

# **STUDIERENDEN-ENDBERICHT 2012/2013**

**Gastuniversität: Rouen Business School**

**Aufenthaltsdauer: von 04.09.2012**

**bis 10.06.2013**

**Studienrichtung: Wirtschaftswissenschaften**

**BITTE GLIEDERN SIE DEN BERICHT IN FOLGENDE PUNKTE:**

## **1. Stadt, Land und Leute**

Rouen ist die Hauptstadt der Haute-Normandie mit etwa 120.000 Einwohnern. Geteilt wird die Stadt durch die Seine in „rive gauche“ und „rive droite“, wobei sich die meisten Sehenswürdigkeiten auf der rechten Seite des Flusses befinden. Paris ist in etwas mehr als einer Stunde mit dem Zug erreichbar. Andere Städte Nordfrankreichs wie zum Beispiel Le Havre, Dieppe, Honfleur, Etretat, Deauville oder Fécamp sind ebenfalls leicht von Rouen aus mit dem Zug zu erreichen. Die Altstadt ist durch alte, windschiefe Fachwerkhäuser gekennzeichnet. Moderne oder renovierte Gebäude findet man eher selten, was Rouen aber seinen französischen Charme verleiht. Viele kleine Cafés und Bistros laden zum gemütlichen Zusammensein mit Freunden ein. Dank genügender Heizstrahler kann man auch im Winter draußen sitzen, was die Stadt sehr lebendig wirkend lässt. Generell ist Rouen eine sehr „junge“ Stadt, da es mehrere Universitäten gibt und so die Anzahl der Studenten sehr hoch ist.

Ein neues, großes Shoppingzentrum, viele kleine Restaurants, Theater und Museen sorgen für kulinarische und kulturelle Abwechslung. Ich hatte außerdem das Glück, zur alle fünf Jahre stattfindenden „Armada“ dabei zu sein, bei welcher sich die größten Segelschiffe der Welt am Quai von Rouen versammeln. Die alljährliche „Fête de la Musique“, bei der viele verschiedene Musiker in den Straßen ganz Frankreichs musizieren, sollte man sich ebenfalls nicht entgehen lassen.

## **2. Soziale Integration**

Grundsätzlich teilen sich die Studierenden an der Rouen Business School in zwei Gruppen: Franzosen und eben die Austauschstudenten. Es liegt also in der eigenen Hand, sich zu trauen und Kontakt mit heimischen Studenten aufzubauen (z.B. indem

man französische Kurse belegt oder bei Partys). Es spricht natürlich nichts dagegen, mit den anderen Austauschstudenten Dinge zu unternehmen. Wer aber gerne auch mit anderen Franzosen regelmäßig etwas unternehmen möchte, muss sich gezwungenermaßen etwas von den internationalen Studierenden abkapseln. Ich habe das glaube ich ganz gut hinbekommen, und sowohl französische als auch internationale Freunde gefunden.

Was das Alltagsleben angeht, ist es sehr von Vorteil Französisch sprechen zu können. Sei es bei der Eröffnung eines Bankkontos oder einfach nur beim Bäcker – Englisch spricht ziemlich sicher keiner. Aber keine Sorge! Nach ein paar Wochen geht sicher schon Vieles wie von selbst.

### 3. **Unterkunft**

Im ersten Semester habe ich in einem Studentenwohnheim direkt neben der Schule (ich nenne die Rouen Business School „Schule“, weil es eine Handelsfachhochschule, und keine öffentliche Universität ist. Franzosen machen hier einen großen Unterschied, und sind sehr stolz auf ihre Business Schools) gewohnt (Panorama Studio). Vor meiner Ankunft wurden die Studentenheime direkt von der Schuladministration nach einer „first come, first serve“ Basis verteilt. Es gibt vier oder fünf Hauptstudentenheime in Campsnähe zur Auswahl:

- Panorama studios: renovierte, relativ große Zimmer mit eigenem Bad + Küche; direkt neben dem Campus; wenig „social life“
- Ango: kleine Zimmer; 5 Gehminuten vom Campus; gutes „social life“
- Bois: sehr kleine Zimmer; Gemeinschaftsküche und-bad; 5-10 Gehminuten vom Campus; würde ich nicht empfehlen!!
- Pleiade: große Zimmer mit Bad und Küche; 10 Gehminuten vom Campus; gutes „social life“

Ich habe einige Wochen vor meinem Auslandsaufenthaltsantritt eine genaue Beschreibung der angebotenen Studentenheime von der Schuladministration erhalten (mit Infos zu Kosten, Zimmergröße, Lage, Zimmerausstattung,...).

Grundsätzlich sind die Studentenheime eine gute Option, wenn man nur für ein Semester bleibt. ABER: da sich das „Leben“ nun mal im Zentrum der Stadt abspielt und die Busse nachts nur sehr beschränkt nach Mont St. Aignan hinauffahren, ist es meiner Meinung nach lohnenswert, sich eine Wohnung in Stadtmitte zu suchen. Dazu kommt, dass wenn man Kontakt zu Franzosen sucht, diesen sicher nicht in den Studentenwohnheimen findet, da alle französischen Studenten Wohnungen im Zentrum haben.

Im zweiten Semester bin ich dann mit einem französischen Studenten der RBS in eine 53m<sup>2</sup> Wohnung ins Zentrum von Rouen gezogen. Mit dem Bus, der gleich bei

meiner Wohnung hielt, brauchte ich ca. 15-20 Minuten zum Campus in Mont St. Aignan.

#### 4. **Kosten**

Ausgaben im Rahmen des Auslandsaufenthaltes (in €):

Monatliche Gesamtausgabe (inkl. Quartier):	€ 782 / 857
davon Unterbringung:	€ 285 / 380 pro Monat
davon Verpflegung:	€ 250 pro Monat
davon Fahrtkosten am Studienort:	€ 27 pro Monat
davon Kosten für Bücher, Kopien, etc.:	€ 0 pro Monat
davon erforderliche Auslandsranken-/Unfallversicherung:	€ 0 pro Monat
davon Sonstiges:	
- Handy	€ 20 pro Monat
- Internet	€ 20 pro Monat
- Ausflüge, Zugtickets, Besichtigungen	€ 180 pro Monat

Nicht monatlich anfallende Kosten:

Impfungen, med. Vorsorge:	€ 25
Visum:	€ 0
Reisekosten für einmalige An- u. Abreise:	€ 400
Einschreibegebühr(en):	€ 0
Sprachkurs (Landessprache) Kursgebühr:	€ 0
Orientierungsprogramm:	€ 0
Sonstiges Erwähnenswertes:	
- Bahnkarte (Carte Jeune 12-25; bringt ca. 50% Reduktion für jede Zugstrecke in F)	€ 50

#### 5. **Sonstiges (Visum, Versicherung, etc.)**

- Kein Visum nötig
- Als Europäer keine Versicherung (Smeno) nötig

- Handy: viele Anbieter (z.B. Free Mobile) mit 1.000 Freisims, 1.000 Freiminuten, 1 GB Datenvolumen um ca. 20€ pro Monat; ohne Vertragsbindung (Kündigungsfrist 1 Monat)
- Internet: um 20€ in allen Studentenheimen (Verbindung ist allerdings oft schlecht). Ich habe ein Netzwerkkabel gehabt, mit dem es immer reibungslos funktioniert hat (Anschlussmöglichkeiten in Panorama Studio, bei den anderen Studentenheimen bin ich nicht sicher)
- CAF: Wohnungsbeihilfe vom französischem Staat (ca. 100 – 170€ pro Monat je nach Wohnsituation); Formular wird mit Ausfüllerklärung von der Schuladministration bereitgestellt – pünktlich abgeben, sonst verkürzt sich die Beihilfe!

## 6. Beschreibung der Gastuniversität

Wie schon oben erwähnt, ist die Rouen Business School eine „Grande Ecole de Commerce“. Also eine der Handelshochschulen, die in Frankreich einen sehr guten Ruf haben und kostenpflichtig sind. Jeder, der an einer Business School studiert, hat sich vorher zwei Jahre auf die Aufnahmeprüfung vorbereitet (Ausnahme: 2 Jahre Studium an einer anderen Universität). Wer die Aufnahmeprüfung nicht schafft (und das sind Einige), hat die zwei Jahre während der „Préparation“ umsonst gebüffelt und „muss“ an einer öffentlichen Universität studieren.

Es gibt in etwa 4.000 Studenten an der Rouen Business School, wobei ca. 1.500 davon internationale Studierende sind. Alle Gebäude sind renoviert und die technische Ausstattung ist neu und ausreichend vorhanden. Das Essen in der Kantine ist mit ca. 3,50€ pro Menü relativ günstig.

Die drei Hauptstudentenbüros sind das „Bureau d'élèves“, das „Bureau de sport“ und das „Bureau d'arts“. Die leitenden Teams der einzelnen Organisationen werden jedes Jahr neu gewählt. In der Wahlkampfzeit „batteln“ sich jeweils zwei Teams für die Übernahme einer Organisation. Jedes Team versucht dabei mit ausgefallenen Ideen wie Essenslieferservice, Heimmassagen oder Ähnlichem die anderen Studenten von sich zu überzeugen.

Im Gegensatz zu österreichischen Unis ist der Zusammenhalt zwischen den Studenten der Rouen Business School viel stärker (nicht nur bedingt durch die geringere Studentenzahl). Regelmäßige Sportturniere gegen andere Business Schools und reichliche schulinterne Veranstaltungen schweißen die Studenten zusammen.

## 7. Anmelde- und Einschreibformalitäten

Die Anmelde- und Einschreibedokumente werden allesamt im JKU Auslandsbüro abgegeben, das diese dann an die Gastinstitution weiterleitet. Nach und nach erhält man dann von der Gastinstitution Informationen zu weiterführenden Schritten sowie

der Kursauswahl, der Unterkunftswahl, etc.

Kurz nach meiner Anreise wurden während der Orientierungsphase alle internationalen Neuankömmlinge empfangen. Die engagierten Koordinatoren haben dafür gesorgt, dass jeder Student sein Studentenheimzimmer beziehen kann, ein französisches Bankkonto kostenlos eröffnet (nötig für den Bezug der CAF s.o. und die Rückerstattung von Mietkautionen) und gegeben falls eine Versicherung abschließt.

Generell würde ich Jedem empfehlen, gleich zu Hause genügend Kopien von Geburtsurkunde, Sozialversicherungsausweis und Pass zu machen. Passfotos werden auch einige benötigt.

## 8. Studienjahreinteilung

Orientierung:	7 – 8 September 2012
Vorbereitender Sprachkurs:	15 September 2012 (French Language Refresher Session)
Beginn/Ende LV-Zeit 1. Semester/Term: **	10 September – 21 Dezember
Beginn/Ende LV-Zeit 2. Semester/Term: **	7 Jänner – Ende März
Beginn/Ende LV-Zeit 3. Term: **	Anfang April - Mitte/Ende Juni
Von obigen Daten abweichende Prüfungszeiten:	
Ferien:	Weihnachten und Ostern jeweils ca. 2 Wochen

\*\* Beginn und Ende der Terme hängen vom jeweiligen Programm und von der Anzahl der (möglichen) Nachklausuren ab. Meine Angaben sind also ungefähre Richtwerte. Genaue Stundenpläne bekommt man leider erst wenige Wochen oder Tage vor Termbeginn.

## 10. Einführungswoche bzw. -veranstaltungen

Zu Beginn des Aufenthaltes gab es ein 2-tägiges Cultural Sensitivity Training, bei dem alle neuen Austauschstudenten (ca. 150) und die französischen „Neulinge“, zu Beginn ihres Bachelorstudiums, teilnahmen. In Kleingruppen wurde über ein vorgegebenes Thema (bei mir „Asian Cinema“) eine kurze, kreative Präsentation vorbereitet. Die Gewinner wurden am Ende mit einem zusätzlichen ECTS Punkt belohnt.

Vom International Students Büro „Culture Connection“ wurden Welcomepartys und Buddy-Partys organisiert, um sowohl die anderen Austauschstudenten, als auch ein paar französische Studenten kennenzulernen. Bei der Buddy-Party wurde jedem Austauschstudent ein französischer „Kumpel“ zugewiesen, der sich am Anfang ein wenig um dessen Integration zu kümmern.

### **11. Kursangebot und besuchte Kurse (kurze Beschreibung und evtl. Bewertung)**

Die Kursverteilung erfolgt, wie bei der Verteilung der Studentenheime, auf einer „first come, first serve“ Basis. Das System ist also meistens zu Beginn der Anmeldezeit hoffnungslos überfordert. Aber keine Sorge – alles regelt sich im Endeffekt! Spätestens in der „add und drop“ Periode kann jeder Student nochmals Korrekturen machen, indem er Kurse von seiner Liste entfernt oder hinzufügt.

Grundsätzlich besteht in allen Kursen Anwesenheitspflicht!

*Anmerkung:* die untenstehenden Bewertungen beziehen sich rein auf den Inhalt der Kurse

Im ersten Term habe ich eine Marketingspezialisierung (Majeure Marketing), bestehend aus 3 Grundkursen und 4 Wahlschwerpunkten gemacht (alle Kurse wurden auf Französisch unterrichtet). Jeder Kurs bestand zu 40% aus einer Gruppenarbeit, die die Ausarbeitung einer realitätsnahen Fallstudie beinhaltete, und zu 60% aus einem Schlussexamen. Mindestens eine Sitzung jedes Kurses waren sogenannte „Interventions“, in denen Vortragende aus externen Unternehmen verschiedenste Aspekte ihrer individuellen Marketingpolitik behandelten.

#### Grundkurse:

##### **Sociomarketing et Consommation (6 ECTS) +++**

- Der Konsument als Individuum (Wahrnehmung, Erinnerung,...)
- Der Konsument als Entscheider (Bedürfnisse und Motivationen, Einstellungen und Einstellungsveränderung, Entscheidungsmodelle, Entscheidungsprozess,...)
- Der Konsument als „soziales Wesen“ (soziale Einflüsse auf den Konsum, Einflüsse socio-demografischer Faktoren, Einflüsse des sozialen Umfelds,...)
- Den Konsument verstehen (Marketingstudien, qualitative Methoden – Interviews, Observationen, Netnographie)
- Exkurs: Consumer Culture Theory

### **Marketing Relationnel et CRM (6 ECTS) ++**

- Vom Relational Marketing zum (Social) Customer Relationship Marketing
- Die Beziehung zum Kunden
- Kundenbindungsprogramme
- Voice of the Customer
- Den Kunden kennen (Kundendatenbanken)

### **Marketing Quantitatif (6 ECTS) +**

- Analyse von Kundendaten in SPSS
- Von Datenvorbereitung bis zur Analyse (Standardabweichungen, Durchschnittswerte, Fehlerwerte,..)

### Wahlspezialisierungen:

#### **1. Intelligence Marketing**

##### **Consumer Insight (6 ECTS) ++**

- Semiologie, Markenkapital
- Videografie und audio-visuelle Recherchemethoden
- Erzähltechniken
- Consumer Generated Content Analysen
- Observation und Ethnografie

##### **Expertises sectorielles (6 ECTS) +**

- Marketing und Messmethoden
- Mediametrie
- Simulierte und reelle Testmärkte
- Ethik und Deontologie

#### **2. B2B**

##### **Leviers de performance (6 ECTS) ++**

- Key Account Management und Key Supplier Management
- Supplier relationship management
- Kundenmanagement in B2B

### **Spécificités stratégiques (6 ECTS) +++**

- Produktstrategie in B2B
- Preisstrategie und Wertschaffung in B2B
- Kommunikationsstrategie und Angebotsbindung
- Segmentierung und Positionierung in B2B
- Die Besonderheiten des B2B-Marketing
- Innovation in B2B
- Markenmanagement in B2B

Im zweiten und dritten Term habe ich zwei Französischkurse, die über beide Terme gingen, und drei andere Wahlfächer belegt.

### **Boosting French Language and Communication Skills; Französisch Sprachkurs (3 ECTS) +++**

- Level B2 (für Französischkurse ist leider kein höheres Level wählbar)
- Französische Kultur, Geschichte und Politik
- Interaktiver Kurs, der aktuelle Themen der Welt bearbeitet

Benotung: 20% Mitarbeit und Anwesenheit, 40% Zwischenklausur und Einzelpräsentation, 40% Schlussklausur

### **Enhancing French Corporate World; Französisch Sprachkurs (3 ECTS) ++**

- Level B2
- Businessfranzösisch
- Formelle Briefe und Emails verfassen
- Fachvokabular rund um Arbeit, Geld, Arbeitsverträge, Unternehmen

Benotung: wie bei Boosting French Language and Communication Skills

### **Oenology and wine industry; Englisch (5 ECTS) ++**

- Herstellung von Wein
- Verschiedene Arten von Wein
- Trends im Export/Import von Wein
- Wein und Marketing

Benotung: 15% Mitarbeit und Anwesenheit, 25% Gruppenpräsentation, 60% Schlussklausur

### **Marketing Communication; Englisch (3 ECTS) +++**

- PR, sponsorship, sales promotion
- Direct Marketing
- Werbung und Medienplanung
- Grundsätzliche Entscheidungen: Zielgruppen, Ziele, Budgets

Benotung: 40% Gruppenarbeit und Präsentation, 60% Schlussklausur

### **Management Resources Humaines; Französisch (5 ECTS) +**

- Syndikalismus
- Mitarbeiter einstellen, bewerten, bezahlen
- Mobilität und „neue Karrieren“
- Flexibilität
- Karrieremanagement
- Funktionen der HR
- Diversitätsmanagement, Diskriminierung

Benotung: 20% Gruppenpräsentation, 30% Mitarbeit und Abgabe von ausgearbeiteten Fallstudien, 50% Schlussklausur

Internationalen Studierenden werden durchschnittlich etwa 2 ECTS Punkte mehr pro Kurs angerechnet als den französischen Studenten. Das heißt zum Beispiel, dass alle Kurse der Marketingspezialisierung für französische Studenten nur 4 ECTS wert sind. Grundsätzlich werden die zusätzlichen ECTS Punkte an der JKU auch angerechnet. Ich habe lediglich für die beiden Französischkurse nur 3 anstatt 5 Punkte angerechnet bekommen.

### **12. Credits-Verteilung bezogen auf Kurse, „study workload“ pro Semester**

Wie an der JKU gibt es eine bestimmte Anzahl von ECTS-Punkten je Kurs, variierend je nach „study workload“. Grundsätzlich gilt (wie an der JKU) 1 ECTS Punkt = 25 Stunden Arbeitszeit. Wobei die Punkteverteilung an der Rouen Business School der tatsächlichen Arbeitszeit um einiges näher kommt als an der JKU.

### **13. Benotungssystem**

Die Benotung erfolgt auf einer Skala von 0-20. Alles unter 10 Punkten ist nicht genügend. Über 16 Punkte zu erreichen ist fast unmöglich. Der Durchschnitt liegt meistens bei etwa 13 Punkten. Meinem Wissen nach gilt zurzeit die Umrechnung ins österreichische Notensystem wie folgt:

20 – 17 Punkte: Sehr Gut  
17 - 15 Punkte: Gut  
15 - 13 Punkte: Befriedigend  
13 - 10 Punkte: Genügend

Mein Notendurchschnitt während meines Auslandsjahres hat sich, im Vergleich zu meinem Schnitt in den vorigen Semestern an der JKU, um mindestens eine oder zwei Noten verschlechtert. Meiner Meinung nach müsste die Umrechnung aktualisiert werden, damit sie der tatsächlichen Leistung entspricht! Alles über 13 oder 14 Punkte gilt an der Rouen Business School nämlich schon als gute bis sehr gute Leistung.

#### **14. Akademische Beratung/Betreuung**

Die meisten Professoren sind äußerst engagiert und gut auf ihre Kurse vorbereitet. Die meistens sehr kleine Anzahl an Studenten pro Kurs macht die Professoren außerdem erreichbar für alle Fragen und Anliegen.

#### **15. Resümee**

Die besten zehn Monate in meinem bisherigen Leben! Ich habe nicht nur in akademischer Hinsicht sehr viel gelernt, sondern auch auf sozialer Ebene. Ich bin einer Menge toller Leute begegnet, die ich in Österreich niemals kennengelernt hätte und habe Orte besucht, die ich so schnell sicher nicht wieder sehen werde. Ich bin wirklich mehr als froh, damals die Entscheidung für ein Auslandsjahr getroffen zu haben und werde auch sicherlich bei der nächsten Gelegenheit wieder die Möglichkeit dazu nutzen.

#### **16. Tipps und was man sonst noch unbedingt wissen sollte**

Meine Tipps fürs Nachleben: die Studenten der RBS geben regelmäßig große Partys in ihren Appartements. Die größten Appartements sind „Triplex“, „L'Exil“, „Le Château“ und „La Nova“. Geheimtipp bei Schönwetter ist „La Garden“. Der Haken bei diesen Partys ist, dass diese vorher nicht öffentlich bekannt gegeben werden und man französische Studenten fragen muss, wo und wann diese stattfinden. Dafür sind das garantiert die besten „soirées“ und können nicht durch eine Nacht im Club ersetzt werden.

Außerdem gibt es einmal im Monat eine SAT (Soirée à tarif étudiant, in etwa den Mensafesten der JKU gleichzusetzen) welche von dem Bureau d'élèves organisiert wird. Der Preis für ein Ticket inkludiert die Hin- und Rückfahrt mit dem Bus zum Club und alle Getränke. Verkleidung und lauter Gesang während der Busfahrt sind Pflicht!

Sonst empfehle ich Jedem: nicht schüchtern sein, viel reisen, offen und neugierig sein und nicht verzweifeln, falls etwas auf den ersten Blick unmöglich erscheint – es

findet sich meistens eine Lösung. Nur weil Franzosen manchmal „nein“ sagen, heißt das nämlich noch lange nicht, dass etwas nicht geht. Man muss nur hartnäckig bleiben ;)