

## Gratulation!

Der Internet Business Cluster (IBC) e.V. wurde am 3. Dezember 2014 in Berlin mit dem „HR Excellence Award“ ausgezeichnet. Den Award, der jährlich von dem Fachmagazin „Human Resources Manager“ vergeben wird, haben die IBC-Unternehmen für die „24h Digital Challenge“, die im November 2013 in München stattfand, erhalten. Bei dem Event ging es für die Studierenden darum, innerhalb von 24 Stunden ein Second-Screen-Konzept und Geschäftsmodell für unterschiedliche Themenbereiche wie Health, Fashion & Lifestyle oder Travel zu entwerfen. Die Ergebnisse wurden anschließend vor einem Gremium aus Top-Managern der vier am IBC beteiligten Unternehmen präsentiert. Das Gewinnerteam erhielt ein sechsmonatiges Mentoring-Programm mit einem Top-Manager der Unternehmen.

Mit Initiativen wie dem Event „24h Digital Challenge“ verfolgt das IBC das Ziel, eine Verbindung von Wissenschaft, Wirtschaft und Praxis herzustellen, um akademische

Talente zu fördern und sie mit den Herausforderungen und Chancen der Digitalwirtschaft in Kontakt zu bringen. Die Fakultät für Betriebswirtschaft der Ludwig-Maximilians-Universität München wird im IBC e.V. durch das Institut für Wirtschaftsinformatik und Neue Medien (WIM) sowie das Institut für Electronic Commerce und Digitale Märkte (ECM) vertreten. ///



*Die glücklichen Siegerinnen:  
Ute Maria Zankl (SapientNitro), Ivana Hilgers (ProSiebenSat.1), Michaela Schwarz (SapientNitro), Christiane Köhler (Hubert Burda Media) (v.l.n.r.)*

# Eine Reise durch die Welt von Hubert Burda Media

**25** ausgewählte Studierende der Ludwig-Maximilians-Universität, der Technischen Universität München sowie der Universität Regensburg hatten am 19. November 2014 im Rahmen der Kooperation mit dem Internet Business Cluster (IBC) e.V. die Möglichkeit, das Unternehmen Hubert Burda Media einmal näher kennenzulernen.

Nach einer kurzen Einführung von Dr. Mathias Wahrenberger (Leitung der Unter-



nehmensentwicklung von Burda Digital) ging es auch schon los mit der Reise durch die Welt von Burda.

Zum Auftakt erwartete die Studierenden ein Besuch bei Cliqz. Das zu Burda gehörende Unternehmen hat eine Firefox-Erweiterung entwickelt, bei der der Nutzer schnell und einfach zum auf ihn personalisierten Suchergebnis kommt. Dr. Marc Al-Hames, Geschäftsführer von Cliqz, gab den Studie-



renden spannende Einblicke in das Suchverhalten der Internetnutzer sowie in den Alltag im bunten Start-up-Büro des internationalen Cliqz-Teams.

Anschließend ging die Reise für die Studierenden weiter zu einer altbekannten Burda-Marke, dem Playboy. Doch dass der Playboy heute viel mehr ist, als das in Deutschland seit 1972 aufgelegte und den meisten wohlbekannte Print-Magazin, zeigte die Vorstellung des Playboy-Portfolios durch Vernon von Klitzing. So findet sich die Lifestyle-Marke Playboy heutzutage in vielen Bereichen wieder. Diese reichen von Webangeboten über E-Commerce bis hin zur Limited Edition des Mini – natürlich in Playboy-Design.

Als Höhepunkt des Abends gab es dann anschließend noch ein Meet&Greet mit Stefan Winners, Vorstand Digital von Hubert Burda Media. Die Studierenden hatten die einzigartige Möglichkeit, hautnah Einblicke in die Strategie des Familienunternehmens sowie in den Werdegang von Stefan Winners zu bekommen. Gerne teilte er seine persönlichen Karrieretipps mit den Studierenden.

Beim abschließenden Ausklang des Abends bei Pizza und Bier konnten in Gesprächen nochmal Kontakte geknüpft werden und die Studierenden nutzten die Möglichkeit und informierten sich, wie sie Teil der Burda Welt werden können. ///

*Anna Horlacher & Lena Hoeck*



## Über das Internet Business Cluster (IBC):

Das Internet Business Cluster (IBC e.V.) ist eine Kooperation zwischen Wissenschaft und Praxis mit dem Ziel, Wissenschaft, Wirtschaft und Öffentlichkeit am Standort zum Thema Medien- und Internetwirtschaft zu verbinden und junge Talente zu fördern.

Durch praxisrelevante Forschungsprojekte im Bereich digitaler Geschäftsmodelle, die Entwicklung von Nachwuchskräften und gezielte Standortförderung soll die Medien- und Internetwirtschaft am Standort nachhaltig gestärkt werden.

Die Ludwig-Maximilians-Universität München wird im IBC e.V. durch das Institut für Wirtschaftsinformatik und Neue Medien (WIM) sowie das Institut für Electronic Commerce und Digitale Märkte (ECM) vertreten.

Nähere Informationen auch unter [www.ibc-muenchen.com](http://www.ibc-muenchen.com)