

Oec.

08/2017 November

#digital

Die twitternde
Entwicklungsökonomin

S. 14

Crowdfunding
finanziert Raketenuhren

S. 16



Universität
Zürich^{UZH}

Finance Weiterbildung

Berufsbegleitend. Praxisnah. Flexibel.

Die Finance Weiterbildung bietet Kurse
und Abschlüsse in den Bereichen:

Corporate Finance | Derivatives

Banking | Wealth Management

Corporate Taxes | Asset Management

Behavioral Finance | Risk Management



Besuchen Sie unsere Website:
www.finance-weiterbildung.uzh.ch



Kontaktieren Sie uns:
Dr. Benjamin Wilding
Tel. +41 44 634 40 56



(Hashtag)

(Hashtag) war bereits 2014 das Wort des Jahres. Es ist zum Symbol für digitale Kommunikation und soziale Medien geworden. Kulturkritiker würden sagen, es ist auch Symbol für immer kürzere und belanglosere Texte, die eine immer kürzer werdende Aufmerksamkeitspanne bedienen. Nur: Wessen Fehler ist das? Traditionelle Medien wie Zeitungen, Zeitschriften, Radio und Fernsehen konkurrieren mit dem übermächtigen Internet. Dieses ist aber nicht nur ein neues Massen- und Interaktivmedium, sondern gleichzeitig auch Werbepattform und Verkaufskanal. In Journalistenschulen, Werbeseminaren und Verkaufstrainings wird gelehrt, wie man die Aufmerksamkeit des Publikums am besten auf sich zieht. Digital Marketing kämpft um jeden «Touchpoint» mit dem Kunden (vielleicht ein Kandidat für das Wort des Jahres 2018?). Um alles noch schneller zu machen, wird die Schreibe- arbeit immer mehr den Robotern übertragen. Einfache Agenturmeldungen, Sportnachrichten oder Börsennews bringen diese schon ganz

ansprechend hin. Die NZZ fragt: «Wer soll das alles lesen?». Es bleibt anzufügen: «Und woher kommt die Zeit dazu?».

Das hohe Tempo ist überall spürbar: Unternehmen sind mit der verkürzten Halbwertszeit des Wissens konfrontiert und richten ihre Arbeitsmodelle neu aus (S. 11). Eine Geschäftsidee kann in kürzester Zeit durch die digitale Community zum Erfolg werden (S. 14). Forschende setzen mobile Lösungen für die Wissenschaft ein und sind über die sozialen Medien schnell über neue Entwicklungen in ihrem Fachgebiet informiert (S. 16). Etwas bleibt bei diesem Tempo aber konstant: die Zeit. Ein Tag hatte in der Vergangenheit, hat in der Gegenwart und wird es auch in ferner Zukunft noch immer haben: 24 Stunden.

Geniessen Sie diese OEC.-Ausgabe analog und lassen Sie sich Zeit beim Lesen.

Andri Färber, Präsident UZH Alumni Informatik

INHALT



16

FOKUS: #DIGITAL

Anlässlich des 25-Jahr-Jubiläums der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät gehen wir mit Ihnen auf Entdeckungsreise durch die digitale Welt: Wie nutzen SRF-Moderatorin Patrizia Laeri und UBS-Chefökonom Daniel Kalt Social Media? Ist das auch für Forschende sinnvoll? Und warum wird an der Fakultät ein Videospiel entwickelt?



14

- 10 **Fokus: STANDPUNKT**
Über Forschung twittern?
- 11 **Fokus: #WORK4.0**
Mehr Freiheiten, zunehmende Ungleichheit: Ökonom David Dorn und Alumnus Hans C. Werner, HR-Chef von Swisscom, über die Zukunft der Arbeit
- 14 **Fokus: #ENTWICKLUNGSÖKONOMIE GOES DIGITAL**
Ökonomin Dina Pomeranz zu mobilen Lösungen, die Armut reduzieren
- 16 **Fokus: SPACE MAN SETZT AUF #CROWDFUNDING**
Alumnus Patrick Hohmann baut Uhren aus Weltallschrott
- 18 **Fokus: NICHT MEHR OHNE #TWITTER**
Alumna und SRF-Wirtschaftsredakteurin Patrizia Laeri im Interview



**6 JACOBS CENTER FOR
PRODUCTIVE YOUTH DEVELOPMENT**

Chancengleichheit fördern

8 ASK THE SCIENTIST

The fine lines of financial regulation
Alumnus Christoph Landolt in discussion
with professor Steven Ongena

20 25 JAHRE

#AlumniCommunity

22 25 JAHRE

Facts und Figures zur Fakultät

24 CAMPUS LIFE

Data Science: ein Studium mit Zukunft

26 LOKALTERMIN

Mit Markus Leippold im Alten Löwen

28 ALUMNI PORTRAIT

Er lebt und liebt die Ökonomie
Alumnus und UBS-Chefökonom Daniel
Kalt

30 TAKE-OFF

Big Data und Gamification:
Die UZH Digital Society Initiative nimmt
Formen an

32 UPDATE UND AGENDA



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 Wirtschafts-
wissenschaftlichen Fakultät der
Universität Zürich
Priska Feichter,
Kommunikation & Marketing
Franziska Haller,
Leitung Geschäftsstelle Alumni
Katharina Korsunsky,
Co-Geschäftsführung

Gestaltung / Fotos / Illustrationen
iMAG Visual Communication Studio

Druck

Staffel Medien AG

Inserate

magazin@oec.uzh.ch

Auflage

6'500, 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

ISSN

ISSN 2571-5143

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



JACOBS CENTER FOR PRODUCTIVE YOUTH DEVELOPMENT

Chancen- gleichheit fördern

Lavinia Jacobs schlägt eine Bresche für die frühkindliche Förderung. Die Stiftungsratspräsidentin der Jacobs Foundation engagiert sich in verschiedenen Projekten für gleiche Startbedingungen und ist klar der Meinung, dass auch der Staat hier stärker wirken sollte. An der UZH unterstützt die Foundation die Forschung im Bereich der Kindes- und Jugendentwicklung. Priska Feichter

Hoffentlich hatte Ihre Mutter keine schwere Grippe während der Schwangerschaft. Sonst verdienen Sie in späteren Jahren im Durchschnitt etwa 9 Prozent weniger als jene, die dem Virus im Mutterleib nicht ausgesetzt waren. Die ökonomische Auswertung von Daten bringt Erstaunliches zutage. Sie kann uns wertvolle Hinweise liefern, in welchen Bereichen präventive Massnahmen langfristig sinnvoll – und auch lohnenswert – wären. Gerade die frühkindliche Entwicklung stellt in vielen Belangen die Weichen für die Zukunft. Dies ist eines der Forschungsfelder, denen sich der Ökonom Hannes Schwandt widmet, der am Jacobs Center for Productive Youth Development an der Universität Zürich untersucht, wie die Lebensbedingungen vom frühen Kindes- bis ins Jugendalter die spätere Gesundheit und das Potenzial im Arbeitsleben beeinflussen. Das Jacobs Center ist ein Joint Venture zwischen der UZH und der Jacobs Foundation. Es umfasst Forschende aus verschiedenen Disziplinen, so etwa aus der Soziologie, der Psychologie und der Ökonomie. «Spezialisierung ist gut, aber die richtigen Antworten auf komplexe Probleme findet man erst, wenn die verschiedenen Disziplinen zusammenarbeiten», ist Lavinia Jacobs, seit 2015 Stiftungsratspräsidentin der Jacobs Foundation, überzeugt. «Wir hoffen, dass die Forschung am Jacobs Center einen weiteren Beitrag dazu leisten kann, zu verstehen, wie wir als Gesellschaft ein Lebensumfeld schaffen können, das allen Kindern ähnlich gute Startbedingungen mit auf den Weg gibt.»

Frühförderung ja, Krippenzwang nein

Darüber, wie diese Startbedingungen aussehen sollen, gibt es in der Gesellschaft sehr unterschiedliche Vorstellungen. «Es ist ein emotionales Thema», wie Lavinia Jacobs im Rahmen ihrer Tätigkeit erlebt. Die studierte Juristin ist mitunter Vorwürfen ausgesetzt, dass sie sich bei den ersten Lebensjahren in einen Bereich einmische, der der Familie vorbehalten bleiben sollte. Sie sieht das Problem teilweise in der Definition der Begrifflichkeiten: «Frühförderung ist nicht gleichbedeutend mit Frühchinesisch. Ich will auch keinen Krippenzwang.» Die Forschung zeige jedoch, dass es spielerische Möglichkeiten gibt, die neurologischen Fähigkeiten und die Feinmotorik von Kindern zu unterstützen. «Der Staat sollte mehr für eine durchgehend hohe Qualität der Krippen tun, um die Chancengleichheit von Kindern zu fördern», stellt Lavinia Jacobs klar. In diesem Zusammenhang müsse man auch über die Bildungsrendite sprechen, auch wenn der Begriff oft nicht gerne

gehört werde. Früh in Bildung zu investieren, lohnt sich für die ganze Gesellschaft, weil sich so langfristig die Sozialausgaben senken lassen, wie verschiedene wissenschaftliche Studien zeigen. Entsprechend wenig hält sie von der Tendenz, dass die öffentliche Hand bei der Bildung spart. «Ob auf Primarschulstufe oder an den Universitäten – die Schweiz war immer ein Vorbild, was die Bildung angeht. Da sehe ich, dass wir zu wenig investieren und andere Länder langsam aufholen.» Auch der in der Schweiz zu beobachtenden Tendenz hin zu privaten Krippen und Schulen steht sie skeptisch gegenüber. «Ich bin keine Sozialistin, aber die zunehmende Ungleichheit bereitet mir schon Sorgen.» Als die heute 37-Jährige zur Schule ging, war es normal, eine öffentliche Schule zu besuchen – eine Stärke der Schweiz, wie sie betont. Die durchmischten Klassen fördern den sozialen Austausch zwischen den einkommensstärkeren und den einkommensschwächeren Familien. «Das geht langsam verloren. Wenn ein Klassendenken entsteht, halte ich das für keine gute Tendenz.»

Wissen aktiv über Social Media verbreiten

Lavinia Jacobs spricht ruhig und überlegt und wirkt auf eine sehr sympathische Art bodenständig. Unter ihrer Führung ist die Jacobs Foundation, die von ihrem Vater Klaus J. Jacobs gegründet wurde, risikofreudiger geworden. Sie sagt auch mal nein und hat keine Probleme damit, persönlich anzuecken, solange sie der Überzeugung ist, dass es im Sinne der Stiftung ist. Auch die Kommunikation hat sich in den letzten Jahren verändert. Die Stiftung will vermehrt proaktiv Inhalte kommunizieren. «Bei uns sammelt sich über die verschiedenen Forschungskooperationen so viel Wissen – das wollen wir auch nach aussen tragen.» Dazu nützt die Jacobs Foundation die neuen Kanäle, bloggt und verbreitet das Wissen über Twitter und andere soziale Medien. Manche der jungen Forscherinnen und Forscher, mit denen die Stiftung zusammenarbeitet, erhalten ein spezielles Training, damit sie die wissenschaftlichen Erkenntnisse in eine Sprache übersetzen können, die das Wissen einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich macht. Ist die Universität Zürich hier ihrem Gefühl nach auf dem neuesten Stand? «Ich sehe hier sicher noch Potenzial. US-amerikanische Universitäten kommunizieren im Vergleich noch aktiver und gezielter.» Wissenschaft in die Gesellschaft bringen – ein Ziel, an dem sowohl die Jacobs Foundation als auch die UZH weiter arbeiten werden. ●



Das Jacobs Center an der Universität Zürich

Das Jacobs Center for Productive Youth Development wurde 2003 als Joint Venture zwischen der Universität Zürich und der Jacobs Foundation gegründet. 2015 wurde es zu einem interdisziplinären Forschungszentrum ausgebaut, das sich aus soziologischer, psychologischer und ökonomischer Sicht mit Fragen der Entwicklung und Förderung von Kindern und Jugendlichen sowie den daraus resultierenden gesellschaftlichen Auswirkungen befasst. In den kommenden 20 Jahren werden die beiden Partner je 35 Millionen CHF beitragen, um die Weiterentwicklung des Centers in eine Forschungsinstitution von Weltrang voran zu treiben. Mehr dazu unter www.jacobscenter.uzh.ch.

«Wenn ein Klassendenken entsteht, halte ich das für keine gute Tendenz.» Lavinia Jacobs

The fine lines of financial regulation

Alumnus **Christoph Landolt**, Head of Portfolio Management International at Julius Baer, discusses financial regulations and their risks with banking expert, **Steven Ongena**, professor at the Department of Banking and Finance. *Franziska Haller*



CL: 2007 marked the starting point for one of the biggest financial crisis of our generation. Is today's financial industry safer than ten years ago?

SO: Overall, I think it is. A combination of higher capital requirements, a variety of restrictions and enhanced supervisory oversight, combined with manager, shareholder and creditor attention, has likely made many financial institutions safer and sounder. But there are potential issues remaining, for example, in shadow banking and with the very large institutions whose defaults are still hard to consider acceptable.

CL: At the same time, global competition seems to be arising for an accommodating regulatory regime. Do you see that as a risk?

SO: Yes, that is currently a danger, especially as it emanates from the US and its current administration. Though reasonable on some accounts, there is an attempt to roll back some elements of the tighter regulatory regime introduced after the crisis. How quickly one seems to forget?

CL: How can a regulator minimize the negative impact of regulations on innovation and entrepreneurship?

SO: A key question. Regulators should try to «innovate» themselves fairly steadily and transparently to fix expectations of regulatory stability and predictability. Simplicity of regulatory «innovation» may in this regard also be important. Of course, after a crisis

when the world was seemingly close to a financial meltdown, there was a need for more rapid and intrusive interventions, but even then paths were set with steadily tightening standards to allow financial institutions to adjust. What remains a key challenge, of course, is international coordination. To the extent this is lacking, regulation remains complex and unpredictable in texture and timing.

CL: Would a different corporate structure (partnership or personal liability vs company limited by shares) significantly reduce the importance of regulatory capital requirements?

SO: Yes, possibly. The removal of the tax advantages now granted to debt financing could also have an impact. In many countries, interest payments are tax deductible, for corporations and households alike, potentially leading to higher leverage. Allowances for common equity, or simply the removal of the deductibility, could lead to lower-levered financial institutions whereby capital requirements become less binding.

CL: The European Research Council supports your research activities with EUR 2 million in funding. What specific questions do you intend to cover with that grant?

SO: Among the main ingredients that are often mentioned to have played a role in the explosive growth of credit in the

run-up to the latest financial crisis are the financial innovations by financial institutions, in particular, loan securitization, the boom in mortgage lending and prices of real estate, the lack of information about prospective borrowers, and the high leverage (and corresponding low capital ratios) of financial institutions.

Yet, despite the singling out of these ingredients by policymakers and academics alike, decisive empirical evidence about their role and relevancy is lacking. However, given the magnitude and complexity of the global banking system and the lack of encompassing micro-level data, it is currently impossible to confidently study the impact of all ingredients jointly. My project therefore analyses pertinent settings where we can empirically identify the correspondence between the aforementioned individual ingredients and the credit granting by financial institutions. ●

Christoph Landolt (CL)

joined Bank Julius Baer in 2015 and has been Head of Portfolio Management International within the Investment Management division since 2016. Before this role, he held positions in asset management and technology firms in Switzerland and abroad, including ten years at Man Investments. He holds a Master's degree in Informatics (Wirtschaftsinformatik) from UZH and is a CAIA (Chartered Alternative Investment Analyst) charter holder.

Steven Ongena (SO)

is a professor of banking at the Department of Banking and Finance at the University of Zurich, a senior chair at the Swiss Finance Institute and a research fellow in financial economics at the Centre for Economic Policy Research (CEPR). In 2017, he received an ERC Advanced Grant of the European Research Council worth EUR 2 million for a period of five years for his project: «Drivers of Growth in Bank Lending and Financial Crises».

STANDPUNKT

Mike S. Schäfer ist Professor für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Zürich, mit den Schwerpunkten Wissenschafts-, Krisen- und Risikokommunikation.



Tweets **Tweets & Antworten** **Medien**

Mike S. Schäfer @mss7676 · 16. Okt
Warum ich twittere? 1. erforsche ich **#Wissenschaftskommunikation** & sollte alle ihre Formen kennen. 2. ist **#WissKomm** ein interdisziplinäres/internationales Forschungsfeld mit 40-50 relevanten Journals. (1/2)

Mike S. Schäfer @mss7676 · 16. Okt
@Twitter erspart mir, diese ständig durchzusehen - das meiste, was relevant ist, empfehlen mir KollegInnen auf **@Twitter** 3. kann ich so auf meine eigenen Forschungsarbeiten aufmerksam machen. (2/2)

Mike S. Schäfer @mss7676 · 12. Okt
Wie verbreitet/genutzt ist **@Twitter** in CH? Lt. **@net_metrix** nutzen 250.000 **#SchweizerInnen** täglich **@Twitter**.

Adrian Rauchfleisch @OuzhouAdi · 10. Okt
@Twitter ist in der CH v.a. ein professionelles Elitennetzwerk: man findet dort **#Journalisten**, **#Politiker**, **#Wissenschaftler**, **#Unis** etc. - s. <http://bit.ly/twitter56>

Julia Metag @j_metag · 7. Okt
Lt. Studie von **@OuzhouAdi** & **@j_metag** nutzen 2013 107 der 246 **#Schweizer** **#Parlamentarier** **@Twitter** & ca. 400 politische **#Journalisten**: <http://bit.ly/twitter131>

Mike S. Schäfer @mss7676 · 3. Okt
Sollten WissenschaftlerInnen twittern? Ja - gerade wenn ihre Peers auch auf Twitter sind & sie in einem unübersichtlichen Forschungsfeld arbeiten, wenn es wichtig ist gesellschaftliche Stakeholder zu erreichen, wenn Sie outreach wollen.

Tobias Fuchsli @tofu89 · 1. Okt
Interessante **#Wissenschafts**-Accounts in **#CH**: u.a. **@scigeist** **@scienceetcite** **@SAGW_CH** **@ScnatCH** **@wissbarometerCH**
Original (Englisch) übersetzen

🗨️ ↻️ ❤️ 1 ✉️

#Work4.0

Von Holacracy bis Arbeitsmarktpolarisierung – die digitale Transformation verändert unsere Arbeitswelt massiv. Über die neusten Entwicklungen diskutieren **David Dorn**, Professor für Internationalen Handel und Arbeitsmärkte am Institut für Volkswirtschaftslehre, und **Alumnus Hans C. Werner**, Leiter Group Human Resources von Swisscom. Maura Wyler

Herr Dorn, Automatisierung und Technikaufschwung sind keine neuen Phänomene. Dennoch spricht man im Zusammenhang mit der Digitalisierung von einem noch nie dagewesenen Wandel. Ist das gerechtfertigt?

Dorn: Bei jeder neuen technologischen Entwicklung entsteht der Eindruck, dass es ein ganz besonderer historischer Meilenstein ist. Wir vergessen schnell, dass viele Dinge, die wir heute in unserem Alltag als selbstverständlich erachten, früher einmal ebendiese bahnbrechenden neuen Erfindungen waren. Die technologische Entwicklung der letzten 20 bis 30 Jahre hat eine besonders grosse Auswirkung gehabt auf Kommunikationstechnologien und die Automatisierung genormter Produktionsprozesse. Doch in all diesen Bereichen gibt es frühere Parallelen. Man denke an die Entwicklung von Telegrafie und Telefon oder an frühere Schritte der Maschinisierung von Produktion, die sich nun fortsetzen.

«Ich sehe die Trennlinie zwischen Gewinnern und Verlierern weniger stark in den Branchen als in den Berufen.»

Prof. David Dorn

Herr Werner, wie hat sich in den letzten Jahren die Art und Weise des Arbeitens und der Zusammenarbeit verändert?

Werner: Das Verständnis vieler Mitarbeitenden darüber, wie sie arbeiten möchten, hat sich stark verändert, was sich im unternehmerischen Denken widerspiegelt. Neue, dynamischere Zusammenarbeitsformen sind gefragt: Weg vom hierarchischen Wasserfallmodell hin zu agilen Formen wie Holacracy. Junge Menschen wollen aber auch ihr eigenes Lebensmodell leben. Sie wollen einen Job, der ihnen viel Gestaltungsspielraum gibt, etwa Flexibilität im Sinne von «work anywhere».

Swisscom unterstützt solche Modelle so weit als möglich. Unsere Mitarbeitenden können zum Beispiel Ferien kaufen oder flexibel ihr Pensum reduzieren. Aktuell gibt es bei uns auch die Initiative, den «Teilzeitmann» verstärkt zu fördern. Und einige Teams arbeiten bereits in neuen Zusammenarbeitsformen ohne hierarchischen Chef oder Chefin.

«Meine Erfahrung zeigt, dass grossartige Ideen entstehen, wenn man den Leuten Freiraum und Vertrauen schenkt.» Hans C. Werner





Gibt es Branchen, die stärker von den Veränderungen profitieren oder darunter leiden?

Dorn: Ich sehe die Trennlinie zwischen Gewinnern und Verlierern weniger stark in den Branchen als in den Berufen. Computer und Roboter sind weiterhin stark spezialisierte Geräte, deren grosser Vorteil ihr unglaubliches Rechenvermögen und ihre Präzision ist. Auf dem Arbeitsmarkt sehen wir entsprechend immer mehr Automatisierung in der physischen Produktion und zudem einen Rückgang der Beschäftigung in Bürojobs, die sich mit einer standardisierten Verarbeitung von Informationen befassen. Es gibt dagegen viele Bereiche, in denen Menschen bedeutende Vorteile gegenüber Maschinen haben – in erster Linie Kreativität und interpersonelle Fähigkeiten.

Gleichzeitig gibt es auch Tätigkeiten in niedrig qualifizierten Bereichen, die für Roboter schwer umzusetzen sind, zum Beispiel Reinigungspersonal und Arbeiten im Restaurant. Deshalb dehnen sich hochqualifizierte und niedrig qualifizierte Jobs aus, während Tätigkeiten im mittleren Segment der Einkommensverteilung an Bedeutung verlieren.

Diese Arbeitsmarktpolarisierung führt zu zunehmender Ungleichheit.

Das stellt ganze Alters- und Berufsgruppen vor eine neue Herausforderung. Wie unterstützt Swisscom ihre Mitarbeitenden in diesem Spannungsfeld?

Werner: Für mich ist das keine Frage des Alters. Wir haben viele Beispiele von älteren Mitarbeitenden, die in der ganzen Entwicklung toll mit den Veränderungen umgehen und Freude daran haben. Auf der anderen Seite gibt es junge Leute, die Mühe mit den neuen Technologien haben. Wir gehen mit einer strategischen Personalplanung vor und thematisieren Arbeitsmarktfähigkeit aktiv. Konkret gehen wir zum Beispiel in spezifischen Berufsgruppen nach etwa fünf Jahren auf Mitarbeitende zu und machen eine Standortbestimmung. Ich denke, auch junge Studienabgänger müssen sich künftig nach fünf bis sieben Jahren wieder neu orientieren. Neben den Werten hat sich auch die Halbwertszeit des Wissens stark verkürzt. Hier sehe ich auch Handlungsbedarf bei den Angestellten. Die Mitarbeitenden müssen neben den Aktivitäten der Firma auch mehr Selbstverantwortung übernehmen, damit sie arbeitsmarktfähig bleiben.

Welche Massnahmen braucht es vonseiten der Bildung, um den Mangel an Fachkräften in den neuen Geschäftsfeldern zu decken?

Dorn: Ich sehe eine Herausforderung darin, dass die Schulen in der Vergangenheit junge Menschen zu kleinen Computern erzogen haben. Heute ist klar, dass es uns nicht mehr gelingen wird, junge Menschen zu formen, die bezüglich Rechen- oder Erinnerungsleistung mit Computern mithalten können. Es drängt sich stattdessen auf, im Unterricht Fähigkeiten zu fördern, in denen die Menschen den Maschinen überlegen sind. Also etwa Problemlösungs- und Kommunikationsfähigkeiten.

Wie stellen Sie als Unternehmen sicher, dass Sie mit den Entwicklungen Schritt halten können?

Werner: Wir reagieren mit innovativen Projekten: Mit Swisscom Ventures investieren wir beispielsweise seit zehn Jahren in Start-ups im Technologieumfeld oder im businessnahen Umfeld.



Daneben fördern wir Innovation auch im eigenen Unternehmen. Alle Mitarbeitenden können in einem mehrstufigen Verfahren Ideen einreichen und vor einer Jury präsentieren. Businessstaugliche Ideen werden getestet und auch umgesetzt. Wichtig ist hier, dass die Teams sich frei entwickeln können, ohne vom Gewicht des Grosskonzerns erdrückt zu werden. Meine Erfahrung zeigt, dass grossartige Ideen entstehen, wenn man den Leuten Freiraum und Vertrauen schenkt.

Global gesehen gibt es allerdings nicht nur Gewinner.

Dorn: Das ist korrekt. Die technologische Entwicklung ist ein bedeutender Treiber für die Globalisierung der Produktion, und diese hat in vielen Ländern zu beachtlichen Verschiebungen im Arbeitsmarkt geführt. Ein wesentlicher Unterschied zur Automatisierung ist, dass im Güterhandel nicht nur einzelne Berufe, sondern ganze Branchen betroffen sind. Der internationale Konkurrenzdruck kann zur Schliessung ganzer Unternehmen führen. Das hat zum Beispiel in gewissen Regionen der USA zu einem Anstieg der Arbeitslosigkeit, geführt. Die Schweiz ist dagegen mit der Globalisierung insgesamt gut gefahren. Ihr ist es gelungen, in den neuen Ostländern grosse neue Exportmärkte zu erschliessen und so insgesamt einen starken Industriesektor aufrechtzuerhalten.

Was würden Sie abschliessend sagen: Können wir entspannt in die Zukunft schauen?

Dorn: Beim Thema Automatisierung entsteht oft eine Asymmetrie in der Wahrnehmung: Es ist relativ einfach, darüber zu spekulieren, welche der heute bestehenden Arbeiten ersetzt werden können. Dagegen ist es viel schwieriger, vorausszusagen, welche neuen Arbeiten in Zukunft entstehen. Die historische Perspektive hilft uns, hier ein ausgewogeneres Bild zu erhalten. Denken wir nur hundert Jahre zurück – damals hätte sich kaum jemand vorstellen können, dass heute so wenige Menschen in der Landwirtschaft tätig sind und sich die Beschäftigung überwiegend in den Dienstleistungssektor verschoben hat.

Werner: Anfang des 20. Jahrhunderts prognostizierte Gottlieb Wilhelm Daimler, die Nachfrage nach Kraftfahrzeugen würde eine Million nicht überschreiten – allein schon aus Mangel an verfügbaren Chauffeuren. Prognosen in die Zukunft sind schwierig. Was ich heute beobachte, ist eine starke Dynamik, die viel Flexibilität und Anpassungsfähigkeit verlangt. Ich denke, wir befinden uns in einem sich permanent weiterentwickelnden gesellschaftlichen Prozess. ●

David Dorn ist seit 2014 Professor für Internationalen Handel und Arbeitsmärkte an der Universität Zürich. Seine Forschung verbindet die Themenfelder Arbeitsmarktökonomie, internationaler Handel, Wirtschaftsgeografie und Makroökonomie. Insbesondere analysiert er, wie die Globalisierung und technologische Innovationen den Arbeitsmarkt beeinflussen. Im August sprach er am diesjährigen Jackson Hole Symposium – dem Treffen der internationalen Geldpolitik – zum Thema Einkommensunterschiede und Verteilungsaspekte des internationalen Handels.

Hans C. Werner ist seit 2011 Leiter Group Human Resources sowie Mitglied der Konzernleitung von Swisscom. Der promovierte Betriebswirt schloss 1992 sein Studium an der Universität Zürich ab. Hans Werner verfügt über mehr als 15 Jahre Berufserfahrung im Bereich HR und ist unter anderem auch Vorstandsmitglied des Schweizerischen Arbeitgeberverbands Zürich.

#Entwicklungsökonomie goes digital

Digitale Lösungen sind nicht nur praktisch, sondern können ökonomische Realitäten verändern: Armut reduzieren, Steuerehrlichkeit erhöhen, zum Sparen animieren.

Prof. Dina Pomeranz, Entwicklungsökonomin mit über 18'000 Followern auf Twitter, nutzt die neuen Möglichkeiten für ihre Forschung. Priska Feichter

Haben Sie schon mal jemandem per Handy Geld überwiesen? 80 Prozent der 30- bis 54-jährigen Schweizerinnen und Schweizer haben es noch nie getan, auch bei den unter 30-Jährigen sind es hohe 70 Prozent. In der Schweiz sind mobile Bezahlösungen erst im Kommen. Ganz anders in Asien und Afrika: 2016 benutzten in Asien laut Statista 163 Millionen Menschen Mobile-Payments, gefolgt von 101 Millionen in Afrika. Europa liegt mit 64 Millionen deutlich darunter. Dass die Akzeptanz in Afrika so hoch ist, überrascht nicht: Viele besitzen kein Bankkonto, und Bankfilialen sind ausserhalb der Städte dünn gesät. Gleichzeitig ist die Handydichte hoch. Was hingegen überraschen mag, sind die ökonomischen Auswirkungen: Eine Studie von Tavneet Suri (MIT) und William Jack (Georgetown University) zeigt, dass der Zugang zu mobilen Bezahlösungen seit 2008 zwei Prozent der kenianischen Haushalte aus der extremen Armut geholt hat. Das sind rund 200'000 Haushalte, die zuvor weniger als 1,25 US-Dollar pro Tag zum Leben zur Verfügung hatten. Die seit einem Jahr an der UZH tätige Entwicklungsökonomin Dina Pomeranz hat bereits diverse Forschungsprojekte in Entwicklungsländern betreut und erklärt die positive Wirkung der mobilen Bezahlösungen unter anderem damit, dass es dank Überweisung per Handy sehr einfach wurde, Familienmitglieder und Freunde in Notsituationen finanziell zu unterstützen – auch in entlegeneren Gebieten.

Per SMS zu höheren Sparquoten

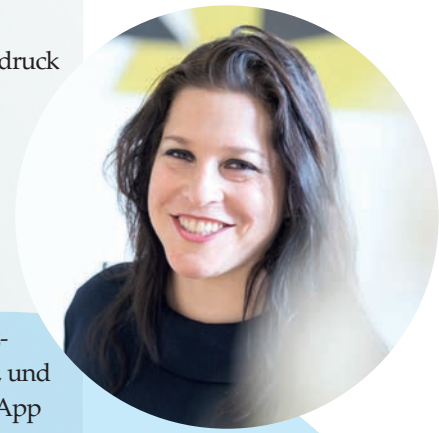
In ihrer eigenen Forschung hat die engagierte Ökonomin ebenfalls den Effekt von mobilen Lösungen untersucht. In Chile hat sie in Feldversuchen mit über 2600 Mikrokredit-Unternehmerinnen und -Unternehmern analysiert, wie die Sparquote der Teilnehmenden erhöht werden könnte, mit dem Ziel, wirtschaftlich schwierige Zeiten besser zu überbrücken. In der ersten Versuchsanordnung wurden Selbsthilfegruppen gebildet, die sich regelmässig getroffen haben, in der zweiten wurden SMS eingesetzt, um einmal wöchentlich über den Status der Sparanstrengungen zu informieren, und in der dritten wurde ein Anreiz zum Sparen über deutlich höhere Zinsen gesetzt (5 Prozent anstelle von 0,3 Prozent). Die Ergebnisse sind spannend: Höhere Zinsen hatten bei Weitem den geringsten Effekt. Rein monetäre Anreize scheinen demnach wenig zu wirken. Die Betreuung in Gruppen hingegen hat zu deutlich höheren Sparbeiträgen geführt. Was die beteiligten Forschenden nicht erwartet hatten, war, dass die regelmässigen SMS praktisch die gleiche motivierende Wirkung hatten wie die Gruppen. Das Ziel, zu sparen, konnte also digital und so mit deutlich geringerem Aufwand und weniger Ressourcen erreicht

werden. «Anscheinend war auch der Gruppendruck nicht das entscheidende Element, um mehr zu sparen», hält Dina Pomeranz fest.

Basierend auf diesem erfolgreichen Einsatz von mobilen Lösungen, arbeitet die Schweizer Wissenschaftlerin bereits an ihrem nächsten Forschungsprojekt, diesmal in Kenia. Gemeinsam mit Lorenzo Casaburi, ebenfalls Assistenzprofessor am Institut für Volkswirtschaftslehre, und mit den örtlichen Steuerbehörden will sie eine App entwickeln, mit der die kenianischen Bürgerinnen und Bürger ihre Steuern per SMS bezahlen können. Dadurch wollen die Forschenden auch analysieren, welche Rolle das Timing bei Steuerzahlungen spielt. Was Dina Pomeranz an diesen Fragestellungen reizt, ist, dass sie praktische Probleme mit akademischer Forschung verbinden kann. Wobei sie sich keine Illusionen macht: «Digitale Ansätze sind kein Allheilmittel», betont sie im Gespräch. «Vieles klingt auf den ersten Blick gut, aber es braucht fundierte wissenschaftliche Untersuchungen, um Ursachen und Wirkungen zu verstehen.»

Bestvernetzte Ökonomin

Die Ergebnisse ihrer Forschung finden nicht nur in wissenschaftlichen Journalen Gehör. Mit über 18'000 Followern auf Twitter ist sie sowohl innerhalb der akademischen Community als auch mit einem breiteren Publikum vernetzt. Bereits zum zweiten Mal landete sie 2017 im Twitter-Ranking der einflussreichsten Ökonominnen und Ökonomen im deutschsprachigen Raum auf Platz zwei. Der Online-Austausch ist für sie zum Hobby geworden und ersetzt die Diskussion am WG-Küchentisch aus Studienzeiten: «Man kann jederzeit mitreden, muss aber nicht; kann gehen und wiederkommen», meint sie schmunzelnd. Sie nutzt die Plattform, um frühzeitig über andere Projekte aus ihrem Forschungsgebiet informiert zu sein, mit anderen Forschenden zu diskutieren und auf langfristige ökonomische Trends aufmerksam zu machen, die in anderen Medien inmitten der News und negativen Schlagzeilen wenig Platz bekommen. Etwa, dass die Kindersterblichkeit noch nie so niedrig war wie heute, die Alphabetisierung noch nie so hoch und dass die extreme Armut weltweit über die letzten Jahrzehnte kontinuierlich gesunken ist. Zudem bekommt sie in der Interaktion mit ihren globalen Followern ein gutes Gefühl dafür, was Menschen ausserhalb der Volkswirtschaftswelt beschäftigt – diese Fragen und Themen lässt sie dann auch in die Lehre einfließen. «Auf Twitter finde ich viele Ideen und Visualisierungen, die ich mit den Studierenden bespreche – Ökonomie ist spannend und soll auch Spass machen.» ●



Fünf Tipps von Dina Pomeranz für alle, die Twitter ausprobieren möchten:

1. **Folgen:** Folgen Sie Leuten, deren Meinung Sie interessiert. Als Inspiration für weitere Kontakte: Wem folgen diese?
2. **Lesen:** Verfolgen Sie eine Weile deren Tweets, um ein Gefühl für die Sprache und den Stil von Twitter zu bekommen.
3. **Retweeten:** Teilen Sie Inhalte, die Sie spannend finden, mit den eigenen Followern.
4. **Tweeten:** Wer möchte, kann danach sehr einfach selbst aktiv twittern.
5. **Spass haben:** Twitter sollte Spass machen. Wenn es zur Last fällt, einfach aufhören.

Dina Pomeranz ist seit 2017 Assistenzprofessorin für Mikroökonomie am Institut für Volkswirtschaftslehre. Davor war sie Assistenzprofessorin an der Harvard Business School und Post-Doctoral Fellow am MIT Poverty Action Lab. Zu ihren wissenschaftlichen Schwerpunkten gehören die Erforschung und Verbesserung der Steuersysteme und der öffentlichen Beschaffung in Entwicklungsländern. Auf Twitter hat sie über 18'000 Follower: @dinapomeranz.

Space Man setzt auf #Crowdfunding

Über Jahre hinweg arbeitete Alumnus Patrick Hohmann bei grossen Unternehmen als Markenspezialist. Er hatte einen sicheren Job. Doch eines Tages entschied er sich dazu, in der kasachischen Steppe nach Raketenschrott zu suchen, um daraus Uhren herzustellen. Unvernünftig? Vielleicht. Unüberlegt? Keinesfalls. Mauro Werlen

Die Holzböden im Atelier Werenbach knarren wohligh, in der Auslage sind Uhren zu bewundern, auf einem Grossbildschirm läuft ein Livestream aus dem Weltall. Und dann ist da noch der eindrucksvolle Schrott, der überall rumsteht. Nicht irgendwelcher Schrott. Es sind Teile von russischen Sojus-Raketen, die unterwegs zur Internationalen Raumstation ISS ihr überflüssiges Material in bis zu 85 Kilometern Höhe absprenge und in die kasachische Steppe fallen lassen, wo sie Patrick Hohmann einsammelt, in die Schweiz transportiert und daraus Uhren herstellt. So weit, so beeindruckend. Genauso beeindruckend ist aber sein Erfolg auf Kickstarter: Hohmann hat mit seinem Projekt innerhalb zweier Monate 770'000 Franken über Crowdfunding generiert, während sonst bei Kickstarter nur 5 Prozent der Projekte überhaupt die 100'000-Franken-Grenze knacken.

Kein zufälliger Erfolg

Hohmann steigt vom Velo, betritt beschwingt das Atelier, man ist gleich per Du. Seine Augen leuchten, wenn er von seinen Uhren erzählt, von diesem grossen Abenteuer, das jeglicher Form von Ratio widersprach, das er aber trotzdem in Angriff nahm: «Ich musste es einfach tun, ich war besessen von der Idee.» War er darum so erfolgreich? Den Erfolg auf Kickstarter erklärt er sich mit dem Einmaleins des Marketings und ein wenig Glück. Von Anfang an sei die Zielgruppe klar definiert gewesen, das Produkt stimmte, und die Story war ausgereift. Dazu kam eine clevere Vorkampagne: «Das ist das A und O, um bei Kickstarter den Schwellenwert zu erreichen.» So sammelte Hohmann zum Beispiel im Vorfeld mit einem Wettbewerb über 5000 Adressen. Auf den ersten Blick wirkt Patrick Hohmann abenteuerlich und draufgängerisch, auf den zweiten Blick offenbart sich seine unternehmerische und strategische Seite.

Mehr als nur Crowdfunding

Um Bankkredite zu erhalten, benötigt man grosse Sicherheiten, Investoren überzeugt man vor allem in Branchen mit grossem Wachstumspotenzial, zum Beispiel im Technologiebereich. Sein Produkt erfüllte weder das eine noch das andere. Deshalb entschied sich Hohmann für einen anderen Weg: Crowdfunding. Jedoch muss man auch bei Crowdfunding vorsichtig sein: «Es ist es ein riesiger Aufwand, man kann sich sehr schnell

verkalkulieren, die Kosten sind enorm. Wir boten unsere Uhren zum halben Preis an.» Eigentlich sei viel mehr Geld nötig gewesen, erklärt Hohmann: «Viele vergessen, dass 20 Prozent der Einnahmen ins Marketing zu investieren sind.» Zudem bestehe die Gefahr, dass sich der niedrige Preis bei der Community psychologisch verankert habe. Hohmann bekräftigt: «Markt ist Markt. Aber nach einem erfolgreichen Crowdfunding-Projekt hat man eine Community, auf der man aufbauen kann. Ausserdem kann man eine echte Success Story vorweisen. Das schafft Vertrauen und ist Gold wert!»



Digitale Strategie, echte Emotionen

«Ich fange jetzt erst langsam an, zu spüren, was für Möglichkeiten uns die digitale Vernetzung bietet. Das Potenzial ist gewaltig. Und ich bin felsenfest davon überzeugt, dass sich dieser Siegeszug nicht aufhalten lässt. Deshalb wird die Firma auf Chancen und Risiken der Digitalisierung getrimmt», stellt Hohmann klar. Die Website werde zum Kommunikations- und Vertriebskanal, zum digitalen Zuhause für die Community und zum wichtigsten Ort, an dem die Produkte vorgestellt werden: «Nur auf der Website können sich Interessierte ihr Zifferblatt mit Brandspuren der Rakete selbst auswählen und so ein echtes Einzelstück erwerben.» Ziel ist es, die bestehende Community auszubauen und noch stärker an die Marke zu binden, um Markenbotschafter zu kreieren, die die Geschichte von Werenbach in die Welt tragen. Mag das Instrumentarium digital sein, der Inhalt bleibt emotional. Denn was Werenbach ausmacht, ist die Geschichte, sind die Emotionen. Hohmann verkauft keine Uhren, sondern das Abenteuer am Handgelenk. ●



Patrick Hohmann

studierte Betriebswirtschaft an der UZH und arbeitete bis 2012 als Markenspezialist, bevor er mit seiner Idee, Uhren aus Raketen zu produzieren, die Werenbach AG gründete und per Crowdfunding 770'000 Franken für seine Idee gewinnen konnte.

«Das Zentrum meiner Unternehmensstrategie ist digital.» Patrick Hohmann

Nicht mehr ohne #Twitter

Die digitale Welle hat eine Branche ganz besonders überrollt: die Medien. Die Jungen tummeln sich nur noch auf den sozialen Kanälen, und Geld mit Journalismus zu verdienen, wird immer schwieriger. **SRF-Wirtschaftsredakteurin und Alumna Patrizia Laeri** sieht aber auch viele Vorteile und Chancen für die Branche. Priska Feichter

Drei Twitter-Tipps von Patrizia Laeri für wirtschaftlich Interessierte:

Sehr inspirierend: Ökonomin Dambisa Mojo @dambisamojo, Robert Reich @RBReich

Wirtschaftswissenschaftlerinnen: Dina Pomeranz @dinapomeranz, und Monika Büttler @BatzMonika, Antoinette Weibel @antoinetteprof

Nobelpreisträger: @RobertJShiller, @paulkrugman, @JosephESTiglitz, @krogoff

Patrizia Laeri ist seit 2003 Wirtschaftsreporterin und Moderatorin bei SRF. Unter anderem moderiert sie das Format SRF Börse und ECO. Daneben engagiert sie sich regelmässig an Fachtagungen zu Wirtschafts- und Digitalisierungsthemen. Seit diesem Jahr ist sie zudem Beirätin des Instituts für Digitalisierung der HWZ. 2002 hat sie ihr Wirtschaftsstudium an der Universität Zürich abgeschlossen. Sie ist aktiv auf LinkedIn, Twitter (@LaeriPatrizia) und Instagram.

Patrizia Laeri, heute kann jeder mit einem Handy flugs zum Leserreporter werden. Gehören Journalisten zur aussterbenden Spezies?

Nein, glaubwürdige und unabhängige Medien sind wichtiger denn je. Fotos und Stimmen von Lesern und Zuschauern können einen Bericht bereichern, ersetzen aber nicht eine professionelle Recherche.

Gleichzeitig wird es immer schwieriger, guten Journalismus zu finanzieren.

Ja, die Werbeeinnahmen sinken seit Jahren dramatisch, besonders bei den Printmedien. Beim Fernsehen ist es noch etwas besser; vor allem Sport- und Informationssendungen haben immer noch hohe Marktanteile. Ich bin nach wie vor der Meinung, dass Gebührengelder eine wichtige Finanzierungsquelle sind. Um eine unabhängige Berichterstattung zu garantieren, werden sie sogar immer wichtiger. Ein Blick nach Amerika zeigt es: Dort gibt es keine öffentlichen unabhängigen Sender, und die Medien haben grosse Probleme mit der Glaubwürdigkeit.

Sehen Sie andere Finanzierungsalternativen?

Ein positives Beispiel ist das digitale Magazin «Republik», das 2018 an den Start gehen wird: Mit über 3,4 Millionen Schweizer Franken ist es weltweit das erfolgreichste Crowdfunding-Projekt in der Medienbranche. Hier sind Journalisten und Abonnenten selbst zu Verlegern geworden. Der Erfolg ist beeindruckend und gibt Hoffnung für den Journalismus.

Was war das Erfolgsrezept?

Eine durchdachte Digitalkampagne. Spannend war auch, dass unter den Gründern Journalisten waren, die selbst schon viele Follower auf sozialen Medien hatten und somit viele Menschen erreichen konnten. Das wird immer wichtiger, auch für den einzelnen Journalisten.

Warum?

Für die Zukunft sind auch «Pay-per-Follower»-Modelle denkbar. In der Modebranche ist das bereits heute der Fall: Viele Labels arbeiten nur noch mit jenen Fotografen und Models zusammen, die die meisten Follower haben. So ist der Distributionswert viel höher. Auch bei SRF ist es ein

wichtiger Teil der Digitalstrategie, dass wir Journalisten auf den sozialen Kanälen präsent sind, experimentieren, interagieren.

Braucht es hierfür neue Fähigkeiten?

Ja, Digital Storytelling will gelernt sein: Es braucht Kreativität, und man muss dranbleiben, sonst gewinnt man keine Follower. Influencer sind keinen Tag offline. Auch ich poste unter der Woche jeden Tag etwas auf Twitter.

Was macht Twitter interessant?

Zum einen ist Twitter besonders für Medienschaffende ein sehr gutes Recherchewerkzeug. Ich könnte es mir nicht mehr ohne vorstellen. Zum anderen entstehen neue Netzwerke: Über mein Profil auf den Social Media werde ich auch für Fachtagungen zu wirtschaftlichen Themen und zur digitalen Transformation angefragt.

Wie beeinflusst der Online-Trend zu knackigen bis reisserischen Headlines Ihre Arbeit? Muss auch seriöser Journalismus vermehrt Sensationsgelüste befriedigen, um überhaupt Gehör zu finden?

Beim Fernsehen war es schon immer so, dass wir stark personifizieren. Geschichten laufen über Köpfe. Wir müssen einfach und verständlich erzählen. Das mag man als reisserisch bezeichnen – ich finde, es ist eine gute Art des Storytelling. Wobei in unseren publizistischen Leitlinien klar vorgegeben ist, dass bei kontroversen Themen beide Seiten die Möglichkeit haben müssen, ihre Argumente darzulegen.

Neben den Inhalten stehen auch die Kanäle an sich im Wettbewerb.

Das ist richtig, Channel Management wird immer wichtiger: Was stellen wir auf welchem Kanal zur Verfügung? Für mich wäre es marktlogisch, alle SRF-Wirtschaftsinhalte auf einen SRF-Wirtschafts-Youtube-Channel zu stellen.

Sind Social Media insofern auch eine Chance für den Journalismus?

Ja, vor allem – aber nicht nur – beim jungen Publikum. Das Schöne daran: Wir vom Fernsehen sind ja Profis im Bereich der Bildmedien. Video wird nicht aussterben. Das stimmt mich sehr

optimistisch. Auch die Produktion ist viel einfacher geworden – mittlerweile führe ich einfache Interviews mit iPhone und professionellem Mikrofon, und die Qualität ist sehr gut.



Auch im Aufnahmestudio hat die Digitalisierung sicher Einzug gehalten.

Ja, in der Produktion ist das schon länger der Fall. Wir arbeiten heute mit Roboterkameras. Das ist natürlich eine Disruption sondergleichen. Davor waren in der Regie sieben bis acht Leute, jetzt gibt es einen Multitechniker, der alles macht.

Zwei Abschlussfragen: Was machen Sie selbst, um auf dem neuesten Stand zu bleiben?

Ich habe angefangen, richtig programmieren zu lernen. Klar habe ich während des Studiums bereits lustlos html programmiert, aber mit den neuen Programmier-Lern-Apps macht es Spass: jeden Tag zehn Minuten, bevor ich schlafen gehe. Für mich ist es auch deshalb wichtig geworden, weil auf meine Kinder bereits in der Primarschule Coding-Camps warten. Für mich ist es unvorstellbar, dass sie etwas lernen, das ich nicht verstehe!

Sollten CEOs auf Social Media aktiv sein?

Ja, ganz klar. Man kann sich nicht die Digitalisierung auf die Fahne schreiben und gleichzeitig nicht aktiv sein auf den neuen Kanälen, das ist für mich ein klarer Widerspruch. Social Media bieten eine hervorragende Plattform, um mit den Mitarbeitenden zu kommunizieren. ●

«Man kann sich nicht die Digitalisierung auf die Fahne schreiben und gleichzeitig nicht aktiv sein auf den neuen Kanälen, das ist für mich ein klarer Widerspruch.» Patrizia Laeri

25 JAHRE



#AlumniCommunity

25 Jahre Fakultät: Diese Alumni stehen für alle unsere Absolventinnen und Absolventen und ihr Engagement für die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät und ihre Vereine. Wir sagen Danke!

Markus Assfalg, Jan Bärthel, Fabiana Baumann, Iris Bohnet, Herbert Bolliger, Robert Borntträger, Nick Bossart, Nicole Burth, Riet Cadonau, Mario Crameri, Martin Dahinden, Jürg Dinner, Renato Fassbind, Marianne Fassbind, Ueli Forte, Thomas Gottstein, Alain Gut, Oliver Hofmann, Patrick Hohmann, Scilla Huang Sun, Salome Iglesia und Johanna Vidlund, Daniel Kalt, Samuel Kamber, Florian Kohler, Christian König, Monika Krüsi, Paul Kummer, Patrizia Laeri, Filippo Leutenegger, Reto Lipp, Daniel Muntwyler, Claudia Nielsen, Regula Pfister-Esslinger, Laura Sadis, Ueli Schneider, Simon Schürch, Philipp Tingler, Markus Voegeli, Dominique von Matt, Andrew Walo, Hans C. Werner

Bau jetzt an deiner Zukunft, wir unterstützen dich dabei!

- Seit Jahren in deinem Job?
 - Bist du noch arbeitsmarktfähig?
- Stehenbleiben funktioniert heute nicht mehr!

AlumniCareers bietet professionelle
Karriereberatung in Zürich zu exklusiven
Mitgliederpreisen:
3 Sitzungen CHF 1'250.-

[www.oecalumni.ch/
career](http://www.oecalumni.ch/career)

Facts und Figures zur Fakultät

Alt und doch so jung: An der Universität Zürich werden seit über 110 Jahren wirtschaftliche Themen erforscht und gelehrt. Der erste Computer wurde bereits vor 45 Jahren in Betrieb genommen und hat den Grundstein für die Informatik gelegt. Dennoch feiern wir dieses Jahr erst unser **25-Jahr-Jubiläum**. Als jüngste Fakultät der UZH ging die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät 1992 aus der Aufteilung der Rechts- und Staatswissenschaftlichen hervor.



1903

... wird der erste Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre im deutschen Sprachraum an der UZH eingerichtet.



Lochrechner Nr. 1

1962 wird an der UZH der erste Computer, ein IBM Modell 1620, in Betrieb genommen. Der Grundstein für die Informatik an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät ist gelegt.



1000plus

1973 knackt die Studierendenschaft die magische Tausendergrenze. Und in der Aula wird geraucht.



UZH goes digital

1980 wird das Fach Wirtschaftsinformatik eingeführt. Prof. Bauknecht erklärt in einem Video der Universität, was Informatik überhaupt ist.



1992: 330 / 2017: 815

Knapp 2,5-mal mehr Abschlüsse
Die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät gratuliert mittlerweile pro Jahr über 800 Absolventinnen und Absolventen.



1992: 30 / 2017: 85

Wachstum auch bei der Professorenschaft
Die WWF-Familie wird internationaler und grösser.



1992 war der Lichthof
noch mit Palmen begrünt



Bologna hält Einzug

2004 beginnt mit der Einführung von Bachelor of Arts und Bachelor of Science ein neues Zeitalter, zwei Jahre später folgen die Master-Pendants.

4

Der Durchschnitts-Alumnus...

... ist mit 72% Wahrscheinlichkeit männlich, wurde am 4. Januar 1972 geboren und war bei seinem Abschluss 31 Jahre alt.



... braucht mit dem Fahrrad 44 Minuten von der UZH bis nach Hause und wohnt am Wannetenweg in Adliswil.



Aus 8 werden 4

2010 sortiert sich die Fakultät: Aus den ehemals acht werden vier Institute.

MAJOR

MINOR

Aus 1 mach 2 – oder über 100 Möglichkeiten

2016 werden die Monofächer an der Fakultät durch die Kombination eines Haupt- und eines Nebenfachs abgelöst. Zusammen mit den Nebenfachangeboten der anderen Fakultäten ergeben sich über 100 neue Kombinationsmöglichkeiten.



1079 ...

... Studierende der Universität Zürich wollen im Sommer 2002 die Prüfung in Betriebswirtschaftslehre, Teil 2, absolvieren. Die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät muss erstmals in eine Messehalle in Zürich-Oerlikon ausweichen.

Data Science: ein Studium mit Zukunft

Seit einem Jahr bietet die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät auf Masterstufe Haupt- und Nebenfachstudienprogramme in Data Science an. Das Informatikfach stösst auf grosses Interesse, auch in Kombination mit anderen Disziplinen. Gabriela Dettwiler

Wir hinterlassen immer breitere Datenspuren. Die Datenmengen, die Unternehmen und Institutionen produzieren, sind allmählich so gross, dass man sie mit herkömmlichen Analysemethoden nicht mehr auswerten kann. Genau hier setzt Data Science an: Das neue Studienprogramm des Instituts für Informatik schult Masterstudierende im professionellen Umgang mit Big Data. Im Studium lernt man, riesige Datenmengen strukturiert zu analysieren, Muster und Zusammenhänge zu erkennen und die Resultate der Analysen ansprechend und interaktiv darzustellen. Damit reagiert die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät auf die steigende Nachfrage nach Datenanalysten auf dem Arbeitsmarkt.

Wachsendes Interesse an Data Science

Auch unter den Studierenden ist Data Science beliebt. Die Studierendenzahlen haben sich im Vergleich zum Vorjahr, als das Fach eingeführt wurde, vervierfacht. Rund 100 Studierende starten im Herbstsemester mit Data Science im Nebenfach. Hauptfachstudierende sind es zurzeit 26. Die starkwachsende Zahl an Nebenfachstudierenden zeigt, dass Data Science bei Weitem nicht nur ein Informatikthema ist:

Da Big Data in den meisten Studienrichtungen stetig an Relevanz gewinnt, bietet das Nebenfach den Studierenden eine ideale Möglichkeit, proaktiv auf diesen Trend zu reagieren. Durch die Major- und Minor-Struktur kann Data Science nämlich mit einem breiten Angebot an Studienprogrammen kombiniert werden. Beliebt sind vor allem die Kombinationen aus Data Science und Economics, Informatics oder auch Software Systems. Als Nebenfach eignet sich das Fach zum Beispiel auch für zukünftige Journalisten oder Naturwissenschaftler.

Was sagen angehende Data Scientists?

Die Zahlen sprechen also für das neue Studienprogramm. Doch wie sind die Eindrücke unserer Studierenden?

Romana Pernischova ist Hauptfach-Studentin in Data Science mit Nebenfach Informatics und begeisterte Datenanalytikerin. Ihrer Faszination für Datenanalysen konnte sie bereits während ihres Bachelorstudiums in Informatik nachgehen. «Ich finde es faszinierend, wie viel man anhand von Daten herausfinden kann.



Allein Machine Learning oder DataMining bieten so viele Möglichkeiten, verschiedenste Erkenntnisse aus zu gewinnen.» Die Entscheidung, im Master Data Science zu studieren, fiel ihr daher besonders leicht. An Data Science schätzt sie insbesondere die starke Praxisorientierung: «Ich habe bereits Module besucht, in denen ich effektiv Daten analysieren und visualisieren durfte. Ich finde es sehr wertvoll, dass man sich im Studium Kenntnisse und Programme aneignen kann, die man später im Berufsleben direkt anwenden kann.» Nach zwei Semestern Studium ist Romana immer noch glücklich mit ihrer Wahl und liebäugelt bereits mit einem Doktorat im Bereich Machine Learning.

Philip Hochuli gehört zu den ersten Studierenden, die bald einen Abschluss in Data Science erreichen werden. Er studiert im letzten Semester Economics mit Nebenfach Data Science. Diese Fächerkombination gefällt ihm vor allem deshalb, weil sich die analytisch-theoretische Denkweise der Volkswirtschaftslehre mit dem praxisorientierten Vorgehen der Data Science verbinden lässt: «Mein Hintergrund in VWL hat mir extrem geholfen, da man sich im Studium intensiv analytische Fähigkeiten und statistisches Wissen aneignet, was für Data Science zentral ist.» Der Einstieg in Data Science fiel ihm deswegen sehr leicht; auch ohne Vorkenntnisse in der Informatik.

Die Wahl für Data Science ergab sich indes aus seinem Berufsalltag: «Ich habe bereits während meines Studiums im Bereich Gesundheitsökonomie gearbeitet. Dabei wurde ich von Anfang an mit Datenarbeit konfrontiert und konnte mich immer mehr dafür begeistern.» Durch seine Studienwahl konnte er sein Wissen direkt im Beruf anwenden. «Ich realisierte schnell, wie effektiv man die Tools aus dem Studium in der Praxis anwenden kann, und war extrem froh um diesen direkten Impact.»

Sowohl Romana als auch Philip sind zufrieden mit ihrer Studienwahl. «Ich würde Data Science in jedem Fall weiterempfehlen. Mit einer gewissen Neugier und nicht allzu grosser Scheu vor Mathematik und Statistik ist man ideal für das Studium gewappnet», resümiert Philip. Auch Romana rät Interessierten: «Probiert es einfach aus!» ●

Weitere Informationen zu unseren Studienprogrammen finden Sie auf unserer Website unter www.oec.uzh.ch/de/studies



Mit Markus Leippold im Alten Löwen

Wir essen heute im Alten Löwen, einem traditionell-modernen Gasthof unterhalb der Seilbahn Rigiblick. Gehen Sie mittags häufig auswärts essen?

Leider habe ich ganz schlechte Angewohnheiten am Mittag. Ich hole mir meistens etwas und verbringe meine Mittagspause wohl zu häufig vor dem Computer ...

Bleiben wir beim Stichwort Computer. Wie sehen Sie die Entwicklung hin zu E-Learning und zum Digital Classroom?

Ich bin da etwas vorsichtig. E-Learning kann das Lernen sehr gut unterstützen, aber letzten Endes soll und kann es den traditionellen Unterricht und die Interaktion mit den Dozierenden nicht ersetzen. Dies gilt insbesondere für spezialisierte Vorlesungen. Ich unterrichte primär im kleinen Rahmen mit einer überschaubaren Zahl von Studierenden, wodurch man das Privileg erhält, intensiv miteinander zu arbeiten. Für grosse Vorlesungen, wie man sie auf der Assessmentstufe kennt, ist E-Learning viel besser geeignet, und dort hat es sicher grosse Chancen.

Und wie hält die digitale Revolution bei Ihnen persönlich Einzug?

Ich bin privat kein allzu enthusiastischer Social-Media-Nutzer. Ich arbeite den ganzen Tag vor dem Computer und bin froh, wenn ich abends auch mal abschalten kann. Mir ist viel wichtiger, dass ich in meinem Forschungsgebiet mit der technologischen Entwicklung mithalten kann. Ein Stichwort wäre hier etwa Machine Learning.

Über Machine Learning wird sehr viel gesprochen. Aber wie funktioniert es genau?

Machine Learning vereint im Grunde eine Vielzahl moderner statistischer Methoden, die man dank neuer Technologien auf sehr breite und hochkomplexe Problemstellungen anwenden kann. Neu ist, dass man nicht mit vereinfachenden, stark abstrahierenden Modellen arbeitet. Heute suchen komplexe Algorithmen selbst die relevanten Faktoren und erklären Kausalitäten zwischen den verschiedenen Variablen.

Wo wird Machine Learning konkret angewendet?

Beim High Frequency Trading vermischt man beispielsweise hunderte Faktoren und untersucht, ob sie Vorhersagefähigkeiten für den Preis besitzen. Mit der neuronalen Netzwerktheorie lässt sich etwa die Prognostizierbarkeit von Aktienkursen verbessern, um optimale Portfolios zu konstruieren. Das ist einer meiner Forschungsschwerpunkte.

Warum haben Sie sich für eine akademische Karriere entschieden?

Nach meinem Doktorat wollte ich zunächst nichts mehr von der Universität wissen und sammelte vier Jahre Praxiserfahrung. Ich habe aber stets mein Interesse für die Forschung behalten und schrieb noch weiter wissenschaftliche Papers. Dann wurde eine Stelle an der Universität Zürich frei. Ich bewarb mich kurzerhand, um mich ganz der Forschung zu widmen. Vieles im Leben ergibt sich einfach so, und ich bin froh, dass ich auch die Berufspraxis erlebt habe.

Was ist Ihnen in Ihrem Beruf als Professor besonders wichtig?

Mir ist wichtig, dass ich mit der Zeit gehe und regelmässig neue Inhalte in meine Vorlesungen aufnehme. So muss auch ich selbst immer wieder Neues lernen, um es dann meinen Studierenden vermitteln zu können. Nächstes Jahr möchten wir beispielsweise eine Einführungsvorlesung in Machine Learning für Finance anbieten. Kenntnisse in solchen Themen sind auch auf dem Arbeitsmarkt immer mehr gefragt.

Was machen Sie, um nach einem hektischen Tag an der Uni abzuschalten?

Ich bin ein sehr naturverbundener Typ und treibe am liebsten Sport. In meiner Freizeit klettere ich gerne oder gehe biken. Früher habe ich noch waghalsigere Kletterrouten bestritten, wie die Eigernordwand und die Nordwand des Matterhorns, aber mit einer Familie sinkt die persönliche Risikobereitschaft. Das Risikomanagement von den Finanzmärkten hat quasi auch bei mir privat Überhand gewonnen (lacht). Heute klettere ich deshalb hauptsächlich zum Ausgleich. ●

Gabriela Dettwiler



Markus Leippold ist seit 2009 Professor für Financial Engineering an der Universität Zürich und Direktor des Weiterbildungsstudiengangs «Master of Advanced Studies in Finance». Zu seinen Forschungsschwerpunkten gehören Asset Pricing, Financial Economics und Machine Learning. Vor seiner Anstellung an der UZH hat er mehrjährige Berufserfahrung in der Bankenbranche und der Unternehmensberatung gesammelt.

zum Alten Löwen, Universitätstrasse 111, 8006 Zürich
www.altenloewen.ch



Er lebt und liebt die Ökonomie

Von der Internetblase über die Finanzkrise bis zur aktuellen, historisch ultralockeren Geldpolitik: **Chefökonom und Alumnus Daniel Kalt** hat in 20 Jahren UBS einige Wirtschaftszyklen durchlebt. Im Porträt erklärt er, wieso unterschiedliche Meinungen gerade in seinem Job befruchtend sind. Priska Feichter

Lampenfieber? Ja, das kennt er. Daniel Kalt kann sich gut an das Gefühl vor seinem ersten Fernsehauftritt erinnern. Das ist aber Jahre her. Heute hört und liest man seine Einschätzungen zur Wirtschaftslage regelmässig in TV und Zeitung oder hört ihn entspannt vor 300 Kunden sprechen: Pro Jahr absolviert der Chefökonom und Chief Investment Officer der UBS Schweiz zwischen 180 und 200 Auftritte. Dieser Austausch ist ihm sehr wichtig. Denn als Ökonom beschäftigt er sich wenig überraschend viel mit Zahlen, analysiert Indikatoren wie den Konsumentenpreisindex, die Inflation, das Börsengeschehen. Aber: «Neben der Analyse von nackten Zahlen ist es genauso wichtig, vor Ort mit Kunden und Unternehmen zu sprechen», erklärt Kalt. So kann er den Puls der Wirtschaft fühlen sowie Zahlen und Praxis zu einem Gesamtbild zusammenfügen.

Nach dem VWL-Studium zur UBS

Das ist es, was ihn immer an einer Wirtschaftsausbildung gereizt hat: das «Big Picture». Der energiegeladene Ökonom, der in seiner Freizeit gerne in den Bergen ist und im Winter leidenschaftlich Ski fährt, will Zusammenhänge verstehen. Deshalb war für ihn auch rasch klar, dass er im Wirtschaftsstudium an der UZH einen Schwerpunkt in der Volkswirtschaftslehre setzen wollte. Über ein Praktikum hat er schliesslich seinen Weg ins Research der UBS gefunden und parallel dazu noch eine Dissertation geschrieben. Eine akademische Karriere war jedoch nie sein Ziel, und so hat er nach dem Doktorat das Angebot, im

Research-Bereich der UBS zu starten, ohne zu zögern angenommen. Das war im Jahr 1997 und damit eine spannende Phase: Bankverein und SBC fusionierten zur heutigen UBS, und der Schweizer Immobilienmarkt hatte gerade eine schwere Krise hinter sich. So kam es, dass Kalt in einer nächsten Station seiner Karriere im Kreditportfoliomanagement der Bank neue Ratingtools und risikoadjustierte Preissetzungssysteme – damals noch keine Selbstverständlichkeit – mitentwickelte.

Nach diesem Abstecher an die Front zog es ihn jedoch wieder ins Research, seiner Leidenschaft, der er bis heute treu geblieben ist. Er wechselte ins Team von Klaus Wellershoff, dem damaligen Chefökonom, wo er die Analyse des Schweizer Marktes übernahm. Heute leitet er das elfköpfige Team selbst. Neben seiner Rolle als Chefökonom ist er Teil des Chief Investment Office, das die Anlagestrategie für die rund 2200 Milliarden Franken der im Vermögensverwaltungsgeschäft betreuten Anlagen der UBS definiert. 200 Analysten, Ökonomen und weitere über den Globus verteilte Experten gehören diesem Office an. Auch hier ist der Austausch untereinander sehr wichtig: Die Research-Verantwortlichen aller Regionen halten sich regelmässig gegenseitig auf dem Laufenden, teilen Einschätzungen, diskutieren wirtschaftliche und geopolitische Entwicklungen. Dabei treffen durchaus auch unterschiedliche Meinungen aufeinander: «Während zum Beispiel die Europäer momentan die politische Situation in den USA für einen grossen Unsicherheitsfaktor halten, fürchten Amerikaner und Asiaten um den Zusammenhalt in Europa. Jeder sieht das Problem eher in der anderen Weltregion», schmunzelt Kalt. «Genau deshalb ist es so zentral, dass man sich gegenseitig immer wieder herausfordert und Argumente austauscht – um die eigene Wahrnehmung in einen globalen Kontext zu setzen und letztlich das Bestmögliche für unsere Kunden zu entscheiden.»

Prognosen können nicht immer richtig sein

Es ist eine grosse Verantwortung, die Kalt und seine Kollegen im Anlagekomitee tragen, schliesslich sind es grösstenteils Spar- und Vorsorgegelder, die bei der Bank verwaltet werden. Gleichzeitig sind Prognosen per se immer mit Unsicherheit behaftet, und es ist kaum möglich, die Wirtschaftsentwicklung jederzeit richtig vorherzusagen. Wie geht er damit um? «Wenn man diesen Job macht, muss man sich bewusst sein, dass man nicht immer richtigliegen kann», ist der 48-Jährige überzeugt. «Wer die Entwicklungen langfristig sechs bis sieben von zehn Mal richtig prognostiziert, der ist gut.» Als Beispiel nennt er den Euro: Bereits Ende 2016 hatten er und sein Team damit gerechnet, dass der Euro wieder stärker wird. Effektiv passiert ist es erst im Sommer 2017. «Die Argumente waren richtig, aber beim Timing waren wir zu früh. Dazu muss man stehen können.» Für die nächsten sechs bis zwölf Monate wird er neben geopolitischen Risiken vor allem den Ausstieg der Zentralbanken aus der lockeren Geldpolitik kritisch beobachten. Die US-amerikanische Fed hat bereits damit begonnen, die Zinsen anzuheben, die EZB wird versuchen, ihr Anleihenkaufprogramm zur Stützung der Märkte zu reduzieren. Das hat neben innenpolitischen Themen wie der Beziehung der Schweiz zur EU oder der Unternehmenssteuerreform auch einen grossen Einfluss auf die hiesige Wirtschaft. Das Heikle daran ist, dass es keine Erfahrungswerte gibt, wie die Wirtschaft auf den Entzug reagieren wird. «Wir werden erst sehen, wie es dem Patient Weltwirtschaft zehn Jahre nach der Finanzkrise wirklich geht, wenn man ihm die Krücken wegnimmt», so Kalt.

Im Gespräch wird deutlich, dass der Ökonom in seiner Arbeit aufgeht. Nach einem Arbeitstag voller Analysen, Berichte, Gespräche und Präsentationen greift er abends dann doch lieber zum Krimi statt zu weiterer Fachliteratur. «Oder ich helfe meinen Kindern noch bei Mathe- oder Deutsch-Hausaufgaben – wie das halt so ist», schmunzelt der zweifache Vater. ●

Daniel Kalt ist seit sieben Jahren Chefökonom und Regional Chief Investment Officer Schweiz bei der UBS. In dieser Funktion ist er verantwortlich für sämtliche Research-Produkte der UBS Switzerland AG. Kalt hat sein Wirtschaftsstudium an der UZH 1996 abgeschlossen und danach ein Doktorat an der Universität Bern absolviert. Seit 1997 ist er in unterschiedlichen Positionen bei der UBS tätig.



«Neben der Analyse von nackten Zahlen ist es genauso wichtig, vor Ort mit Kunden und Unternehmern zu sprechen.» Daniel Kalt

Drei Twitter-Tipps von Daniel Kalt für wirtschaftlich Interessierte:

Globale Wirtschaftsthemen: Project Syndicate @ProSyn

Spannender Blog und Marktcommentare: Zero Hedge @zerohedge

Meine Einschätzungen: Daniel Kalt @daniel_kalt

Big Data und Die UZH Digital nimmt F



Prof. Abraham Bernstein

ist Direktor des Instituts für Informatik und Mitgründer der Digital Society Initiative. **Michael Böhlen** ist Professor für Informatik und leitet die Database Technology Group. Gemeinsam führen sie das Big-Data-Forschungsprojekt «Privacy Preserving, Peta-scale Stream Analytics for Domain-Experts».



Daten sammeln und speichern war gestern. In Zukunft werden wir Daten erheben, verarbeiten und gleich wieder wegwerfen. Der Grund ist einfach: Die schiere Menge an Daten wird die vorhandenen Speicher- und Verarbeitungskapazitäten übersteigen.

Wie gehen wir mit kontinuierlichen und riesigen Strömen von Daten um, zumal es jetzt schon zu wenig Informatiker gibt, um diese zu analysieren, und wie schützen wir dabei die Privatsphäre des Einzelnen? Es sind diese gesellschaftlichen Kernfragen, denen sich ein Forschungsprojekt am Institut für Informatik widmet. Institutsdirektor Prof. Abraham Bernstein und Prof. Michael Böhlen wollen in den nächsten vier Jahren ein System namens Sihl entwickeln, das auch Nicht-Informatiker bedienen können, um Datenströme zu verarbeiten. «Eine Fachperson aus dem Marketing, dem Gesundheitswesen oder der Finanzbranche soll ihre Daten selbst analysieren können, ohne das Wissen um systeminterne Abläufe, die nur Informatiker verstehen», erklärt Prof. Böhlen. Sihl ist ein hochaktuelles Forschungsprojekt, das zum einen mit Daten des australischen Riesenteleskops ASKAP gefüttert wird: Die 36 Parabolantennen mit je 12 Metern Durchmesser sammeln bis zu 2,5 Gigabyte Rohdaten pro Sekunde, die verarbeitet werden wollen. Ziel ist, dass in diesem konkreten Beispiel die Astrophysiker vor Ort die Datenanalyse

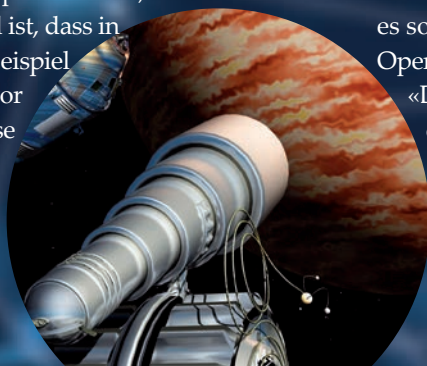
Im Rahmen der Digital Society Initiative werden erforscht. So wird an unserer Fakultät ein neues mengen entwickelt sowie ein Videospiel, das das ökonomischen Umfeld erhöht. Zwei Beispielproj

zukünftig ohne zeitintensive Softwareentwicklung selbst vornehmen können.

Garantierter Datenschutz

Zum anderen erhalten die Forscher drei Millionen anonymisierte Zuschauerdaten eines grossen Web-TV-Providers als Arbeitsgrundlage. Das von Bernstein und Böhlen geplante Sihl-System garantiert, dass keine Rückschlüsse auf die einzelnen Nutzer möglich sind, von denen die Daten stammen. Das ist bei praktisch allen Kunden- und Nutzerdaten, die Unternehmen sammeln, ein zentrales Problem. Die Echtzeit-TV-Statistiken werden so verarbeitet, dass im Endergebnis zwar ersichtlich wird, in welchem Moment die Zuschauer von den Nachrichten wegschalten, um Sport zu schauen; aber das System gibt keine Auskunft über Einzelpersonen. Dies kann es gar nicht, weil die Daten sofort nach dem Sammeln wieder vernichtet werden. Bernstein betont die Dringlichkeit des Forschungsprojekts: «Wenn in unserer datengetriebenen Wirtschaft die Probleme des datenschutzgerechten Umgangs mit Daten nicht gelöst werden, ist es in absehbarer Zeit entweder vorbei mit unserer Privatsphäre, oder wir können aufgrund zu rigider Datenschutzregeln die Daten nicht mehr konstruktiv verwenden. Wir müssen neue Lösungen entwickeln.» Im August 2021 soll es so weit sein: Dann soll Sihl stehen und als Open Source zur Verfügung gestellt werden.

«Das ist der beste Weg, um die Forschung in diesem Bereich vorwärtszutreiben.» ●



Gamification: Society Initiative formen an

an der UZH digitale Lösungen für die Zukunft
System für den Umgang mit grossen Daten-
Bewusstsein für ethische Fragestellungen im
ekte, die Sie kennen sollten. Priska Feichter

Virtueller Erlebnisraum

Trotz Code of Ethics, mehr Regulierung und grösserer Compliance-Abteilungen: Immer wieder werden Fälle von Bestechung, Diskriminierung oder Betrug aufgedeckt. Der Skandal um getürkte Dieselmotoren bei VW ist eines von vielen Beispielen. Wie können Unternehmen ihren Werten Leben einhauchen? Carmen Tanner, Professorin am Institut für Banking und Finance, ist überzeugt, dass man moralische Intelligenz trainieren kann: «Das ist wie beim Klavierspielen – man muss üben.» Deshalb hat sie gemeinsam mit ihrem Team ein wissenschaftlich fundiertes Videospiel entwickelt, das die Spielenden durch alltägliche Berufssituationen führt: Sie müssen unter Zeitdruck Aufgaben lösen und ökonomische Ziele erreichen. Dabei kommen auch Themen wie Überlastung, Bestechung und Erpressung ins Spiel. «Im Alltagsstress übersehen wir ethische Aspekte schnell. Wir verpassen die Warnsignale und reagieren zu spät oder gar nicht», erklärt Tanner. Erste Versionen des Videospiels wurden bereits getestet und haben gezeigt, dass die Teilnehmenden in der Tat oft überrascht über ihre Ergebnisse waren. Denn am Ende des Spiels gibt es ein Feedback, inwiefern Informationen für das Erreichen ökonomischer Ziele als auch Informationen über Verletzungen ethischer Standards genutzt wurden. «Viele können sich nicht erklären, wie sie Hinweise übersehen konnten, und versuchen bei einem weiteren Spiel, den eigenen Score zu verbessern.» Die Form des Videospiels folgt nicht nur dem



Carmen Tanner ist Professorin für Wirtschaftspsychologie am Institut für Banking und Finance an der Universität Zürich und an der Zeppelin Universität in Friedrichshafen. Im Forschungsprojekt «Serious Moral Games» untersucht sie gemeinsam mit ihrem Forschungsteam, wie mit Videospielen moralische Sensitivität gefördert werden kann.

Trend zur Gamification von Inhalten, sondern bietet eine Fülle von Vorteilen für Carmen Tanner und ihr Team. «Ein grosser Vorteil ist, dass wir in der virtuellen Welt auch komplexe Zusammenhänge abbilden können, dadurch näher beim konkreten Alltag sind und Ethik erlebbar machen können. Gleichzeitig bietet das Spiel einen kontrollierbaren Experimentalraum. Da liegt sehr viel Potenzial für wissenschaftliche Forschung.» Die Wirtschaftspsychologin ist bereits mit diversen Unternehmen in Kontakt, um das Spiel dort in der Aus- und Weiterbildung einzusetzen. Dank Vor- und Nacherhebungen soll auch die Effektivität des Videospiels gemessen werden. Die Teilnehmenden wiederum profitieren davon, dass sie Feedback erhalten, wodurch Lernen angeregt und Denkansätze vermittelt werden sollen. «Mithilfe des Videospiels sollen selbstregulatorische Fähigkeiten gefördert werden», sagt Tanner. «Noch mehr Compliance und Regeln werden neue Skandale nicht verhindern – wir müssen auch bei der Eigenverantwortung von Führungskräften und Mitarbeitern ansetzen.» ●



Die UZH Digital Society Initiative wurde 2016 unter Beisein von Bundesrat Johann Schneider-Ammann offiziell lanciert. Die DSI fördert die kritische, interdisziplinäre Reflexion und Innovation bezüglich aller Aspekte der Digitalisierung von Wissenschaft und Gesellschaft.

UPDATE

NEUE BERUFUNGEN – WILLKOMMEN AN DER FAKULTÄT!

- 1 Nir Jaimovich, wurde auf den 1. Juli 2017 zum ordentlichen Professor für Economics ernannt. Zuvor lehrte und forschte er an der Duke University in North Carolina sowie an der Marshall School of Business der University of Southern California (USA).
- 2 Marek G. Pycia wurde auf den 1. Juli 2017 zum ordentlichen Professor für Organisationsökonomik ernannt. Nachdem er verschiedene Studien am Massachusetts Institute of Technology (MIT) mit einem PhD abgeschlossen hatte, war er zuletzt Professor für Economics an der University of California (USA).
- 3 Alberto Bacchelli erhielt auf den 1. August 2017 eine SNF-Förderungsprofessur am Institut für Informatik. Zuvor war er Assistenzprofessor in Computer Science an der Delft University of Technology (NL).
- 4 Stefan Zeisberger wurde auf den 1. September 2017 zum ausserordentlichen Professor ad personam für Fintech – Experimental Finance (20%-Pensum) ernannt. Daneben hat er seit 2016 den Lehrstuhl für Finance an der Radboud University (NL) inne.
- 5 Ulf Zöllitz wurde auf den 1. Oktober 2017 zum Assistenzprofessor für Ökonomik der Kinder- und Jugendentwicklung ernannt. Zuletzt war er als Post-Doctoral Researcher am Behavior and Inequality Research Institute in Bonn tätig.

EMERITIERUNGEN

Per Ende Juni 2017 verabschiedeten sich zwei langjährige Professoren, die in den letzten über 20 Jahren nicht nur Forschung und Lehre wesentlich mitprägten, sondern auch massgeblich an der Weiterentwicklung der Fakultät beteiligt waren:
Hans Peter Wehrli



war seit 1993 ordentlicher Professor für Betriebswirtschaftslehre und Inhaber des Lehrstuhls für Marketing. Von 2002 bis 2008 war er zudem Dekan der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät.

Martin Glinz war ebenfalls seit 1993 ordentlicher Professor an der Fakultät und leitete die Requirements Engineering Research Group am Institut für Informatik. Von 2007



bis 2016 hatte er darüber hinaus das Amt des Direktors des Instituts für Informatik inne.

Im Namen der Fakultät

ein herzliches Dankeschön für das langjährige und aussergewöhnliche Engagement!

UZH UNTER DEN TOP 100 WELTWEIT

Im aktuellen «Academic Ranking of World Universities» (vormals Shanghai-Ranking) erreicht die Universität Zürich erneut den zweitbesten Rang innerhalb der Schweiz, hinter der ETH Zürich und vor der Universität Genf, der ETH Lausanne und der Universität Basel. Mit Platz 58 gehört die UZH weltweit zu den Top 100 und in Kontinentaleuropa zu den Top 10.

FORSCHUNGSSTÄRKSTE VWL-INSTITUTION

Alle zwei Jahre publiziert das Handelsblatt eine Liste der forschungsstärksten Volkswirtschaftler sowie der forschungsstärksten VWL-Institutionen im deutschsprachigen Raum. Die Universität Zürich führt die aktuelle Rangliste mit Abstand an, vor der Universität Mannheim und der ETH. Unter den Top 100 der Ökonomen sind allein 10 vom Institut für Volkswirtschaftslehre der UZH.

EINFLUSSREICHSTER ÖKONOM

Zum vierten Mal in Folge steht Prof. Ernst Fehr vom Institut für Volkswirtschaftslehre an der Spitze der einflussreichsten Öko-



1



2



3



4



5



nomen in der Schweiz und in Österreich. In Deutschland belegt er Platz zwei. 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.

2,8 MILLIONEN EURO FÖRDERGELDER

Der Europäische Forschungsrat vergibt insgesamt 2,8 Millionen Euro Förder-

gelder an Prof. Dina Pomeranz und Prof. Florian Scheuer vom Institut für Volkswirtschaftslehre. Mit den hoch dotierten ERC Starting Grants wird Dina Pomeranz in Partnerschaft mit den Steuerbehörden in Chile und Ecuador verschiedene Strategien der Steuerhinterziehung und Vermeidung untersuchen, während Florian Scheuer neue Modelle entwickeln will, um die Ursachen von Einkommens- und Vermögensungleichheiten zu erfassen und die steuerpolitischen Antworten zu optimieren.

DIGITAL SHAPER 2017

Prof. Abraham Bernstein, Direktor des Instituts für Informatik und Mitgründer der



University of
Zurich ^{UZH}



NBS SWITZERLAND

European and Chinese Business Management

- MAS in European and Chinese Business Management (full-time or part-time)
- CAS in Chinese Business Management
- CAS in European Business Management

Next information event:
29 November 2017

For talents with high career potentials and entrepreneurial spirit. Equip yourself with international business skills across key functional areas and cross-cultural competences.

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



UPDATE

Digital Society Initiative der UZH, wurde von Digital Switzerland zu einem der 100 Digital Shapers 2017 gekürt. Mit seinem Engagement gilt er als Vordenker der Digitalisierung in der Schweiz.

BANKING-UND-FINANCE-NACHWUCHS TRIFFT NOBELPREISTRÄGER

Drei Nachwuchsforschende des Instituts für Banking und Finance hatten am jährlich stattfindenden Lindau Nobel Laureates

Meeting die Möglichkeit, ihre Forschung vor Nobelpreisträgern zu präsentieren und in Panels mitzudiskutieren: Chiara Perillo, Vladimir Petrov und Veronika Stolbova waren drei von 350 Teilnehmenden aus 66 Ländern.



AGENDA

OEC ALUMNI UZH

11. Januar 2018
19.00 Uhr
Traditioneller Neujahrsapéro
Restaurant UniTurm,
Universität Zürich

20. Juli 2018
20.30 Uhr
Sommerparty
Seebad Enge, Zürich

Weitere Fachevents werden im Newsletter veröffentlicht.
www.oecalumni.ch

Institut für Banking und Finance

17.-19. Januar 2018,
ab 9.30 Uhr
Got Green? Finance Between Stability and Sustainability
Second FINEXUS Conference on Financial Networks and Sustainability
Aula, Universität Zürich

www.finexus.uzh.ch/finexus18

23. Januar 2018,
18.00–19.00 Uhr
Informationsabend Finance Weiterbildung
Au Premier, Zürich HB
www.finance-weiterbildung.uzh.ch

Institut für Volkswirtschaftslehre

6. November 2017,
18.30 Uhr
Department Lecture: Philipp Hildebrand
Öffentlicher Gastvortrag des ehemaligen Nationalbankchefs
Universität Zürich,
Schönberggasse 1, Raum SOF-G-21
www.econ.uzh.ch

Institut für Informatik

9. November 2017
18.00 Uhr

Informationsabend: CAS in modernen Methoden der Informatik

Schwerpunkt Big Data und Machine Learning
Binzmühlestrasse 14,
8050 Zürich, Raum BIN 1.D.29
www.ifi.uzh.ch/cas

2. Dezember 2017
9.00–17.15 Uhr

Kostenlose Computer-Workshops von Devovx4Kids am Institut für Informatik
Für Kinder im Alter von 11–15
Binzmühlestrasse 14
8050 Zürich
<http://bit.ly/d4k-zh.html>

EMBA UZH

18. November 2017
9.00 Uhr
EMBA Alumni: Trilogie Digitalisierung
Hotel Uto Kulm Uetliberg

15. Dezember 2017
18.30 Uhr

EMBA Alumni: Netzpunkt: Endjahrestreffen
Zürich HB

Informationsveranstaltung EMBA UZH
28.11.2017
18.30 Uhr

07.02.2018
18.30 Uhr

11.04.2018
18.30 Uhr
Restaurant uniTurm,
Zürich
www.emba.uzh.ch

UBS International Center of Economics in Society

13. November 2017
9.30–19.30 Uhr
UBS Center Forum for Economic Dialogue «How to Deal with the Globalization Backlash?»

Kaufleuten Zürich
www.ubscenter.uzh.ch

24. Januar 2018
18.30 Uhr
Public Lecture: Dan Ariely
Aula, Universität Zürich
www.ubscenter.uzh.ch



Universität
Zürich^{UZH}

executive | MBA

Infoanlässe in Zürich:
28. November 2017
7. Februar 2018
11. April 2018
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

Zauberhafte Schoggiwelt

BALDINGER & BALDINGER



Lassen Sie sich von der festlichen Stimmung und den süssen Geschenkkideen verzaubern. Original FrischSchoggi und feinste Schokoladenspezialitäten warten darauf, Freude zu bereiten. Exklusiv in allen Läderach Chocolaterien oder online

laederach.ch

Läderach
chocolatier suisse