

Oec.

06/2016 Dezember

Mensch ärgere Dich nicht

**Spieltheorie:
Wenn Menschen
lügen, um andere
zu strafen**
S.11

**Über das Gewinnen
und Verlieren:
Alumnus Nick Bossart,
Länderchef von
J.P. Morgan Schweiz**
S.18





Universität
Zürich^{UZH}



Master of Advanced Studies

European and Chinese Business Management

The University of Zurich in cooperation with the New Huadu Business School Switzerland offers a new MAS program for talents with high career potentials and entrepreneurial spirit. The program aims to equip participants with international business skills across key functional areas and cross-cultural competences.

Key features of the program:

- Provide the state-of-the-art management knowledge
- Enhance applied know-how and hands-on experiences in international businesses through project work in China or Switzerland
- One-year, intensive course in English, taught by international faculty

Detailed information:

info_ecbm@business.uzh.ch, Phone: +41 (0)44 634 19 85

www.ecbm.uzh.ch



Menschliche Schwächen

«Mich über Sachen aufregen, die mich ärgern, regt mich zusätzlich auf, weil es mich im Grunde ärgert, dass es mich aufregt.» (unbekannt)



Ich bin kein grosser Fan von Brettspielen, und speziell «Mensch ärgere Dich nicht» mochte ich nie besonders. Als Kind war ich regelmässig richtig sauer, wenn ich nicht gewonnen hatte. Meine Mitspieler waren jeweils so nett, mich auf den Titel des Spiels aufmerksam zu machen. Zugegebenermassen ist das Spiel eine gute Übung für die Frustrationstoleranz.

Die simple Lektion des Brettspiels vergesse ich immer noch ab und zu. Wann immer etwas im Beruf oder im Privatleben nicht so läuft, wie ich es gerne hätte, kommt regelmässig der unguete Mix aus Ärger, Zweifel und Frust und verhindert erstmal konstruktives Handeln, das die Situation wieder in gewünschte Bahnen lenken würde.

Dass wir alle in gewissen Situationen zu irrationalen Verhalten tendieren, wird auch in der Forschung immer wieder belegt. Wir mögen uns für noch so moralisch und standfest halten – unter gegebenen Umständen haben wir wohl alle schon einmal die Augen vor Fehlverhalten verschlossen oder die Wahrheit zu unseren Gunsten verbogen. Prof. Roberto Weber untersucht in spieltheoretischen ökonomischen Experimenten, wie wir Entscheidungen treffen (S. 11).

Interessant ist auch, dass «Mensch ärgere Dich nicht» zum grössten Teil vom Würfelglück abhängt, also kein Indikator für Können oder Geschick ist. Ein Fokus auf Faktoren, die wir wirklich kontrollieren können, ist sicherlich ein Weg, um unnötigen Frust zu vermeiden. Gerade Jungunternehmer sollten diese Erfolgsfaktoren verinnerlichen (S. 16), und auch bei der Wahl des Bildungs- und Karrierewegs gibt es datenbasierte Erkenntnisse, die uns zu einem gewissen Grad vor unnötigem Ärger schützen können (S. 14).

Am Ende bleibt nur eines, wenn man mit einer Situation nicht zufrieden ist: Das Beste daraus machen und neu anpacken. Hoffentlich mit dem Ergebnis, dass es das nächste Mal besser klappt.

Werner Broennimann
Präsident OEC ALUMNI UZH



11

FOKUS: MENSCH ÄRGERE DICH NICHT

Wären Sie willens, zu lügen, um jemanden für sein falsches Verhalten zu bestrafen? Wie können Start-ups ärgerliche – und unter Umständen existenzgefährdende – Fehler vermeiden? Und welche Rolle spielen menschliche Faktoren im Bankgeschäft? Menschliches, Ärgerliches und Spielerisches unter der Lupe.



14

- 10 **FOKUS: STANDPUNKT**
Zum Ersten, zum Zweiten, zum Dritten:
Gute Auktionen sind kein Spiel
- 11 **FOKUS: ANSWERING THE UNANSWERED
QUESTIONS**
Prof. Roberto Weber on game theory: there
is a greedy and egoistic part in all of us
- 14 **FOKUS: BILDUNGSSYSTEM ALS TRUMPF**
Laut Prof. Uschi Backes-Gellner hat die
Schweiz gute Karten im Digitalisierungswett-
kampf
- 16 **FOKUS: FEHLER EXPLIZIT ERLAUBT**
Balz Roth, Innovationsberater und
Start-up-Investor, fordert zu mehr Fehler-
kultur auf
- 18 **FOKUS: «WER GEWINNEN WILL, MUSS AUCH
EINSTECKEN KÖNNEN»**
Interview mit Alumnus Nick Bossart,
Länderchef von J.P. Morgan Schweiz



16

6 AUS DEN INSTITUTEN
Rüsten für die Zukunft

8 IM GESPRÄCH
Olympic Spirit – lohnt es sich zu investieren?
BWL-Student und Olympiasieger Simon Schürch im Gespräch mit Prof. Egon Franck



18

20 ALUMNI PORTRAIT
De Foifer und s Weggli: Funktioniert das wirklich?
Alumnae Salomé Iglesia und Johanna Vidlund

22 ALUMNI LIFE
Vitamin N und deine Visitenkarte im Netz

24 NEU: CAMPUS LIFE
Mix and Match: für jeden das passende Studium



20

26 LOKALTERMIN
Mit Prof. Hans Peter Wehrli in der Kronenhalle

28 TAKE-OFF
Start-up: Kaffee für Bildung

29 UPDATE UND AGENDA



26



Impressum

Herausgeber
Wirtschaftswissenschaftliche
Fakultät der Universität Zürich
Rämistrasse 71, 8006 Zürich
OEC ALUMNI UZH / Alumni
Informatik UZH
Universität Zürich
Schönberggasse 15a, 8001 Zürich

Projektverantwortung
Dekanat der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Zürich
Priska Feichter, Kommunikation & Marketing
Franziska Haller, Leitung Geschäftsstelle Alumni
Katharina Korsunsky, Leitung Kommunikation & Internationales

Gestaltung / Fotos / Illustrationen
Sacchi Partners GmbH

Druck
Staffel Medien AG

Inserate
magazin@oec.uzh.ch

Auflage
6'200, erscheint zweimal jährlich

Kontakt
Universität Zürich, Dekanat der
Wirtschaftswissenschaftlichen
Fakultät
Rämistrasse 71, 8006 Zürich
magazin@oec.uzh.ch

Abonnentinnen und Abonnenten
Das Oec. Magazin kann gratis
abonniert werden:
magazin@oec.uzh.ch

Sprachregelung
Aus Gründen der Lesbarkeit wurde
im Text teilweise die männliche
Form gewählt, nichtsdestoweniger
beziehen sich die Angaben auf
Angehörige beider Geschlechter.

Oec.

www.oec.uzh.ch/oec





Rüsten für d

Nach den ersten Semestern im Amt skizzieren **Prof. Marc Chesney** und **Prof. Abraham Bernstein**, Direktoren am Institut für Banking und Finance sowie am Institut für Informatik, ihre Zukunftspläne: Banking und Finance will sein einmaliges Angebot in der Schweiz stärken und ethischen Aspekten mehr Gehör verschaffen. Die Informatik bewegt sich weg von einer rein technischen zu einer menschenorientierten Informatik. Priska Feichter

«Professor zu sein, bedeutet für mich nicht nur, zu lehren und zu forschen, sondern auch, Verantwortung zu über-

nehmen – in vielerlei Hinsicht», erklärt Marc Chesney seine Motivation, das Amt als Direktor des Instituts für Banking und Finance zu übernehmen. Er möchte die Vielfalt in Lehre und Forschung, die er als eine der grossen Stärken des Instituts sieht, pflegen und weiterentwickeln. Vom psychologisch verhaltensorientierten Ansatz bis zum mathematisch quantitativen Fokus bietet das Institut eine in der Schweiz aussergewöhnliche Tiefe und Breite und gehört klar zu den führenden Bildungsangeboten im Bereich Banking und Finance. Diese Position will man ausbauen. Was Prof. Chesney zudem weiter vorantreiben möchte, ist das Thema Nachhaltigkeit: «Die Förderung wertorientierter Reflexion sowie ethischer und sozialer Verantwortung ist mir sehr wichtig.» In diesem Sinne wurde auch der Institutsbeirat kürzlich um Antoinette Hunziker-Ebnetter erwei-

tert: Sie ist CEO und Gründungspartnerin der Forma Futura Invest AG sowie Verwaltungsratspräsidentin der Berner Kantonalbank und ergänzt das Gremium als Nachhaltigkeitspezialistin.

Über Disziplinargrenzen hinweg

Auch am Institut für Informatik ist viel Dynamik spürbar: «Eines der strategischen Themen am Informatikinstitut ist die Bewegung hin zu einer menschenzentrierten Informatik», so der neue Institutsdirektor Abraham Bernstein. «Es geht nicht mehr darum, Bits und Bytes in einem dunklen Keller zu programmieren. Die Interaktion mit dem Menschen durchzieht bereits unsere ganze Gesellschaft, und das wird weiter zunehmen.» Ausdruck dieser Entwicklung ist das neue Bachelor- und Masterstudienprogramm «Mensch und Computer», das erstmals im Herbstsemester 2016



Marc Chesney (links), seit 2003 Professor für Quantitative Finance, übernahm die Institutsleitung im August 2015 von seinem Vorgänger Prof. Thorsten Hens.

Abraham Bernstein (rechts), seit 2002 Professor für Verteilte und Dynamische Anwendungssysteme, übernahm die Institutsleitung im Januar 2016 von seinem Vorgänger Prof. Martin Glinz.

die Zukunft

angeboten wird und Studierenden die Möglichkeit bietet, sich vertieft mit diesen Entwicklungen auseinanderzusetzen. Darüber hinaus ist es Prof. Bernstein ein Anliegen, den Dialog mit den Studierenden, der Industrie und den Alumni zu intensivieren, und zwar über die ganze Fakultät hinweg. Die meisten Themen, die uns heute beschäftigen, erklärt er, sind Querschnittsthemen über Disziplingrenzen hinweg: Wie verändert Technologie unser Leben zu Hause, bei der Arbeit und die Gesellschaft als Ganzes? Was zieht dies für rechtliche und politische Konsequenzen nach sich? Den interdisziplinären Austausch hält er deshalb nicht nur in der Forschung für sehr wertvoll, sondern auch in der Zusammenarbeit mit allen Interessengruppen. Beispiele für Massnahmen, um den Austausch zu fördern, sind die Informatiktage, an denen die

Bevölkerung Informatik live erleben kann. In die gleiche Richtung zielt die im September 2016 an der Universität Zürich lancierte Digital Society Initiative, bei der das Informatikinstitut eine führende Rolle übernimmt. Sie vernetzt fakultätsübergreifend verschiedenste Forschungsprojekte und zeigt, wie stark die Informatik in andere Bereiche wirkt, von der Politikwissenschaft bis zur Medizin.

Anwerbung von Drittmitteln

Eine zentrale Aufgabe sehen beide Institutsdirektoren darin, ein Umfeld mit idealen Voraussetzungen für das gesamte Kollegium zu schaffen. «Man muss sich in Erinnerung rufen, dass die Universität und auch ein Institut im Prinzip ein Konglomerat von Kleinunternehmen – den einzelnen Lehrstühlen – ist und nicht klassisch hierarchisch ge-

führt wird», erklärt Prof. Bernstein. Die Frage sei, wie jede und jeder am besten seine Stärken entfalten kann, genügend Freiräume für inhaltliche Diskussionen bekommt und man sich untereinander am effizientesten koordiniert. Prof. Chesney ergänzt, dass in der Rolle als Institutsdirektor die Finanzierung ein grosses Thema bleibe, wenn die bisher erreichte Qualität sowie die thematische Vielfalt in Forschung und Lehre dauerhaft gesichert werden sollen. «Die kantonalen Sparmassnahmen treffen uns alle und erinnern uns daran, dass eine langfristige Finanzierung des Instituts auch mit Drittmitteln durch kompetitiv erworbene Forschungsgelder und private Gelder unterstützt werden muss.» Beide Institute wollen ihr bestehendes Netzwerk zur Wirtschaft deshalb weiter stärken und dabei auch den inhaltlichen Austausch fördern. ●

Olympic Spirit – lohnt es sich zu investieren?

BWL-Student und Ruder-Olympiasieger **Simon Schürch** im Gespräch mit Professor **Egon Franck**, Direktor des Instituts für Betriebswirtschaftslehre. Franziska Haller



EF: Sie haben diesen Sommer einen enormen Erfolg gefeiert: Was ging Ihnen durch den Kopf, als Sie die Ziellinie zu Gold überquert haben?

SS: Nicht sehr viel, der Sauerstoffgehalt im Gehirn war sehr knapp (lacht). Die Erschöpfung war gross, es war ein langes, hartes Rennen im Gegenwind. Erst nach ein paar Minuten konnten wir so richtig ausgelassen jubeln. Nach unserem fünften Platz an der Olympiade 2012 in London haben wir jeden Tag auf dieses grosse Ziel hingearbeitet. Wenn man dann am Tag X seine Bestleistung abrufen kann, ist das schon eine sehr grosse Genugtuung!

SS: Mich würde deshalb auch interessieren, was die Forschung zum Thema Olympia sagt: Swiss Olympic verlangt vom Bund mehr Geld. Führen zusätzliche Gelder zu mehr olympischen Medaillen?

EF: Geld ist nicht alles, aber es hat einen Einfluss. Ein Beispiel: 1996 belegte Grossbritannien bei den Spielen von Atlanta mit nur einer einzigen Goldmedaille den 36. Rang im Medaillenspiegel. Dieses Jahr in Rio landeten die britischen Athleten dagegen mit 27 Goldmedaillen auf dem zweiten Platz. Wie kam es dazu? Wurden 1996 noch 59 Millionen Pfund für die Olympiaförderung ausgegeben, so waren es 2016 beachtliche 350 Millionen. Aber noch gravierender änderte sich der Einsatz der Mittel. Der sogenannte «no compro-

mise approach» stellt sicher, dass mehr Geld in Sportarten umgelagert wird, die tatsächlich Medaillenchancen haben.

SS: Was halten Sie davon?

EF: Das ist sicher nicht der Weg, um sportliche Vielfalt zu fördern. Aber es funktioniert, wenn man sich als Land in der «Prestige-Arena» Olympia oben positionieren möchte.

SS: Ist es überhaupt die Aufgabe des Staates, den Sport zu unterstützen?

EF: Sport gilt ähnlich wie Bildung als meritorisches Gut mit positiven Gemeinwohleigenschaften. Es besteht Konsens, dass vor allem der Breitensport gesundheitsförderlich ist und spielerisch zur Vermittlung erwünschter Attribute wie Leistungsbereitschaft, Respekt, Fairness oder Integrationsfähigkeit beiträgt. Dementsprechend engagiert sich der Staat durch Bereitstellung einer Basisinfrastruktur und durch Zuschüsse an das weitgehend ehrenamtlich organisierte Vereinswesen.

SS: Wie ist es beim Spitzensport?

EF: Es gibt Argumente für ähnliche positive externe Effekte. So können nationale Erfolge im Spitzensport Werbung für den Breitensport sein. Sie können aber auch das internationale Ansehen eines Landes steigern, das sich somit im wirtschaftlichen Standortwettbewerb – etwa um Investoren, qualifizierte

Arbeitskräfte oder Touristen – besser positioniert. Sie können ferner die nationale Identität durch kollektive Glücksmomente stabilisieren usw. Die kritische Frage ist stets: Könnte man diese erwünschten Effekte nicht auf anderem Wege mit geringerem Mitteleinsatz erzielen?

SS: In der Schweiz gibt es seit einigen Jahren Bestrebungen, olympische Winterspiele durchzuführen. Würden sich solche Spiele für die Schweiz lohnen?

EF: Es kommt darauf an: Stellt man in sogenannten Impact-Studien die Ausgaben für eine derartige Grossveranstaltung den unmittelbaren Einnahmen und den mittelbaren Beschäftigungs- und Investitionseffekten für die Wirtschaft des Gastlands gegenüber, zeigen sich meist nur sehr bescheidene gesamtwirtschaftliche Effekte. Mein Kollege Professor Helmut Dietl und ich haben deswegen schon vor Jahren gefragt, wieso man denn Olympia stets als Wirtschaftsfördermassnahme «quasi-instrumentalisieren» muss. Wann immer man das tut, läuft man Gefahr, dass Olympia verglichen mit direkten Massnahmen gegen Arbeitslosigkeit usw. den Kürzeren zieht.

SS: Was wäre die alternative Sichtweise?

EF: Wie wäre es, wenn man Olympia einfach als ein grosses Sportfest betrachten würde, das die Schweizer als Gastgeber von ihren Alltagsorgen ablenken und zumindest eine Zeit lang (noch) glücklicher machen könnte? Auch sonst sind wir es gewohnt, zu feiern und dafür zu bezahlen, wenn uns der «Glücksschub» gross genug erscheint. Die eigentliche Frage ist also: Wollen ausreichend viele Schweizer auf diese Party? Ich jedenfalls wäre dabei. ●

Egon Franck (EF)

Ist Direktor des Instituts für Betriebswirtschaftslehre an der Universität Zürich und Professor für Unternehmensführung und Unternehmenspolitik. In seiner Forschung hat er sich unter anderem intensiv mit Fragen der Sportökonomie auseinandergesetzt. Er ist zudem Mitglied des Club Financial Control Body der UEFA und Präsident des Akademischen Sportverbands Zürich (ASVZ).

Simon Schürch (SS)

Studiert Betriebswirtschaftslehre an der Universität Zürich und hat an den Olympischen Spielen 2016 im Ruder-Leichtgewichts-Vierer die Goldmedaille gewonnen. In den nächsten Monaten will er sein Studium vorantreiben, um bis im Sommer 2017 den Bachelor abzuschliessen. Ob er und das Team bei den Olympischen Spielen in Tokio 2020 nochmals antreten, ist noch offen.

Zum Ersten, zum Zweiten, zum Dritten: Gute Auktionen sind kein Spiel

Wurden Sie auch schon «gesniped»? Wer schon einmal an einer Auktion teilgenommen hat, kennt vielleicht das ärgerliche Gefühl, wenn man in letzter Sekunde überboten wird. Man fragt sich, ob man nicht doch noch zehn Franken mehr oder doch erst später hätte bieten sollen. Auktionen wecken den Spieltrieb, man will gewinnen, ein Schnäppchen machen. In den USA gibt es mehrere Firmen, die sich auf Bid Sniping an eBay-Auktionen spezialisiert haben. Der Kunde gibt der Firma sein Maximalgebot, und die Firma sendet dieses wenige Sekunden, bevor eine Auktion schliesst, an eBay. So kann kein anderer Bieter mehr auf das Gebot reagieren. Das ist auf lange Sicht weder für Käufer noch für Verkäufer gut: Studien zeigen, dass Nutzer, die auf eBay «gesniped» wurden, mit einer geringeren Wahrscheinlichkeit auf die Plattform zurückkehren. Aber wie lässt sich das verhindern?



Sven Seuken ist seit 2011 Assistenzprofessor am Institut für Informatik und Leiter der Computation and Economics Research Group. In seiner Forschung verbindet er Informatik und Ökonomie, wobei er sich insbesondere auf das Design und die Analyse elektronischer Märkte und marktbasierter Systeme spezialisiert hat.

Auktionsforscher beschäftigen sich seit über 50 Jahren mit der Frage, wie «gute» Auktionen designt werden, und sie haben einen klaren «Gold-Standard»: Im Idealfall ist eine Auktion so designt, dass es für alle Bieter optimal ist, so viel zu bieten, wie ihnen das Gut wirklich wert ist. Man nennt solche Auktionen auch «wahrheitsgemäss». Ein Beispiel für eine «wahrheitsgemässe» Auktion ist die sogenannte Zweitpreis-Auktion: Jeder Bieter gibt gleichzeitig ein Gebot ab, der Bieter mit dem höchsten Gebot gewinnt, muss aber nur das zweithöchste Gebot zahlen. «Wahrheitsgemässe» Auktionen sind einfach, weil die Bieter keine komplizierte Strategie spielen müssen, sondern ohne Bedenken ihren wahren Wert bieten können. Wenn in der Zweitpreis-Auktion alle Bieter ihrer optimalen Strategie folgen, ist sie auch effizient – der Bieter mit dem höchsten Wert für das Gut gewinnt es auch.

Wenn aber mehrere Güter gleichzeitig versteigert werden, und wenn die Bieter Interesse an mehreren Gütern haben, dann ist die Zweitpreis-Auktion nicht mehr «wahrheitsgemäss», und es ist für die Bieter nicht mehr einfach, ihr optimales Gebot zu bestimmen. Eine naive Anwendung der Zweitpreis-Auktion kann dann zu katastrophalen Ergebnissen führen – so zum Beispiel bei einer Auktion zur Vergabe mehrerer Mobilfunklizenzen in Neuseeland. Der Bieter mit dem Zuschlag bot 100'000 Dollar für eine der Lizenzen, musste aber schliesslich nur das zweithöchste Gebot von 6 Dollar bezahlen.

Als Auktionsdesigner verfolgen wir deshalb zumeist das Ziel, «wahrheitsgemässe» Auktionen zu designen. Wenn die Bieter in der Auktion dann die Wahrheit sagen, müssen sie sich am Ende auch garantiert nicht ärgern. ●



«Hierarchies and the possibility of delegating certain decisions tend to dilute the responsibility for unmoral actions.»

Prof. Roberto Weber

«Answering the unanswered questions»

The Department of Economics has a particularly strong reputation in behavioural economics, playing a leading role in Europe in this field. Oec. talks to **Roberto Weber**, who uses game theory to analyse human behaviour and decision making. One of the results: there is a greedy and egoistic part in all of us. Haig Simonian

For many Europeans, game theory means Yannis Varoufakis, Greece's shooting star finance minister. In his brief, but breathtaking, term of office, the larger than life academic turned politician seemed to be more interested in applying the principles of his speciality in the tense talks over his country's debt than to reaching a deal with his European Union colleagues.

Waiting to see who blinks first is not the approach of Roberto Weber, a professor of economics at Zurich and game theory specialist. A 44 year old American who relocated in 2011, games for him have always been «a means to an end» rather than an intellectual exercise in themselves.

«I've used games throughout my research from the beginning. But my interest is in games as a way of modelling human interactions and the choices we make and how these affect other people. As a

behavioural and experimental economist, I try to condense seemingly complex interactions in the real world into simple representations in a laboratory experiment, using games as a tool.»

The risk of being caught

Some of Weber's tools have sinister sounding names like dictator games, ultimatum games or assorted punishment games. Dictator games, for examples, are a genre which analyses how normal people may become greedy, egoistic and receptive to inducements to punish others – and even to lie to do so.

But irrespective of their titles, all the games focus on how people react in different circumstances, particularly in terms of their willingness to conform to behavioural norms or deviate from them. Such games often reveal a fundamental readiness to «do the right thing», but also a strong temptation to waver if people think they can get away with it.

«Using games can help a researcher understand what people value, what they don't and what they think others value.»

Prof. Roberto Weber

The negative side of delegation

Conventional wisdom has it that a bad leader is likely to be reflected in bad behaviour among his underlings. One of Weber's experiments tried to see whether that could be verified in laboratory conditions. By devising an appropriate set of questions about leadership, the role of leaders, and ethical or unethical behaviour, his team provided empirical evidence to underpin the popular belief. «The experiment showed expectations about moral behaviour were easily put aside if there were a suitable excuse», he says. «Hierarchies for example and the related possibility of delegating certain decisions tend to dilute the responsibility for unmoral actions.» The results therefore have wider implications than might be expected, including in terms of corporate governance at big companies.

Needless to say, Weber has countless real life examples. He points, for instance, to the social norm in Switzerland of not leaving litter, or the widely shared national characteristic of respecting other people's right to quiet and property. «Using games can help a researcher understand what people value, what they don't and what they think others value», he says.

What matters to Weber is not only how likely people are to conform, but how third parties may react to their behaviour, and what type or degree of influence might be necessary to trigger certain reactions. As important to him is the effect of sanctions, or the risk of being «caught». For example, in strictly economic terms, it may not entirely make sense to invest in an annual season ticket for public transport, as the risks and potential accumulated fines from getting caught may be less than the upfront price. But people nevertheless buy seasonal «abos» both because of the value they ascribe to them and their assumptions about what others expect.

Keeping social norms in check

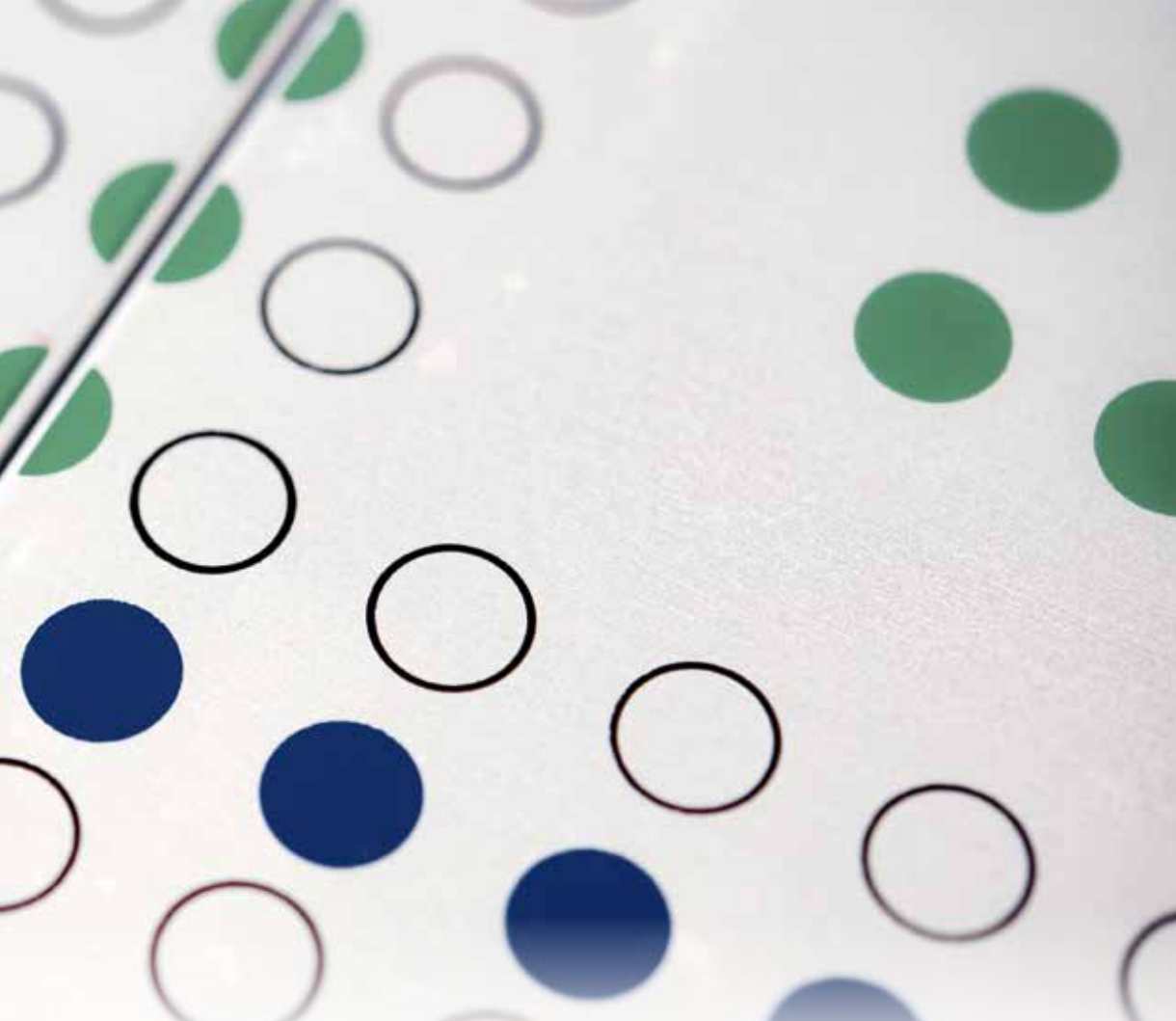
A lot of his research overlaps the focus on «nudges» - inducements to influence people to act

in certain ways – that has become popular in behavioural economics in recent years, ranging from «rewards» for paying taxes promptly to inducements to eat healthily.

In order to be able to define effective policies it is essential to understand the motives of people's behaviour. In a recent paper, for instance, Weber analyses the willingness to punish norm violation which is an important component of many legal and social institutions. Specifically he uses a game theory experiment to shed light on whether there are differences between the punishing behaviour of victims of norm violations and independent third parties.

Indeed, his research underpins that second parties, who have been directly wronged, are resolute punishers – to the degree that they even cheat to ensure that punishment is implemented. «In the experiment participants actively misrepresented random outcomes to not miss the opportunity to punish an individual who acted unfairly», stresses Weber. «This provides further evidence to existing studies that individuals' willingness to incur a cost to punish anti-social actions is one mechanism through which societies can promote pro-social behaviour.»





Roberto Weber has been a Professor at the Department of Economics since 2011. His research and teaching fall primarily within the areas of behavioural and experimental economics, decision making, and the study of organizations and institutions.

Weber then added a special twist to the experiment to investigate whether third parties are as effective as directly involved individuals to punish social wrongdoing. The set-up allowed people to avoid engaging in costly punishment while at the same time «saving face» as they did not have to explicitly state that they did not want to punish. The findings provide clear evidence that third parties are more reluctant to execute punishment. «While directly involved parties have a strong internal motivation and derive positive utility from punishing those who transgress norms, third parties who are more driven by external factors such as social pressure or image concerns, voluntarily capitalise on an opportunity to secretly limit their ability to punish», summarises Weber.

The implications are important. «The reluctance of punishment by third parties may make it infrequent and may diminish the extent to which it is an instrument that discourages anti-social behaviour», underlines Weber. «Conversely, retaliation by those personally wronged may be widespread and may even occur in situations where it is socially undesirable.» Real life examples are easy to find: be it a disgruntled employee who feels personally wronged and actively seeks to harm his employer

or high ranking officials who turn a blind eye when it seems personally too costly to take action to punish.

Understanding the things going on around us

Weber, who came to Zurich from Carnegie Mellon University in Pittsburgh, where he had taught since taking his MS and PhD at Caltech in California, does not envisage a book, or even necessarily a set of milestone findings. «It's more a matter of incremental – and hopefully sometimes bigger – leaps in our understanding of the things going on around us», he says. «What I'm motivated by is by trying to ask new and so far unanswered questions.»

Zurich is an ideal setting, he says. Although he can devote only a proportion of his time to research, alongside teaching behavioural economics and business ethics, supervision and administration, he is delighted about his move. «I'd always admired the research environment and quality. There's a lively research community in behavioural economics here.» Zurich – and Switzerland in general – have lived up to his and his family's expectations. «The quality of life, the institutions, the infrastructure, the fact that bureaucracy is generally efficient and pragmatic – it's just as we'd hoped.» ●

Digitalisierung: Bildungssystem als Trumpf



Punkto Berufsbildungssystem und Arbeitsmarktsituation ist die Schweiz international ein Vorzeigemodell. Welche Szenarien allerdings die fortschreitende Digitalisierung hervorrufen wird, darüber gehen die Meinungen auseinander.

Uschi Backes-Gellner, Professorin am Institut für Betriebswirtschaftslehre und Co-Leiterin des Swiss Leading House für Bildungsökonomie, zeichnet ein positives Bild.

Katharina Korsunsky

Frau Backes-Gellner, laut Bundesamt für Statistik zählen zu den zwei beliebtesten beruflichen Grundbildungen Kaufmann/-frau und Detailhandelskaufmann/-frau, also eher generalistisch ausgerichtete Berufe. Spezialisierung vs. Generalistentum – welches ist die erfolgversprechendere Strategie?

Es gibt hier keine allgemein gültige Empfehlung. Man muss gemäss seinen eigenen Präferenzen überlegen, was besser passt. Junge Leute, die genau wissen, was sie wollen, können getrost das Risiko einer spezialisierten Ausbildung eingehen. Typischerweise werden sie auch mit einem besseren Einstiegsgehalt belohnt und verfügen erst einmal auch über bessere Karriereoptionen als Generalisten. Nur: Wenn sich die Situation aufgrund des Strukturwandels ändert oder sich die persönlichen Einstellungen ändern, kann ein Berufs- oder Branchenwechsel für Spezialisten schwierig werden.

Berufliche Veränderungen sind für Generalisten also einfacher?

Ja, man muss sich die unterschiedlichen Berufe wie Sterne in einem Orbit vorstellen – jeder Beruf hat unterschiedliche Bündel an Fähigkeiten: Die einen sammeln sich im Zentrum, die

anderen sind weiter aussen und verteilen sich in verschiedene Richtungen. Leichte Wechsel sind vor allem im Zentrum möglich, wo die verschiedenen Fähigkeiten der entsprechenden Berufe nah beieinanderliegen respektive viele Überschneidungen aufweisen. Schwer wird ein Wechsel auf weiter weg gelegene Berufe oder zwischen Sternen aus unterschiedlichen Richtungen, also mit vollkommen unterschiedlichen spezialisierten Fähigkeiten. Die beruflichen Wechselmöglichkeiten hängen also stark davon ab, auf welchem Gebiet man sich spezialisiert hat und wie viele «Nachbarn» es rundherum gibt.

Was halten Sie von den teilweise düsteren Ausichten, dass etliche Berufe im Zuge der Digitalisierung auf der Verliererseite stehen werden?

Davon auszugehen, dass durch die Digitalisierung plötzlich viele Berufe in der Schweiz komplett wegfallen, ist Unsinn. Im Unterschied zu den USA etwa lernen unsere Arbeitskräfte ja keinen «Job», sondern einen «Beruf». Ein Beruf besteht aber nicht nur aus einer Komponente – in keiner Berufsausbildung lernt man beispielsweise nur, wie eine Maschine zu bedienen ist, sodass der Beruf komplett überflüssig würde, wenn diese Maschine plötzlich wegfällt. Man eignet sich ein breites Bündel an allgemeinen und branchenspezifischen Kompetenzen an, und die gehen ja mit dem Wegfall einer Maschine nicht verloren. In unseren Studien zu Lehrlingsberufen haben wir konkret etwa 180 unterschiedliche Fähigkeiten identifiziert, wovon jeder Beruf allein schon etwa zehn bis zwanzig umfasst, die fast überall einsetzbar sind. Das stimmt mich sehr zuversichtlich.

Nichtsdestotrotz wird es auch in der Schweiz Anpassungen geben müssen. Wo sehen Sie den grössten bildungspolitischen Handlungsbedarf?

Aus unserer Forschung wissen wir, dass bereits in etwa zwei Dritteln der Berufsbilder ein Mindestmass an IT-Wissen integriert wird. Das ist auf der einen Seite schon sehr erfreulich, heisst aber auch, dass diese Fähigkeiten bei einem Drittel noch nicht vorhanden sind. Darunter fallen Berufe wie Gebäudereiniger, Maler oder Gärtner. Aber auch hier wird man zukünftig alles mit elektronischen Planern steuern, indem man beispielsweise mit dem Tablet durch die Landschaft geht und Visualisierungen kreiert. Diese neuen Komponenten müssen möglichst rasch in die Berufsbilder eingebaut werden. Mit dem Projekt Berufsbildung 2030 unter der Leitung des Staatssekretariats für

Bildung, Forschung und Innovation soll solchen Themen Rechnung getragen werden.

Von den Entwicklungen sind auch die Hochschulen betroffen. Wie beurteilen Sie die Situation an der Universität Zürich?

Ich bin überzeugt, dass unsere neue Major-Minor-Struktur an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät wegweisend ist. Durch die Möglichkeit, Wirtschaft mit einem Nebenfach in Informatik zu verbinden, können sich unsere Studierenden extrem gut aufstellen – sei es mit Grundlagenkenntnissen in Programmieren, Big Data oder Artificial Intelligence. Umgekehrt kann Informatik im Hauptfach mit einem Nebenfach in einem Anwendungsgebiet der Wirtschaftswissenschaften oder der Naturwissenschaften ergänzt werden. So verfügen unsere Absolventinnen und Absolventen zukünftig über eine sprachliche Basis, um innerhalb von Unternehmen interdisziplinäre Schnittstellen- und Projektarbeit zu übernehmen. Auch die kürzlich ins Leben gerufene Digital Society Initiative der UZH ist ein wichtiger Schritt. Die Initiative regt an, sich mit dem Thema disziplinenübergreifend auseinanderzusetzen. Das ist für die Forschung wichtig und entfaltet dann hoffentlich auch relativ schnell Wirkung auf die Studierenden. Die Initiative ist einmalig in der Schweiz, und es wäre wünschenswert, wenn sie auch entsprechend finanziell unterstützt würde, damit das Momentum möglichst schnell und nachhaltig umgesetzt wird.

Wie stark sehen Sie auch die Unternehmen in der Pflicht, ihre Mitarbeitenden aus- und weiterzubilden mit dem Ziel, ihre Talente zu halten?

Insbesondere die grossen Unternehmen, die auch in den Bereichen Forschung und Entwicklung stark sind, lassen ihre Erkenntnisse heute schon in viele Weiterbildungsmaßnahmen einfließen. Ein generelleres Problem haben aber kleinere und Kleinstunternehmen. Empirische Studien belegen, dass KMUs bei der Digitalisierung noch ein Stück zurückliegen und deshalb auch im Bereich der Weiterbildung hinterherhinken. Diese Unternehmen müssen wachgerüttelt werden. Insofern empfinde ich die momentane Diskussion um die Auswirkungen der Digitalisierung und Informationstechnologien auf bestehende Arbeitsplätze als sehr positiv. Man muss einfach wissen: Ausgelernt zu haben, gibt es nicht mehr. Man wird sich darauf einstellen müssen, immer weiter zu lernen, und hier sind auch die Arbeitgeber gefordert. Die Welt verändert sich so schnell, dass man sich mitverändern muss. ●



Prof. Uschi Backes-Gellner leitet zusammen mit Prof. Stefan Wolter von der Universität Bern das Swiss Leading House für Bildungsökonomie, ein vom Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation finanziertes Forschungsprogramm. Seit 2011 ist sie zudem Mitglied der deutschen Expertenkommission Forschung und Innovation, die der Bundeskanzlerin Angela Merkel jährlich ein Gutachten vorlegt. Uschi Backes-Gellner ist seit 2002 Professorin für empirische Methodik der Arbeitsbeziehungen und der Personalökonomik am Institut für Betriebswirtschaftslehre und seit 2008 auch Prodekanin der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät.

www.educationeconomics.uzh.ch

«Davon auszugehen, dass durch die Digitalisierung plötzlich viele Berufe in der Schweiz komplett wegfallen, ist Unsinn.»

Prof. Uschi Backes-Gellner

«Ein Fünf-Jahres-Plan interessiert mich nicht. Die Annahmen darin sind sowieso falsch.»

Balz Roth



Fehler explizit erlaubt

Zu perfekt, zu verliebt in die eigene Idee, zu viel auf einmal: **Balz Roth**, Unternehmer, Innovationsberater und Start-up-Investor, hat am eigenen Leib das Scheitern einer grossen Idee erlebt. Heute gibt er sein Know-how an Start-ups weiter, damit diese seine Fehler nicht wiederholen. Er schlägt eine Bresche fürs Experimentieren und eine mutigere Fehlerkultur. Priska Feichter



Balz Roth ist Unternehmer, Verwaltungsratsmitglied und engagierter Start-up-Investor. Zu den erfolgreichsten Start-ups, die er mitbegleitet hat, gehört Lemoptix, das 2015 an Intel verkauft wurde. Mit seiner Firma Roth Consulting berät er zudem Unternehmen im Bereich Innovationsmanagement.

Fragt man Balz Roth nach seinem wichtigsten Tipp für Jungunternehmer, kommt eine klare Antwort: Experimentieren, experimentieren, experimentieren! Und zwar, bevor man Millionen in die Fertigung eines Systems oder Produkts steckt. Der erfahrene Schweizer Start-up-Investor erklärt, dass ein Unternehmer niemals so verliebt in seine Idee sein dürfe, dass er dabei vergesse, dass seine potenziellen Kunden eventuell andere Bedürfnisse haben könnten. Er empfiehlt daher jedem Start-up, bereits frühzeitig einfache, günstige Experimente durchzuführen, um die Idee am Markt zu validieren. Diese dürfen auch handgestrickt sein: «Perfektionismus ist in einem frühen Stadium nur hinderlich.» Als Beispiel vergleicht Balz Roth sein eigenes gescheitertes Start-up skim.com mit dem Start-up Blacksocks, das ungefähr gleichzeitig Ende der Neunzigerjahre gegründet wurde. Skim.com legt einen Senkrechtstart hin: Das Unternehmen startet im Februar 2000 mit 4,5 Millionen Franken Venture-Kapital, wächst innerhalb von drei Monaten von null auf 45 Mitarbeitende und erzielt im ersten Jahr einen Umsatz von 1 Million Franken. Viele Projekte laufen gleichzeitig. In der zweiten Hälfte 2000 platzt die Internetblase, und 2001 ist das Unternehmen Geschichte. Ganz anders Blacksocks:

Das Start-up beginnt mit einer einfachen Website, hat anfangs nicht einmal ein E-Commerce-System im Hintergrund. Die Gründer testen die Reaktion der Kunden und machen anfangs vieles manuell. Erst als die Idee durch die hohe Nachfrage bestätigt wird, professionalisieren sie die Systeme. «Das Erfolgsgeheimnis war einfach: Sie haben ihre Annahmen mit einfachen Mitteln geprüft. Und sie haben sich fokussiert. Beides ist essenziell.»

Für überschätzt hält der erfahrende Business Angel jedoch detaillierte langfristige Businesspläne. «Ein Fünf-Jahres-Plan interessiert mich nicht. In einem frühen Stadium sind die Annahmen darin sowieso falsch. Er zeigt höchstens, ob die Gründer den Markt verstehen und ob sie rechnen können.» Als Investor bevorzugt er kürzere Etappen von 12 bis 18 Monaten, die ein Schritt-für-Schritt-Vorgehen erlauben. Und am Anfang steht immer das Experimentieren. Entspricht das Ergebnis nicht den Erwartungen, kann relativ schnell die Notbremse gezogen werden, ohne dass viel Geld verloren geht. «Mein Motto: fail fast, fail cheap.» Das Schöne daran, wenn man sein Projekt explizit als Experiment startet: Man kann per Definition nicht scheitern. Einmal funktioniert es, einmal nicht. So what! ●

Alumni Engagement

Job gewechselt?

Start-up gegründet?

Erzähl uns deine
Geschichte!

[www.oecalumni.uzh.ch/
engagement](http://www.oecalumni.uzh.ch/engagement)



«Wer gewinnen will, muss auch einstecken können»

Gewinnen, verlieren, Ärgerliches, Menschliches: Als Länderchef von J.P. Morgan Schweiz kennt **Alumnus Nick Bossart** alle Facetten des Banking und hat eine klare Strategie, wie er mit diesen vielfältigen Herausforderungen umgeht. Der passionierte Investmentbanker verrät im Interview, warum er noch viel Potenzial im M&A-Markt sieht und wo er mit seinem Team hinmöchte. Priska Feichter

«Ich gehe davon aus, dass auch 2017 ein relativ gutes M&A-Jahr wird.»

Nick Bossart

Herr Bossart, worüber haben Sie sich zuletzt geärgert?

(lacht) Meine jüngste Tochter hat mich am Sonntagmorgen um halb sieben am Arm gezerrt und gemeint: «Papi, aufstehen, aufstehen!» Da bleibt einem ja wirklich keine grosse Wahl, ihr kann ich eh nichts abschlagen ... und dann freue ich mich auch schon, mit ihr und etwas später mit dem Rest der Familie Zeit zu verbringen.

Wie gehen Sie mit ärgerlichen Situationen um?

Ich bin eher ein emotionaler Mensch, aber ich reagiere heute etwas weniger impulsiv als früher. Dreimal durchatmen oder sogar darüber schlafen ist für mich ein guter Leitfaden.

Sie bewegen sich beruflich in keinem leichten Umfeld – machen Ihnen die Niedrigzinsen zu schaffen?

Unsere Kunden sind unterschiedlich betroffen. Für unsere privaten und institutionellen Kunden ist die Frage in den Vordergrund gerückt, wie man heute noch eine Rendite erzielen kann. Für unsere Unternehmenskunden hat das Niedrigzinsumfeld dazu geführt, dass die Finanzierungskosten deutlich gesunken sind. Jetzt sagen viele, dass diese Ausgangslage Fusionen und Akquisitionen beflügeln könnte. Ich bin da skeptisch. Tiefe Finanzierungskosten helfen sicher, aber sie sind kein betriebswirtschaftlicher Treiber für das M&A-Geschäft.

Was sind denn aus Ihrer Sicht die wichtigen Treiber?

Wir haben derzeit in Europa ein langsames Wachstum als in den USA. Gleichzeitig sind die Bewertungen und damit die Wachstumserwartungen relativ gesehen hoch. Um diese zu erfüllen, streben die Unternehmen organisches Wachstum an, oder

sie suchen gezielt nach Akquisitionen, um beispielsweise Zugang zu schneller wachsenden Märkten oder neuen Technologien zu erhalten. Es werden auch synergetische Transaktionen gesucht, um die Kosten zu senken.

Könnten steigende Zinsen die M&A-Aktivitäten bremsen?

Auch wenn die Zinsen leicht steigen, erwarte ich keinen negativen Einfluss auf die Aktivitäten, denn die Zinsen sind ja weiterhin sehr tief. Ich glaube auch nicht, dass jene Unternehmen, die zugekauft haben, deshalb in Schwierigkeiten geraten, denn die Finanzierungskosten sind in der Regel langfristig fixiert. So gesehen haben wir ein sehr gesundes M&A-Umfeld.

Welches waren 2016 die wichtigsten M&A-Deals für Sie?

Die grösste und wichtigste Aktivität war sicher der Verkauf von Syngenta an ChemChina mit einem Volumen von rund 48 Milliarden Franken. Wir von J.P. Morgan waren hier Lead Financial und Strategic Advisor für Syngenta. Aus Schweizer Sicht bedeutend war auch das erste grössere Going Private seit Langem, als die schwedische EQT, deren M&A-Finanzierungsberater wir waren, Kuoni akquiriert und von der Börse genommen hat.

Gehen Sie davon aus, dass der Markt auch 2017 so aktiv bleibt?

Ja. Ich bin überzeugt, dass viele Schweizer Grosskonzerne und auch grössere Mid Caps nach wie vor sehr stark nach möglichen Akquisitionszielen suchen. Ich gehe deshalb davon aus, dass auch 2017 ein relativ gutes M&A-Jahr wird und wir auch den einen oder anderen IPO an der Schweizer Börse sehen werden.

Generieren Fusionen und Akquisitionen wirklich einen Mehrwert?

Ich sage immer: Ein erfolgreich abgeschlossener M&A-Deal ist der erste Schritt für die Schaffung von Mehrwert. Das Unternehmen muss danach weitere Schritte unternehmen und erfolgreich integrieren.

Ist es gerade bei globalen Deals nicht schwierig, erfolgreich über kulturelle Grenzen hinweg zu integrieren?

Natürlich ist das eine grosse Herausforderung. Aber hier hat in den letzten zehn Jahren eine unglaubliche Professionalisierung stattgefunden, das kulturelle Element steht bei vielen Unternehmen

stark im Vordergrund. Wir dürfen nicht vergessen, dass die meisten Firmen, die international akquirieren, selbst auch schon international in den verschiedenen Märkten tätig sind.

Die Finanzwelt hat in den letzten Jahren stark an Image eingebüsst und wurde mit Gambling und Gier in Verbindung gebracht. Was antworten Sie Kritikern?

In der Vergangenheit hat es in der Tat Exzesse gegeben, aber der Eigenhandel beispielsweise wurde verboten, und auch sonst hat sich sehr viel zum Guten verändert. In vielen Bereichen im Banking, wie zum Beispiel im Investment Banking, geht es schlichtweg um pickelharte Arbeit. Für jedes Mandat muss man sich wieder aufs Neue beweisen. Aber: Wer hart, faktenbasiert, kreativ und seriös arbeitet, wird über kurz oder lang mit Erfolg belohnt.

In einem «Finews»-Interview haben Sie einmal gesagt: «Man will immer gewinnen, aber das kann niemand.» In welchen Bereichen sind Sie noch nicht dort, wo Sie hinmöchten?

Das stimmt, wer gewinnen will, muss auch einstecken können. Mir ist die mittel- bis langfristige Perspektive wichtig. Unsere Ambition muss sein, in jedem unserer Tätigkeitsfelder zusätzliche Marktanteile zu gewinnen. Im Private Banking sind wir bereits sehr gut in der Westschweiz verankert und sehen viel Potenzial für organisches Wachstum in der Deutschschweiz. Im Investment Banking ist es unser klares Ziel, die führende Auslandsbank in der Schweiz zu sein.

Sie führen rund tausend Mitarbeitende hier in der Schweiz. Worauf legen Sie als Führungsperson Wert?

Um erfolgreich zu sein, müssen wir als Team arbeiten. Talent und fachliche Qualifikationen haben viele, aber es braucht auch Sozialkompetenz. Keiner von uns ist ein Superstar. Wenn mich ein Kunde mit einem Auftrag anruft, ist das schön – aber wenn ich kein Team im Rücken habe, kann ich am Ende auch nur einen Teil der Leistung erbringen, die der Kunde will. Alle brauchen einander, und das ist etwas, an dem wir stark arbeiten.

Wie machen Sie das?

Man muss die Leute einbinden, erklären, wieso man strategisch in die eine und nicht in die andere Richtung geht. Es ist entscheidend, dass sich Mitarbeitende als Teil eines Ganzen sehen. Wir hatten in den letzten Jahren eigentlich niemanden, der uns verlassen hat – und das spricht für sich. ●

«Man muss die Leute einbinden, erklären, wieso man strategisch in die eine und nicht in die andere Richtung geht.»

Nick Bossart



Nick Bossart stiess 2012 als Head of Investment Banking Switzerland und Mitglied der Geschäftsleitung zu J.P. Morgan Schweiz. Ab 2013 übernahm er gleichzeitig die Funktion des Länderchefs. Vor J.P. Morgan war der heute in Zürich lebende Schweizer für die Deutsche Bank und die UBS in unterschiedlichen Funktionen in London und Zürich tätig. Nick Bossart studierte Betriebswirtschaftslehre an der Universität Zürich.



De Foifer und s Weggli: Funktioniert das wirklich?

Die beiden Alumnae und Business Angels **Salomé Iglesia** und **Johanna Vidlund** sind zwei Powerfrauen, die auf nichts verzichten. Ihr Erfolgsrezept: Engagement, eine positive Sicht auf Neues und die Selbstverständlichkeit, Verantwortlichkeiten zu teilen. Franziska Haller

«Ich habe immer noch alles, einfach alles in kleinerer Dosis.»

Salomé Iglesia (links)

«Man schaut, was im Rucksack ist, was spannend aussieht und geniesst die Reise.»

Johanna Vidlund (rechts)

Freitagnachmittag, Impact Hub am Zürcher Sihlquai: Jeder Arbeitsplatz, den die Unternehmer-Community Start-uppern, Kreativen und Jungunternehmern zur Verfügung stellt, ist besetzt. Es herrscht ein reges Kommen und Gehen, der Ort vibriert vor Energie. Das passt zu den zwei Karrierefrauen, die wir hier treffen: In ihren Heimatländern Spanien und Schweden haben Salomé Iglesia und Johanna Vidlund beide ein technisches Studium abgeschlossen, sind heute in der Schweiz als Produktmanagerinnen bei Siemens und Equatex tätig und haben an der UZH den Executive MBA absolviert. Zudem unterstützen beide seit einem halben Jahr als Business Angels junge Unternehmen und haben je zwei Kinder. Trotz

eines fordernden 100-Prozent-Jobs und familiärer Verpflichtungen strahlen beide eine überzeugende Mischung aus Ruhe, Selbstbewusstsein und Energie aus. Was ist das Geheimrezept dieser zwei vielseitig engagierten Frauen? «Einen Masterplan hatte ich nie», meint Johanna Vidlund zu ihrem Werdegang. «Man schaut, was im Rucksack ist, was spannend aussieht und geniesst die Reise.» Offenheit, Engagement und eine gesunde Portion Sturheit haben den beiden studierten Ingenieurinnen auf ihrem Weg geholfen, da sind sie sich einig.

Energie dort investieren, wo man neue bekommt

«Ausschlaggebend für den Erfolg ist Begeisterung für Neues und eine positive Sicht auf Herausfor-

derungen», ergänzt Salomé Iglesia. Es überrascht daher nicht, dass ihr das EMBA-Studium neue Energie gab. Dort lernte sie auch ihre schwedische Studienkollegin kennen. Beide schätzen den lokalen Charakter des Netzwerks, das sie während des Studiums aufbauen konnten. Dieses Netzwerk ist nach wie vor sehr aktiv: 17 Personen aus der Abschlussklasse von 2016 gründeten gemeinsam auf der Studienreise in Yale die Owl Business Angels und unterstützen heute junge Unternehmen. Die beiden Expats sind aber nicht erst seit dem EMBA von der Gründerszene begeistert. Sie gründeten bereits während des Studiums in ihren Heimatländern je ein Start-up. «Man kämpft für eine Geschäftsmöglichkeit, an die man stark glaubt, das ist eine extrem wertvolle Erfahrung», erzählt Johanna Vidlund.

In der Zwischenzeit leben und arbeiten beide Alumnae seit über zehn Jahren in der Schweiz. Salomé Iglesia schätzt vor allem die Liebe der Schweizer zum strukturierten Denken und Vorgehen: «Das ist für mich Arbeitsqualität, man kann viel besser planen als in Spanien.» Johanna Vidlund hingegen sieht in punkto Grundwerte und Arbeitsweise viele Gemeinsamkeiten zwischen ihrem Heimatland und der Schweiz: «In Schweden machen wir auch lange Meetings, um einen Konsens zu finden.»

Neu jedoch war für Johanna Vidlund die wiederkehrende Frage, ob sie sich mit ihrer Berufswahl zur Ingenieurin in der Minderheit fühle: «Als ich bei meinem ersten Praktikum damals in Deutschland gefragt wurde: «Was, du studierst Maschinenbau? Aber du bist doch geschminkt!», war ich zunächst irritiert. Aber auch heute noch sind Leute hierzulande von meiner Berufswahl überrascht», lacht sie. Generell sei die Gesellschaft im deutschsprachigen Raum sehr stark von Geschlechtervorstellungen geprägt, es gebe klare Erwartungen an Frauen und Männer, sowohl beruflich als auch privat. Das Rollenbild verändere sich hier grundsätzlich langsamer, empfindet Salomé Iglesia. «Bei mir haben beide Elternteile voll gearbeitet. In Spanien ist es normal, dass Frauen mit einer guten Ausbildung Karriere machen wollen. Darüber hinaus bieten die niedrigen Löhne in Spanien wenig Raum für finanzielle Abhängigkeit vom Mann.» Es ist daher normal, dass Frauen Kinder bekommen und gleichzeitig Karriere machen. Beide Frauen sind überzeugt, dass nicht nur die eigene Familie davon profitiert, sondern auch die Gesellschaft.

Win-win für die ganze Familie

Als Exotinnen fühlen sich die beiden hier dennoch nicht, und sie seien auch keine Ausnahme. Sie tun lediglich das, was viele Männer tun: Sie kombinieren Karriere und Kinder. So wird bei beiden Familien alles 50/50 geteilt, sowohl die Kindererziehung als auch das finanzielle Einkommen und letztendlich die Verantwortung, alles unter einen Hut zu bringen. «Unsere Ehemänner müssen denselben Spagat meistern, bekommen jedoch weniger Anerkennung dafür als wir», sagt Salomé Iglesia.

Damit die Teilung von Verantwortung funktioniert, müssen Männer lernen, in gewissen Bereichen mehr Platz einzunehmen, und Frauen müssen diesen Platz freimachen. Es sei auch eine tolle Chance für Männer, ebenfalls als volle Bezugsperson für die Kinder da zu sein. «Es ist ein Win-win-Effekt, den beide Elternteile nutzen sollten», findet die Spanierin.

Dabei ist nicht der Verteilungsschlüssel ausschlaggebend, sondern, dass beide Partner den Alltag mit denselben Rechten und Pflichten bestreiten. «Wenn die Kinder krank sind, schauen wir auf den Kalender und fragen uns, wer den kleineren Kompromiss eingehen muss, oder wir suchen eine andere Lösung», erklärt Johanna Vidlund. Dass man bei diesem Familienmodell nicht materiell getrieben sein darf, versteht sich von selbst. «Viele sagen sich, wie kann man nur so viel Geld in die Kita stecken. Aber mein Anliegen ist es, mein Leben so zu gestalten, wie ich es gerne leben möchte.»

Dazu gehört für beide Frauen, dass sie nicht auf Freizeitbeschäftigungen und ihr Sozialleben mit Familie und Freunden verzichten möchten. Kritisch auf die Machbarkeit angesprochen, wird schnell deutlich: Alles Unnötige im Leben ist zu streichen. In einer Stunde ist Staub gesaugt, der Haushalt sowie der Kleiderschrank sind organisiert, Lieferservices der Grossisten bringen die gesamte Einkaufsliste. Johanna Vidlund ist pragmatisch: «Ich habe zum Beispiel fast nur einfarbige Kleidungsstücke zum Kombinieren. Ich kann am Morgen nicht 30 Minuten vor dem Schrank stehen und mir überlegen, was ich anziehen soll.» Eine effiziente Organisation und gutes Time-Management helfen dabei, Arbeit, Familie, ein Weiterbildungsstudium und Freizeit zu kombinieren: «Ich habe immer noch alles, einfach alles in kleinerer Dosis», fasst Salomé Iglesia zusammen. ●



Johanna Vidlund (links) ist Senior Product Manager bei Equatex in Zürich. Die gebürtige Schwedin hat einen Master in Innovation und Entrepreneurship sowie in Maschinenbau.

Salomé Iglesia Perez (rechts) ist Senior Product Manager bei Siemens in Zürich. Sie studierte Elektrotechnik und stammt ursprünglich aus Spanien.

Beide schlossen 2016 den Executive MBA der Universität Zürich ab und sind Mitgründerinnen der Owl Business Angels.





ALUMNI LIFE



Vitamin N und deine

Ein gutes Netzwerk ist ein Karrieretreiber, digitale Selbstvermarktung wird zum Muss, und die Rekrutierung über Social Media gewinnt an Bedeutung – am Karriere-Event von OEC ALUMNI UZH wurden aktuelle Trends beleuchtet, Diskussionen geführt und viele Visitenkarten getauscht. Vanessa Heini

Ende Oktober haben sich die Alumni der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät, Studierende und zahlreiche weitere Interessenten zu einem Karriere-Event der besonderen Art getroffen. Beim Event im IBM Client Center in Zürich ging es um das neue «Vitamin B», das «Vitamin N»: die Bedeutung des Netzwerks für die Karriere – online wie auch offline.

Heute genüge es nicht mehr, einfach nur ein Profil auf XING oder LinkedIn zu haben, betonte Petra Rohner, PR Network Consult und Gründerin des grössten Schweizer Frauen-

netzwerks Swonet. Wolle man sich ein tragfähiges Netzwerk aufbauen, müsse man sich regelmässig aktiv beteiligen: «Wer meint, er habe dafür keine Zeit, sollte umdenken. Die Pflege des Netzwerks ist kein Privatvergnügen, sondern Business.» Was diese Netzwerkpflege konkret beinhalten sollte, ergänzte Yvonne Zurbrugg, Senior Manager Content PR bei XING: «Erstens, sorgen Sie dafür, dass Sie auf Suchmaschinen auffindbar sind. Zweitens, packen Sie Ihre Fähigkeiten in Stichworte, um Ihre Sichtbarkeit zu erhöhen. Und drittens empfehle ich Ihnen, Ihr Profil um Ihren Karrierewunsch zu ergänzen.»



Visitenkarte im Netz

Prof. Abraham Bernstein, Direktor des Instituts für Informatik, brachte die Veränderungen auf dem Arbeitsmarkt auf den Punkt: «Das Internet hat das Ausmass der Kooperation und des Wettbewerbs zwischen Menschen und Maschinen fundamental verändert. Wir konkurrieren heute praktisch jederzeit weltweit mit anderen Menschen und Algorithmen.» Mit unseren speziellen kognitiven Fähigkeiten als Menschen und unserem beruflichen Netzwerk können wir uns differenzieren – und langfristig etwas für unsere Jobsicherheit tun.

Andreas Gnepf, Head HR IBM Schweiz und Mitglied der Geschäftsleitung, wies bei der abschliessenden Podiumsdiskussion darauf hin, dass traditionelle Rekrutierungswege an Bedeutung verlieren werden. Somit würden Self-Marketing-Fähigkeiten für Arbeitnehmende unabdingbar.

Mit vielen Denkanstössen und einem besseren Bild zur eigenen Visitenkarte im Netz wurde beim Apéro riche gelacht, diskutiert und sich analog ausgetauscht.

Vernetzen Sie sich in unseren Gruppen OEC ALUMNI UZH auf LinkedIn, OEC ALUMNI UZH (official) auf Xing sowie auf Facebook. Alle Alumni der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät sind herzlich eingeladen, das «Vitamin N» zu nutzen! ●

Grosses Bild: Kathrin Bühler Schenkel, Andreas Gnepf, Aileen Zumstein, Petra Rohner, Prof. Abraham Bernstein.



Die wichtigsten Neuerungen im Überblick

- > Einführung einer Haupt- und Nebenfachstruktur (Major/Minor) per Herbstsemester 2016
- > Das Studium nach eigenen Stärken und Interessen zusammenstellen – auch interdisziplinär (zum Beispiel Wirtschaft im Hauptfach und Informatik im Nebenfach oder umgekehrt)
- > Auf Bachelorstufe dient das Nebenfach der Horizonterweiterung, auf Masterstufe der Vertiefung
- > Individuell gesetzte Schwerpunkte werden klar sichtbar auf dem Abschlusszeugnis ausgewiesen
- > Mehr zu den neuen Studienprogrammen: www.oec.uzh.ch/studies

Mix and Match: für jeden

Seit diesem Semester sind das Wirtschafts- und das Informatikstudium keine Monofachstudien mehr. Neu können Studierende ein Haupt- und ein Nebenfach wählen und so persönliche Schwerpunkte setzen. Gabriela Dettwiler

Ein facettenreiches Studium dank neuem Major- und Minor-System: Seit dem Herbstsemester 2016 können sich Studierende an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät ihr Studium selbst zusammenstellen. VWL als Hauptfach (Major) und Informatik als Nebenfach (Minor), Banking and Finance, kombiniert mit Data Science, oder doch lieber Softwaresysteme mit BWL im Nebenfach? Mit der neu eingeführten Haupt- und Nebenfachstruktur ist (fast) alles möglich. Damit bietet sich unseren Studierenden ein vielfältiges und breites Studienangebot, aus dem sie nach ihren individuellen Stärken und Interessen ihr passendes Studium zusammenstellen können.

Auf Bachelorstufe ist das Ziel, den Studierenden eine möglichst breite Ausbildung mit auf den Weg zu geben. Die Hauptfächer in Wirtschaftswissenschaften und Informatik können deshalb nicht nur mit Nebenfächern unserer Fakultät kombiniert werden, sondern auch mit Nebenfachangeboten anderer Fakultäten der UZH. Dazu gehören zum Beispiel Recht, Ethik, Kulturelle Kontexte, Mathe-

matik oder auch Umweltwissenschaften. Mit dieser neuen Möglichkeit, interdisziplinär zu studieren, können die Studierenden umfassend von der Volluniversität Zürich profitieren.

Im anschliessenden Masterstudium steht die Spezialisierung im Vordergrund. Mit Angeboten wie Behavioral Economics, Corporate Finance, Managing Education oder Data Science steht den Masterstudierenden eine breite Palette an fakultäts-eigenen Nebenfächern zur Auswahl, mit der sie ihr Hauptfach vertiefen und sich differenziert für den Arbeitsmarkt profilieren können.

Angrenzende Fächer bisher am beliebtesten

Mit der Einführung der neuen Studienstruktur auf Anfang Herbstsemester hatten bisherige Studierende, die nicht bereits kurz vor ihrem Abschluss standen, die Wahl, ob sie in die neue Major- und Minor-Struktur wechseln wollten. Die Erstsemesterlichen ab HS16 konnten sich hingegen nur noch nach der neuen Logik einschreiben. Bei der Fächerwahl zeigte sich, dass sich die Studierenden vor



MAJOR

MINOR

n das passende Studium

allen in benachbarten Disziplinen vertiefen möchten. So waren die Nebenfächer Banking and Finance, Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und Allgemeine Wirtschaftswissenschaften unter den Wirtschaftsstudierenden am beliebtesten. Viele interessieren sich allerdings auch für eine juristische Perspektive und wählten das Nebenfach Recht. Ebenso setzen die Informatiker am liebsten im eigenen Fachbereich Akzente und belegten entsprechende Informatik-Nebenfächer. Insgesamt haben sich im HS16 3302 Bachelor- und Masterstudierende an unserer Fakultät eingeschrieben.

Erste Erfahrungsberichte

Das Oec. Magazin hat sich mit zwei Studierenden unterhalten, die ihr Studium als Monofach begonnen, im Herbstsemester aber in die Haupt- und Nebenfachstruktur gewechselt haben. **Alexander Pfyffer** studiert im ersten Mastersemester BWL mit Nebenfach People-Oriented Computing (POC). Ihm fiel die Entscheidung zwischen den beiden Studiengängen Wirtschaftswissenschaften und Informatik bereits im Bachelorstudium schwer. Umso mehr freut es ihn, dass er nun beide Fächer miteinander kombinieren kann. Er hat sich dabei für das Nebenfach POC entschieden, weil er sich besonders dafür interessiert, wie Menschen Com-

puter, Smartphones oder Tablets bedienen und wie man die Interaktion zwischen Mensch und Maschine optimieren kann. Seine Entscheidung hat er zudem bereits hinsichtlich seiner späteren Berufsabsichten getroffen: «In der Wirtschaft werden vermehrt Leute gesucht, die die Informatik verstehen, damit sie den Gap zwischen der Informatikabteilung und dem Management schliessen können.»

Auch **Nicole Lipsky** hat sich für das neue Haupt- und Nebenfachstudium entschieden. Sie studiert im dritten Mastersemester Banking and Finance mit Nebenfach Quantitative Finance und kann damit ihr Hauptinteresse – die quantitative Methode – optimal vertiefen. «Als grossen Vorteil werte ich vor allem, dass ich einen klaren Fokus setzen kann und dieser dann als Nebenfach in meinem Abschlusszeugnis ausgewiesen wird. Später bei der Jobsuche kann ich so dokumentiert nachweisen, dass ich mich für diesen Bereich interessiere.» Anderen Studierenden rät sie, sich im Vorfeld genau zu informieren, um den Wechsel möglichst effizient planen zu können. Sowohl Alexander als auch Nicole sind glücklich mit ihrer Entscheidung und der Möglichkeit, ihr Studium individuell zusammenzustellen. ●

Mit Hans Peter Wehrli in der Kronenhalle



Herr Wehrli, wir treffen uns in der Kronenhalle – was gefällt Ihnen hier besonders?

In die Kronenhalle gehe ich schon seit Jahren, es ist ein «Wohlfühlort». Und einfach praktisch: Mit dem Tram ist man schnell hier und wieder zurück an der Universität.

Sie starteten Ihre akademische Karriere vor 27 Jahren als Assistenzprofessor für Marketing. Haben Sie Ihren Werdegang geplant?

Professor zu werden, kann man nicht planen. Man kann durch Engagement Voraussetzungen schaffen, das ja. Wie so oft im Leben hat aber schlicht das eine das andere ergeben. Es gibt ein gutes Buch von Arthur Koestler: «Die Wurzeln des Zufalls». Ich glaube, es gibt diese Zufälle im Leben, und es bleibt dann einfach die Frage, was man daraus macht.

Was fasziniert Sie an diesem Beruf?

Das spannende an einer Professur ist, dass es neben Forschung und Lehre eine Tätigkeit mit vielen Möglichkeiten ist. Man kann sich an der Uni engagieren, zum Beispiel als Dekan oder in einer Kommission, man kann sich aber auch ausserhalb in Organisationen und Unternehmen engagieren. Ich bin der Typ Mensch, der immer Optionen haben will – Vielfalt macht das Leben aus.

Ihnen ist die Lehre sehr wichtig – was wollen Sie Ihren Studierenden mitgeben?

Die Lehre ist in der Tat wichtig, sie darf neben der Forschung nicht an Bedeutung verlieren. Bildung ist das höchste Kapital – man kann vieles verlieren im Leben, aber nicht die Bildung. Wir vermitteln zum einen Fachwissen, zum anderen haben wir aber in meinen Augen auch die didaktische Aufgabe, ein Bewusstsein für Zusammenhänge zu schaffen. Meine Botschaft an junge Menschen lautet deshalb: Tun Sie das, was Sie tun, engagiert. Und bleiben Sie offen für die Vielfalt dieser Welt.

Welche Erkenntnisse aus Ihrer Tätigkeit sind für Sie persönlich wichtig?

Es ist spannend, über die Jahre zu beobachten, wie gewisse Themenschübe auftreten und wie schnell Entwicklungen vorstattengehen. Beziehungsmarketing beispielsweise ist lange vor den sozialen Netzwerken ein «heisses» Thema

geworden. Heute sind Daten ein grosses Thema, alles muss quantitativ unterlegt sein. Das eröffnet neue Möglichkeiten. Allerdings bin ich der Meinung, dass man nicht alles rechnen kann. Am Ende sind Unternehmen, User und Kunden Menschen mit Ideen und Vorstellungen. Dass die Datenmengen, die heute erhoben werden, immer zu sinnvollerem Entscheidungen führen, bezweifle ich. Zudem hat der Forschungswettbewerb zugenommen, teilweise besteht eine regelrechte Publikationsneurose. Als Forscher muss man immer wieder fragen, wieso man etwas macht: Geht es darum, möglichst viel zu publizieren oder ein echtes Problem zu lösen? Die Einstellung dazu verändert sich möglicherweise mit dem Älterwerden – man wird offener, nicht mehr so verbissen. Verbissenheit führt zu Scheuklappen.

Was hat sich im Fachgebiet Marketing über die Jahre verändert?

Interessant ist, dass die Grundfragen dieselben geblieben sind. Wir wollen beispielsweise wissen, was erfolgreiche Werbung ausmacht und wie Menschen auf Preise reagieren. Die AIDA-Formel (sie steht für Attention, Interest, Desire, Action; Anm. d. Red.) gibt es seit Jahrzehnten. Auf der anderen Seite gibt es Veränderungen wie das Internet, das Markttransparenz schafft und Verhaltensmuster aufzeigen kann. Marketing beschäftigt sich seit jeher mit Menschen und Märkten. Viele Grundthemen bleiben, heute hat man zum Teil andere Möglichkeiten, sie anzugehen und zu erfassen.

Wo trifft man Sie ausserhalb der Universität an?

Ich mag klassische Musik, war im Sommer zum Beispiel am Lucerne Festival, und ab und zu bin ich in der Tonhalle in Zürich. Man trifft mich beim Oldtimerfahren im Emmental. Ich bin auch gerne in Kunsthäusern, zum Beispiel im Aargauer Kunsthhaus. Mir gefällt vor allem zeitgenössische Kunst.

Mit wem würden Sie gerne einmal zu Mittag essen?

Es gibt nicht diese eine Person. Was mich fasziniert, sind Menschen, die mit einem riesengrossen Engagement und enormem Willen ein Ziel verfolgen, das das Umfeld nicht a priori als Ziel ansieht. Das bewundere ich. Priska Feichter ●



Hans Peter Wehrli ist seit 1993 ordentlicher Professor für Betriebswirtschaftslehre und Inhaber des Lehrstuhls für Marketing an der Universität Zürich. Von 2002 bis 2008 war er zudem Dekan der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät. Er hält verschiedene Verwaltungsratsmandate und ist unter anderem VR-Präsident der börsenkotierten Belimo Holding AG und der Swiss Prime Site AG. Der Musik- und Kunstliebhaber hat einen Sohn. Im Sommer 2017 wird Prof. Wehrli emeritiert – die Fakultät dankt ihm für sein ausserordentliches Engagement!

«Dass die Datenmengen, die heute erhoben werden, immer zu sinnvollerem Entscheidungen führen, bezweifle ich.»

Prof. Hans Peter Wehrli



Selber ein Start-up gegründet? Schick uns Deine Geschichte: magazin@oec.uzh.ch.



Marie Tuil hat 2014 ihren Master in Wirtschaftswissenschaften an der Universität Zürich abgeschlossen. 2016 hat sie gemeinsam mit ihrem Mann Michael das Start-up Direct Coffee gegründet.



Start-up: Kaffee für Bildung

Wenn eine Journalistin und ein Unternehmensberater ausziehen, um äthiopischen Kaffee direkt zu importieren, kämpfen sie damit gleich für mehrere Ziele: für die Unterstützung des traditionellen, lokalen Kaffeeanbaus und für die Investition in die Zukunft der Kaffeebauernfamilien. **Alumna Marie Tuil** engagiert sich mit Herzblut für ihr Start-up Direct Coffee. Marie Tuil, Katharina Korsunsky

«Während der Kaffee-Ernte kommen die Kinder viel seltener zur Schule. Vielleicht an einem von zwei Tagen», erzählt Wendmage Guta, Direktor der Bufeta-Gibe-Schule in Westäthiopien. Das ist die Schule, in die die Kinder der Bauern gehen, deren Kaffee Marie und Michael Tuil in der Schweiz verkaufen. Man könnte also sagen, die beiden seien mit dafür verantwortlich, dass die Kinder während der Ernte nicht in die Schule gehen.

Dabei ist das Ziel des Start-ups Direct Coffee das Gegenteil: Mit dem Import von Spezialitätenkaffee von äthiopischen Kleinbauern sollen soziale Projekte finanziert werden: «Wir wollten nicht nur den Kaffee direkt von den Bauern abnehmen, sondern auch konkret in die Zukunft der Kinder investieren. So erhält die Gemeinschaft der Kaffeebauern längerfristig eine existenzsichernde Grundlage», erklärt Tuil. Deshalb besprachen die beiden gemeinsam mit Schuldirektor Guta, wo ihre Investitionen am meisten Sinn stiften würden. «Dank meines Wirtschaftsstudiums an der UZH bin ich Experimentalökonomin genug, um bei solchen Entscheidungen datenbasierte Forschung zurate zu ziehen», so Tuil. Inspiriert von einer Studie von Kremer und Vermeersch, entschieden die beiden deshalb zusammen mit dem Schuldi-

rektor und den Gemeindemitgliedern, dass die Verpflegung in der Schule ein wichtiger Pfeiler sein würde, konnten doch die beiden Forscher in Kenia aufzeigen, dass zur Verfügung gestellte Mittagessen auch zu einer deutlich höheren Präsenz in der Schule führten. Darüber hinaus entschieden sich die Schweizer Start-upper für ein Entwurmungsprojekt und ein Brillenprojekt, bei dem sie pro Päckchen Kaffee je einem Kind mit Sehproblemen zu einer Brille verhelfen. Alle drei Projekte setzen sie selbst zusammen mit ortsansässigen Partnern um. Die Kunden in der Schweiz können jeweils entscheiden, welches Projekt sie mit dem Kauf des Kaffees unterstützen wollen.

Das Treffen mit Schuldirektor Guta fand im Januar 2016 statt, gerade einmal zwei Monate, nachdem die beiden ihre Start-up-Idee hatten. Kurz darauf warfen beide ihre Jobs hin – sie als Journalistin, er als Unternehmensberater – und flogen nach Addis Abeba. «Wir haben Kaffee ausgesucht, die Kaffeebauern getroffen und Partner für die sozialen Projekte gefunden.» Zurück zu Hause, fing die Arbeit aber erst richtig an: Website aufbauen, Röstpartner finden, Finanzierung auf die Beine stellen. Für den wirklichen Take-off ist jetzt nur noch eines entscheidend: Kundschaft in der Schweiz zu finden. ●

UPDATE

NEUE BERUFUNGEN

- 1 Christiane Barz**, seit August 2016 ordentliche Professorin für Mathematik der Wirtschaftswissenschaften am Institut für Betriebswirtschaftslehre. Zuletzt Professorin an der Technischen Universität Berlin sowie Assistant Professor mit Tenure Track an der Anderson School of Management der University of California Los Angeles.
- 2 Lorenzo Casaburi**, seit September 2016 Assistenzprofessor für Entwicklungsökonomie am Institut für Volkswirtschaftslehre. Zuvor unter anderem Affiliate Professor am Abdul Latif Jameel Poverty Action Lab in Cambridge, USA.
- 3 Damian Kozbur**, seit August 2016 Assistenzprofessor für Econometrics am Institut für Volkswirtschaftslehre. Zuvor Postdoctoral Fellow an der ETH Zürich.
- 4 Guilherme Finkelfarb Lichand**, seit September 2016 Assistenzprofessor für Ökonomik der Kinderwohlfahrt und Entwicklung am Institut für Volkswirtschaftslehre, unterstützt von UNICEF Schweiz. Promotion an der Harvard University Anfang 2016.
- 5 Dina D. Pomeranz**, momentan Gastprofessorin und ab Juli 2017 Assistenzprofessorin für Mikroökonomie am Institut für Volkswirtschaftslehre. Zuvor Assistenzprofessorin an der Harvard Business School.
- 6 Francesco Reggiani**, seit August 2016 Assistenzprofessor für Financial Accounting am Institut für Betriebswirtschaftslehre, gesponsert von der PricewaterhouseCoopers AG. Zuvor Visiting Researcher an der Universität von Milano-Bicocca.
- 7 Florian Scheuer**, ab Januar 2017 ordentlicher Professor für Economics of Institutions am Institut für Volkswirtschaftslehre, gestiftet vom UBS International Center of Economics in Society. Zuvor Assistant Professor an der Stanford University.
- 8 David Yanagizawa-Drott**, seit September 2016 ordentlicher Professor für Development and



Emerging Markets am Institut für Volkswirtschaftslehre. Zuvor Associate Professor an der John F. Kennedy School of Government der Harvard University in Cambridge.

FRAUEN DER FAKULTÄT UNTER TOP 100 SCHWEIZ

Unter den «Top 100 Women in Business» in der Schweiz : Wir gratulieren unseren Alumnae Nicole Burth Tschudi, CEO Adecco Schweiz, und Iris Bohnet, Professorin an der Harvard University; unserer Prodekanin Uschi Backes-Gellner, Professorin am Institut für Betriebswirtschaftslehre; sowie Ingrid Deltenre, Generaldirektorin European Broadcasting Union, und Antoinette Hunziker-Ebnetter, CEO und Gründungspartnerin Forma Futura Invest, die die Fakultät in Gremien beraten.



UZH UNTER DEN HUNDERT TOP-UNIVERSITÄTEN WELTWEIT

Das «Shanghai-Ranking» vergleicht jährlich weltweit mehr als tausend Universitäten. Die Universität Zürich gehört auch 2016 zu den hundert besten Hochschulen der Welt und ist wie im vergangenen Jahr auf Rang 54 platziert.

ERNST FEHR FÜHRT ERNEUT ÖKONOMEN-RANKING AN

Zum dritten Mal in Folge steht Ernst Fehr, Professor am Institut für Volkswirtschafts-

lehre, an der Spitze der einflussreichsten Ökonomen in der Schweiz, in Deutschland und in Österreich. Das Ranking wird jährlich von der NZZ in Kooperation mit der deutschen FAZ und der österreichischen Presse durchgeführt und berücksichtigt neben der Forschungsleistung auch die Medienpräsenz sowie die Wahrnehmung in der Politik.



DIE FAKULTÄT SAGT DANKE

Nach sieben Jahren verabschiedet sich Franziska Föllmi als Geschäftsführerin der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät. Mit Verve und Überzeugungskraft hat sie sich erfolgreich dafür eingesetzt, die fakultären Prozesse auf allen Ebenen zu professionalisieren, die Vernetzung innerhalb der Fakultät und mit der UZH zu fördern sowie die Aussen-darstellung der Fakultät zu stärken. Zu den wesentlichen Projekten gehörte dabei die Neugestaltung der Studienstruktur, die per Herbstsemester 2016 eingeführt wurde.

BANKING UND FINANCE: NEUE WEITER-BILDUNGSANGEBOTE

Wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Nachhaltigkeit werden zu Kernthemen der Finanzwirtschaft von morgen. Das berufsbe-gleitende Certificate of Advanced Studies UZH in Sustainable Finance bietet neu fundierte und praxisnahe Kenntnisse über die Bereiche

Sustainable Investing, Sustainable Banking and Insurance, Microfinance, Microinsurance und Emerging Markets Finance. Das ebenfalls neue Certificate of Advanced Studies in Wealth Management widmet sich der fundierten Lehre in den Bereichen Portfoliotheorie, Behavioral Finance, Responsibility und Compliance.

ZUKUNFTSWEISEND: DIGITAL SOCIETY INITIATIVE

Bundespräsident Johann Schneider-Ammann, die Zürcher Bildungsdirektorin Silvia Steiner und weitere prominente Vertreterinnen und Vertreter aus Wirtschaft und Wissenschaft gaben im September 2016 den Startschuss für die UZH Digital Society Initiative. Mit dem Vorhaben strebt die Universität eine Führungs-rolle im Bereich Digitalisierung an. Initiiert von Prof. Abraham Bernstein, Direktor des Instituts für Informatik, umfasst die Initiative alle sieben Fakultäten der Universität. www.dsi.uzh.ch



EMBA ALUMNI EVENT IN BANGKOK

Im Oktober trafen sich EMBA Alumni zu einem Austausch zum Thema «Intercultural Management» in Bangkok. Der Erlebnis-bericht ist online verfügbar: www.emba.uzh.ch/alumni/news/live-in-bangkok

AGENDA

OEALUMNI UZH

11. Januar 2017
Ab 19.00 Uhr
**OEALUMNI Neujahrs-
apéro**
Restaurant UniTurm,
Universität Zürich

13. März 2017
ab 20.30 Uhr
**OEALUMNI
Get-Together**

Mehr Informationen,
auch zu Fachevents
2017:
www.oecalumni.ch

Institut für Banking und Finance

12. Januar 2017
Ab 17.30 Uhr
**Nobelpreisträger
Joseph E. Stiglitz,
öffentlicher Gastvor-
trag zu «Financial
Networks and Sustain-
ability»**
Universität Zürich, Aula

Mehr Informationen:
www.finexus.uzh.ch

16. Januar 2017
18.30 bis 21.00 Uhr
**«Evolving and emer-
ging risks and oppor-
tunities for global
banks», Paneldiskus-
sion mit den Chief Risk
Officers der UBS und
der Credit Suisse**
Universität Zürich, Aula

Mehr Informationen:
www.swiss-risk.org/
events

Institut für Volks- wirtschaftslehre

16. März 2017
18.15 bis 19.30 Uhr
**Öffentlicher Vortrag mit
dem deutschen Philo-
sophen Richard David
Precht mit anschliesen-
der Podiumsdiskussion
mit Prof. Ernst Fehr u. a.**
**Institut für Volkswirt-
schaft in Zusammenar-
beit mit der Müller-
Möhl Foundation**
Universität Zürich, Aula

EMBA Alumni UZH

20. März 2017
Ab 18.30 Uhr
**Mitgliederversammlung
EMBA Alumni UZH**
Zunfthaus zur Waag

Mehr Informationen:
[www.emba.uzh.ch/](http://www.emba.uzh.ch/alumni)
alumni



Universität
Zürich ^{UZH}

executive | MBA

Infoanlass in Zürich
1. Februar 2017, 18.30 Uhr
Anmeldung: emba.uzh.ch



wertvoll
verbunden

Sie brauchen für Ihren nächsten Karriereschritt General Management-Kompetenzen?
Das Executive MBA Programm der Universität Zürich mit Modulen an der Yale University und in Schanghai ist Ihr Sprungbrett zum Erfolg.

www.emba.uzh.ch



LE
RU




PRIME BUILDINGS. PRIME SITES. PRIME INVESTMENTS.

IHRE IMMOBILIENANLAGE

Der Name ist Programm: Swiss Prime Site steht für erstklassige Qualität von Immobilien und für ein hochstehendes Immobilienportfolio im Wert von rund CHF 10 Mrd. Mit ihrer Konzentration auf Geschäftsliegenschaften an besten Lagen in der Schweiz und ihren Aktivitäten im Geschäftsfeld Leben und Wohnen im Alter sichert Swiss Prime Site ihren Aktionären attraktive Anlagen, die gerade in turbulenten Zeiten Substanz bewahren und interessante Renditen erzielen.

Swiss Prime Site AG, Frohburgstrasse 1, CH-4601 Olten, Telefon +41 58 317 17 17, www.swiss-prime-site.ch, Valoren-Nr. 803 838.

Dieses Inserat ist weder ein Angebot noch eine Empfehlung zum Kauf oder Verkauf von Aktien der Swiss Prime Site AG noch ein Prospekt im Sinne des anwendbaren Schweizer Rechts (d.h. Art. 652a oder Art. 1156 OR oder Art. 27 ff. des Kotierungsreglementes der SIX Swiss Exchange). Die bisherige Performance ist kein Indiz für die zukünftige Performance.



SWISS PRIME SITE