sich auf die Erstellung von Prüfungssammlungen mit Musterlösungen und Mitschriften von Vorlesungen. Für alle Studenten der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät in Karlsruhe war dieser Service eine große Bereicherung. Leider war aber die Außenwirkung im Vergleich zu anderen Institutionen, allen voran AIESEC, eher gering. Studenten engagierten sich lieber für ein Praktikum in einem renommierten Unternehmen oder noch besser irgendwo im Ausland, aber nicht dafür, dass Kommilitonen sich besser auf Prüfungen vorbereiten konnten. Schließlich waren sie ja alle Wettbewerber untereinander!?!

Eine gravierende Folge war, dass dadurch die Mitgliederzahlen des Vereins einen rückläufigen Trend aufwiesen. Die wenigen anderen Aktivitäten, wie Exkursionen zu in der Umgebung gelegenen Unternehmen, fanden zwar regen Zuspruch, führten aber nicht im gewünschten Maße zu einer positiven Resonanz oder zu neuen Mitgliedern.

Also entstand in dem frisch gewählten Vorstand die Idee, dem Verein mittelfristig ein neues, für Studenten attraktiveres Bild zu geben. Weg von den Skripten, hin zu neuen Aktivitäten. Aktivitäten, bei denen man auch Unternehmen kennen lernen und sich durch das Engagement noch Zusatzqualifikationen aneignen konnte. Die Positionierung sollte irgendwo zwischen AIESEC und Fachschaft liegen. Sicherlich waren damals die Skripte die wirtschaftliche

Absicherung des Vereins, sie konnten aber keinesfalls der alleinige Weg in die Zukunft sein.

Die Idee: Universität Karlsruhe (TH) als Ausbildungsstandort positionieren

Ideen waren schnell gefunden und wurden nächtelang diskutiert. In den Diskussionen wurde klar, dass neue Aktivitäten, sofern sie sich auf reine Nachahmung beschränkten (wie etwa die Vermittlung von Praktika) keinen wesentlichen Nutzen für Studenten und Verein darstellen würden. Zumal der Verein durch seine regionale "Beschränkung" dem Wettbewerb mit anderen Organisationen nicht standgehalten hätte.

Aber genau in der Regionalität des Vereins war auch die Stärke zu sehen. Die Absolventen der Universität Karlsruhe im Allgemeinen und die Absolventen der Fachrichtung Wirtschaftsingenieurwesen im Besonderen waren am Markt sehr gefragt. In den achtziger Jahren wurde das Studium des Wirtschaftsingenieurs noch relativ selten angeboten und zudem die Anzahl der Studenten und somit der potenziellen Absolventen durch Zulassungsbeschränkungen stark beschränkt. Außer in Karlsruhe selbst konnte man nur noch in Berlin und Darmstadt regulär und in Hamburg im Aufbaustudiengang Wirtschaftsingenieurwesen studieren. Entsprechend groß war die Nachfrage nach den "wenigen" Absolventen, die diese Universitäten hervorbrachten.

Die Idee war, ein Medium zum Austausch zwischen Theorien und Praxis, insbesondere zwischen Studenten, Absolventen und Unternehmen zu schaffen. Dies konnte zum

Jubiläum - 20 Jahre Karlsruher Transfer

damaligen Zeitpunkt nur ein Printmedium sein. Das Internet steckte damals in den Anfängen, die Idee des World Wide Web wurde erst zwei Jahre später geboren. Das Medium konnte damals also nur eine Zeitschrift sein.

Der Name sollte die Intention des Mediums widerspiegeln, einen Transfer zwischen der Hochschule mit wissenschaftlichen Beiträgen auf der einen Seite und der Praxis mit Erfahrungsberichten, Unternehmensvorstellungen und sozialpolitischen Entwicklungen auf der anderen Seite: der "Karlsruher Transfer". Ideen aus dem Elfenbeinturm Universität sollten so leichter den Weg in die Wirtschaft finden. Und auch umgekehrt sollte der "Transfer" eine Rückmeldung der Unternehmen hinsichtlich wichtiger Ausbildungszweige, sinnvoller Praktika und Zusatzqualifikationen ermöglichen.

Plattform für den Austausch zwischen Universität und Unternehmen

In der damaligen Zeit gab es keine direkt vergleichbaren Zeitschriften. Ähnliche Medien waren fachbereichsübergreifend oder universitätsübergreifend deutschlandweit konzipiert. Hier wäre als Beispiel die Zeitschrift "Forum" zu nennen, die im DIN A5-Format in allen Universitäten kostenlos auslag, vollgestopft mit Werbung und Stellenanzeigen, die Zahl redaktioneller Beiträge war eher gering. Dennoch konnte man sich an Hand der Anzeigen als Student einen Überblick über mögliche, künftige Arbeitgeber verschaffen. In diese Richtung gingen und gehen auch weitere Publikationen, wie etwa der "Staufenbiel", der aber zu dem für Studentenverhältnisse hohen Preis von 20 Mark erworben werden musste.

Der Karlsruher Transfer schloss diese Lücke; kostenlos, mit inhaltlich wertvollen Beiträgen und Praxisberichten. Hochglanz, DIN A4 und mehrspaltig sollte das Format sein, um dem hohen Anspruch der Zeitschrift auch in der Erscheinung Rechnung zu tragen. Das Konzept war rund und stimmig.

Der Arbeitskreis Karlsruher Transfer nahm somit seine Tätigkeit auf. Eine echte Redaktion gab es im Prinzip noch nicht, diese hat sich erst mit der zweiten Ausgabe als solche etabliert. Dennoch waren Kommilito-

nen, die Interesse an einer redaktionellen Arbeit hatten, schnell gefunden. Die Aufgabenteilung war denkbar einfach: Inhaltliche Beiträge, Werbekunden / Unternehmen, Organisation, Produktion und Druck.

Die redaktionelle Arbeit lief gut an. Geplante Inhalte der ersten Ausgaben sollten unterteilt werden in: Wissenschaftliche Beiträge, Erfahrung aus der Wirtschaft und / oder Studium, Praktika, kulturelle Beiträge und nicht zuletzt Eigenbeiträge des Vereins. Seitens der wissenschaftlichen Mitarbeiter und Professoren der Hochschule gab es eine hohe Bereitschaft, Beiträge zu schreiben. Ebenso gab es zahlreiche Studenten, die gerne über ihr erfolgreiches Praktikum und / oder ihren Auslandsaufenthalt schreiben wollten.

Professionelles Konzept wird auch von Unternehmen gut angenommen

Ebenso schnell wurden bekannte und befreundete Unternehmen bzgl. möglicher Stellenanzeigen in der neuen Zeitschrift kontaktiert. Die Überraschung war groß. Innerhalb der ersten Wochen nach dem Start konnten alle geplanten Anzeigenseiten verkauft werden. Manche Unternehmen entschieden sich sogar gleich für weitere Ausgaben feste Anzeigenseiten (z.B. Umschlag Rück- / Innenseiten) zu buchen. Woran lag diese hohe Akzeptanz der Unternehmen und deren Bereitschaft, Anzeigen zu schalten? Der Grund: Mit dem Karlsruher Transfer hatten sie mit spezifischen Anzeigen für Wirtschaftsingenieure erstmalig direkten Zugang zu ihrer Zielgruppe. Angesichts des damals vorhandenen Engpasses an Absolventen ein klarer Vorteil.

In einem Büro eines befreundeten Institutes der Fakultät, das für die damaligen Verhältnisse sehr gut ausgestattet war, konnte in den Abend- und Nachtstunden der dort vorhandene Apple Macintosh genutzt werden. Dieser war unseres Wissens damals eines der wenigen Geräte, das - heute kaum noch vorstellbar - bereits über eine echte Desktop-Publishing Software verfügte.

Die einzige Schwierigkeit für die erste Ausgabe war die zeitliche Koordination und pünktliche Anlieferung der Artikel. Nach einem Endspurt mit einer Woche wenig

Schlaf ging dann die erste Ausgabe in Druck und konnte termingerecht an die Studenten verteilt werden.

Mit großem Erfolg: Von allen Seiten wurde die neue Zeitschrift positiv angenommen. Es zeigt sich noch heute, dass der Weg, den der Verein mit dem Karlsruher Transfer damals eingeschlagen hat, richtig war. Nicht zuletzt daran, dass es heute - nach 20 Jahren - diese Zeitschrift und Institution in Karlsruhe weiterhin gibt.

Kurzlebenslauf



Dr. Thomas Mochel (44) studierte von 1985 bis 1989 an der Universität Karlsruhe (TH) Wirtschaftsingenieurwesen und promovierte anschließend am AIFB. 2000 gründete er nach verschiedenen Karriereschritten bei namhaften Consulting-Firmen die Unternehmensberatung C-sion.