

Europolitan

12/2014

The ESB Reutlingen Alumni Quarterly

ESB
REUTLINGEN ALUMNI



Schwerpunkt

Moving to Canada

Alumni-Wochenende

30 Years after und mehr

Neues aus dem Verein

Neuer Vorstand gewählt

Inhalt

- 03** *Editorial*
- Schwerpunkt**
- 04** *Interview mit Tom Schmitt, Hüter der „Canadian Springs“*
- 07** *Masters of the Freezing Cold – Insights in the Canadian Aviation Industry*
- 10** *Kanada – ein Traumland: Gespräch mit Petra Hegen*
- 14** *Moving to Canada*
- 16** *Ein Semester in Kanada*
- 18** *Lust auf Kanada!*
- 20** *Was es sonst noch alles über Kanada zu wissen gibt ...*
- Alumni**
- 22** *Mot du Président*
- 23** *ESB Reutlingen Alumni e. V. – Bericht von der Mitgliederversammlung 2014*
- 24** *Alumni-Wochenende 2014 – 30 Years after und mehr ...*
- 26** *Die ESB: Ein außergewöhnliches Institut*
- 27** *ESB 1994 – 20 Year Reunion ... kaum gealtert und immer noch nicht weise?!*
- 28** *15 ist nur eine Zahl ... Der 1999er Jahrgang trifft sich wieder!*
- 30** *ESB-Stammtische*
- 33** *Die StuVe 2014-15 stellt sich vor*
- 34** *StuCo 2014/15*
- 35** *New York is Calling! – 24 ESB-Studierende werden zu UN-Diplomaten auf Zeit*
- 37** *Alumni Coaching 2014*
- ESB**
- 38** *Bericht vom Vorstand der ESB Business School*
- 39** *Berufsbegleitende Promotion*
- 42** *Danone: Genuss und Vielfalt für Jung und Alt*

Impressum

Europolitan

ESB Reutlingen Alumni e. V.
Alteburgstraße 150
72762 Reutlingen
Tel. (07121) 2 71-30 12
Fax (07121) 2 71-90 30 12
europolitan@esb-alumni.net
www.esb-alumni.net

Redaktion

Natalia Sevastianova (V.i.S.d.P.)
Katja Breitingер
Georg Breydy
Nicholas Kammer
Miriam Müller
Daniel Nothelfer
Matthias Seeliger

Satz und Layout

Tatjana Mönninghoff

Lektorat

Brigitte Mohn

Druck und Versand

Alpha-TeamDruck GmbH
Haager Straße 9
81671 München
Tel. (089) 4 90 86-0
Fax (089) 4 90 86-2 99
info@teamdruck-muc.de

Erscheinungsdatum

März, Juni, September,
Dezember

Auflage

4.200 Exemplare. Der Bezugspreis ist im Mitgliedsbeitrag enthalten.

Beiträge und Leserbriefe

Bitte sendet Beiträge, Fragen, Wünsche und Anregungen an:
Natalia Sevastianova
europolitan@esb-alumni.net

Werbung im Europolitan

In jeder Ausgabe stehen vier Seiten für Anzeigen zur Verfügung. Preisbeispiele für den Innenteil: ganze Seite: 1.000 Euro, halbe Seite: 600 Euro. Vereinsmitgliedern gewähren wir 10% Rabatt. Weitere Infos auf Anfrage per E-Mail an europolitan@esb-alumni.net

Matthias Seeliger sprach mit Alumnus und Weltbürger Tom Schmitt (IPBS 1989), Firmenchef der AquaTerra Corp., über seine Erinnerungen an Reutlingen, höfliche Kanadier und sein Unternehmen, das weit mehr als nur Wasser ist.

Interview mit Tom Schmitt, Hüter der „Canadian Springs“

Von Matthias Seeliger (MBA Bundeswehr 2013)

Tom, Du hast 1986 bis 1989 den deutsch-englischen Studiengang absolviert. Welche Erinnerungen hast Du an Deine Zeit in Reutlingen?

Es war für meine persönliche Entwicklung eine sehr prägende, wenn nicht sogar die prägendste Zeit, nicht nur wegen der Menschen, die ich dort kennengelernt habe. Erst letztens habe ich mich mit Bärbel Reuter, einer Kommilitonin, die ich seit 25 Jahren nicht mehr gesehen habe, in München getroffen. Insbesondere die Internationalität des Studiums hat mich begeistert. Es war das ESB in Reutlingen, das mich zum Weltbürger gemacht hat. Wenn ich mich an meine alten Professoren erinnere, bin ich immer noch beeindruckt, mit welcher Leidenschaft die bei der Sache waren. Mit Professor Hans Tümmers zum Beispiel bin ich heute noch in Kontakt.

Du bist erst über Umwege an die ESB gekommen. Was war Deine Motivation?

Wenn man, so wie ich, Mitte der Achtziger Jahre im konservativen Baden-Württemberg Abitur mit 1,0 machte, studierte man normalerweise Medizin. Das reizte mich aber überhaupt nicht: Eigentlich wollte ich Lehrer oder Professor werden. So studierte ich zwei Semester in Heidelberg Anglistik und Germanistik. Ein Professor begrüßte uns damals mit den Worten: „Genießen Sie Ihr Studium, weil hinterher sind Sie eh arbeitslos!“ Schnell merkte ich, dass der Uni-Alltag nichts für mich war. Durch einen Zufall fiel mir ein Werbeprospekt der ESB in die Hände. Diese Art von internationalem Studienprogramm war damals visionär und einzigartig und begeisterte mich sofort. Für ein normales BWL-Studium hatte ich mich weniger interessiert.

Du bist seit 2013 Chef von AquaTerra, einem Wasserproduzenten. Wie kam es dazu?

Nach meinem letzten Job in Kanada wollte ich hier nicht mehr weg. Ich hatte bereits Erfahrungen und

Kontakte im Bereich Private Equity, die mich auf diese Firma aufmerksam machten. AquaTerra gibt es seit 1882, was für kanadische Verhältnisse unglaublich alt ist. Im Vergleich zu meinen vorherigen Stationen, FedEx zum Beispiel, ist es eine kleine Firma, trotz der 600 Mitarbeiter, die wir haben. Dennoch hat es seinen besonderen Reiz, Chef des Ganzen zu sein. Ich sitze lieber am Kopfende eines Tisches als am Rand. Darüber hinaus gehört mir ein Teil der Firma, was mein Engagement natürlich noch spannender macht. Ursprünglich produzierte die Firma nur Trinkwasser, heute ist sie ein umfassender Büro-Dienstleister: Wir beliefern Firmen mit allem, was die Mitarbeiter zum Leben benötigen – Wasser, Kaffee, Snacks. Unser Motto ist: „Ihr kümmert Euch um Euer Geschäft, wir kümmern uns um Eure Ernährung.“

Du warst die meiste Zeit Deiner Karriere in der Logistikbranche. War der Wechsel von Paketen zu Lebensmitteln nicht ein Sprung ins kalte Wasser?

Nicht unbedingt: In beiden Branchen ist der Service unglaublich wichtig. Häufig ist es die Freundlichkeit des Fahrers, die entscheidet, dass sich die Sekretärin für oder gegen einen Paketdienst entscheidet. In meiner neuen Branche ist es ganz ähnlich. Bei einer Kundenbefragung kam heraus, dass AquaTerras größtes Asset unsere Fahrer sind, die die Büros beliefern.

Was war für Dich die Motivation, diesen Job zu machen? Könntest Du Dir noch einmal einen Wechsel vorstellen?

Bei allen Jobs, die ich in meinem Leben übernommen hatte, war es immer mein Ziel, die Leute und das Unternehmen besser zu machen. Das ist oft ein Marathon und kein Sprint. Ich gehe nie irgendwo hin mit der Absicht, nur zwei Jahre zu bleiben. Erst wenn ich das Gefühl habe, etwas bewegt zu haben und jemanden gefunden zu haben, der meine Werte teilt und der meinen Job genauso gut oder besser weitermacht, kann ich mit dem Gedanken spielen, mir eine andere



Tom Schmitt (IPBS 1989)

Since 2013 Tom is President, CEO and Director of AquaTerra Corporation, Toronto, Canada. Prior to AquaTerra, Tom led Purolator—Canada's leading parcel and freight transportation company and one of its most recognized brands. Before moving to the Great White North, Tom made his name during an exceptional 12 years at FedEx in Memphis where he served as president and CEO of FedEx Supply Chain, one of FedEx's operating companies. He also headed up FedEx Solutions, providing sales and operations support globally. Yet his service in Memphis did not end there. During this period, Tom was also deeply involved with the community, sitting on the boards of the Greater Memphis Chamber, Ballet Memphis and Shelby Farms Park. Currently, Tom is a Director on the Board of Zooplus AG, the leading e-commerce-based provider of pet foods and supplies in Europe. In addition, Tom serves on the Board of Directors of Dicom Transportation Group in Montreal, Quebec. His resume also includes a five-year stint as a Director of the Board of Univar, Inc. In 2007, Tom co-authored 'Simple Solutions', a leadership book published by Wiley and Company and sold worldwide.

Tom holds an MBA as a Baker Scholar from Harvard Business School; as well as a Bachelor of Arts in European Business Administration, First Class Honours, from Middlesex University and Reutlingen University.

Herausforderung zu suchen. Das wird bei meinem jetzigen Job nicht anders sein. Wenn das mein letzter Job vor der Rente sein sollte, hätte ich auch kein Problem damit, denn das würde bedeuten, dass es für mich hier nicht langweilig wird.

Und was hast Du bisher bei AquaTerra verändert?

Bisher waren wir ausschließlich auf den kanadischen Markt ausgerichtet. Wir beginnen nun, den Wasser-Export als weiteres Standbein aufzubauen. Die Voraussetzungen dafür sind nicht schlecht: Wir sind eine Firma mit einer langen Tradition, besitzen unsere eigenen natürlichen Quellen. Zusätzlich hat Kanada ein extrem gutes Image in puncto Natur, Frische und Gesundheit. Unsere bekannteste Marke „Canadian Springs“ trägt sogar den Namen des Landes. Unsere Idee ist, dass wenn man in Kanada Wasser aus Italien oder Frankreich kaufen kann, dann muss es auch möglich sein, unsere Produkte außerhalb von Amerika zu verkaufen. Unsere primären Zielmärkte sind Länder, wo vermögende Verbraucher nicht genügend Vertrauen in die heimische Wasserversorgung haben – wie zum Beispiel China.

Wie lebt es sich eigentlich in Kanada?

Kanada finde ich toll, nicht nur weil es ein sehr höfliches Land ist – die Leute entschuldigen sich, wenn sie angerempelt werden. Es kombiniert aus meiner Sicht, einem Deutschen mit US-Pass, die Vorzüge der USA und Europas. Einerseits findet man hier sehr

amerikanische Züge wie Pragmatismus und Informalität, gleichzeitig ist es aber ausgeglichener und weniger „crazy“ als die Staaten, sozusagen „America light“. Das spiegelt sich auch in der Mentalität im Job wider. Ich habe den Eindruck, dass hier mehr Wert auf Work-Life-Balance gelegt wird. Auch gibt es einen National Health Service nach europäischem Vorbild. Kanada ist ein sehr heterogenes Land. Vor allem Toronto: Über die Hälfte der Bewohner der Stadt ist nicht in Kanada geboren. Während der WM war immer irgendwo ein Autokorso einer Community und es gab für jede der 32 Nationen eine offizielle „Viewing Party“. Kurzum: Ich will hier nicht mehr weg ... und das nicht nur, weil meine Partnerin Kanadierin ist.

Kanada ist offiziell ein zweisprachiges Land.

Welche Auswirkungen hat das im Firmenalltag?

Wir haben natürlich auch Kunden und Mitarbeiter in Québec, wo die Firma sogar ursprünglich gegründet wurde, und da muss man respektieren, dass dort eben offiziell Französisch gesprochen wird und nicht jeder Englisch kann. Da mein Französisch nicht gerade verhandlungssicher ist, kann es schon mal sein, dass, wenn ich dort mit einem Fahrer spreche, mir ein Mitarbeiter übersetzen helfen muss. Darüber hinaus muss jedes offizielle Dokument und jede offizielle Firmen-E-Mail übersetzt werden. So schreibe ich zum Beispiel jeden Freitag eine Informationsmail an alle Mitarbeiter. Diese muss natürlich zur Übersetzung. Sicherlich verursacht diese Zweisprachigkeit zusätz-



Tom mit seiner kanadischen Partnerin Anita während der WM.
„Trotz 25 Jahren Nordamerika werde ich alle zwei Jahre (EM und WM) für ein paar Wochen extrem deutsch!“

liche Kosten, aber das ist eben der Preis der kulturellen Vielfalt, den man in Kanada zu zahlen bereit ist.

Wie schätzt Du derzeit den Arbeitsmarkt in Kanada ein?

Beim ersten Blick in die Statistik sieht es rosig aus, aber es lohnt sich, einen zweiten Blick darauf zu werfen. Es gibt hier Regionen und Branchen, die besser oder schlechter laufen. Insbesondere die Bereiche Öl, Gold und Gas boomen. Auch dem Finanzsektor geht es gut, welcher hier extrem sauber geführt wird und auch recht problemlos durch die Finanzkrise kam.

Was würdest Du einem jungen ESB-Studenten gerne auf den Weg mitgeben?

Man sollte nicht alles rational im Leben entscheiden. Wenn man noch jung ist und keine großen Verpflichtungen hat, ist es noch leichter, seinem Herzen zu folgen. Wie bereits gesagt, wenn ich nach meinem Abitur rational entschieden hätte, hätte ich Medizin studieren müssen, was mich aber nicht begeisterte. Viele meiner wichtigen Entscheidungen im Leben waren eine gute Kombination von Kopf und Herz. Ich habe auch festgestellt, dass es mich mehr erfüllt, wenn ich Ehrgeiz und Ambitionen nicht für mich persönlich, sondern für andere, für mein Team entwickle. Während meiner Beraterzeit habe ich für mich festgestellt, dass der falsche Ehrgeiz, nämlich der egoistische, nicht erfüllend ist. Ich wurde danach sehr durch FedEx geprägt und habe mir deren Unter-

nehmensphilosophie „People, Service, Profit“ zu eigen gemacht: Bei allen betrieblichen Entscheidungen steht zuallererst der Mensch, der Mitarbeiter im Fokus. Nur wenn dieser zufrieden ist, kann er guten Service an die Kunden liefern. Aber auch persönlich hilft mir dieser Leitsatz. Schau nicht zuerst auf finanzielle Aspekte, sondern auf persönliche Aspekte. Wachse ich mit dieser Aufgabe? Würde mich diese Sache stolz machen? Dann passieren auch gute Dinge inklusiver finanzieller Erfolge selbstständig. Es darf nicht andersherum sein, dass der Profit alles diktiert. Ich versuche auch im privaten Leben, mich nach diesen Prioritäten zu richten.