

- Quo vadis, Europa?
- Interkulturelles Management

Neben renommierten Professoren verschiedener Wirtschaftshochschulen publizieren in der SBR auch Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Politik. Für den deutschsprachigen Raum sind dies zum Beispiel Willem Duisenberg, Jürgen Kluge, Marcel Ospel, Heinrich von Pierer und Norbert Walter.

AUTOREN, ANZEIGEN & ANOMALIEN

Das Wirtschaftsmagazin „Student Business Review“ der studentischen Unternehmensberatung ESPRIT St.Gallen ist eine hochkarätige Diskussionsplattform aktueller Entwicklungen.



Der Autor: Arne M. Wiechmann, Chefredakteur Student Business Review

In der Student Business Review (SBR, www.sbr.ch) diskutieren Persönlichkeiten aus Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Gesellschaft aktuelle Entwicklungen und langfristige Trends. In der aktuellen Ausgabe wird Leadership aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet: Marcel Ospel, CEO der Schweizer Großbank UBS, stellt Visionen, Disziplin und intellektuelle Redlichkeit in den (ökonomischen) Mittelpunkt. Kardinal Karl Lehmann, Vorsitzender der deutschen Bischofskonferenz, versteht vorbildliches Leadership vor allem moralisch, als Grundlage für ethisches Handeln und damit als Wegweiser der Wirtschaft. Korpskommandant Christophe Keckeis (Schweizer Armee) formuliert die militärische Perspektive und beschreibt Leadership als zentrales Element der Führung.

„Leitbilder versprechen Orientierung in changing times. Wirtschaftsführer stehen im Anspruch, diese zu personifizieren. In Zeiten des Wandels sind sie der Fels in der Brandung; geleitet von Normen und Werten schreiten sie voran und glätten jene rauen Wellen, die ihre Gefolgschaft sonst leicht aus der Bahn geworfen hätten.“

(aus dem Editorial der aktuellen Ausgabe)

Persönlichkeiten beziehen Position

Die SBR erscheint vierteljährlich und versteht sich als aktives Diskussionsforum für aktuelle Trends. Zu den Ausgaben der letzten Jahre zählen:

- Das Schwarze Gold
- Germany Inc.
- Dynamic Asia
- Allfinanz

Je nach Thema wird der Autorenzirkel international erweitert, überwiegend sind die Artikel in englischer Sprache verfasst. Zu den prominentesten Autoren auf internationaler Ebene gehören Ahmad Rashed Al-Arbeed (Kuwait Oil Company), Howard Davies (Financial Services Authority), Eric Kim (Samsung Electronics), Jesper Koll (Merrill Lynch) und Ong Keng Yong (ASEAN)

Autoren, Anzeigen & Anomalien

Das Redaktionsteam der Student Business Review konzentriert sich auf die Autorenakquisition und koordiniert Anzeigenverkauf, Layout, Druck und Distribution in Zusammenarbeit mit einem Züricher Verlag. In der Theorie funktioniert dies wie folgt: Entsprechend des Themas und dessen Kategorien lädt ESPRIT St.Gallen prominente Autoren zu Beiträgen ein, und erhält Zusagen, die alle Kategorien abdecken und hinsichtlich regionaler Verteilung ausbalanciert sind. Parallel zum Anzeigenverkauf werden diese Beiträge dann über einen Zeitraum von etwa acht bis zwölf Wochen verfasst und ESPRIT zur Verfügung gestellt: selbstverständlich fristgerecht und in richtigem Umfang, zum verabredeten Thema, frei von Werbung für das eigene Unternehmen und mit vollständigen Autoreninformationen und qualitativ geeignetem Bildmaterial. Schließlich liegen die Artikel dann im richtigen Verhältnis zu den verkauften Anzeigen vor.

Soweit die Theorie. In der Praxis handelt es sich dabei eher um kreatives Management, und damit mei-

nen wir nicht nur die Auswahl des geeigneten Fotokonzeppts.

Schnelle Entscheidungen sind gefragt, wenn ein Botschafter seinen Beitrag unangekündigt zwei Tage vor dem Redaktionsschluss einreicht (und man bereits seit geraumer Zeit versucht hat, jemanden in der Botschaft zu erreichen, der nicht in der Abteilung für Visa arbeitet). Flexibilität ist gefragt, wenn die Besprechung eines CEOs in New York länger als erwartet dauert, und der Assistent bei der Redaktion anruft und darum bittet, dem CEO zwei zusätzliche Stunden Zeit zu geben, damit dieser den Artikel persönlich (!) freigeben kann (und man der Druckerei mit den fertigen Druckplatten erklären muss, dass man noch Änderungen aus den USA erwartet).

Selbstbewusstsein hilft bei Informationsasymmetrie, etwa wenn ein Professor gern nachträglich ein "Gut-zum-Druck" für seinen Artikel geben möchte (und das Magazin mit dem um 30% gekürzten Artikel bereits gedruckt ist und kurz vor dem Versand steht).

Abonnenten & Anspruch

Die SBR erreicht alle Studenten, Doktoranden, Professoren und Institute der Universität St.Gallen, auf Wunsch Alumni, sowie viele Unternehmen, Privatpersonen und Bibliotheken weltweit. Das Magazin dient darüber hinaus dem Marketing der Idee der studentischen Unternehmensberatungen; die SBR dient insbesondere ESPRIT St.Gallen als Public Relations Instrument und damit zur Akquisition neuer Beratungsmandate, die "high potentials" der Universität St.Gallen den Zugang zur Wirtschaftspraxis als Projektmitarbeiter ermöglichen.

